

ANALISIS PERILAKU KOMUNIKASI PENGGUNA SOSIAL MEDIA TIKTOK (STUDI KASUS PADA KOMUNITAS KRETOK SAMARINDA)

Nayaka Mangkaraputra¹, Sugandi²

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku komunikasi pengguna sosial media TikTok pada Komunitas Kretok Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, analisis perilaku komunikasi pengguna sosial media TikTok Komunitas Kretok Samarinda, pada tahap mengingat, perilaku komunikasi komunitas Kretok terjadi dengan mengamati elemen-elemen konten TikTok yang mereka tonton, seperti gerakan, mengedit video, hingga backsound-backsound yang sedang viral. Pada tahap memahami, perilaku komunikasi Komunitas Kretok terjadi dengan cara bertukar referensi video TikTok dari masing-masing anggota, kemudian mendiskusikannya bersama. Pada tahap menerapkan, perilaku Komunikasi Komunitas Kretok terjadi dengan menerapkan konsep yang ada dengan mengikuti konsep yang sudah mereka lihat sebelumnya, yaitu konten TikTok yang memang sudah viral dan memiliki gerakan-gerakan tertentu. Pada tahap menganalisa, perilaku komunikasi Komunitas Kretok terjadi dengan mempelajari setiap gerakan yang ada pada konten TikTok, juga bagaimana editing video, dan caption serta Hastag yang digunakan untuk mendapatkan jumlah views yang banyak. Pada tahap menilai, perilaku komunikasi Komunitas Kretok terjadi dengan saling memberi masukan satu sama lain terhadap masing-masing konten yang mereka buat, biasanya menggunakan fitur personal chat agar pesan sampai secara langsung dan tidak menimbulkan salah paham, dan pada tahap berkreasi, perilaku komunikasi Komunitas Kretok terjadi dengan memadukan backsound TikTok yang memiliki template gerakan tertentu, bersama dengan kreasi gerakan milik mereka sendiri. Beberapa kali, anggota komunitas Kretok juga mencoba menciptakan trend FYP (For You Page) baru, tapi belum berhasil.

Kata Kunci: *Komunikasi, Komunitas Kretok, Perilaku, Sosial media, TikTok*

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. [Email: mangkaraputra@gmail.com](mailto:mangkaraputra@gmail.com)

² Dosen Pembimbing 1 dan Dosen Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Pendahuluan

Sosial media punya peran yang sangat besar di era teknologi informasi modern sekerang ini, sosial media hidup dan menjadi sebuah budaya baru di tengah masyarakat. Hampir setiap hari, kehidupan kita sebagai individu maupun kelompok tidak pernah terlepas dari sosial media. Perkembangan sosial media ini membuat remaja sendiri mulanya berlomba-lomba dalam membina komunitas melalui jaringan internet terutama sosial media yang terdiri dari Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, Instagram, WhatsApp, Game Online dan masih banyak lagi.

TikTok merupakan aplikasi video musik dan jejaring sosial asal Tiongkok resmi yang meramaikan industri digital di seluruh kota Indonesia. TikTok menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Sosial media ini menghadirkan special effects yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa mencicipakan sebuah video yang keren dengan mudah. Aplikasi TikTok memberikan penggunanya fitur meng upload video beserta audio dan mempunyai efek-efek menarik. Kehadiran sosial media TikTok adalah sebuah trend baru yang memberikan kemudahan bagi penggunanya, maka setiap konten di dalamnya pun tidak dapat dipungkiri mampu memberikan efek kepada penggunanya, salah satunya adalah perilaku komunikasi penggunanya. Efek ini pun dapat berpengaruh kepada sekitar, artinya setiap pengguna TikTok menjadi satu frekuensi dalam hal perilaku komunikasi. Sehingga terjadi ekspresi isi hati, perasaan, melalui berbagai macam konten yang tersedia.

Salah satu komunitas TikTok yang ada di Kota Samarinda adalah Komunitas Kretok Samarinda. Komunitas ini merupakan komunitas TikTok yang aktif berkegiatan dan memproduksi konten-konten TikTok. Komunitas ini dibentuk pada tahun 2020. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut mengenai perilaku komunikasi komunitas kretok smd dengan judul penelitian “Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Sosial Media TikTok (Studi Kasus Pada Komunitas Kretok Samarinda)”.

Kerangka Dasar Teori

Sosial Kognitif

Teori sosial kognitif (observasional) mempunyai fokus yang bergantung pada beberapa hal termasuk kemampuan subjek memahami dan mengingat hal apa saja yang ia lihat. Identifikasinya melalui cara memediasi karakter dan juga keadaan atau juga situasi yang berkaitan dengan peniruan perilaku. Teori sosial kognitif biasanya digunakan untuk menjelaskan bagaimana seseorang dan perilakunya. Teori sosial kognitif mempunyai tujuan mengetahui perilaku manusia dan prosesnya menangkap sesuatu. Bagaimana seseorang mengatur

perilakunya melalui control. Teori-teori yang berorientasi kognitif adalah teori yang menitikberatkan kepada proses sentral, misalnya saja sikap, ide, harapan dan gagasan dalam menerangkan tingkah laku. Ini kemudian dibedakan dari orientasi psikoanalitik, yang mempelajari proses yang terdalam misalnya saja, ketidaksaran manusia, dan behavioristic yang studinya menekankan pada tingkah laku dan proses luar.

Proses Kognitif menurut Sarwono (2006:32) Terdiri dari:

- 1) Mengingat adalah kemampuan memperoleh kembali pengetahuan yang sebelumnya pernah di dapatkan dari memori jangka panjang manusia. Remember atau mengingat mempunyai kategori yaitu proses kognitif mengenal kembali (recognizing) dan mengingat (recalling). Remember, driver berkaitan dengan proses kognitif mengenal kembali (recognizing) dan mengingat (recalling)
- 2) Memahami adalah sebuah kemampuan merumuskan makna dari pesan dan kemudian mengkomunikasikannya kepada orang lain, melalui lisan ataupun tulisan. Rancangan dari evaluasi untuk kategori memahami (understand) adalah proses kognitif menginterpretasikan, memberi contoh, mengklasifikasi, menyimpulkan, menduga, membandungkan dan kemudian menjelaskan.
- 3) Menerapkan adalah sebuah kemampuan untuk menggunakan prosedur konsep untuk kemudian menyelesaikan masalah. Driver melakukan latihan masalah kemudian mengetahui bagaimana cara menerapkannya. Evaluasi dari rancangan ini adalah melalui tiga proses, yaitu kemampuan melakukan dan menerapkan.
- 4) Menganalisa adalah sebuah kemampuan memecah suatu masalah dari sebuah kesatuan kemudian membongkarnya menjadi bagian-bagian. Namun tetap berkesinambungan satu sama lain. Merincikan sesuatu unsur pokok menjadi parsial. Pada tingkat ini seseorang akan mampu menganalisa informasi yang masuk dan membaginya atau menghubungkannya serta membedakan segala faktor di dalamnya. Rancangan evaluasi untuk kategori ini adalah membedakan dan mengorganisir
- 5) Menilai adalah sebuah kemampuan melakukan judgement, namun berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria digunakan untuk menentukan kualitas, efektivitas, efisiensi, dan konsistensi. Ada juga standar dalam tahap ini, yaitu digunakan untuk menentukan kualitas maupun kuantitas. Evaluasi terhadap tahap ini yaitu kategori menilai dari mengecek dan mengkritik.
- 6) Berkreasi adalah sebuah kemampuan menggeneralisasi ide baru, yang benarbenar fresh. Artinya kemampuan melekatkan beberapa elemen di

dalam sebuah kesatuan yang saling berkesinambungan. Proses ini biasanya berhubungan dengan pengalaman belajar driver. Evaluasi dalam tahap ini ada tiga proses yaitu: generating, planning, dan producing

Komunikasi

Menurut Hovland (dalam Mulyana, 2010:23), komunikasi adalah proses dimana kemungkinan seseorang (komunikator) menyampaikan (lambang-lambang verbal) untuk berubah perilaku orang lain”. Pendengar meningkatkan respon atau makna dari pikiran yang sama dengan yang dimaksud komunikan itu

komunikasi adalah suatu proses menyampaikan pesan yang berupa pesan informasi, emosi, keterampilan, ide, dan sebagainya dengan melalui simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa perilaku yang dilakukan menggunakan media tertentu, bahwa dari komunikator ke komunikan itu sangat baik menggunakan verbal maupun non verbal. Dalam perpindahan pesan tersebut memungkinkan komunikasi melalui media dan tatap muka, sehingga komunikasi dapat menimbulkan pengaruh dan efek baik bagi komunikan maupun komunikator.

Komunikasi Kelompok

Menurut Goldberg dan Larson (dalam Morissan, 2009:142), komunikasi kelompok adalah suatu bidang studi, penelitian dan penerapan yang menitik beratkan, tidak hanya pada proses kelompok secara umum tetapi juga pada perilaku komunikasi individu-individu pada tatap muka kelompok diskusi kecil. Beberapa unsur dalam komunikasi kelompok, diantaranya adalah komunikasi lisan, kepemimpinan, tujuan kelompok, norma kelompok, peranan, kohesivitas kelompok, dan situasi kelompok.

Dari pengertian komunikasi kelompok yang telah dipaparkan diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi kelompok merupakan proses komunikasi yang memiliki karakteristik yang khusus yaitu adanya pelaku yang terdiri dari minimal 3 orang, adanya tujuan, dan ada proses bertemu antar pelaku.

Perilaku Komunikasi

Perilaku komunikasi terdiri dari dua definisi, perilaku dan komunikasi. Perilaku adalah sebuah tindakan yang berorientasi pada tujuan, biasanya dimotivasi oleh keinginan-keinginan, sedang komunikasi adalah sebuah proses bertukar pesan antara seseorang atau lebih. Perilaku komunikasi dalam sebuah kelompok adalah sebuah tindakan-tindakan pesan yang sama dalam sebuah di kelompok.

Perilaku komunikasi terbagi menjadi dua, pertama perilaku komunikasi yang tampak yaitu overt behavior dan kedua perilaku komunikasi yang tidak tampak

yaitu covert behavior. Kemudian perilaku tersebut terbagi secara innate (alami) dan operant (operan). Perilaku komunikasi manusia, sebagian besar adalah operan. Artinya perilaku dibentuk dan dipelajari dari satu orang ke orang lain. Beda dengan perilaku alami, yang merupakan kepribadian yang dibawa sejak lahir. Dalam hal ini yaitu gerakan, refleksi, insting atau pembawaan.

Perilaku merupakan respon ataupun reaksi terhadap rangsangan-rangsangan (stimulus). Skinner seorang ahli ilmu psikologi mengatakan bahwa perilaku tersebut terjadi karena adanya proses stimulus terhadap organisme, kemudian direspon oleh organisme. Teori ini dinamakan teori S-O-R, yaitu stimulus, organisme, dan respon

Komunitas

komunitas adalah sekumpulan orang berinteraksi dalam area tertentu karena memiliki tujuan yang sama. Kesamaan tersebut antara lain pada profesi, persamaan tempat tinggal, kemiripan, hobby, dan suatu organisme di suatu daerah yang di dalamnya terdapat kelompok sosial yang saling berinteraksi secara terus menerus yang mempunyai hubungan yang erat antar anggotanya serta memiliki minat dan tujuan yang sama.

Sosial Media

Kehadiran media dengan segala kelebihanannya telah menjadi bagian hidup manusia. Perkembangan zaman menghasilkan beragam media, salah satunya sosial media. Sosial media merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Aplikasi TikTok

TikTok merupakan aplikasi asal China yang baru diluncurkan dan masuk di Indonesia pada akhir tahun 2017. TikTok adalah sebuah aplikasi media sosial yang berasal dari China dan baru diluncurkan dan masuk di Indonesia sekitar tahun 2017. TikTok resmi di luncurkan awal mulanya di Tiongkok pada September 2016 awal oleh perusahaan teknologi ByteDance.

ByteDance pada akhirnya mencoba untuk memperkenalkan aplikasi ini ke masyarakat dunia dengan modal Douyin yang sangat digemari. Pada tahun 2018 TikTok menjadi aplikasi paling laris dan viral terutama di Indonesia. Hal ini berdampak pada pemblokiran Kominfo terhadap aplikasi ini karena dianggap banyak berisi konten yang negatif. Namun, berselang satu bulan yakni pada agustus 2018 TikTok kembali di ijin dan dapat di unduh di Indonesia. Di Indonesia sendiri tercatat pengguna TikTok yang aktif mencapai angka 30,7 juta per Juli tahun 2020.

TikTok hingga kini sudah di unduh lebih dari 100 juta oengguna di Google

Play Store, sebuah angka yang fantastis untuk sebuah media social baru. TikTok kini menjadi salah satu platform yang sangat di gemari meski banyak pesaing bisnisnya kini. Beberapa competitor seperti Musical.ly yang pada akhirnya di akuisisi pada November 2017 dengan angka Rp 13,6 miliar, hingga fitur baru Instagram bernama reels yang menyerupai TikTok juga belum kuat untuk cukup menggeser aplikasi ini di masyarakat dunia. (<https://Triniket.com>. Diakses 2 Agustus 2021)

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian jenis ini adalah penelitian yang mengumpulkan informasi secara mendalam kemudian menggambarkannya secara ilmiah. Penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Berdasarkan pada filsafat postpositivisme, menurut Sugiyono (2016:9), penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian yang mengacu pada kondisi objek yang alamiah, bukan sebuah eksperimen. Dimana peneliti sebagai instrument kunci melakukan pengumpulan data secara trigulasi, bersifat induktif/kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menerangkan serta menjawab secara terperinci permasalahan yang akan diteliti, dengan mempelajari semaksimal mungkin. Instrument kunci dari penelitian ini adalah manusia dan hasil penelitiannya.

Fokus Penelitian

Untuk mengetahui secara jelas mengenai indikator-indikator yang akan diukur, maka perlu merumuskan definisi operasional dalam penelitian ini. Perilaku komunikasi pengguna Sosial Media TikTok pada Komunitas Kretok Samarinda, yaitu menggunakan teori proses kognitif menurut Sarwono (2006:32), yaitu:

- a. Mengingat
- b. Memahami
- c. Menerapkan
- d. Menganalisa
- e. Menilai
- f. Berkreasi

Jenis dan Sumber Data

Dalam suatu penelitian, jenis data sangat diperlukan untuk melengkapi pendeskripsian penelitian, dimana keseluruhan data tersebut perlu penjelasan dari mana asal sumber tersebut. Sumber data penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Data primer adalah sumber data yang diperoleh dari objek permasalahan dalam penelitian. Data ini adalah data yang diperoleh langsung peneliti dari permasalahan yang ada. Merupakan data utama yang peneliti dapatkan dari anggota komunitas KretoK Samarinda
2. Data Sekunder, adapun data ini diperoleh peneliti dari luar objek penelitian, namun sebagai pendukung analisis dalam penelitian ini. Data sekunder biasanya diperoleh dari jurnal, artikel, buku dan lain-lain.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012:224), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Teknis analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan dan menganalisis data yang telah diperoleh untuk selanjutnya dijabarkan dalam bentuk penjelasan sebenarnya. Dengan menggunakan teknik analisis interaktif yang dikemukakan Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2012:246) sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data
2. Reduksi Data
3. Penyajian Data
4. Penarikan Kesimpulan atau verifikasi

Hasil Penelitian

Komunitas KretoK Samarinda

Salah satu komunitas Tik Tok yang ada di Kota Samarinda adalah Komunitas KretoK Samarinda. Komunitas ini merupakan komunitas Tik Tok yang aktif berkegiatan dan memproduksi konten-konten Tik Tok. Komunitas ini dibentuk pada tahun 2020. Komunitas ini adalah komunitas Tik Tok pertama di kota Samarinda, dimana mereka mempunyai beberapa anggota yang terdiri dari kalangan anak muda kota Samarinda. Sudah pasti dalam sebuah komunitas yang sama, interaksi sosial ataupun perilaku komunikasi terjadi. Hal ini karena tidak dapat di pungkiri setiap anggota komunitas sering berinteraksi dan bertukar informasi. Kebiasaan ini membentuk sebuah perilaku komunikasi di antara mereka. Dimana satu sama lain yang memiliki berbagai macam background berbeda di satukan di komunitas yang sama, yaitu komunitas KretoK, di mana komunitas ini dibentuk karena kegemaran mereka yang sama terhadap aplikasi Tik Tok.

Pembahasan

Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial TikTok Komunitas Kretok Samarinda

Perilaku komunikasi pengguna sosial media TikTok Komunitas Kretok Samarinda. Komunitas Kretok Samarinda hadir sebagai sebuah wadah bagi para pecinta TikTok di Kota Samarinda, peneliti akan menganalisis berdasarkan indikator-indikator dijelaskan satu persatu sebagai berikut:

Mengingat

Remember atau mengingat mempunyai kategori yaitu proses kognitif mengenal kembali (recognizing) dan mengingat (recalling). Ketiga informan berdasarkan hasil wawancara mengenal kembali gerakan dan mengingat gerakan Tik-Tok yang ditonton dengan cukup mudah. Perilaku komunikasi anggota Kretok Samarinda pada tahap ini yaitu dengan sekali dua kali menonton konten Tik Tok yang di lihat, mereka sudah mampu meyimpan gerakan tersebut dalam memorinya.

Memahami

Memahami (understand), adalah sebuah kemampuan merumuskan makna dari pesan dan kemudian mengkomunikasikannya kepada orang lain, melalui lisan ataupun tulisan. Ketika driver mengerti. Rancangan dari evaluasi untuk kategori memahami (understand) adalah proses kognitif mengintepretasikan, memberi contoh, mengklasifikasikan, menyimpulkan, menduga, membandingkan dan kemudian menjelaskan. Pada tahap ini, berdasarkan hasil wawancara ketiga informan sering bertukar refrensi konten Tik Tok. Ini menunjukkan bahwa pada tahap ini, para anggota komunitas Kretok memiliki perilaku komunikasi untuk memahami dengan cara membandingkan, menyimpulkan dan kemudian menjelaskan kepada satu sama lain.

Menerapkan

Menerapkan (Apply), adalah sebuah kemampuan untuk menggunakan prosedur konsep untuk kemudian menyelesaikan masalah. Driver melakukan latihan masalah kemudian mengetahui bagaimana cara menerapkannya. Evaluasi dari rancangan ini adalah melalui tiga proses, yaitu kemampuan melakukan dan menerapkan. Berdasarkan dari hasil penelitian yang ada, pada tahap menerapkan ini, perilaku komunikasi terjadi dengan ketiga informan dalam membuat konten Tik-Tok, menerapkan konsep yang ada dengan mengikuti konsep yang sudah mereka lihat sebelumnya, yaitu konten Tik-Tok yang memang sudah viral dan memiliki gerakan-gerakan tertentu.

Menganalisa

Menganalisa (Analyze), adalah sebuah kemampuan memecah suatu masalah dari sebuah kesatuan kemudian membongkarkannya menjadi bagian-bagian. Namun tetap berkesinambungan satu sama lain. Merincikan sesuatu unsur pokok menjadi parsial. Pada tingkat ini seseorang akan mampu menganalisa informasi yang masuk dan membaginya atau menghubungkannya serta membedakan segala factor di dalamnya. Berdasarkan hasil wawancara ketiga informan dalam hal ini menganalisa konten Tik-Tok yang dibuat dengan mempelajari setiap gerakan yang ada, juga bagaimana editing video, dan caption serta hastag yang digunakan untuk mendapatkan jumlah views yang banyak.

Menilai

Menilai (Evaluation), adalah sebuah kemampuan melakukan judgement, namun berdasar kriteria-kriteria tertentu. Kriteria digunakan untuk menentukan kualitas, efektivitas, efisiensi, dan konsistensi. Ada juga standar dalam tahap ini, yaitu digunakan untuk menentukan kualitas maupun kuantitas. Evaluasi terhadap tahap ini yaitu kategori menilai dari mengecek dan mengkritik.. Pada tahap ini, perilaku komunikasi yang terjadi yaitu anggota komunitas kretok saling memberi masukan satu sama lain terhadap masing-masing konten yang mereka buat, biasanya menggunakan fitur personal chat agar pesan sampai secara langsung dan tidak menimbulkan salah paham.

Berkreasi

Berkreasi (create), adalah sebuah kemampuan menggeneralisasi ide baru, yang benar-benar fresh. Artinya kemampuan meletakkan beberapa elemen di dalam sebuah kesatuan yang saling berkesinambungan. Proses ini biasanya berhubungan dengan pengalaman belajar driver. Evaluasi dalam tahap ini ada tiga proses yaitu ; generating, planning, dan producing. Pada tahap ini, berdasarkan hasil wawancara yang di dapatkan, anggota komunitas Kretok Samarinda memadukan backsound Tik-Tok yang sudah memiliki gerakan template sendiri, dengan kreasi gerakan milik mereka sendiri. Beberapa kali, anggota komunitas Kretok juga mencoba menciptakan trend FYP baru namun belum berhasil.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan dari pembahasan analisis terhadap perilaku komunikasi pengguna sosial media TikTok Komunitas Kretok Samarinda, diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

1. Pada tahap mengingat, perilaku komunikasi yang terjadi dengan mengamati elemen-elemen konten TikTok yang mereka tonton, seperti gerakan, cara mengedit video, hingga backsound-backsound yang sedang viral.

2. Pada tahap memahami, perilaku komunikasi anggota komunitas Kretok Samarinda terjadi dengan cara bertukar referensi video TikTok milik masing-masing anggota, kemudian mendiskusikannya bersama
3. Pada tahap menerapkan, perilaku komunikasi anggota Kretok Samarinda terjadi dengan menerapkan konsep yang ada dengan mengikuti konsep yang sudah mereka lihat sebelumnya, yaitu konten TikTok yang memang sudah viral dan memiliki gerakan-gerakan tertentu
4. Pada tahap menganalisa, perilaku komunikasi anggota Kretok Samarinda terjadi dengan mempelajari setiap gerakan yang ada pada konten TikTok, juga bagaimana editing video, dan caption serta Hashtag yang digunakan untuk mendapatkan jumlah views yang banyak
5. Pada tahap menilai, perilaku komunikasi anggota Kretok Samarinda terjadi dengan saling memberi masukan satu sama lain terhadap masing-masing konten yang mereka buat, biasanya menggunakan fitur personal chat agar pesan sampai secara langsung dan tidak salah paham.
6. Pada tahap berkreasi, perilaku komunikasi anggota Komunitas Kretok memadukan background TikTok yang memiliki template gerakan tertentu, dengan kreasi gerakan milik mereka sendiri. Beberapa kali, anggota Komunitas Kretok juga mencoba menciptakan trend FYP baru, tapi belum berhasil.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Seharusnya Komunitas Kretok Samarinda, memiliki leader yang dapat mengatur anggota lain di dalam Komunitas Kretok. Jadi memiliki tugas masing-masing, di setiap bagian memiliki fungsi
2. Sebaiknya Komunitas Kretok Samarinda membuat keanggotaan yang lebih jelas agar memiliki tugas masing-masing, dan dapat memudahkan anggota komunitas dalam berkomunikasi, serta memilah informasi yang ada guna menunjang kegiatan perilaku komunikasi yang ada
3. Dalam mengkonsumsi konten TikTok yang ada, sebaiknya Komunitas Kretok Samarinda tidak hanya sekedar mengikuti trend yang ada.
4. Dalam kegiatan yang dibuat, sebaiknya komunitas Kretok Samarinda membuat kegiatan yang lebih jelas dan terjadwal.

Daftar Pustaka

Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Budyatna, Muhammad dan Leila Mona Ganiem. 2011. *Teori Komunikasi Antar*

Pribadi. Jakarta: Prenada Media Group.

Hurlock, Elizabeth B. 1980. Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Jakarta: Gramedia

Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Ólafsson, K. 2011. Risks and safety on the internet: The perspective of European children. Full Findings. LSE, London: EU Kids Online

McQuail, Denis. 2010. Mcquail's Mass Communication Theory. Jakarta: Salemba Humanika.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sarwono, S.W. 2006. Psikologi Remaja. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Sarwono, Sarlito Wirawan. 2006. Teori-Teori Psikologi Sosial. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sumber Internet:

<https://socialmediamarketer.id/tiktok/apa-itu-tiktok/>, di akses pada tanggal 2 Agustus 2021.

<https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktifbulanan-tiktok-terungkap?page=all>, di akses pada tanggal 2 Agustus 2021.

<https://tekno.kompas.com/read/2022/01/03/08070077/tiktok-diprediksi-jadimedsos-terbesar-ketiga-pada-2022>, di akses pada tanggal 2 Agustus 2021.