

Dampak TiKTok dalam Mempengaruhi Generasi Muda

Misder, Julianto M.Kom

, INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONTIANAK
misderalkalbari@gmail.com, ²julianto@iainptk.ac.id

Abstrak

Dalam beberapa tahun terakhir sejak penciptaan TikTok, telah terjadi peningkatan pesat dalam penggunaan aplikasi semacam itu oleh para remaja untuk mendapatkan popularitas dan menghilangkan kebosanan. Aplikasi ini dikembangkan di China dan dimiliki oleh Byte Dance. Awalnya bernama Musically, aplikasi canggih yang sekarang dikenal sebagai TikTok ini memiliki 500 juta pengguna aktif bulanan dan dapat diakses dalam 34 bahasa. Diikuti oleh YouTube, Snapchat, dan Instagram, TikTok adalah aplikasi sosial ke-4 yang paling banyak diunduh. Studi sebelumnya yang dilakukan menunjukkan bahwa aplikasi yang berfokus pada gambar seperti itu menyebabkan beberapa masalah kesehatan mental seperti ketidakpuasan tubuh, gangguan makan, kepribadian narsis, dll. Penggunaan aplikasi ini telah mengakibatkan pornografi anak, cyberbullying, dan pelepasan orang tua. Makalah ini menggunakan pendekatan pragmatis untuk mengkaji secara mendalam alasan di balik TikTok menjadi sukses besar yang tiba-tiba di kalangan remaja beserta efek positif dan negatifnya. Analisis konten dilakukan pada pandangan orang tua dan komentar yang ditinggalkan sebagai umpan balik di toko aplikasi untuk mengunduh aplikasi ini. Data kualitatif yang terkumpul ditranskrip dan dikodifikasi untuk mendapatkan tema-tema yang muncul. Wawancara kelompok terfokus dengan beberapa selebritas mikro TikTok yang akan datang dilakukan untuk mengeksplorasi proses pemikiran yang mendasarinya, masalah, dan fakta menarik lainnya tentang aplikasi tersebut. Studi ini mengusulkan kerangka konseptual sebagai peta jalan mikro-ketenaran TikTok yang dapat digunakan oleh studi dan peneliti lain. Studi ini memperkuat fakta untuk memahami bidang penelitian lebih lanjut dalam merancang dan mengembangkan aplikasi dari perspektif fungsional serta pengguna.

Kata kunci— TikTok, Remaja, Aplikasi yang berfokus pada gambar, Microfame, Popularitas, Analisis konten

PENDAHULUAN

TikTok adalah salah satu aplikasi paling populer di media sosial. Aplikasi ini adalah tujuan utama dunia untuk membuat video seluler bentuk pendek di Asia, Amerika Serikat, dan belahan dunia lainnya. Itu muncul dari pendiri aplikasi bernama Musical.ly. TikTok, juga dikenal sebagai Douyin di Tiongkok, dimulai pada September 2016 dan dikelola oleh Byte Dance (Lauren Hallanan, 2018). Aplikasi media ini

dapat diakses di lebih dari 150 pasar dan dalam 75 bahasa (Mehvish Mushtaq, 2018). TikTok telah menghasilkan tren modern di kalangan remaja dan memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video pendek berdurasi 15 hingga 60 detik dan memungkinkan mereka memilih lagu, efek, atau soundbite. Manfaat tambahan adalah kolaborasi yang merupakan motivasi utama di mana mereka dapat melakukan a,,“duet” dengan seseorang dengan menanggapi video mereka yang

menghasilkan rangkaian tanggapan yang tidak terbatas. Pada bulan September, itu terlampaui Facebook, Instagram, YouTube, dan Snapchat dalam pemasangan bulanan di App store. Karena 500 juta pengguna efektif di seluruh dunia, dengan 6 juta unduhan AS per November TikTok menjadi hit. Karena TikTok seperti aplikasi media sosial seperti Snapchat, Vine, atau Dubsmash, TikTok mendapatkan pengaruhnya karena menawarkan lebih banyak pilihan bagi pembuat konten. TikTok juga merupakan aplikasi berperingkat tinggi di Google Play Store yaitu 4.6 dan menjadikan aplikasi ini penggabungan Kecerdasan Buatan dan pengambilan gambar yang sangat berkualitas (“Departemen Bahasa Inggris”, 2018). Literatur yang ada telah dikumpulkan dan ditinjau sebagai bagian dari studi sekunder. Data primer dikumpulkan melalui ulasan yang diberikan oleh berbagai orang yang menggunakan platform TikTok untuk membuat video dan orang tua pengguna TikTok. Kesenjangan yang serius dapat diidentifikasi dalam penelitian ini. Penonton utama aplikasi ini adalah remaja. Namun aplikasi ini dimanfaatkan oleh banyak pengguna dan menampilkan TikTok sebagai aplikasi yang lebih negative dampak daripada positif. Studi ini mencakup tiga tujuan utama:

- Untuk mengevaluasi alasan mengapa aplikasi TikTok mendapatkan perhatian besar yang tiba-tiba dan menentukan dampak positif dan negatif dari aplikasi tersebut.
- Untuk melakukan penelitian primer yang dibangun berdasarkan analisis konten tentang pendapat orang tua tentang TikTok dan wawancara dengan beberapa mikroselebriti yang akan datang untuk mendapatkan

ulasan mereka tentang aplikasi tersebut.

- Untuk mengusulkan kerangka kerja konseptual yang berfungsi sebagai peta jalan bagi pengguna untuk mikro-ketenaran TikTok.

Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami bagaimana TikTok memainkan peran penting dalam kehidupan anak muda. Orang tua perlu mengetahui apa yang dilakukan dan dilihat anak-anak mereka di aplikasi ini. Studi ini berharap dapat bermanfaat terkait dengan pengguna TikTok yang dapat membantu psikolog di masa depan dan orang tua untuk mengenali mengapa hal itu berdampak besar pada generasi muda.

METODE PENELITIAN

Dalam artikel ini, penelitian primer telah dilakukan melalui analisis isi komentar dan umpan balik orang tua tentang TikTok dan pengaruhnya terhadap anak-anak. Identy adalah mencari kata-kata yang paling sering digunakan (dinyatakan sebagai pengalaman dengan aplikasi TikTok). Data tadi sangat kualitatif . Data kualitatif yang dikumpulkan ditranskrip dan dikodifikasi. Model konseptual didasarkan pada tingkat tinggi abstraksi data kualitatif dan korelasi tematik.

- Tema konten yang tidak pantas: Ini termasuk perhatian utama orang tua seperti "banyak ketelanjangan di aplikasi ini" dan "lagu dan lirik yang tidak pantas". Salah satu orang tua berkata, “Saya menemukan konten yang sangat tidak pantas secara seksual”. Ini juga termasuk "Menjijikkan", "lagu ofensif" yang mudah dicari dan "pornografi ada". Aplikasi ini juga berisi pop up di

umpan berita di mana "setiap kali saya membuka aplikasi itu akan menampilkan video orang secara acak, tanpa kontrol atas parameter yang sesuai usia." Aplikasi ini tidak direkomendasikan untuk siapa pun yang berusia di bawah 18 tahun karena "berubah menjadi platform pornografi anak". Ketidaksenonohan aplikasi telah dipercepat ke tingkat di mana "orang dewasa berteman dengan anak-anak dan mengirim mereka spam dengan iklan dengan konten yang tidak pantas." Orang tua yang sangat prihatin menyatakan bahwa konten yang tidak dapat diterima "akan membuat mereka tidak peka dan mereka akan berpikir tidak apa-apa. Itu menjadikan anak-anak Anda bahasa dan tarian yang sangat kotor". Karena negatifnya, aplikasi ini digambarkan sebagai "ofensif dan beracun".

- Privasi dan tema pengaturan: Orang tua memiliki pandangan yang penuh perhatian bahwa aplikasi ini lebih khawatir tentang mendapatkan jumlah pengguna yang tinggi daripada melindungi kaum muda "Aplikasi memiliki Tindakan Pencegahan Privasi yang Buruk". Mayoritas orang telah melaporkan "pedofil" di aplikasi ini. Fitur duet dari aplikasi ini memungkinkan pria yang lebih tua dan merinding untuk membuat tanggapan yang tidak pantas terhadap video anak-anak dan wanita. Para pria merekam reaksi seksual dan tidak wajar terhadap video anak-anak berusia 18 tahun ke bawah, yang merupakan masalah utama yang diperhatikan orang tua juga.

"Ada banyak predator anak-anak." TikTok adalah aplikasi berbahaya bagi anak kecil karena memungkinkan orang untuk dengan mudah "mengumpulkan informasi" tentang pengguna dari video mereka.

- Tema kesehatan mental: TikTok juga menjadi basis bagi pengguna untuk "menindas" pengguna lain yang berujung pada "depresi" dan "bunuh diri" yang perlu dilaporkan.

2.1. Alif cepmek

Ragi pengguna TikTok tentu sudah tak asing dengan sosok Alif TikTokers yang diuluki sebagai Dilan KW. Dia terkenal dengan suara mirip Dilan dan gaya bicarannya yang dilehavelavkan ala anak gaul 2000-an lewat akun TikTok @Alif TikTak. Alif juga keran meraung dan mengucakan 'Rawrr' dalam berbagai unggahannya. Pria dengan jargon 'Ente kadang-kadang ente' itu juga mempopulerkan potongan rambut cepmek "Rano model rambutnya model ana?" tanpa warganet dengan akun @utramenzero90 soal rambut ala Alif "Biar aku kasih tahu ya rambut model aku itu model cepmek ya. Kalian tahu model cepmek itu ana? Cepmek mekar ya. Buat kamu yang mau potong rambut hilang saja model cepmek ya." balas Alif "Pac laoi balas komentar cukurannya model ana nggak tau kenapa tiba-tiba aku ke pikiran cukuran model cepmek cepak mekar karena rambut aku yang agak sedikit mekar. Karena rambut aku yang mekar mengembang makanya aku sebut cukuran mekar sampe kanan kiri dua hari atasnya naniang mekar jadi cepmek cepak mekar" unokan Alif kepada Walingga. Gaya rambut cepmek yang jadi perbincangan di media sosial. Alif memberikan tanggapannya "Saya seneng karena telah membuat warga TikTok tertawa karena tingkah saya dan cukuran cepmek saya" kata Alif seraya tertawa. Kegiatan sehari-hari Alif dia tinogal di kawasan Jakarta Barat. Dia masih duduk di bangku sekolah malam mengambil sistem paket dan gemar membuat konten kocak di akun TikTaknya. "Konten yang biasa dibuat video lucu untuk menghibur warga TikTok dan memberi semangat ke semua orang agar semangat" ucapnya. Sebelum viral karena gaya rambut cepmek, Alif sudah terkenal di TikTok sebagai Dilan KW. Dia memiliki lebih dari 629 ribu followers di TikTok. Total

like yang didanatkannya dengan membuat konten sebagai Dilan KW mencapai 16 juta. Anak sulung dari tiga orang bercaudara ini juga menanggapi komentar warganet yang menyebut dirinya sebagai Dilan KW karena mengikuti gaya tokoh dalam film Dilan 1990 "Kalau aku nggak meraca mirip ya mungkin mirip dari jaketnya aja ya. Kalau cvarannya tergantung orang yang menilai ada yang bilang mirip dan ada juga yang bilang tidak mirip semua orang berhak berpendapat dan ada yang cuka dan ada juga yang nggak cuka" terangnya. Mengenai cvarannya dan gaya bicarannya yang dibuat mirip tokoh Dilan dalam film Dilan 1990 Alif mengaku memang terinspirasi setelah menonton film yang dibintangi Ibaal Ramadhan itu "Awal mulanya aku nonton film Dilan nas adegan berantem sama Anhar romatic ke Milea seru banget filmnya. Nah dari situ aku mulai tiruin ngomong iangan rindu berat kamu juga akan kuat biar aku saja. Aku contohin ke orang katanya mirip Dilan dari situ aku nunva konsen untuk membuat konten menirukan cvara Dilan "tutur Alif nggak. Tak iरणe usai berbicara Alif juga merang mengucakan kata "Rawrrr". Dia menuturkan alasannya mengucakan kata tersebut "Karena aku cuka binatang macan Rarw makanya aku cuka Rarw" tambahnya. Setelah namanya semakin viral Alif mengakui banyak perubahan yang ia rakan. "Alhamdulillah sudah bisa beli barang sendiri seperti iPhone dan handphone Oppo motor dan uang tabungan di rekening." ucanva terharu.

Ia juga memberikan reaksi orang sekitarnya karena keran muncul di media social "Ada yang cuka katanya lucu ada juga yang nggak cuka dan cuka sering dibuat bercanda agar bisa tertawa" uarva cerava tertawa Alif yang keran membuat konten kocak menambahkan pernah mendapatkan komentar negatif karena berbagai videonya. Namun ia enggan mengambil nusing. Aku sih kadang-kadang nggak lihat komentar tapi kadang-kadang juga lihat cuma ya udah lah biarin. Mungkin dia bercanda. Netizen Indonesia aalva baik cuma kalau ngetik cuka pedes aja tapi aku nggak baner kok" tegasnya. Buat kamu yang ingin menjadi TikTokers seperti Alif si Dilan KW ini memberikan saran agar tetan konsisten, nantang menverah dan menjadi diri sendiri. Selain itu menurutva usahakan agar tetan sekolah nomor satu "Semangat terus iangan pernah menverah kalau jatuh langsung bangkit lagi," pungkas Alif.

2.2. Fajar Sadboy,

tengah dihebohkan dengan sosok pemuda yang diketahui bernama Fajar. Ia viral usai bercerita tentang penolakan yang

ia dapatkan dari seorang perempuan yang dicintainya. Video [TikTok](#) dirinya yang menangis sesenggukan pun beredar luas di media sosial. Bahkan, dirinya juga viral di media sosial Twitter hingga diundang ke stasiun TV. Karena video tersebut, Fajar pun dijuluki sebagai [Fajar Sadboy](#). Nama tersebut diambil dari penyebutan 'sad boy' atau 'sad girl' yang biasanya ditujukan kepada remaja yang sedang bersedih. Mengutip dari beberapa sumber, Fajar mengaku, perempuan yang ia cintai tak pernah membalas pesannya sejak awal Oktober. Pesan tersebut hanya dibaca tanpa pernah dibalas. Seperti yang tertulis di atas, curahan hatinya ini juga mencuri perhatian hingga diundang di salah satu acara TV. Dalam kesempatan tersebut, Fajar mengungkapkan kisah pilunya setelah ditinggalkan oleh wanita yang dicintainya. Saat itu, Fajar Sadboy memperlihatkan sosok wanita yang menjadi penyebab dirinya bersedih. Saat menceritakan kisahnya, Fajar pun kembali menangis di acara tersebut. Menurut Fajar, ia ditinggalkan tanpa sebab. Wanita itu juga menjauh ketika dirinya sudah mulai merasa nyaman. Sebelum mendadak viral, memang tak banyak yang mengetahui sosok Fajar sadboy. Fajar Sadboy ternyata merupakan pemuda asal Gorontalo.

Ia mengaku, pertama kali terkenal karena Perempuan Selalu Bikin Bodoh (PSBB). Kisah sedih perihal percintaannya ini pun akhirnya ia jadikan sebagai pengalaman pahit dan pembelajaran hidup. Bahkan, Fajar Sadboy juga berpesan untuk para remaja agar bisa melupakan masa lalu demi menjalani masa depan yang jauh lebih baik. Kepopuleran Fajar Sadboy semakin meningkat usai diundang di Channel Youtube Denny Cagur, yakni Denny Cagur TV. Warganet justru dibuat tertawa dengan jawaban-jawaban yang dilontarkan Fajar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini kami telah mengidentifikasi referensi literatur yang

mencakup tujuan secara luas. Berbagai teori telah berevolusi dari waktu ke waktu untuk menjelaskan mengapa aplikasi tiba-tiba mendapatkan basis pengguna yang sangat besar. Sebuah studi yang dilakukan pada aplikasi TikTok menyarankan teori pengguna-sentris yang merupakan prosedur berulang di mana mereka lebih fokus pada pengguna dan kebutuhan mereka. UCD membutuhkan pengguna selama proses mereka dan melakukan sejumlah penelitian dan metode perencanaan untuk menghasilkan produk yang sangat berguna dan terjangkau bagi pengguna. Karena TikTok murni dibuat berdasarkan pengetahuan dan pemahaman pengguna. Karena aplikasi ini tidak hanya digunakan sebagai jejaring sosial tetapi lebih berfokus pada inovasi pengguna dan menyediakan pengguna dengan menawarkan mereka untuk menyampaikan imajinasi mereka dengan mudah. Meninjau studi Jiang Xiao Yu (2019), hal yang sama dibuktikan dengan teori user centric. Artikel lain mendorong model bisnis yang juga menjadi salah satu alasan tiba-tiba mendapat perhatian besar-besaran. Model bisnis mewakili alasan bagaimana perusahaan memproduksi, mendistribusikan, dan memanfaatkan manfaat dalam situasi keuangan, sosial, budaya, dan lebih lanjut. Namun, untuk memahami mengapa ini unik, penting untuk melihat perusahaan di balik TikTok, ByteDance. ByteDance telah mendapatkan putaran subsidi dari SoftBank dan deposit tambahan terdiri dari \$3 miliar dengan estimasi \$75b. Misi utama mereka tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan pengetahuan tetapi juga untuk menciptakan hub yang produktif, menghadirkan dan memotivasi pengguna dan ide ini membantu strategi mereka dalam pertumbuhan produk.

Pengguna seperti Loren Gray, keluarga LaBrant, Baby Ariel, Kristen Hancher, Cameron Dallas, Gil Croes, Jayden Croes, Savannah Soutas, Liza Koshy, dan Mackenzie Ziegler yang telah menciptakan merek keberuntungan mereka dan memiliki karier musik sendiri dan yang paling signifikan saluran YouTube. 10 influencer teratas ini telah mendapatkan jutaan pengikut dan dapat menghasilkan jutaan dolar karena semakin banyak merek yang siap berkolaborasi dengan influencer di platform ini. Karena TikTok merebut pangsa pasar selain dari aplikasi media umum dan terkenal lainnya. Oleh karena itu, ByteDance berkembang pesat dan mencapai ketenarannya (Gennaro Cuofano,2018).

Model bisnis TikTok seperti aplikasi media lainnya mengandung dua komponen utama yaitu pengguna dan pengiklan. Pendapatannya berasal dari iklan dan pembelian aplikasi oleh pengguna TikTok. Poin terpenting yang harus diperhatikan di sini adalah bahwa pengguna tidak membayar untuk mengunduh aplikasi ini dan menggunakannya, tetapi TikTok menggabungkan pendapatannya dari data pengguna yang mereka dapatkan dari Anda (Waktu ekonomi,2019). Statistik terbaru menunjukkan hal itu kepada kita ada 500 juta bulanan TikTok aktif pengguna di seluruh dunia. Mempelajari artikel Gennaro Cuofano, hal yang sama diwakili oleh model bisnis. Cara aplikasi dirancang adalah keuntungan lain bagi TikTok untuk mencapai pengakuan besar yang tidak terduga. Hal pertama yang membuat TikTok berbeda dari aplikasi media lainnya adalah dengan tersedianya beberapa jenis musik latar, tantangan, video tarian, trik sulap, dan video lucu yang membuat para remaja terpesona untuk terhubung dengan aplikasi

tersebut. Yang kedua adalah aplikasi ini membutuhkan lebih sedikit waktu untuk membuat video, 15 detik yang merupakan keuntungan bagi pengguna karena faktor ini sesuai dengan gaya hidup pengguna yang cepat yang membuat TikTok sangat berbeda dari aplikasi pesaing lainnya. Desain TikTok yang unik ini merupakan nilai tambah bagi produk dan untuk mendukung perkembangan dan pertumbuhannya. Aplikasi video pendek pertama yang menggunakan analisis data besar adalah TikTok. Mereka telah menggunakan analisis data besar untuk memahami kesukaan pengguna sehingga mereka dapat menyarankan beragam konten kepada mereka yang memudahkan pengguna untuk memilih apa yang mereka sukai (Hou Liqian, 2018).

Dampak positifnya, TikTok memiliki peluang di bidang pendidikan di mana para guru dapat menggunakan aplikasi ini di ruang kelas sebagai alat untuk mengilustrasikan ide atau contoh, yang dapat dilakukan dengan mudah oleh siswa di sekolah (Brittany Marklin, 2018). Area lain di mana TikTok dapat menyebarkan dampak positifnya adalah melalui amal di mana pengguna membagikan video berdasarkan filter augmented reality (AR) bertema liburan dengan tagar #CreateforaCause akan memberikan \$2 juta untuk amal saat pengguna memposting video tersebut. Selebriti seperti Ashley Benson, Khloe Kardashian, Nick Jonas, Vanessa Hudgens, Nina Dobrev dan Serayah yang digabungkan dengan aplikasi ini untuk meningkatkan kesadaran akan kampanye (Robert Williams, 2018).

TikTok adalah salah satu aplikasi media teratas yang memberikan kesempatan kepada orang-orang yang dapat menunjukkan kemampuan akting dan bakat lainnya melalui aplikasi ini yang dapat membantu pengguna

mendapatkan kesempatan berakting di industri film. Karena TikTok mengandung lebih banyak pengaruh negatif daripada pengaruh positif. Sebuah artikel yang diterbitkan oleh The New Indian Express (2019) mengumumkan bahwa pada bulan Desember saja 36 telepon dari anak-anak dan orang dewasa diterima oleh konselor Tamil Nadu di 104 saluran bantuan terkait intimidasi, pelecehan, dan kecanduan TikTok. Seorang pria berusia 23 tahun yang bunuh diri di Vyasarpadi di Tamil Nadu, dia mengambil langkah berbahaya setelah diejek secara online karena berdandan seperti wanita dan diposting di TikTok. Sebagian besar audiens yang ditargetkan dalam aplikasi ini adalah siswa sekolah yang sering terlihat berseragam sekolah memposting video diri mereka di ruang kelas yang memberikan kesempatan kepada penguntit untuk menebak sekolah mana yang mereka tuju. "Jika China menginginkan data demografis dari basis pengguna ByteDance, mungkin akan dapat menarik lebih banyak data daripada Indonesia itu sendiri. Ini tidak sering dianggap sebagai ancaman oleh pembuat kebijakan lokal, tetapi sebenarnya mereka akan memiliki data yang berkaitan dengan tinggi badan, berat badan, dan bahkan berapa banyak pengguna yang memakai kacamata," kata Moses Sam Paul yang bekerja di Heptagon Technologies (The New Indian Express, 2019). "Kontennya (di TikTok) banyak yang negatif, terutama untuk anak-anak," kata Rudiantara alasan diblokir di Indonesia karena konten di dalamnya tidak cocok untuk anak-anak dan tidak mendidik. Artikel lain dari The Economic Times (2019) menyatakan bahwa pengadilan India memutuskan untuk melarang pengunduhan aplikasi TikTok karena mengandung "konten pornografi dan

tidak pantas", kata pemerintah. Anak-anak rentan dan mungkin terpapar predator seksual (The Economic Times, 2019). Pada tahun 2019 India saja telah memperoleh 88,6 juta pengguna TikTok terlepas dari konten tidak pantas yang dimilikinya. Anak muda yang kecanduan TikTok atau aplikasi serupa lainnya, masa depan mereka dalam bahaya dan karena itu pola pikir anak-anak muda menjadi rusak. Ini juga memaparkan anak-anak dan remaja India pada cyberstalking, predator online, dan menjadi korban tindak pidana. TikTok dibandingkan dengan Tantangan Paus Biru oleh Pengadilan Tinggi Madras yang menyebabkan remaja melakukan tindakan kekerasan dan memaksakan diri untuk menyakiti diri sendiri. Selain itu, telah dikeluarkan dari penggunaan, penyebaran, dan pengunduhan video apa pun di India.

KESIMPULAN

Banyak penelitian dan studi telah dilakukan untuk memahami mengapa TikTok mendapatkan perhatian besar yang tiba-tiba dan pengaruhnya terhadap generasi muda. Studi ini penting agar kami dapat meningkatkan perspektif fungsional dan perspektif pengguna aplikasi ini. Platform ini juga sangat memberikan preferensi pengguna yang sering mengakibatkan penyalahgunaan fitur-fiturnya dan vulgarisasi konten. Ada konten-konten yang meresahkan manusia biasa di masyarakat, tidak adanya pedoman nilai yang efektif dan tepat. Konten tersebut tampaknya dibakukan dan beberapa bagian konten mengandung Pelanggaran. Teori pengguna-sentris yang dengan mudah memvalidasi teori "penggunaan dan kepuasan". Jika hanya berdasarkan "kepuasan" dan jika tidak ada

"bimbingan" maka seluruh fungsi akan memburuk. Di India khususnya TikTok telah menjadi perhatian utama yang menyebabkan pelarangan aplikasi karena kontennya yang tidak pantas dan Pornografi. Saya, sebagai orang India, ingin menjaga lingkungan dalam aplikasi yang aman dan percaya diri di TikTok. keamanan digital. Itu juga harus memungkinkan pengguna untuk melaporkan konten yang tidak pantas dan melanggar pedoman komunitas. Studi ini juga akan membantu orang tua untuk mengenali dampak negatif dari aplikasi yang berfokus pada gambar tersebut terhadap anak-anak dan mencerahkan remaja untuk lebih waspada saat menggunakan aplikasi. Dari data di atas dikumpulkan itu terlihat adanya kesamaan pada masalah yang diangkat oleh pendapat orang tua dan peserta yang diwawancarai. Kedua orang tua dan orang yang diwawancarai menyatakan bahwa vulgar dan komentar yang tidak pantas hadir di aplikasi di mana orang yang diwawancarai menyatakan itu manak perempuan lebih cenderung menghadapi murah dan mengobjektifkan komentar.

Dalam aspek pengaturan privasi, sebagian besar mengklaim bahwa aplikasi tersebut cukup aman dengan undang-undang baru yang diterapkan setelah pelarangan aplikasi di India. Untuk anak di bawah umur, tidak aman dengan kontennya yang sangat sugestif dan vulgar. Dua orang yang diwawancarai mengatakan bahwa anak-anak perlu dipantau di aplikasi karena "usia hanyalah angka". Saya akan menyimpulkan penelitian ini dengan menyatakan bahwa aplikasi ini harus mengikuti bagian dari "penjaga gerbang" dan harus menghilangkan energi dari konten berbahaya. Itu juga dapat meningkatkan "selera estetika" dan memenuhi "kebutuhan spiritual" tingkat

tinggi pengguna dengan memberikan konten berkualitas. Tulisan ini juga membahas review yang diberikan oleh individu “microcelebrities” tentang TikTok.

5. SARAN

Media sosial TikTok membantu remaja mengembangkan aktivitas yang aman atau berkembang. Namun penggunaan media ini tetap membutuhkan peran pengawasan dan semua pemangku kepentingan di kalangan pemuda. Meskipun sebagian besar konten dalam aplikasi TikTok bersifat negatif, konten tersebut juga dapat bersifat positif, termasuk banyak tantangan positif untuk meningkatkan kepercayaan diri remaja. Aplikasi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan diri remaja, tetapi juga menarik dalam penampilan dan musik yang ada dan lebih efektif dalam menyampaikan pesan-pesan promosi seperti pendidikan, untuk melaksanakan berbagai bentuk pendidikan. Cara memperebutkan mahkota Tidak hanya digunakan untuk membuat video yang menghibur, tetapi juga untuk digunakan sebagai ajang promosi produk. Jika Anda memiliki banyak pelanggan, Anda dapat memonetisasi mereka dan menyukai video.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada bapak dosen pengampuh mata kuliah Teknologi Informasi yakni bapak **Julianto, M.Kom.** yang telah memberi “dukungan financial” terhadap penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

• W. Robert. (2018, 21 Desember).

<https://www.mobilemarketer.com/news/tiktok-ties-ar-content-sharing-to-charitable-giving-in-celebrity-filled-cam/544921/>.

• C. Nicola. (2018, 16 Agustus).

<https://yp.scmp.com/news/features/article/110179/parents-may-worry-about->

• C.Gennaro.

<https://fourweekmba.com/tiktok-business-model/>

•

<https://economictimes.indiatimes.com/tech/software/all-about-tiktok-the-chinese-app-in-the-eye-of-a-storm-in-india/articleshow/68739941.cms>

•

<https://www.kompas.com/hype/read/2022/11/03/162401866/dijuluki-dilan-kw-hingga-viral-di-tiktok-s-alif-cepmek>

• Lassesen Ida. <https://kindaba.com/tiktok-worried-musically-social/>

• T. Kat. (2018, 6

Agustus).<https://www.inverse.com/article/47817-what-is-tik-tok-the-app-flooding-social-media-with-ads-and-partnerships>

- Xiao Yu, jiang. (2019). Penelitian Aplikasi TikTok Berbasis Teori User-Centric. Sains Terapan dan Riset Inovatif