

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Pengertian Pengaruh**

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), pengaruh memiliki arti daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.<sup>1</sup> Adapun pengertian pengaruh menurut beberapa ahli sebagai berikut :

- a. Menurut Hugiono dan Poerwantana, pengaruh merupakan dorongan atau bujukan yang bersifat membentuk atau merupakan suatu efek.<sup>2</sup>
- b. Menurut Surakhman, pengaruh adalah kekuatan yang muncul dari suatu benda atau orang dan juga gejala dalam yang dapat memberikan perubahan terhadap apa-apa yang ada di sekelilingnya.<sup>3</sup>
- c. Menurut W.J.S Poewardamita, pengaruh adalah suatu daya yang ada dalam sesuatu yang sifatnya dapat memberi perubahan kepada yang lain.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Departemen Pendidikan Nasional, KBBI, Balai Pustaka, Jakarta, 2007, h. 747

<sup>2</sup> Hugiono dan Poerwantana, Pengantar Ilmu Sejarah, (Jakarta: PT. Bina Aksara, 2000), h. 47

<sup>3</sup> Winarno Surakhmad, Pengantar Interaksi Belajar Mengajar: Dasar dan Teknik Metodologi Pengajaran, (Bandung: Tarsito, 1982), h. 7

Dari pengertian beberapa ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa pengaruh adalah segala sesuatu yang dapat membawa perubahan pada diri seseorang.

## 2. Aplikasi Tiktok

Aplikasi tiktok adalah sebuah aplikasi platform media sosial yang dibuat oleh sebuah perusahaan bernama ByteDance dari Tiongkok, China. Aplikasi tiktok pertama kali diluncurkan pada tahun 2016 dengan nama Douyin. Pada tahun 2017, tiktok baru dapat diakses oleh masyarakat luas secara internasional dan dapat diunduh melalui *Play Store* dan *App Store*. Tiktok menjadi salah satu platform aplikasi media sosial dengan tingkat penggunaan tertinggi secara global, yaitu 23,5 jam penggunaan per bulan melebihi instagram dan twitter.

Hal tersebut tidak terlepas dari menariknya fitur yang terdapat dalam aplikasi tiktok.<sup>5</sup> Fitur-fitur yang terdapat dalam tiktok antara lain :<sup>6</sup>

- a. Fitur tambahan musik. Melalui fitur ini, konten yang dibuat dapat ditambahkan musik sesuai dengan karakter dan tema konten

---

<sup>4</sup> Yusnita Ulfah Munthe, Fauzi Arif Lubis, “Pengaruh dan Efektivitas Media Sosial pada Proses Pengumpulan Zakat, Infaq, dan Sedekah: Studi Kasus di Lembaga Amil Zakat Al-Washliyah Beramal (LAZWASHAL) Sumatera Utara”, *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, Vol. 2, no. 2 (2022), h. 2540

<sup>5</sup> Ali Nur Alizen, Raisuddin, Ratu Dyah Ayu Gendiswardani, Salma Salima Haliza Nihru, dan Rafi Alif Muhammad Akbar, “Prospek Penggunaan Tiktok Sebagai Instrumen Politik pada Pemilihan Umum 2024”, *Laboratorium Indonesia 2045, Jalan Mabes Hankam No. T65, Bambu Apus, Cilangkap, Jakarta Timur, Cetakan Pertama, Juni 2023*, h. 5-9

<sup>6</sup> Robi Hasanatun Salamah, Sarah Dhiba Rangkuti, Santi Noviyana, “Penerapan Fitur-Fitur Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Tingkat SMA/SMK”, *Jurnal Simbol Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, Vol. 9, no. 2 (September 2021), h. 87-90

tersebut. Fitur ini merupakan fitur utama yang ada dalam aplikasi tiktok

- b. Fitur efek suara. Konten video yang dibuat menggunakan tiktok dapat dirubah suaranya melalui fitur ini. Berbagai efek suara pun tersedia dalam aplikasi tiktok seperti suara binatang, vibra, elektronik, dan lain-lain.
- c. Fitur sulih suara. Fitur ini mendukung pengguna tiktok melakukan perekaman suara atau biasa dikenal dengan *voice over*. Durasi perekaman bisa disesuaikan dengan durasi konten yang dibuat.
- d. Fitur stiker dan efek. Melalui fitur ini para pengguna tiktok dapat menggunakan efek dan menambahkan stiker agar konten yang dibuat semakin menarik dan bervariasi. Stiker dan efek dalam aplikasi tiktok juga dapat disesuaikan dengan ekspresi para pengguna.
- e. Filter. Fitur filter yang terdapat dalam aplikasi tiktok ini dapat merubah tampilan fisik pada konten para penggunanya.
- f. Fitur *timer*. Menggunakan fitur ini, para pengguna dapat mengambil foto atau video dengan tepat meski tanpa dibantu oleh orang lain, sehingga memudahkan para pengguna untuk membuat konten dimanapun dan kapanpun.
- g. Fitur *beautify*. Fitur ini memberikan tampilan wajah menjadi berbeda lebih menarik dan keren. Fitur *beautify* juga memiliki

filter dan dapat membuat wajah para pengguna menjadi lebih cantik atau ganteng.

- h. Fitur *Q&A*. Melalui fitur ini, para pengguna aplikasi tiktok dapat melakukan tanya jawab.
- i. Fitur tagar atau *hashtags*. Para pengguna tiktok dipermudah untuk membuat konten yang diminati atau yang sedang viral dan FYP melalui fitur ini.
- j. Fitur *stitch*. Fitur ini biasanya digunakan untuk memberi reaksi atau mengomentari video atau konten dari pengguna lain. Video dari pengguna yang menggunakan fitur ini biasanya berada di akhir atau ditempel pada video yang direaksi.
- k. Fitur duet. Melalui fitur duet, para pengguna tiktok dapat membuat video bersama orang lain. Fitur ini memberikan kemudahan ketika para pengguna akan melakukan kolaborasi dengan pengguna lain, karena layar akan terbagi menjadi dua.

Berbagai fitur yang menarik dan memudahkan dalam pembuatan konten di tiktok tersebut membuat aplikasi tiktok semakin diminati oleh banyak masyarakat. Selain fitur yang sangat beragam, aplikasi tiktok banyak diminati juga karena memiliki pendekatan anti-sosial, dimana akun pengguna tiktok tidak harus selalu memiliki teman atau pengikut untuk dapat membuat konten atau menggunakan fitur-fiturnya. Hal tersebut membuat siapa saja dapat masuk kepada laman FYP (*For Your*

Page).<sup>7</sup> Dengan masuk di laman FYP, maka konten para pengguna akan semakin banyak dilihat oleh pengguna lain sehingga menjadi viral dan bahkan berpotensi menjadi tren.

Di Indonesia sendiri mayoritas pengguna tiktok adalah generasi Z dengan umur antara 14-24 tahun.<sup>8</sup> Salah satu faktor yang melatarbelakangi generasi Z menggunakan aplikasi tiktok adalah hiburan. Menonton berbagai konten beragam jenis yang masuk dalam aplikasi tiktok setiap harinya menjadi hiburan bagi Generasi Z. Selain menonton, membuat konten juga menjadi hiburan, karena dengan bebas para pengguna bisa mengekspresikan perasaan dan imajinasinya.<sup>9</sup>

### **3. Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok**

#### **a. Pengertian Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok**

Intensitas menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah keadaan (tingkatan, ukuran) kuatnya, hebatnya, Bergeraknya, dan sebagainya.<sup>10</sup>

Menurut Kartono, intensitas merupakan besar dan kekuatan suatu tingkah laku, jumlah energi yang dibutuhkan untuk merangsang salah

---

<sup>7</sup> Ali Nur Alizen, Raisuddin, Ratu Dyah Ayu Gendiswardani, Salma Salima Haliza Nihru, dan Rafi Alif Muhammad Akbar, "Prospek Penggunaan Tiktok Sebagai Instrumen Politik pada Pemilihan Umum 2024", *Laboratorium Indonesia 2045*, Jalan Mabes Hankam No. T65, Bambu Apus, Cilangkap, Jakarta Timur, Cetakan Pertama, Juni 2023, h. 10

<sup>8</sup> Sunggiale Vina Mahardika, Isnaini Ila Ma'una, Zahrotun Islamiyah, Iqlima Nurjannah, "Faktor-faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tiktok", *Jurnal Social Science educational research*, Vol. 2, no. 1 (Desember Tahun 2021), h.41

<sup>9</sup> Ibid, h. 45

<sup>10</sup> Meity Taqdir Qodratilah, *Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar* (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, 2011), h. 179

satu indra, ukuran fisik dari energi atau data indra. Sedangkan menurut Chaplin, intensitas memiliki tiga arti yaitu<sup>11</sup> :

- 1) Sifat Kuantitatif dari suatu penginderaan, yang berhubungan dengan intensitas perangsangnya
- 2) Kekuatan sebuah tingkah laku atau sebuah pengalaman
- 3) Kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau sikap

Penggunaan dari kata “guna” diartikan sebagai suatu metode atau kegiatan dalam melakukan pemakaian. Menurut kamus praktis Bahasa Indonesia, penggunaan adalah cara memakai.<sup>12</sup> Dengan begitu, intensitas penggunaan adalah besarnya kemampuan dalam perilaku berdasarkan tingkatan tertentu ketika menggunakan sesuatu.<sup>13</sup> Dalam hal ini, sesuatu yang dimaksud adalah media sosial, yaitu aplikasi tiktok.

Intensitas penggunaan aplikasi tiktok yaitu lama durasi atau banyaknya waktu yang dihabiskan pada suatu perilaku sosial kehidupan dalam menggunakan aplikasi tiktok, sehingga menjadi rutinitas atau kebiasaan, serta seberapa jauh perilaku sosial dan

---

<sup>11</sup> Ayu Imasria Wahyuliarmy, Citra Ayu Kumala Sari, “Intensitas Penggunaan Gadget dengan Interaksi Sosial”, *Jurnal Psikologi*, Vol. 5, no. 2 (September 2021), h. 104

<sup>12</sup> Hehanian dan Farlin, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2002), h. 321

<sup>13</sup> Muhamad Abdi Dwi Bagas, “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Kenakalan Siswa SMAN 3 Tualang”, (Skripsi S1 Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau, 2021), h. 19.

emosional pada penggunaannya. Dari intensitas tersebut, dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok, sebagai berikut :<sup>14</sup>

- 1) Light Users atau pengguna dengan waktu pemakaian yang rendah (kurang dari 10 jam per bulan)
- 2) Medium Users atau pengguna sedang dengan waktu pemakaian 10-40 jam perbulan
- 3) Heavy Users atau pengguna dengan waktu pemakaian yang tinggi (lebih dari 40 jam perbulan)

Intensitas pengguna ini diukur berdasarkan indikator menurut W.J.S Purwadarminta sebagai berikut<sup>15</sup> :

a) Perhatian

Perhatian merupakan ketertarikan terhadap suatu objek tertentu yang menjadi target perilaku. Perhatian juga diartikan sebagai upaya mendayagunakan kesadaran yang disertakan dengan aktivitas yang dilakukan.<sup>16</sup> Perhatian dalam penggunaan aplikasi tiktok berarti tersitanya perhatian baik waktu maupun tenaga individu untuk menggunakan aplikasi tiktok.

b) Penghayatan

---

<sup>14</sup> *Ibid.*, hal. 2-21

<sup>15</sup> Bimowalgito, *Psikologi Sosial* (Yogyakarta : Andi Offset, 1994), h. 12.

<sup>16</sup> Ilham Wahyudi, Neviyarni, “Analisis Terhadap Perhatian dan Belajar Perseptual dalam Aktivitas Belajar Siswa”, *Jurnal Ilmu Pendidikan*, Vol. 3, no. 1 (2021), h. 125

Penghayatan berupa pemahaman dan penyerapan terhadap informasi yang diharapkan, kemudian dipahami, dinikmati, dan disimpan sebagai pengetahuan baru bagi individu. Penghayatan pengguna aplikasi tiktok berupa pemahaman dan penyerapan isi atau konten tiktok yang kemudian dijadikan informasi dan disimpan sebagai pengetahuan oleh pengguna.

c) Durasi

Durasi merupakan lamanya waktu yang dibutuhkan individu untuk melakukan perilaku yang menjadi target. Durasi disini berarti berapa lama dan banyaknya waktu yang dihabiskan untuk menggunakan aplikasi tiktok oleh pengguna.

d) Frekuensi

Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Penggunaan aplikasi tiktok berbeda-beda tergantung pada tingkat sering atau tidaknya seseorang mengakses aplikasi tiktok.

**b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Tiktok**

Penggunaan aplikasi tiktok tentunya tidak lepas dari berbagai factor yang mempengaruhinya. Penelitian oleh Sofiana dan Ibnu

menemukan salah satu factor yang mempengaruhi penggunaan tiktok yaitu *habbit* atau kebiasaan. *Habbit* ini berpengaruh positif dan signifikan melalui minat penggunaan aplikasi tiktok.<sup>17</sup> Menurut Mulyana, ada dua faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi tiktok yaitu :

### 1) **Faktor Internal**

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti perasaan, keinginan atau harapan, perhatian, prose belajar, keadaan fisik, kebutuhan minat dan motivasi. Ahmadi berpendapat bahwa perasaan adalah suatu keadaan rohani atau jiwa yang dialami dengan senang atau sedih dalam hubungannya dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif. Menurutnya, perasaan sangat berpengaruh pada penggunaan aplikasi tiktok, karena jika seseorang tidak menginginkannya maka seseorang tidak akan menggunakannya.

Sedangkan menurut W. Wundt, perasaan tidak hanya dapat dilihat atau dialami oleh individu sebagai perasaan senang atau sedih, melainkan dapat dilihat dari berbagai dimensi. Faktor internal menurut W. Wundt ini tidak hanya

---

<sup>17</sup> Sofian Wira Hadi, Ibnu Alfarobi, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Tiktok dengan Metode Utaut 2", *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting, and Research*, Vol. 7, no. 1 (Februari 2023), h. 103-111

perasaan tapi juga tingkah laku.<sup>18</sup> Jadi dapat disimpulkan dari kedua pendapat tersebut, faktor internal dari penggunaan aplikasi tiktok adalah perasaan dan tingkah laku yang mencerminkan dari perasaan seseorang untuk menggunakan aplikasi tiktok atau tidak.

## 2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari pengaruh luar diri seseorang, seperti informasi, pengetahuan, intensitas, kejadian atau hal baru yang ditemui. Adanya berbagai macam informasi dan pengetahuan yang bisa diperoleh melalui aplikasi tiktok ini membuat seseorang ingin menggunakannya. Informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Maka bisa disimpulkan dari uraian di atas faktor eksternal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi tiktok ini adalah informasi.<sup>19</sup>

## 4. Perilaku Narsisme

---

<sup>18</sup> Armylia Malimbe, dkk, "Pengaruh 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 (2021), h. 4-5.

<sup>19</sup> *Ibid.*, hal. 5

Perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Dari segi biologis, perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia yang mempunyai bentangan sangat luas seperti berjalan, berbicara, menangis, bekerja, dan sebagainya.<sup>20</sup> Narsisme merupakan perilaku dan cara berpikir orang dengan kepribadian yang cenderung sangat memperhatikan tingkah dan penampilan diri.

Narsisme didefinisikan sebagai suatu kesatuan emosi dan motivasi yang manifestasinya menampilkan diri secara angkuh dan memiliki konsep diri yang tinggi, berusaha mencari pengakuan terhadap kelebihanannya, mementingkan diri sendiri.<sup>21</sup> Sigmund Freud mengambil istilah Narsisme dari tokoh dalam mitos Yunani, yaitu Narkissos yang merupakan seorang pria muda yang jatuh cinta kepada pantulan wajahnya sendiri di kolam.<sup>22</sup> Karena kecintaannya pada dirinya secara berlebihan yang berupa pantulan wajahnya sendiri, tanpa sengaja ia menjulurkan tangannya ke kolam, sehingga ia tenggelam ke dalamnya kemudian tumbuh bunga yang sampai sekarang disebut bunga narsis.<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> Notoatmodjo, *Ilmu Perilaku Kesehatan*, (Jakarta : Rinneka Cipta, 2010), h. 17.

<sup>21</sup> Raja Nadira Shaheila Putri, “Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme”, (Skripsi S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2022), h. 13.

<sup>22</sup> Dian Bugiaro, *Berkomunikasi Ala Net-Generation* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2015), h. 75.

<sup>23</sup> Zakia Ayu Ulfandari, “Bimbingan Kegamaan dalam mencegah perilaku Narsistik pada Aktivis Unit Kegiatan Mahasiswa FAKultas (UKMF) Rohani Belia Bina Islam (Rabbani) FAKultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Uin Raden Intan Lampung” (Skripsi S1 UIN Raden Intan Lampung, 2019), h. 32.

Menurut Kenberg, perilaku narsisme ada karena terjadi kerancuan anatar diri yang ideal dan diri sejati. Perilaku narsisme sebenarnya tergolong dalam gangguan kepribadian, namun bukan yang berat sebab masih adanya struktur kohesif dalam diri seseorang. Sedangkan menurut Lam, orang yang memiliki perilaku narsisme cenderung tidak menerima diri karena berperilaku berlebihan, yang kemudian menjadikan seseorang dengan regresif menggunakan dirinya sendiri.<sup>24</sup> Orang dengan perilaku narsisme tidak hanya gemar memanggakan diri kepada orang lain, tetapi juga aktif mengambil potret dirinya dan dibagikan melalui media sosial.

Paramboukis menjelaskan bahwa kecenderungan perilaku narsisme dapat dilihat melalui banyaknya postingan atau konten seseorang dalam suatu media sosial. Perilaku narsisme yang berlebihan dapat diidentifikasi melalui media sosial karena adanya kebebasan dalam penggunaannya.<sup>25</sup> Berdasarkan pedoman DSM IV-TR, perilaku narsisme memiliki beberapa karakteristik<sup>26</sup> yaitu :

- a. Merasa dirinya paling penting
- b. Merasa bangga yang berlebihan, sehingga ingin selalu dibanggakan.

---

<sup>24</sup> Wida Widiyanti, M. Solehuddin, Aas Saomah, "Profil Perilaku Narsisme Remaja serta Implikasinya bagi Bimbingan dan Konseling", *Indonesian Journal Of Educational Counseling*, Vol. 1, no. 1 (Januari 2017)

<sup>25</sup> Shania Liang, "Kecenderungan Perilaku Narsistik dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram", *Jurnal Experientia*, Vol. 9, no. 1 (Juli, 2021), h. 34

<sup>26</sup> Champbell, Miller, dan Widiger, "Narcissistic Personality Disorder and The DSM-V.", no. *Journal of Abnormal Psychology* (2010).

- c. Memiliki khayalan akan keberhasilan, kekuatan, kecerdasan, kecantikan, atau sesuatu yang ideal yang tidak terbatas
- d. Merasa yakin bahwa dirinya istimewa
- e. Berharap mendapatkan perlakuan khusus atau dipatuhi oleh orang lain.
- f. Eksploitasi secara interpersonal. Mengambil keuntungan dari orang lain untuk mencapai tujuannya sendiri.
- g. Tidak empati. Masa bodoh dengan perasaan atau kebutuhan orang lain.
- h. Sering merasa iri dengan orang lain dan merasa orang lain iri dengan dirinya
- i. Menunjukkan perilaku atau sikap congkak (sombong).

Narsisme sendiri memiliki dua sisi, yaitu positif dan negatif. Narsisme yang sehat diinspirasi oleh Carl Goldberg sebagai usaha untuk memenuhi keberadaan manusia, narsisme pada rasa positif akan memperkaya pengalaman manusia.<sup>27</sup> Narsisme dalam peranan positif dapat membiasakan seseorang untuk berhenti bergantung pada standard an prestasi orang lain. Namun apabila jumlahnya berlebihan, dapat menjadi suatu kelainan kepribadian yang bersifat patologis.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Dian Bugiardo, *Berkomunikasi Ala Net-Generation* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2015), h. 75.

<sup>28</sup> Zakia Ayu Wulandari, “Bimbingan Kegamaan dalam mencegah perilaku Narsistik pada Aktivis Unit Kegiatan Mahasiswa FAKultas (UKMF) Rohani Belia Bina Islam (Rabbani) FAKultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Uin Raden Intan Lampung” (Skripsi S1 UIN Raden Intan Lampung, 2019), h. 49.

Sisi negatif dalam narsisme ini berupa kecintaan fisik yang berlebihan yang sangat dangkal seperti diceritakan pada mitos narcissus.<sup>29</sup> Kemudian di dalam Al Qur'an narsisme ini sebenarnya tidak memiliki padanan kata yang maknanya sesuai, namun di dalam terminologi klasik narsisme masuk dalam kategori akhlak tercela.<sup>30</sup>

## 5. Generasi Z atau Gen Z

Generasi Z atau Gen Z adalah istilah untuk menyebut generasi yang lahir pada rentang tahun 1997-2012,<sup>31</sup> sehingga diperkirakan generasi Z saat ini berusia 12 - 27 tahun. Generasi Z dikenal dengan generasi yang terbiasa dengan teknologi dan cenderung menyukai konten yang kreatif, menarik perhatian dan memberikan suasana baru. Generasi Z ini juga sangat menjunjung tinggi kemandirian dan kebebasan berekspresi di ruang-ruang virtual. Kunci perhatian generasi Z dalam bermedia sosial adalah konten yang fresh, *up to date*, *out-of-the-box*, dan mendorong partisipasi aktif.<sup>32</sup> Karakteristik Generasi Z menurut Stillman dan Stillman<sup>33</sup>:

---

<sup>29</sup> Agung Herutomo, *Conquering WEB 2.0 : Tetap Kreatif di Tengah Kondisi Apapun* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2010), h. 95-96.

<sup>30</sup> Saidah, Afidatur Rohmah, "Narsisme dan Implikasinya Terhadap Gangguan Kepribadian Narsistik Perspektif Al-Qur'an", *Jurnal Studi Al Qur'an dan Tafsir*, Vol. 5, no. 2 (2021), h.257.

<sup>31</sup> Puspita Puji Rahayu, dkk., "Pemberian Edukasi Kepada Masyarakat Tentang Generasi Z dan Keunikannya" *Jurnal Pengabdian Sosial Indonesia*. Vol. 1, no. 1 (2021), h. 44.

<sup>32</sup> Yohanes Hendro Pranyoto, Francisco Noerjanto, Dedimus Berangka, "Menyentuh Hati dan Pikiran : Upaya Konstektualisasi Katekese untuk Generasi Milenial dan Gen Z", *Jurnal Patoral Katekese*, Vol. 1, no. 1 (Juni 2024), h. 13-15

a. Figital

Tidak ada batas antara dunia digital dan nyata dalam kehidupan generasi Z. Efisiensi waktu menjadi salah satu alasan utama mereka untuk tidak bisa lepas dengan teknologi dan digital.

b. Hiper-kustomisasi

Generasi Z selalu ingin menunjukkan potensi diri mereka masing-masing tanpa mau dicap atau dilabeli apapun. Mereka lebih ingin mengkustomisasi identitas diri sebanyak mungkin, sehingga terkesan sulit diatur. Bahkan rata-rata dari mereka sudah memiliki cara sendiri untuk mencapai keinginannya di masa mendatang.

c. Realistis

Memiliki pola pikir yang tidak terlalu jauh dan berekspektasi tinggi di masa depan menjadi salah satu karakter generasi Z. Mereka terkesan lebih memilih untuk belajar praktik daripada teoritis. Tindakan yang diambil generasi ini lebih nyata sehingga berdampak baik pada lingkungan sekitarnya.

d. *Fear of Missing Out* (FOMO)

Tidak ingin ketinggalan segala informasi yang sedang trending atau beredar, apalagi yang dirasa penting untuk dirinya. Rasa ingin

---

<sup>33</sup> Lingga Sekar Arum, Amira Zahrani, Nickyta Arcindy Duha, "Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030", *Accounting Student Research Journal*, Vol. 2, no. 1 (2023), h. 64-66

tahu dan daya saing yang tinggi membuat generasi Z selalu khawatir tertinggal dari orang lain.

e. *Weconomist*

Lebih terbuka dan bersedia menjalin kemitraan dengan siapapun juga menjadi karakteristik generasi Z. Mereka suka berkolaborasi dalam bidang ekonomi dan memanfaatkan banyak platform media sosial untuk mendapatkan penghasilan.

f. *Do It Yourself (D.I.Y.)*

Generasi digital yang mandiri, itulah generasi Z. mereka tidak suka didampingi dan lebih suka mencari tahu sendiri apa yang mereka butuhkan dengan memanfaatkan keahlian mereka dalam dunia digital.

g. *Terpacu*

Selalu ingin membawa perubahan di masa mendatang di lingkungannya dengan teknologi yang dikuasai. Dengan semangatnya ini membuat generasi Z dapat membangun *personal branding* sehingga dikenal oleh dunia.

## 6. IPNU IPPNU

IPNU dan IPPNU adalah organisasi yang berazaskan Pancasila, beraqidah Islam Ahlussunah Wal Jama'ah yang mengikuti salah satu madzhab 4 yaitu Hanafi, Maliki, Syafi'i, Hambali. IPNU merupakan singkatan dari Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama. IPNU adalah salah satu

organisasi yang ada di Indonesia dan badan otonom dari Nahdlatul Ulama yang bersifat keteranggotaan, kekeluargaan, kemasyarakatan, dan keagamaan (organisasi yang mewadahi pelajar putra).<sup>34</sup> Sedangkan IPPNU merupakan singkatan dari Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama. IPPNU adalah organisasi yang mewadahi pelajar putri yang bersifat keteranggotaan, kekeluargaan, kemasyarakatan, dan keagamaan, serta bersifat nirlaba.<sup>35</sup>

IPNU IPPNU memiliki anggota yang berasal dari sekolah umum, madrasah, santri, mahasiswa, dan dewasa awal yang masih berusia anggota. Anggota dari organisasi ini tidak harus mereka yang duduk di bangku sekolah akan tetapi juga bagi mereka yang tidak bersekolah selama memenuhi usia sebagai IPNU IPPNU. Usia yang di atur dalam Hasil Kongres atau Forum Musyawarah tertinggi di IPNU IPPNU adalah 13-24 tahun.<sup>36</sup> IPNU IPPNU memiliki tingkatan struktur kepengurusan sebagai berikut<sup>37</sup> :

**Tabel 2.1**  
**Tingkatan Struktur Kepengurusan IPNU IPPNU**

---

<sup>34</sup> PW IPNU Jawa Timur, *PD/PRT PW IPNU Jawa Timur*, (Surabaya: 2003), h. 2.

<sup>35</sup> PP IPPNU, *Rancangan Materi Kongres PP IPPNU*, (Jakarta: 2003), h. 14-15.

<sup>36</sup> Muhammad Syakir NF, “Usia Maksimal Pengurus IPNU dan IPPNU Diturunkan JAdi 24 Tahun”, diakses pada 15 Mei 2024 dari <https://www.nu.or.id/nasional/usia-maksimal-pengurus-ipnu-dan-ippnu-diturunkan-jadi-24-tahun-oWxq6>

<sup>37</sup> Adiba Shakila, “Materi IPNU-IPPNU”, diakses pada tanggal 20 Agustus 2024 dari <https://www.scribd.com/document/516175311/MATERI-IPNU-IPPNU>

<b>Struktur</b>	<b>Singkatan</b>	<b>Tingkatan</b>	<b>Masa Jabatan</b>
PP	Pimpinan Pusat	Ibu Kota	3 Tahun
PW	Pimpinan Wilayah	Provinsi	3 Tahun
PC	Pimpinan Cabang	Kabupaten/Kota	2 Tahun
PCI	Pimpinan Cabang Istimewa	Luar Negeri	2 Tahun
PAC	Pimpinan Anak Cabang	Kecamatan	2 Tahun
PK	Pimpinan Komisariat	Sekolah/Pondok Pesantren/Perguruan Tinggi	1 Tahun
PR	Pimpinan Ranting	Desa/Kelurahan	2 Tahun
PAR	Pimpinan Anak Ranting	Dukuh	2 Tahun

Tingkatan IPNU IPPNU yang menjadi objek penelitian ini adalah Pimpinan Cabang (PC) yang berkedudukan di Kabupaten Kebumen. Kabupaten Kebumen merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah. Luas Kabupaten Kebumen sekitar 128.111,50 hektar yang terbagi dalam 26 kecamatan, 449 desa, dan 11 kelurahan.<sup>38</sup> Penduduk kabupaten kebumen lebih dari 1,4 juta jiwa dengan proyeksi penduduk umur 18-24 tahun sebanyak 200 ribu jiwa di tahun 2024.<sup>39</sup> Sedangkan anggota Pimpinan Cabang IPNU IPPNU Kebumen ada 148 anggota yang terdiri dari 70 anggota IPNU dan 78 anggota IPPNU.

---

<sup>38</sup> Apriadi Lesmana, Safira Nurul Firdous, Rizky Putri Pramesty, "Analisis Daya Dukung Lahan Pertanian Kabupaten Kebumen", *Prosiding Seminar Nasional dan Call of Papers BEM Fakultas Geografi UMS 1*, (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020), h. 2

<sup>39</sup> Badan Pusat Statistik Kabupaten Kebumen, "Proyeksi Penduduk Kabupaten Kebumen Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Ribuan Jiwa), 2024-2026" diakses pada tanggal 20 Agustus 2024 dari <https://kebumenkab.bps.go.id/indicator/12/577/4/proyeksi-penduduk-kabupaten-kebumen-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>

## 7. Teori S-O-R (Stimulus, Organism, Response)

Teori S-O-R atau Stimulus Organism Response adalah teori yang dikemukakan oleh Houland pada tahun 1953 yang berasal dari psikologi kemudian diterapkan dalam ilmu komunikasi karena memiliki objek yang sama yaitu manusia. Pada ilmu komunikasi model ini menunjukkan bahwa komunikasi adalah proses aksi reaksi yang dapat berlangsung secara positif maupun negative. Unsur penting dalam teori ini ada tiga yaitu pesan (Stimulus ), Komunikan (Organism), dan Efeke (Response).<sup>40</sup>

Teori ini secara sederhana dapat dimisalkan ketika seorang laki-laki mengatakan “I love you” kepada seorang wanita dan wanita tersebut tersipu malu atau ketika saya memberikan senyuman kepada seseorang kemudian anda malah memalingkan muka. Jadi teori ini mengasumsikan bahwa suatu tindakan, isyarat, gambar, ataupun kata-kata tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu.<sup>41</sup>

Asumsi dasar teori S-O-R adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga

---

<sup>40</sup> Mustika Abidin, “Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran”, *Jurnal Komunikasi & Bahasa*, Vol. 3, no. 1 (Juli,2022), h. 49

<sup>41</sup> Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau, 2009), h. 63-67

seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.<sup>42</sup>

Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori S-O-R (Stimulus Organism Respon) yang awalnya berasal dari psikologi, namun kemudian diterapkan dalam ilmu komunikasi. Dalam teori ini, digambarkan suatu proses rangsangan tertentu yang mampu memberikan efek dan mempengaruhi komunikan. Teori ini juga memberikan anggapan bahwa organisme akan menghasilkan efek jika di sekelilingnya diberikan stimulus tertentu sehingga dinamakan teori Stimulus-Organism-Respon.<sup>43</sup>

Asumsi dasar dari teori SOR adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera, dan langsung kepada komunikan. Teori ini juga menjelaskan bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi. Menurut Fisher, terdapat unsur-unsur yang tidak dapat dipisahkan dalam teori S-O-R yaitu<sup>44</sup>:

a. Pesan (Stimulus)

Salah satu elemen penting yang terdapat dalam komunikasi adalah pesan. Pesan merupakan pokok bahasan yang disampaikan

---

<sup>42</sup> Noviawan Rasyid Ohorella, Annisa, Edy Prihantoro, “Pengaruh Akun Instagram @Sumbar\_Rancak Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi”, *Jurnal Komunika*, Vol. 18, no. 2, (2022), h. 48

<sup>43</sup> Klara Delviyana, “Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @netflixid Terhadap Minat Untuk Menonton Film di Netflix” (Skripsi S1Fakultas Ilmu sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung, 2021), h. 30.

<sup>44</sup> Mustika Abidin, “Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran”, *Jurnal Komunikasi & Bahasa*, Vol. 3, no. 1 (2022), h. 52-53.

komunikator kepada komunikan. Dalam komunikasi, pesan penting karena menjadi inti dari terjalannya komunikasi. Tanpa pesan komunikasi tidak dapat berjalan dengan baik.

b. Komunikan (Organism)

Komunikan merupakan elemen yang akan menerima pesan/stimulus yang diberikan oleh komunikator. Sikap yang diterima akan berbeda tergantung dengan bentuk stimulus yang diberikan. Ada tiga variable penting yang menentukan respon yang diberikan oleh komunikan setelah menerima stimulus yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan.

c. Efek

Efek yaitu perubahan sikap/perilaku yang bisa dikatakan juga sebagai pengaruh. Stimulus yang diberikan dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus diterima maka ada perhatian dari individu dan efektif, namun jika stimulus ditolak maka akan berhenti dan tidak ada respon. Setelah diterima, organisme akan mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak. Dukungan fasilitas dan dorongan dari lingkungan akan memberikan efek tindakan dari individu. Efek tindakan inilah yang kemudian disebut sebagai pengaruh (perubahan perilaku).

Berdasarkan uraian diatas, dapat dipahami bahwa teori S-O-R adalah komunikasi yang menyebabkan terjadinya aksi reaksi sehingga

penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organism (komunikasikan).

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini sebagai bahan perbandingan. Hasil penelitian terdahulu ini digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah. Penelitian terdahulu yang digunakan pastinya mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini.

Pertama, Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Kenakalan Siswa SMAN 3 Tualang oleh M. Abdi.<sup>45</sup> Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu membahas tentang pengaruh dari intensitas penggunaan media sosial dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Meskipun pada penelitian oleh M. Abdi ini tidak ada spesifikasi media sosial yang digunakan atau bisa dikatakan penelitian oleh Abdi ini meneliti pengaruh intensitas media sosial secara umum, sedangkan pada penelitian ini terdapat spesifikasi yaitu aplikasi tiktok. Perbedaannya terletak pada objek yang dikaji dan variabel terikat yang diteliti. Pada penelitian ini objeknya adalah anggota di organisasi dan variabel terikatnya adalah perilaku narsisme, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh

---

<sup>45</sup> Muhamad Abdi Dwi Bagas, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Kenakalan Siswa SMAN 3 Tualang", (Skripsi S1 Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau, 2021)

abdi, objeknya adalah siswa SMA dan variabel terikatnya adalah kenakalan remaja.

Kedua, Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme oleh Raja Nadira Shaheila Putri.<sup>46</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Raja Nadira terletak pada variabel terikatnya yaitu perilaku narsisme. Selain itu, penelitian oleh Raja Nadira juga menggunakan jenis penelitian kuantitatif sama dengan penelitian ini. Perbedaannya berada pada aplikasi yang diteliti, yaitu penelitian ini menggunakan aplikasi tiktok sedangkan penelitian oleh Raja Nadira menggunakan aplikasi instagram. Selain pada aplikasi yang digunakan, teori yang digunakan oleh penelitian Raja Nadira dan penelitian ini juga berbeda, yaitu teori Uses and Gratification digunakan oleh Raja Nadira dan teori S-O-R yang digunakan pada penelitian ini.

Ketiga, Bimbingan Keagamaan Dalam Mencegah Perilaku Narsistik pada Aktivis Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas (UKMF) Rohani Belia Bina Islam (Rabbani) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung oleh Zakia Ayu Ulfandari.<sup>47</sup> Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian oleh Zakia pada tema perilaku yang dikaji yaitu perilaku narsisme.

---

<sup>46</sup> Raja Nadira Shaheila Putri, “Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme”, (Skripsi S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2022).

<sup>47</sup> Zakia Ayu Ulfandari, “Bimbingan Keagamaan dalam mencegah perilaku Narsistik pada Aktivis Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas (UKMF) Rohani Belia Bina Islam (Rabbani) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Uin Raden Intan Lampung” (Skripsi S1 UIN Raden Intan Lampung, 2019).

Penelitian oleh Zakia menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, interview, dan dokumentasi. Berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Keempat, Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @netflixid Terhadap Minat Untuk Menonton Film di Netflix (Studi Pada Followers Instagram @netflixid) oleh Klara Delviyana.<sup>48</sup> Persamaan penelitian oleh Klara dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitiannya yaitu mengkaji pengaruh atau pengaruh dari media sosial. Persamaannya juga terletak pada teori yang digunakan yaitu teori S-O-R dan menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Perbedaannya terletak pada aplikasi media sosial yang diteliti yaitu aplikasi yang digunakan pada penelitian oleh Klara yaitu instagram berbeda dengan penelitian ini yang fokus pada aplikasi tiktok.

Kelima, Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN Ponorogo oleh Khoridzatul Wahyu Faizah.<sup>49</sup> Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian oleh Khoridzatul terkait variabel penelitian yang diteliti, yaitu pengaruh penggunaan tiktok terhadap perilaku narsisme. Perbedaannya

---

<sup>48</sup> Klara Delviyana, "Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @netflixid Terhadap Minat Untuk Menonton Film di Netflix" (Skripsi S1 Fakultas Ilmu sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung, 2021).

<sup>49</sup> Khoridzatul wahyu Faizah, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN Ponorogo" (Skripsi S1 Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022).

terletak pada teori yang dipakai yaitu teori uses and gratification digunakan oleh Khoridzatul sedangkan penelitian ini menggunakan teori S-O-R.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Armylia Malimbe, dkk yaitu Pengaruh Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado.<sup>50</sup> Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh dari penggunaan aplikasi tiktok, dimana memiliki kesamaan dengan penelitian oleh Armylia. Perbedaannya terletak pada objek yang dikaji yaitu, mahasiswa sosiologi di Universitas Sam Ratulangi Manado adalah objek dari penelitian Armylia, sedangkan pada penelitian ini objeknya adalah anggota organisasi IPNU IPPNU. Perbedaannya juga terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif pada penelitian Armylia dan penelitian kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Saidah dan Afidatur Rohmah tentang Narsisme dan Implikasinya Terhadap Gangguan Kepribadian Narsistik Perspektif Al Qur'an.<sup>51</sup> Penelitian oleh Saidah dan Afidatur memiliki kesamaan dengan penelitian ini pada fokus pembahasannya mengenai perilaku narsisme. Perbedaannya adalah pada penelitian oleh Saidah dan Afidatur ini hanya untuk mencari ayat-ayat tentang narsisme dan

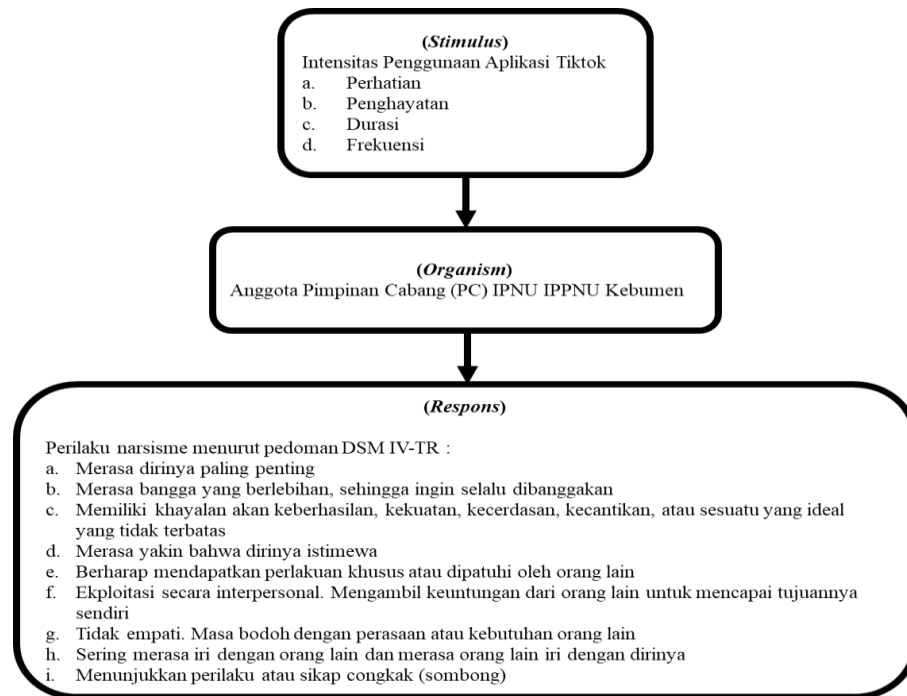
---

<sup>50</sup> Armylia Malimbe, dkk, "Pengaruh 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 (2021).

<sup>51</sup> Saidah, Afidatur Rohmah, "Narsisme dan Implikasinya Terhadap Gangguan Kepribadian Narsistik Perspektif Al-Qur'an", *Jurnal Studi Al Qur'an dan Tafsir*, Vol. 5, no. 2 (2021).

implikasinya terhadap gangguan narsistik perspektif al Qur'an, sedangkan pada penelitian ini fokus pada pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku narsisme secara umum. Perbedaannya juga terletak pada metode penelitian, dimana penelitian oleh Saidah dan Afidatur ini melalui studi kepustakaan sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif.

### C. Kerangka Teori



**Gambar 17**  
**Kerangka Teori**

