

**ANALISA PENGARUH VIDEO TIKTOK TENTANG MEMAMERKAN
KEKAYAAN TERHADAP PERILAKU REMAJA DENGAN PEDOMAN
KONFUSIANISME**

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF TIKTOK VIDEOS ABOUT SHOWING WEALTH
ON ADOLESCENT BEHAVIOR WITH CONFUCIANISM GUIDELINES**

Herman¹, Shella²

^{1,2}Universitas Internasional Batam

herman@uib.ac.id , 1931134.shella@uib.edu

ABSTRACT

TikTok is a very popular social media application and is used by the public to interact socially and fill daily productivity by having 30.7 million TikTok users. At this time many teenagers often follow the trend so that teenage behavior has a sense of hedonism and confucianism increases. TikTok really helps people get a variety of positive information but there are also many negative things from TikTok that are not realized by the community. With these problems, a short video entitled "FAKE" was made to raise public awareness about the negative impact of TikTok. In this research, the author uses the Adobe Premiere Pro CS6 application to process the editing of a short video entitled "FAKE". The method used by this research is ADDIE (Analysis, Design, Development, Implement and Evaluation) with the method of collecting assessment data on videos that have been uploaded to YouTube through a questionnaire using google form. This questionnaire was distributed to 50 respondents who live in Batam City to find out the opinions of respondents about the short video, namely "FAKE". These results are positive and show that some people still have awareness of the impact of using social media TikTok.

Keywords: TikTok, Adobe Premiere Pro CS6, Teen Behavior, Short Movie, ADDIE

ABSTRAK

TikTok merupakan aplikasi media sosial yang sangat populer dan digunakan oleh masyarakat untuk berinteraksi secara sosial dan mengisi produktivitas sehari-hari dengan memiliki jumlah pengguna TikTok sebesar 30,7 juta. Pada saat ini banyak anak remaja yang seringkali mengikuti perkembangan jaman sehingga perilaku remaja memiliki rasa hedonisme dan konfusianisme meningkat. TikTok sangat membantu masyarakat mendapatkan berbagai informasi yang positif namun banyak juga hal negatif dari TikTok yang tidak disadari oleh kalangan masyarakat. Dengan permasalahan tersebut maka dibuatlah sebuah video pendek yang berjudul "FAKE" untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang dampak negatif dari TikTok. Dalam Penelitian ini penulis menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro CS6 untuk memproses editing video pendek yang berjudul "FAKE". Metode yang digunakan oleh penelitian ini adalah ADDIE (Analysis, Design, Development, Implement and Evaluation) dengan metode mengumpulkan data penilaian terhadap video yang telah diunggah ke youtube melalui kuesioner dengan menggunakan google form. Kuesioner ini disebar ke 50 responden yang berdomisili Kota Batam untuk mengetahui pendapat dari responden mengenai video pendek yaitu "FAKE". Hasil tersebut bersifat positif dan menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih memiliki kesadaran terhadap dampak penggunaan media sosial TikTok.

Kata Kunci: TikTok, Adobe Premiere Pro CS6, Perilaku Remaja, Video Pendek, ADDIE

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan modern membuat semua kalangan baik dari anak-anak maupun orang dewasa mampu berkomunikasi dengan menggunakan teknologi (Kurniawan & Saputra, 2022; Nuryadi et al., 2022). Teknologi sebagai media komunikasi juga dapat digunakan sebagai alat untuk mendapatkan informasi di mana

pun kita berada dengan adanya jaringan internet (Ramadhani et al., 2022). Contoh dari media sosial yang sehari-hari digunakan oleh masyarakat yaitu Youtube, Whatsapp, Facebook, Instagram, Telegram dan TikTok (Riauan et al., 2022).

Tiktok merupakan aplikasi platform media sosial dirilis pada tahun 2016 yang dalam 2 tahun belakangan populer digunakan oleh masyarakat untuk mengisi

produktivitas sehari-hari, aplikasi TikTok juga digunakan oleh para pengusaha untuk mempromosikan brand mereka. Berbeda dengan platform media sosial lainnya, isi dari konten video TikTok berfokus pada video dengan resolusi 9:16. Dengan resolusi layar yang lebih luas, para pengguna bisa berkreasi dengan mengunggah video pendek mereka. Konten-konten kreatif yang masih disebar oleh pengguna TikTok dapat berupa: Dance Challenge, Tips and Trick, Edukasi, Eksperimen dan masih banyak lagi. Banyak pengguna minat untuk menggunakan aplikasi di TikTok karena platform ini menyajikan fitur-fitur yang menarik seperti rekam suara, rekam video, background, edit, share, duet dan live (Harriger et al., 2023; De Leyn et al., 2022).

Fitur live adalah salah satu fitur yang dapat melakukan siaran langsung untuk berinteraksi dengan pengguna lain dan mengirim stiker kepada penyiar langsung. Fitur ini juga dapat digunakan sebagai fitur merchant untuk menjual produk melalui live shopping. Sekarang banyak remaja yang menggunakan aplikasi TikTok untuk menari atau untuk memamerkan apa yang mereka miliki (McCashin & Murphy, 2022; Basch et al., 2022).

Konten video memamerkan barang-barang bermerek dan kehidupan mewah diluncurkan oleh salah satu influencer TikTok Indonesia yang viral bernama Indra Kesuma yang dijuluki Indra Kenz atau Crazy Rich Medan dengan slogan "Wah, murah banget" yang ada di konten video TikTok dia (Herlina & Nurhaliza, 2022).

Lalu ada influencer TikTok bernama Sisca Kohl yang memiliki suara khas unik yang membuatnya viral karena kontennya yang berisi memamerkan kekayaannya dengan menikmati makanan-makanan dengan harga yang mahal dan memperlihatkan produk perawatan kulitnya yang banyak

Kini banyak influencer TikTok dengan cepat melakukan hal yang sama untuk menarik perhatian publik, agar

aplikasi TikTok ini terus digunakan oleh pengguna TikTok maka mereka membuat konten yang sedang tren sebagai ajang pamer seperti harta, kemesraan bersama pasangan, kata-kata yang bijak, kesuksesan dan masih banyak lagi (Barta et al., 2023). Perilaku yang ditampilkan oleh beberapa influencer TikTok viral tersebut dapat mengubah sikap dan perilaku seseorang untuk melakukan tindakan seperti pamer dan melakukan perilaku yang tidak pantas terutama di kalangan remaja dan anak muda sekarang (Deng et al., 2022; Wu et al., 2022).

Perilaku remaja dalam menggunakan media sosial dapat menyebabkan mereka terjerumus ke dalam pergaulan bebas, yang artinya perilaku mereka telah melewati batas hingga dapat melanggar norma yang telah ditetapkan. Maka diperlukan peran orang tua yang sangat penting untuk mendidik remaja dan memberikan arahan yang jelas. Perilaku ini harus diajarkan kepada anak-anak sejak dini tentang sebuah perbuatan yang ditujukan kepada orang tua tentang pentingnya berbakti dan melayani mereka sehingga moral tersebut dapat tumbuh dalam keluarga sesuai dengan ajaran konfusianisme (Amalia et al., 2022).

Ajaran konfusianisme adalah susunan filsafah dan etika yang mengajarkan perilaku manusia. Menurut para pemikir konfusius, kehidupan yang baik tidak dapat diidentifikasi sebagai kehidupan yang penuh kesenangan, tetapi sebagai kesenangan yang penuh dengan kesenangan etis sebagai kesenangan menurut ritual dan kebajikan. Kehidupan yang baik tidak bisa disamakan dengan kehidupan di mana semua atau sebagian besar keinginan harus dipenuhi, tetapi dengan kehidupan di mana keinginan etis menjadi penghalang utama untuk memuaskan keinginan hati seperti kekayaan, martabat dan keinginan untuk bertahan hidup (Rahmawati et al., 2021).

TINJAUAN PUSTAKA

Jenis Penelitian ini adalah Research and Development (R&D) yang

menggunakan model ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation). Hasil video yang dirancang menunjukkan penggunaan ADDIE model dalam pengembangan produk video pembelajaran adalah sangat efektif dalam menghasilkan video pembelajaran yang dapat digunakan di sekolah.

Penelitian yang dilakukan oleh Nikie Sulayani bertujuan untuk mengetahui nilai-nilai moral dan karakter apa yang ditunjukkan oleh pemain Miracle in Cell no.7. Jenis Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan hasil penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner Google Forms yang ditujukan kepada siswa kelas 10 di SMK TR Sinar Husni. Data dianalisa berdasarkan teori bollen tentang nilai moral dan karakter (sacrifice, mutual help, love and affection, keeping promise, upholding justice, dedicated) dan pendidikan karakter (honesty, never give up, returning the favour, independence, responsibility, friendship and curiosity). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemain Miracle in Cell No 7 menampilkan semua nilai moral dan karakter, sehingga film ini sangat direkomendasikan untuk nonton karena nilai-nilai yang dapat dipelajari (Sulayani et al., 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Dela Harum Novia Sari bertujuan untuk memberikan teknik pembuatan film pendek yang berjudul IT in Milenial Daily Life dibidang videography. Film Pendek ini memberikan kita informasi tentang zaman sekarang masyarakat bergantung pada teknologi setiap hari. Teknik yang digunakan teknik handle yang bertujuan agar video tidak menghasilkan gambar yang bergoyang dan teknik continuity cutting yang bertujuan agar dapat menciptakan video perpindahan tidak mencolok. Film pendek ini dibuat menggunakan software Adobe Premiere Pro CS6.

Berdasarkan pemaparan dari penelitian sebelumnya, peneliti akan melakukan proses perancangan dan

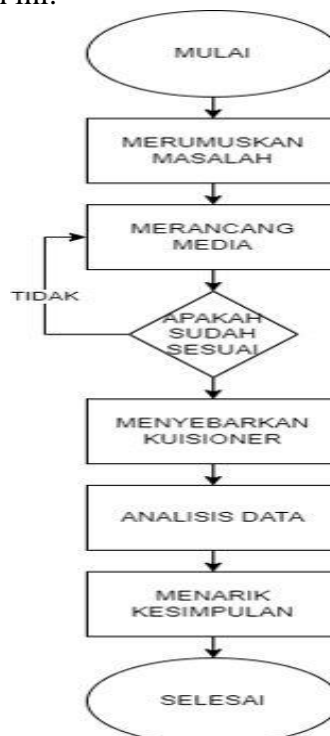
pengembangan film pendek dengan menggunakan model ADDIE yang dilakukan oleh peneliti I Gde Wawan Sudatha, peneliti menggunakan software Adobe Premiere Pro CS6 sesuai dengan yang dilakukan oleh peneliti Dela Harum Novia Sari. Hasil dari perancangan dan pengembangan film pendek ini ditujukan kepada remaja dengan menggunakan kuesioner Google Form seperti yang dilakukan oleh peneliti Nikie Sulayani.

METODE

Alur Penelitian

Alur penelitian merupakan gambaran langkah-langkah peneliti untuk melakukan analisis terhadap video pendek yang dapat mempengaruhi perilaku remaja.

Berikut merupakan flowchart alur penelitian yang ditujukan dalam Gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Alur Penelitian

Merumuskan Masalah

Pada Perumusan masalah merupakan unsur penting dalam melakukan penelitian, dengan adanya masalah maka permasalahan akan dibentuk dalam bentuk kalimat tanya yang kemudian akan dicari jawabannya melalui penelitian. Ini

merupakan proses untuk merumuskan sebuah ide atau konsep yang kemudian akan dikembangkan.

Merancang Media

Dari hasil yang dikaji peneliti merancang media sesuai dengan konsep yang telah dirancang untuk menghasilkan sebuah video pendek yang menarik dengan menggunakan metode ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation dan Evaluation).

Menyebarkan Kuesioner

Pengumpulan Dari perancangan media yang sudah dikembangkan peneliti akan memberikan hasil video kepada beberapa kaum remaja yang menggunakan aplikasi TikTok di Kota Batam secara online dalam bentuk google form.

Analisis Data

Data yang diperoleh informasinya akan dianalisis untuk mengetahui dan menemukan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang ada pada rumusan masalah hasil perancangan dan pengembangan film pendek.

Menarik Kesimpulan

Dari hasil yang diperoleh, maka dapat ditarik suatu kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada pada rumusan masalah dan bermanfaat bagi anak remaja, peneliti lainnya dan akademisi.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan model pengembangan ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation dan Evaluation). Berikut merupakan model penelitian yang ditunjukkan pada gambar 2 dibawah ini.



Gambar 2. Metode Penelitian

Tahap Analisa (Analysis)

Pada tahap analisis pengumpulan data, peneliti harus mengetahui permasalahan dalam mengembangkan film pendek diantaranya seperti berapa durasi film pendek yang akan dibuat, siapa yang akan menjadi aktor, kapan waktu yang cocok untuk melakukan pengambilan film dan siapa target audience untuk film pendek ini. Peneliti akan membuat film pendek ini dengan judul “FAKE”.

Tahap perancangan (Design)

Pada tahap perancangan, peneliti akan merancang konsep video dengan scriptwriting tentang alur cerita yang akan diproduksi dan storyboard sebagai sketsa yang akan menjadi peranan penting dalam proses pengambilan gambar dalam merancang video pendek tersebut.

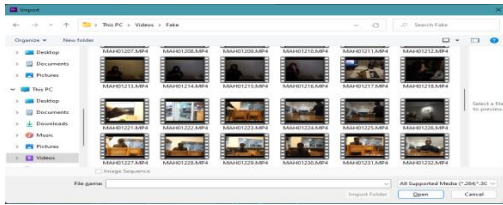
Tahap pengembangan (Development)

Pada tahap pengembangan, peneliti merealisasikan dari tahapan perancangan sebelumnya, kemudian peneliti mengaplikasikan bahan tersebut dan diolah menjadi video. Peneliti melakukan kegiatan merekam video menggunakan camera mirrorless Sony A6000 dan tahap editing menggunakan software Adobe Premiere Pro CS6. Setelah mengedit akan dilakukan pemeriksaan ulang video yang telah di edit dan diekspor dengan ukuran video 1.440x1.080 dengan Frame Rate: 23.976.

HASIL DAN PEMBAHASAN

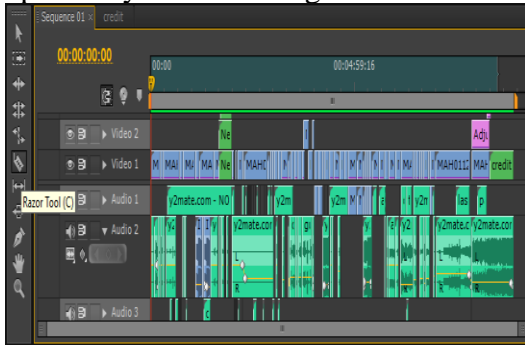
Tahap Implementasi (Implement)

Pada tahap implementasi, peneliti melakukan import video ke dalam aplikasi Adobe Premiere Pro CS6 dengan tujuan untuk menggabungkan semua video yang telah diambil menjadi 1 video pendek.



Gambar 3. Import Video

Peneliti melakukan teknik continuity cutting menggunakan Razor Tool untuk memotong bagian video dan audio agar dapat menyesuaikan dengan naskah.



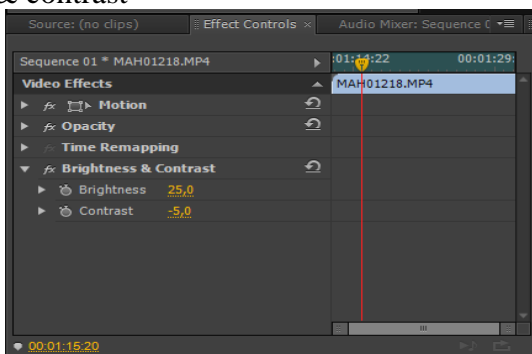
Gambar 4. Cutting Video

Peneliti membuat bubble text effect dengan menggunakan item Title dan gambar bubble text yang diambil di internet yang menggunakan effect linear wipe.



Gambar 5. Bubble Text Effect

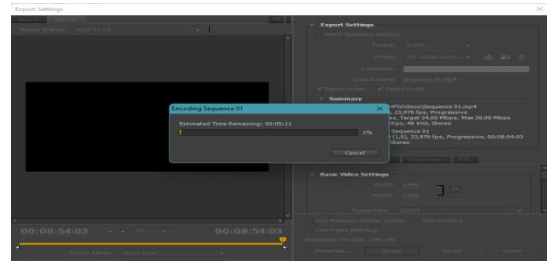
Peneliti membuat video menjadi lebih terang menggunakan effect brightness & contrast



Gambar 6. Effect Brightness & Contrast

Pada tahap rendering, peneliti akan menunggu hasil video yang sudah diedit

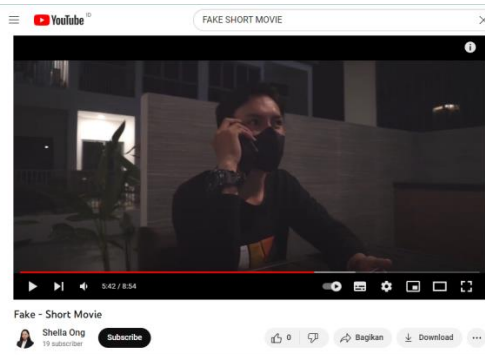
menjadi sebuah film pendek sampai selesai render.



Gambar 7. Render

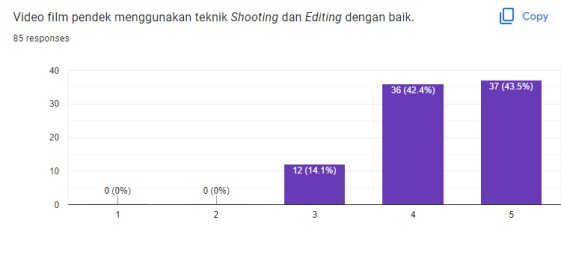
Tahap Evaluasi (Evaluation)

Pada tahap evaluasi setelah pembuatan film pendek kemudian diberikan kepada dosen pembimbing agar dapat dilihat untuk memberikan masukan dan saran supaya menjadi pedoman untuk memperbaiki film pendek. Setelah mendapat persetujuan dari dosen pembimbing, video diimplementasikan ke sosial media Youtube.



Gambar 8. Youtube

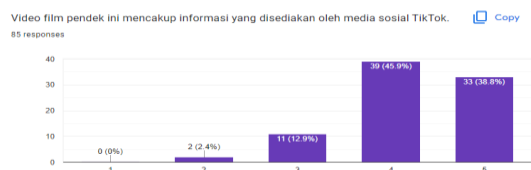
Kuesioner dikirim ke responden yang target audience tersebut merupakan anak remaja di Kota Batam yang akan menilai hasil dari proyek ini. Terdapat 85 responden yang menjawab kuesioner yang terdiri dari 5 pertanyaan.



Gambar 9. Pertanyaan 1

Gambar 9 menunjukkan bahwa 43.5% sangat setuju dengan film pendek menggunakan teknik shooting dan editing dengan baik. 42.4% setuju dengan film

pendek menggunakan teknik shooting (pengambilan gambar) dan editing dengan baik. 14.1% netral dengan film pendek menggunakan teknik shooting dan editing dengan baik.



Gambar 10. Pertanyaan 2

Gambar 10 menunjukkan bahwa 38.8% sangat setuju dengan film pendek ini mencakup informasi yang disediakan oleh media sosial TikTok. 45.9% setuju dengan film pendek ini mencakup informasi yang disediakan oleh media sosial TikTok. 12.9% netral dengan dengan film pendek ini mencakup informasi yang disediakan oleh media sosial TikTok. 2.4% tidak setuju dengan film pendek ini mencakup informasi yang disediakan oleh media sosial TikTok.



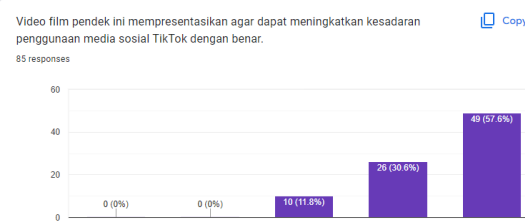
Gambar 11. Pertanyaan 3

Gambar 11 menunjukkan bahwa 54.1% sangat setuju dengan film pendek ini sebagai media untuk menginformasikan kepada masyarakat terutama untuk kaum remaja tentang dampak negatif media sosial TikTok. 30.6% setuju dengan film pendek ini sebagai media untuk menginformasikan kepada masyarakat terutama untuk kaum remaja tentang dampak negatif media sosial TikTok. 14.1% netral dengan film pendek ini sebagai media untuk menginformasikan kepada masyarakat terutama untuk kaum remaja tentang dampak negatif media sosial TikTok. 1.2% tidak setuju dengan film pendek ini sebagai media untuk menginformasikan kepada masyarakat terutama untuk kaum remaja tentang dampak negatif media sosial TikTok.



Gambar 12. Pertanyaan 4

Gambar 12 menunjukkan bahwa 49.4% sangat setuju dengan film pendek ini dapat memberikan contoh efek dari salah penggunaan media sosial TikTok. 40% setuju dengan dengan film pendek ini dapat memberikan contoh efek dari salah penggunaan media sosial TikTok. 9.4% netral dengan film pendek ini dapat memberikan contoh efek dari salah penggunaan media sosial TikTok. 1.2% tidak setuju dengan film pendek ini dapat memberikan contoh efek dari salah penggunaan media sosial TikTok.



Gambar 13. Pertanyaan 5

Gambar 13 menunjukkan bahwa 57.6% sangat setuju dengan film pendek ini mempresentasikan agar dapat meningkatkan kesadaran pengguna media sosial TikTok dengan benar. 30.6% setuju dengan film pendek ini mempresentasikan agar dapat meningkatkan kesadaran pengguna media sosial TikTok dengan benar. 11.8% netral dengan film pendek ini mempresentasikan agar dapat meningkatkan kesadaran pengguna media sosial TikTok dengan benar.

Sebagai kesimpulan hasil artikel ini menyatakan bahwa masyarakat umum masih memiliki kesadaran dalam menggunakan sosial media TikTok. Sebagian besar responden menunjukkan hasil yang positif untuk hasil proyek ini

SIMPULAN

Penelitian ini sangat penting untuk kehidupan masyarakat terutama untuk

kalangan remaja atau anak muda agar tersadarkan dari bahayanya penggunaan sosial media TikTok dengan tidak benar apalagi saat mengikuti tren yang sedang populer tanpa memikirkan dampak yang akan terjadi pada diri sendiri. Pembuatan film pendek yang berjudul “FAKE” bertujuan untuk meningkatkan kesadaran remaja dari salah penggunaan media sosial Tiktok dikarenakan dampak yang diberikan tidak hanya merugikan diri sendiri bahkan keluarga sekitar akan terdampak dari efek salah penggunaan media sosial TikTok ini. Pembuatan film pendek menggunakan beberapa tahap dengan metode ADDIE (*Analyze, Design, Development, Implement dan Evaluate*). Dari Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju melalui video ini dapat meningkatkan kesadaran penggunaan media sosial TikTok dan menggunakannya dengan lebih bijak.

Saran

Saran dari hasil penelitian ini agar dapat dilakukan pengembangan lagi supaya tidak dilakukan dengan buru-buru dan sudah merencanakan biaya yang tidak terduga agar tidak ada kendala pasca proses produksi di lapangan. Untuk *audience* terutama pada anak remaja, film pendek ini dapat dijadikan sebagai bahan-bahan untuk meresapi materi dan moral yang disampaikan melalui video penelitian ini. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini agar dapat menjadi referensi yang berguna untuk kedepannya dalam mengembangkan ilmu pengetahuan terhadap penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, S., Abidin, Z., & Kusumaningrum, R. (2022). Konfusianisme Dalam Film Kim Ji Young Born 1982: Perspektif Semiotika. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 8(1), 794-804.

Barta, S., Belanche, D., Fernández, A., & Flavián, M. (2023). Influencer

marketing on TikTok: The effectiveness of humor and followers' hedonic experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 70, 103149.

Basch, C. H., Hillyer, G. C., & Jaime, C. (2022). COVID-19 on TikTok: harnessing an emerging social media platform to convey important public health messages. *International journal of adolescent medicine and health*, 34(5), 367-369.

De Leyn, T., De Wolf, R., Vanden Abeele, M., & De Marez, L. (2022). In-between child's play and teenage pop culture: Tweens, TikTok & privacy. *Journal of Youth Studies*, 25(8), 1108-1125.

Deng, D. S., Seo, S., Li, Z., & Austin, E. W. (2022). What people TikTok (Douyin) about influencer-endorsed short videos on wine? An exploration of gender and generational differences. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, (ahead-of-print).

Harriger, J. A., Thompson, J. K., & Tiggemann, M. (2023). TikTok, TikTok, the time is now: Future directions in social media and body image. *Body Image*, 44, 222-226.

Herlina, R., & Nurhaliza, Z. (2022). Indra Kenz's Self-Disclosure Analysis on Social Media. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 10(2), 138-146.

Kurniawan, B., & Saputra, H. T. . (2022). Telegram Implementation on Security and Monitoring of Home Door Keys Based on Wemos and Internet of Things . *Journal of Applied Engineering and Technological Science (JAETS)*, 4(1), 244–250.
<https://doi.org/10.37385/jaets.v4i1.1042>

McCashin, D., & Murphy, C. M. (2022). Using TikTok for public and youth mental health—A systematic review and content analysis. *Clinical Child*

- Psychology and Psychiatry, 13591045221106608.
- Nuryadi, N., Sudarsono, B., Asistiyasari, A., & Nuryanti, N. (2022). Sales Mobile Application Design in Handphone Store. *Journal of Applied Engineering and Technological Science (JAETS)*, 4(1), 586–598. <https://doi.org/10.37385/jaets.v4i1.1371>
- Rahmawati, M., Nuraini, Y., Widiyanto, B. R., Yanti, D. R., & Sulaeman, S. Determinasi Konfusianisme Dalam Analisis Wacana Kritis Novel Klasik “Journey To The West”. *Haluan Sastra Budaya*, 5(2), 163-180.
- Ramadhani, N., Kusumanto, I., & Nofirza, N. (2022). Design of Educational Game Tools Recognizing Body Members Using The Kansei Engineering Method. *Journal of Applied Engineering and Technological Science (JAETS)*, 4(1), 364–374. <https://doi.org/10.37385/jaets.v4i1.1267>
- Riauuan, M. A. I., Sitanggang, Y., & Ahmad, Z. A. (2022). Communication Activities on the Implementation of E-procurement in Indragiri Hulu Regency. *Journal of Applied Engineering and Technological Science (JAETS)*, 4(1), 469–477. <https://doi.org/10.37385/jaets.v4i1.1328>
- Sulayani, N., Sitohang, L., Simbolon, L. O., & Tarigan, M. S. B. (2022). Moral Value and Character Education Found in Movie Miracle in Cell No 7. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(1), 162-169.
- Wu, J., Harlow, A. F., Wijaya, D., Berman, M., Benjamin, E. J., Xuan, Z., ... & Fetterman, J. L. (2022). The impact of influencers on cigar promotions: a content analysis of large cigar and Swisher Sweets videos on TikTok. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(12), 7064.