

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU & MORALITAS REMAJA DI ERA DIGITALISASI

Baehaki¹, Nila Cahayani², Patimatuzzohra³, Raudatul Jannah⁴, Yuni Astuti⁵

^{1,2,3,4,5} (Universitas Hamzanwadi, Pancor)

e-mail : baihaqilenek21@gmail.com¹, maliyulhasani@gmail.com²,
nilacahyani854@gmail.com³, patimatuzzohra9@gmail.com⁴, yuniastutiphone@gmail.com⁵

Dikirim : 27-07-2025, Direvisi : 20-09-2025, Diterima: 25-12-2025

ABSTRAK

Media sosial adalah media yang memudahkan seseorang untuk bersosialisasi di jejaring internet. Media sosial adalah alat, jasa dan komunikasi yang memfasilitasi hubungan antar orang dengan satu sama lain dan memiliki kepentingan yang sama. Di era digital, komunikasi bisa dilakukan dengan jarak jauh dengan menggunakan perangkat media sosial. Dalam perkembangan teknologi, kehidupan masyarakat telah berubah, dan media sosial menjadi salah satu perubahan terpenting yang terjadi dalam Masyarakat. TikTok menjadi salah satu media sosial yang paling populer di kalangan remaja, menawarkan video pendek yang inovatif, interaktif, dan mudah diakses. TikTok membentuk perilaku, pola pikir, dan moralitas. Remaja terdiri dari konten yang beragam, mulai dari yang edukatif hingga hiburan. TikTok di sisi lain memiliki banyak potensi positif, seperti banyak konten kreatif yang dapat mengedukasi dan menginspirasi remaja untuk mengembangkan keterampilan dan bakat mereka. Ada beberapa konten yang menampilkan perilaku tidak pantas atau bertentangan dengan norma sosial yang berlaku. Moralitas merupakan watak yang dimiliki oleh seseorang untuk berlaku sopan santun dan menghargai orang lain yang tercermin dari perilaku dalam kehidupannya.

Kata kunci: Media sosial; perilaku dan moralitas ; tiktok.

ABSTRACT

Social media is a medium that makes it easy for someone to socialize on the internet. Social media are tools, services and communications that facilitate relationships between people with each other and have common interests. In the digital era, communication can be done remotely by using social media tools. In the development of technology, people's lives have been changed, and social media is one of the most important changes that occur in society. TikTok has become one of the most popular social media among teenagers, offering short videos that are innovative, interactive, and easily accessible. TikTok shapes behavior, mindset, and morality. Teenagers comprise of diverse content, ranging from educational to entertainment. TikTok on the other hand has a lot of positive potential, such as a lot of creative content that can educate and inspire teens to develop their skills and talents. There is some content that displays inappropriate behavior or goes against prevailing social norms. Morality is a character possessed by a person to behave politely and respect others which is reflected in the behavior in his life.

Keywords : Social media, tiktok, behavior and morality

1. PENDAHULUAN

Media sosial adalah media yang memudahkan seseorang untuk bersosialisasi di jejaring internet. Menurut para ahli kata Chris Garrett, media sosial adalah alat, jasa dan komunikasi yang memfasilitasi hubungan antar orang dengan satu sama lain dan memiliki kepentingan yang sama. Menurut Sam Decker bahasa media sosial adalah konten digital dan interaksi yang dibuat oleh dan antara satu sama lain, Marjorie Claymen juga menjelaskan bahwa media sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan anda untuk mengetahui pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin. Lisa Buyer juga mendefinisikan bahwa media sosial adalah sebagai bentuk hubungan masyarakat (Public Relationship) yang paling transparan, menarik dan interaktif saat ini. (Aris Kurniawan dalam Latifa nadila, dkk.2022). Di era digital saat

ini komunikasi bisa dilakukan dengan jarak jauh dengan menggunakan perangkat media sosial. Dengan berkembangnya teknologi informasi, kehidupan masyarakat telah berubah, dan media sosial menjadi salah satu perubahan terpenting yang terjadi dalam Masyarakat.

Perkembangan teknologi pada zaman modern ini sudah semakin pesat. Semakin berkembangnya zaman semakin canggih juga teknologi yang dihasilkan (Rahayu, P. 2019). Dalam perkembangan teknologi saat ini, TikTok menjadi salah satu media sosial yang paling populer. Menurut Rahmawati (2018:1-3), TikTok adalah aplikasi video musik dan jejaring sosial resmi asal Cina yang ikut meramaikan industri digital di Indonesia. TikTok, salah satu media sosial yang paling populer di kalangan remaja, menawarkan video pendek yang inovatif, interaktif, dan mudah diakses. TikTok tidak hanya mengubah preferensi hiburan remaja, tetapi juga membentuk perilaku, pola pikir, dan moralitas. Remaja sangat sensitif terhadap pengaruh lingkungan luar, yang termasuk media sosial, karena mereka adalah kelompok yang sangat berubah dari segi psikologis dan emosional. TikTok memiliki konten yang sangat beragam, mulai dari yang edukatif hingga hiburan. TikTok memanfaatkan ponsel pengguna sebagai studio berjalan, menyediakan efek khusus yang menarik dan mudah digunakan, memungkinkan semua orang dengan mudah membuat video keren. Video saat ini menjadi salah satu konten yang diminati secara global, termasuk di Indonesia, bahkan menjadi sumber penghasilan baru bagi kaum milenial melalui iklan di channel video mereka. Bagi remaja, konten yang diminati meliputi tren dance, video tantangan viral, ulasan produk kecantikan, serta vlog kehidupan sehari-hari. Dari konten-konten tersebut, remaja sering kali meniru gaya berbicara, berpakaian, atau tindakan yang dianggap menarik, seperti mengikuti tantangan berisiko yang populer di media sosial.

TikTok di sisi lain, memiliki banyak potensi positif, seperti banyak konten kreatif yang dapat mengedukasi dan menginspirasi remaja untuk mengembangkan keterampilan dan bakat mereka. Akan tetapi, ada juga potensi negatifnya, seperti pengaruh budaya populer yang tidak sesuai, penyebaran informasi yang salah, dan promosi perilaku menyimpang. Ada beberapa konten yang menampilkan perilaku yang tidak pantas atau bertentangan dengan norma sosial yang berlaku. Hal ini dapat memengaruhi sikap remaja dalam berinteraksi, di mana beberapa di antaranya cenderung mengabaikan nilai-nilai sopan santun dan etika, sehingga memberikan dampak pada perilaku dan moralitas mereka. Penelitian oleh Anderson dan Jiang (2018) mengungkapkan bahwa paparan yang berlebihan terhadap media sosial dapat mempengaruhi persepsi etika remaja karena mereka cenderung terpapar pada berbagai pandangan dan nilai-nilai yang beragam.

Moralitas merupakan watak yang dimiliki oleh seseorang untuk berlaku sopan santun dan menghargai orang lain yang tercermin dari perilaku dalam kehidupannya (Qorib, 2020). Perilaku moral menurut Bandura (1990) dapat dikatakan sebagai moral perilaku (behavior) dimana dampak dari moral pengetahuan (knowing) dan moral perasaan (feeling). Sedangkan Kurtines & Gerwitz (1984) mengungkapkan perilaku moral ialah perilaku yang dibuat oleh aturan berdasarkan sudut pandang dari perilaku positif (prososial) (Jannah & Supriatna, 2018). Adapun indikator perilaku moralitas menurut Bandura terdiri dari perilaku positif yaitu menghibur, membela orang lain, membimbing, berbagi, dan menyelamatkan dan perilaku negatif yaitu mencuri, berbohong serta menyontek. Indikator moral menurut Kurtines & Gertwinz (1984) perilaku moral merujuk pada perilaku prososial yaitu perilaku dengan berbagi atau memberi terdiri dari berbagi materi, berbagi informasi dan berbagi waktu serta pada perilaku membantu ini yang terdiri dari membela atau memindahkan penyebab stress dan menyelamatkan. Sedangkan menurut Luluk Asmawati indikator moral terdiri dari terbiasa berperilaku saling menghormati, terbiasa berperilaku sopan santun, memiliki perilaku mulia, melakukan kegiatan bermanfaat dan membedakan perbuatan baik dan buruk (Yunika dkk., 2019).

Dalam hal ini, penting untuk memahami sejauh mana TikTok memengaruhi perilaku dan moralitas remaja. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang dampak positif dan negatif dari penggunaan TikTok terhadap perilaku dan moralitas remaja. Dengan pemahaman yang lebih baik, diharapkan upaya strategis untuk mendorong penggunaan media sosial dapat dilakukan untuk mendorong penggunaan media sosial yang sehat di kalangan remaja.

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif untuk menganalisis pengaruh Media Sosial tiktok Terhadap perilaku moralitas Remaja. Fokus penelitian yang akan dijadikan batasan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada analisis yang dilakukan peneliti tentang pengaruh media sosial terhadap moralitas remaja. Teknik pengumpulan data melalui wawancara. Peneliti mencari informasi dengan mewawancarai beberapa remaja yang ada di Kota Selong Lombok Timur. Peneliti menggali informasi dari remaja untuk mendapatkan data yang lebih spesifik. Sedangkan jumlah informan yang di wawancarai berjumlah lima orang informan. Pelaksanaan wawancara meliputi alat tulis untuk mencatat informasi dari informan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial dapat memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku remaja. Media sosial dapat mempengaruhi cara remaja berinteraksi, berkomunikasi, dan membentuk identitas mereka. Menurut Nurul Hidayah sebagai salah satu narasumber mengatakan bahwa, "Media sosial sangat berpengaruh pada perilaku pada anak remaja di era digitalisasi. Misalnya menonton konten tentang kehidupan. saat ini, sehingga mereka banyak yang ingin meniru dan menginginkan gaya hidup yang mewah padahal mereka kurang mampu untuk melakukannya. Pada tren membagikan aktivitas sehari-hari di media sosial telah menjadi fenomena yang menarik perhatian banyak orang. Ketika menyaksikan tren tersebut, sebagian individu cenderung memikirkan gaya hidup yang lebih tinggi. Hal ini dapat memicu kecenderungan untuk berkhayal tentang gaya hidup mewah yang mungkin sulit dicapai. Akibatnya, waktu berharga sering kali terbuang pada aktivitas yang tidak berguna atau kurang bermanfaat. Di sisi lain, media sosial juga memungkinkan pengguna mendapatkan informasi secara lebih cepat, termasuk berita tentang dunia luar. Namun, dampak negatif seperti kecanduan dalam penggunaannya tidak dapat diabaikan. Kecanduan media sosial dapat menyebabkan seseorang lupa waktu dan mengabaikan aktivitas penting lainnya, sehingga mengurangi produktivitas dan kualitas hidup. Dalam media sosial memiliki dampak negatif dan positif yang di mana yaitu memaksa untuk mengikuti tren-tren yang ada di media sosial".

Berdasarkan kutipan tersebut penggunaan tiktok memiliki dampak negative yaitu kecanduan sehingga menyebabkan lupa waktu sehingga melupakan aktivitas yang lain dan memaksa diri untuk mengikuti tren-tren yang ada di media sosial. Dampak moral dan perilaku dari penggunaan media sosial dapat merugikan perkembangan pribadi remaja jika tidak digunakan dengan bijak. Media sosial dapat mempengaruhi remaja untuk meniru gaya hidup yang materialistik dan tidak realistis yang mereka lihat, mengurangi rasa percaya diri, dan mendorong perilaku narsistik. Hal itu yang memicu terjadinya penyimpangan nilai, seperti lebih mengutamakan penampilan dan pengakuan daripada nilai-nilai sosial yang lebih mendalam. Selain itu, kecanduan media sosial dapat mengganggu tanggung jawab dan produktivitas, serta menurunkan kualitas hubungan sosial.

Menurut Harlisa Safira salah satu narasumber setelah diwawancarai mengatakan bahwa: "TikTok memiliki dampak negatif dan positif, salah satunya yaitu menjadi sumber informasi yang mudah diakses, menawarkan konten menarik, kreatif, dan bermanfaat, khususnya di bidang kesehatan dan pendidikan. Akan tetapi, penggunaan TikTok juga membawa dampak negatif. Salah satu masalah utama adalah kecenderungan untuk lupa waktu akibat terlalu asyik scrolling. Hal ini dapat memicu kecanduan jika pengguna tidak mengontrol waktu penggunaan. Selain itu, jika pengguna tidak selektif dalam mencari informasi, ada risiko terpapar informasi yang tidak akurat atau tidak relevan atau terbukti. TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media yang mendukung edukasi dan promosi kesehatan jika digunakan dengan bijak. Untuk memaksimalkan manfaatnya, penting bagi pengguna untuk membatasi waktu penggunaan, memilih konten yang berkualitas, dan memverifikasi informasi yang diterima. Hal ini akan membantu meminimalkan dampak negatif serta meningkatkan pengalaman belajar dan pengembangan diri".

Pengguna media sosial harus mengetahui tentang etika menggunakan media sosial, karena kita tidak boleh menggunakan media sosial dengan sembarangan. Sebagaimana yang

dikatakan oleh narasumber kami yaitu Desika Sulastri bahwa, “Penggunaan media sosial memberikan akses yang luas untuk mengetahui informasi tentang dunia luar. jarang sekali konten yang muncul di media sosial mengandung hal-hal yang kurang pantas untuk dijadikan tontonan. Hal ini dapat memengaruhi pandangan dan perilaku individu, terutama jika konten tersebut tidak sesuai dengan nilai-nilai etika yang baik untuk di informasikan. Selain itu, media sosial berfungsi sebagai sarana untuk memperluas wawasan, pengetahuan dan mendapatkan informasi yang cepat. Tanpa adanya kontrol yang kurang baik, media sosial ini dapat menjadi sumber distraksi atau bahkan membawa dampak negatif, terutama bagi mereka yang tidak memilih konten yang ditonton. Untuk memanfaatkan media sosial secara optimal, penting bagi pengguna untuk bersikap kritis terhadap konten yang diakses dan menjaga nilai-nilai yang sesuai dengan norma yang berlaku. Hal ini, akan membantu menghindari dampak buruk dari paparan konten yang tidak pantas”.

Beberapa manfaat dalam menggunakan media sosial tiktok seperti yang di katakana oleh Patri Andani, “Pada media sosial seperti TikTok berperan sebagai sarana hiburan, mendapatkan informasi, dan pembelajaran, termasuk mendorong tren yang positif seperti belajar bahasa dan gaya hidup ramah lingkungan. selain itu, TikTok juga memfasilitasi interaksi sosial, pengembangan kreativitas, serta promosi bisnis dan personal branding. Dengan demikian, TikTok menjadi tempat yang efektif untuk mengakses informasi, berbagi pengalaman, dan membangun komunitas secara luas. Tetapi di balik manfaatnya, TikTok juga membawa beberapa dampak negatif. Yaitu dapat menjadi Kecanduan sehingga dapat memengaruhi keseimbangan kehidupan pengguna, menurunkan self-esteem yaitu pandangan atau penilaian yang dimiliki seseorang terhadap dirinya sendiri, dan meningkatkan ketergantungan pada dunia virtual (online). Dampak fisik juga dapat dirasakan, seperti postur tubuh yang buruk, masalah mata, obesitas, serta ketidakmampuan untuk membatasi waktu penggunaan. TikTok memiliki potensi besar sebagai media pembelajaran dan hiburan yang bermanfaat, namun, penggunaannya perlu diatur dengan bijak agar tidak terpengaruh oleh dampak negatif tersebut”.

Hasil wawancara Baiq Anida Tiara Zahwa mengatakan bahwa, “TikTok telah menjadi salah satu media sosial yang memperkenalkan tren *self-improvement*, salah satunya adalah penerapan *stoicism mindset* dalam kehidupan sehari-hari. Tren ini memberikan dorongan kepada banyak orang untuk menghadapi tekanan dan masalah dengan sikap yang lebih tenang dan bijaksana. Dengan adanya *stoicism mindset*, seseorang dapat belajar untuk lebih fokus pada hal-hal yang bisa dikendalikan dan tidak terlalu terpengaruh oleh hal-hal di luar kendali. Setelah menerapkan mindset ini, banyak pengguna, termasuk saya, merasakan manfaat berupa ketenangan dan kemampuan menghadapi tekanan dengan lebih baik. Akan tetapi, seperti media sosial lainnya, TikTok juga memiliki dampak negatif jika digunakan secara berlebihan. Menghabiskan waktu terlalu lama untuk menonton TikTok dapat membuat waktu terbuang sia-sia dan menyebabkan kelelahan mata akibat terlalu lama menatap layar *gadget*. Hal ini dapat mengganggu kesehatan fisik dan produktivitas sehari-hari. Meskipun TikTok dapat menjadi media yang bermanfaat untuk pengembangan diri, seperti menerapkan *stoicism mindset*, penggunaannya perlu diatur secara bijak. Membatasi waktu penggunaan dan memberikan perhatian pada kesehatan fisik, seperti menjaga mata dari paparan layar berlebihan, penting untuk memaksimalkan manfaat tanpa mengorbankan keseimbangan hidup”.

Setelah mengamati uraian dari beberapa narasumber yang notabene usia remaja (18-20 tahun) tentang pengaruh Media Sosial khususnya TikTok, dari uraian mereka, hampir semua pengguna menyukai aplikasi tersebut dan bergelut dengannya, sehingga lebih banyak waktu yang digunakan untuk interaksi di media sosial. Fakta inilah yang memberikan pola hidup ataupun pola pikir pada masyarakat saat ini mulai berubah, sehingga pada akhirnya berdampak pada perilaku dan kebiasaan masyarakat.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Untuk memperjelas uraian mengenai keberadaan TikTok sebagai media sosial populer di era digitalisasi, berikut ditampilkan cuplikan dari salah satu jurnal yang membahas fungsi dan peran TikTok dalam komunikasi dan interaksi sosial.

Video Konten Tiktok Sebagai Komunikasi Bisnis

Berdasarkan pengamatan dan observasi langsung melalui media sosial tiktok, proses dalam komunikasi bisnis akan memiliki dampak maksimal ketika suatu konten mampu menyajikan informasi yang memiliki relasi dengan kebutuhan audiens. Hal ini didukung dengan salah satu fungsi media dalam teori stimulus respon yang pada dasarnya media massa dalam komunikasi memiliki fungsi-fungsi tertentu bagi masyarakat modern, seperti; Media sebagai pemberi informasi, media pemberi identitas pribadi, media sebagai sarana integrasi dan interaksi sosial, media sebagai sarana hiburan (Mcquail, 2022).

Beragam jenis konten video mampu memposisikan visualisasi dan informasi yang sesuai dengan kebutuhan audiens yang beragam. Dengan adanya antusias masyarakat Indonesia untuk berbelanja online dan kesenangan masyarakat Indonesia menggunakan tiktok untuk berinteraksi serta menampilkan jati diri, dimanfaatkan oleh sebagian pebisnis sebagai ajang promosi dan marketing untuk memperkenalkan produk mereka lewat berbagai video konten menarik. Hal ini didukung dengan stimulus yang diberikan terhadap audiens melalui konten video yang mampu memberikan arus informasi mengenai suatu produk maupun barang jasa melalui persuasif satu arah yang mampu mengarahkan seseorang maupun organisasi untuk melakukan reaksi maupun tindakan (Andhika, dkk, 2022).

Berdasarkan hal tersebut, media sosial Tiktok selain menjadi media informasi, sarana interaksi, pemberi identitas bagi setiap pemilik dan audiens konten, serta menjadi sarana hiburan. Terdapat berbagai jenis konten video yang mampu memberikan stimulasi terhadap audiens dengan teknik soft selling yang dikemas dalam bentuk ragam konten seperti storytelling, tutorial, packaging dan shipping, testimonial, behind the scenes, konten edukasi.

Stimulus yang diberikan kepada penerima pesan melewati ragam konten video mampu memberikan efek atau respon terhadap perilaku secara kognitif, afektif hingga konatif yang berpengaruh terhadap tahapan proses keputusan pembelian yaitu pencarian informasi, mengenal kebutuhan, keputusan pembelian, evaluasi alternatif dan perilaku setelah pembelian (Swanson & Everett, 2016).

Dalam proses komunikasi, stimulus atau pesan yang disampaikan melalui konten video dalam media sosial Tiktok juga memiliki kemungkinan ditolak atau diterima setelah penerima pesan mengolah dan memproses berdasarkan faktor kebutuhan, harapan dan psikologi lainnya yang mampu memberikan respon dan kesediaan dalam mengubah sikap (Onong, U.E., 2008).

1. Konten Video Storytelling

Membangun kepercayaan konsumen terhadap suatu brand produk adalah hal yang sangat penting karena hal tersebut melibatkan manusia dan uang. Saat ini, brand bukanlah komunikasi satu arah, melainkan semua orang dapat berpartisipasi dalam menyampaikan berita tentang produk yang mereka pakai dan merekomendasikan.

Storytelling yang kuat akan memperpanjang periode eksistensi brand tersebut. Jika konten yang dibuat memiliki storytelling yang kuat, hal tersebut sangat baik untuk membuka kesempatan bagi seller dalam membangun branding. Suatu produk akan

lebih dipercaya jika ada seseorang yang menyampaikan tentang produk itu, yang mana konten atas nama sebuah brand akan lebih dipercaya lagi jika konten tersebut memiliki storytelling yang kuat dan relatable di dalamnya. Storytelling yang kuat akan memperpanjang periode eksistensi brand tersebut. Teknik komunikasi soft selling melalui story telling memiliki efektivitas yang tinggi dalam menyampaikan pengetahuan dan merubah perilaku dari khalayak (Cuesta, Martinez, & Cuesta, 2017).

2. Konten Video Tutorial

Penggunaan konten video tutorial dalam proses promosi suatu brand produk dapat mempermudah konsumen untuk memahami fungsionalitas dari produk tersebut. Pada saat ini masyarakat banyak menggunakan media sosial tidak hanya sebagai sarana hiburan semata, tetapi juga untuk mendapatkan ide dan insight. Banyak content creator yang mempromosikan suatu brand produk menggunakan video bertema tutorial bagaimana cara atau mengimplementasikan produk tersebut.

Konten video tutorial bermanfaat untuk menambah wawasan konsumen akan produk tersebut. Bentuk implementasi ini dapat dijadikan sebagai pesan bagi seller melalui content creator untuk menyampaikan pesan dan promosi mengenai penjelasan produk mereka secara kronologis dan berurutan kepada para pengguna media sosial Tiktok. Dalam aplikasi Tiktok, banyak mengandung tutorial-tutorial yang bermanfaat, penonton video pun akan cenderung untuk mengikuti tutorial-tutorial tersebut, sehingga tingkat kreativitas mereka akan meningkat (Mahardika, Ma'una, Islamiyah, & Nurjannah, 2021).

Meskipun isi dari struktur pembahasan video tutorial produk tersebut cenderung sama, tetapi ada hal yang menjadi pembedanya. Masing-masing content creator atau influencer memiliki ciri khas atau keunikannya masing-masing. Struktur langkah-langkah yang disampaikan oleh content creator atau influencer juga tidak sama antara satu dengan yang lainnya.

3. Konten Video Packaging dan Shipping

Seller yang memposting video proses packaging dan shipping orderan dalam sebuah kemasan yang rapi dan menarik dan belakangnya terlihat barisan paket yang siap diberangkatkan yang jumlahnya cukup banyak merupakan salah satu menjadi ide konten Tiktok yang cukup menarik perhatian calon pembeli. Hal tersebut juga menimbulkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan ketika melihat bagaimana seller memproses orderan yang telah mereka pesan dan bayar.

Selain itu, keuntungan yang di dapat adalah meningkatnya kepercayaan pelanggan terhadap seller dan produk tersebut akan menjadi semakin kuat. Hanya perlu menunjukkan proses packing orderan dengan kemasan produk yang sangat rapi dan menarik dapat membuat para pelanggan akan lebih percaya dan merasa terjamin jika membeli produk di toko tersebut (Cahyani, 2023).

Gambar 2. Cuplikan jurnal tentang peran tiktok

Gambar 3. Cuplikan jurnal tentang peran tiktok

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan uraian pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan TikTok memberikan dampak positif dan negatif terhadap perilaku dan moralitas remaja di era globalisasi saat ini. Adapun dampak positifnya dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat, terutama di bidang kesehatan dan pendidikan, serta dapat meningkatkan

keaktivitas memperkenalkan tren pengembangan diri. Sedangkan, dampak negatif TikTok meliputi penurunan produktivitas, kecanduan, dan pengaruh buruk dari konten yang tidak sesuai dengan nilai-nilai moral dan etika. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk mengatasi dampak negatif tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada bapak Dr. Iwan Usma Wardani M.Pd selaku dosen pembimbing lapangan (DPL) yang telah memberikan bimbingan dan masukan berharga selama penelitian. Ucapan terima kasih juga kepada keluarga dan rekan-rekan yang telah mendukung penyelesaian karya ini.

REFERENSI

- Andika Putra, D., Nur Zalzillah, L., Kusuma Saputra, N., Angelina Manengkey, T., Nurul Hidayah, S., & Kunci, K. (2023). Hal. 1-6 2 Ilmu Komunikasi. *Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang*, 1(1), 1–7.
- Ardi Rafsanjani, T., & Abshor, D. A. (2025). Menjaga Moral Remaja di Era Digital: Pandangan Islam Terhadap Media dan Pergaulan Bebas. *Tamaddun*, 26(1), 045–054. <https://doi.org/10.30587/tamaddun.v26i1.9358>
- Daniati, N. S., Priyatno, A., & Muhdiyati, I. (2024). Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Moralitas Pada Era Digitalisasi di SDN Caringin 02. *Karimah Tauhid*, 3(4), 4091–4106. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i4.12812>
- Handayani, K. W. (2024). Pengaruh Media Sosial Bagi Proses Belajar Siswa. *Daiwi Widya*, 10(2), 133–142. <https://doi.org/10.37637/dw.v10i3.1785>
- Harahap, A. S., Nabila, S., Sahyati, D., Tindaon, M., & Batubara, A. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Etika Remaja Di Era Digital. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 1(2), 9. <https://doi.org/10.47134/diksima.v1i2.19>
- Kahfi, I. (2025). Mengatasi Penyimpangan Perilaku Sosial Remaja. *Maslahah: Journal of Islamic Studies*, 4(1), 9–38.
- Maulana, R., & Hariyanto, D. (2024). Tren TikTok: Mengurai Perilaku Remaja di Era Digital. *CONVERSE Journal Communication Science*, 1(1), 55–64. <https://doi.org/10.47134/converse.v1i1.2851>
- Nabilah Luthfiyyah, & Sam'un Mukramin. (2023). Dampak Media Sosial Tiktok Terhadap Remaja X di SMA Muhammadiyah Kota Makassar. *Jurnal Pendidikan, Bahasa Dan Budaya*, 2(3), 28–37. <https://doi.org/10.55606/jpbb.v2i3.1934>
- Syahraini, K., Zakariah, A., & Novita. (2024). Peran Media Sosial terhadap Perilaku Peserta Didik di Era Globalisasi. *Alfihris: Jurnal Inspirasi Pendidikan*, 2(4), 118–128.
- Tampubolon, S. O., Manik, D. S., Guru, P., Dasar, S., Quality, U., Guru, P., Dasar, S., Quality, U., Guru, P., Dasar, S., & Quality, U. (2024). *SOSIALISASI DAMPAK NEGATIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SECARA BERLEBIHAN TERHADAP ANAK SOCIALIZATION OF THE NEGATIVE IMPACT OF EXCESSIVE USE OF SOCIAL MEDIA ON CHILDREN*. 1928–1934.

