



Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram Dan TikTok Terhadap Perilaku Imitatif Pada Siswa SMA Al-Irsyad Kota Tegal

Nurchayawati Lestari

Universitas Pancasakti Tegal, Tegal, Indonesia

Sarwo Edy

Universitas Pancasakti Tegal, Tegal, Indonesia

Inas Sany Muyassaroh

Universitas Pancasakti Tegal, Tegal, Indonesia

Address: JL. Halmahera KM 1 Tegal

Corresponding author: nurchayawatilestari258@gmail.com

Abstract: *Social media is a digital platform that facilitates online social activities for users, including communication, interaction, and content creation such as writing, videos, or photos. Information shared on social media can reach a wide audience and be accessed by users globally within a short period, typically within 24 hours. Popular examples of social media platforms include Instagram and TikTok. This research is grounded in New Media theory and Social Learning Theory. These theories align with the hypothesis of the study, particularly in understanding digital data controlled by software, such as social media platforms, and how exposure to social media content can influence behavior, as outlined in the Social Learning Theory. The study focuses on observing imitative behavior among students at Al-Irsyad High School in Tegal City. The research adopts a quantitative approach, specifically descriptive research. Through data analysis, the researchers were able to confirm the hypothesis using the Pearson Product Moment Test or correlation analysis. The findings indicate a positive correlation with a strong degree of association, supporting the hypothesis.*

Keywords: *Access Intensity, Instagram and TikTok, Imitative Behavior*

Abstrak: Media sosial merupakan satu platform digital untuk melakukan aktivitas sosial secara online bagi setiap penggunanya. Aktivitas yang dapat dilakukan misalnya, melakukan komunikasi atau berinteraksi dan menghasilkan suatu informasi seperti sebuah tulisan atau membuat konten video atau pun foto. Berbagai macam informasi dapat tersebar dengan luas yang ada di media sosial dan dapat dilihat dan dibaca oleh seluruh pengguna dalam waktu 24 jam penuh. Contoh media sosial, yaitu Instagram dan TikTok. Penelitian ini menggunakan teori New Media dan Teori Social Learning. Karena hasil dari teori ini sama seperti hipotesis penelitian ini, teori new media yang merupakan data digital yang dikendalikan oleh software, misalnya media sosial. teori social learning menggambarkan saat sering mengakses media sosial akan mendapatkan sebuah informasi atau melihat suatu kejadian sehingga akan berdampak kepada perubahan perilaku. Seperti halnya dalam penelitian ini adanya perilaku imitatif pada siswa SMA Al-Irsyad Kota Tegal. Tipe penelitiannya yaitu kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Pada penelitian ini, peneliti telah menganalisis data dan menunjukkan bahwa hipotesis bisa diterima dan terbukti setelah dihitung menggunakan Uji Pearson Product Moment atau analisis koefisien dan korelasi. Hasil dari pengujian Pearson Product Moment ini menyatakan bahwa hasilnya positif dengan derajat hubungan korelasi kuat.

Kata Kunci : Intensitas Mengakses, Instagram dan TikTok, Perilaku Imitatif

LATAR BELAKANG

Globalisasi adalah proses dimana pengaruh pengetahuan tentang berbagai aspek kehidupan, seperti budaya, adat istiadat, ekonomi, adat istiadat, politik, teknologi, lingkungan hidup, dan lain-lain, menyebar ke seluruh dunia. Proses ini terus berlanjut dalam masyarakat global kita dan berkembang semakin pesat di zaman modern, sehingga berbagai bidang

Received: April 30, 2023; Accepted: Mei 31, 2023; Published: Juni 30, 2023

* Nurchayawati Lestari, nurchayawatilestari258@gmail.com

kehidupan semakin mudah untuk dijalankan. Pendidikan memainkan peran penting dalam membentuk masyarakat berbasis pengetahuan di masa depan. Melalui pendidikan terjadi proses transfer dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Dampak negatif dari globalisasi: (1). Pengaruh budaya Barat dalam gaya hidup dapat memiliki dampak negatif terutama jika tidak disesuaikan dengan nilai-nilai dan budaya lokal. Beberapa dampak negatif dari gaya hidup kebarat-baratan yang dapat terjadi di Indonesia antara lain penurunan rasa hormat terhadap orang yang lebih tua, kebebasan yang berlebihan dalam kehidupan remaja, dan mungkin juga penurunan nilai-nilai tradisional atau agama. Penting bagi masyarakat Indonesia untuk tetap mempertahankan dan menghargai nilai-nilai budaya dan tradisi lokal sambil tetap terbuka terhadap pengaruh luar. Dengan demikian, dapat menciptakan keseimbangan antara kemajuan global dan pelestarian identitas budaya lokal. (2). Pola hidup konsumtif merupakan salah satu dampak dari perkembangan industri dan kemudahan akses terhadap berbagai macam barang. Dalam pola hidup konsumtif, masyarakat cenderung tergoda untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan, hanya karena dipengaruhi oleh iklan, tren, atau tekanan sosial. Untuk mengatasi pola hidup konsumtif, penting bagi masyarakat untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya mengontrol pengeluaran dan membuat keputusan konsumsi yang bijak. Edukasi mengenai manajemen keuangan dan nilai-nilai sederhana seperti kepuasan hidup tanpa bergantung pada barang-barang material juga sangat penting dalam mengatasi pola hidup konsumtif. (3). Sikap individualistik yang semakin berkembang dalam masyarakat bisa menjadi dampak dari kemajuan teknologi dan ketergantungan pada kemudahan yang disediakan oleh teknologi.

Semakin canggihnya teknologi memungkinkan individu untuk melakukan banyak hal secara mandiri tanpa perlu bantuan orang lain. Hal ini dapat mengarah pada sikap yang kurang menghargai kerjasama dan kolaborasi dengan orang lain. Untuk mengatasi sikap individualistik, penting untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya kerjasama dan kolaborasi dalam mencapai tujuan bersama. Pendidikan nilai-nilai sosial dan kerjasama sejak dini, serta promosi budaya kerja sama dalam berbagai aspek kehidupan, dapat membantu mengurangi sikap individualistik dalam masyarakat. (4). Kesenjangan sosial merupakan dampak negatif dari globalisasi yang dapat memperburuk ketidakseimbangan antar masyarakat. Dalam konteks globalisasi, terjadi pertumbuhan ekonomi dan kemajuan teknologi yang tidak merata di berbagai wilayah. Hal ini dapat menyebabkan perbedaan yang signifikan dalam akses terhadap peluang dan sumber daya antara kelompok-kelompok yang berbeda. Untuk mengatasi kesenjangan sosial, perlu adanya kebijakan dan program yang

bertujuan untuk memperluas akses terhadap pendidikan, layanan kesehatan, pelatihan kerja, dan infrastruktur bagi masyarakat yang kurang beruntung. Selain itu, pemberdayaan ekonomi lokal dan pembangunan komunitas dapat membantu mengurangi kesenjangan sosial dengan memberdayakan masyarakat yang terpinggirkan secara ekonomi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan masyarakat sehari-hari, termasuk di Indonesia. Fenomena ini tercermin dalam banyak aspek, mulai dari kemudahan akses informasi hingga perubahan gaya hidup yang semakin modern. Dengan adanya Internet, akses terhadap informasi menjadi lebih cepat, mudah, dan komprehensif. Masyarakat dapat mengakses berbagai sumber informasi di seluruh dunia hanya dengan menggunakan perangkat yang terkoneksi internet seperti komputer dan smartphone. Hal ini memungkinkan Anda memperoleh pengetahuan, belajar, mengikuti berita terkini, dan berbagi informasi dengan cepat dan efisien. Selain itu, perkembangan teknologi juga telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi.

Layanan pesan instan, media sosial, dan aplikasi video call menjadi sarana utama dalam berkomunikasi, baik dengan keluarga, teman, maupun rekan kerja. Ini memungkinkan interaksi yang lebih intensif dan personal meskipun berada pada jarak yang jauh. Namun, walaupun perkembangan ini membawa berbagai manfaat, juga perlu diwaspadai adanya dampak negatifnya, seperti peningkatan konsumsi teknologi yang berlebihan, masalah privasi dan keamanan data, serta ketimpangan akses terhadap teknologi antara daerah perkotaan dan pedesaan. Oleh karena itu, pengelolaan dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang bijaksana sangatlah penting untuk memastikan bahwa dampak positifnya dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat.

Pengguna internet dapat dengan mudah memperoleh informasi tentang berbagai topik, mulai dari berita terkini, ilmu pengetahuan, hingga sumber daya pendidikan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Iskandar (2009:1), internet juga merupakan sumber informasi yang berpotensi memberikan pengetahuan yang mendidik dan memberikan manfaat bagi manusia. Akses luas terhadap informasi ini membuka peluang untuk peningkatan pengetahuan, pembelajaran, dan pertumbuhan intelektual bagi individu maupun masyarakat secara keseluruhan.

Pada awal tahun 2022, tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 73,7%, dengan jumlah penduduk sebanyak 277,7 juta jiwa pada Januari 2022, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Berdasarkan laporan We Are Social, jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan mencapai 204,7 juta pada Januari 2022. Harapannya pemerintah dapat terus mendukung dalam memperluas

jangkauan Internet hingga ke seluruh pelosok tanah air. Di era digital ini, Internet memudahkan masyarakat memperoleh informasi dan mengakses bisnis, pendidikan, pembelajaran, pengembangan keterampilan, dan hiburan.

Sebelumnya, masyarakat berinteraksi secara langsung atau tatap muka. Namun, dengan hadirnya internet, masyarakat dapat berinteraksi secara daring atau melalui dunia maya. Saat ini, hubungan antar teman di jejaring sosial sering kali terasa lebih dekat daripada hubungan dengan tetangga sendiri. Banyak orang kini menggunakan media sosial yang terhubung dengan internet. Tanpa adanya internet, kita tidak dapat mengakses media sosial apa pun.

Media sosial merupakan salah satu produk dari perkembangan internet. Seiring berjalannya waktu, media sosial dapat berkembang pesat dan meluas. Artinya, seluruh pengguna media sosial terhubung ke internet, dan informasi serta konten didistribusikan secara cepat dan global. Siapa pun dapat mengakses, membaca, dan melihat informasi ini kapan saja, di mana saja. Menurut Michael Cross (2013), media sosial adalah istilah yang mengacu pada berbagai teknologi yang dirancang untuk menyatukan orang-orang dalam kolaborasi, berbagi informasi, dan interaksi melalui konten berbasis web.

Media sosial adalah suatu platform digital yang menyediakan fasilitas bagi penggunanya untuk melakukan aktivitas sosial secara online. Di dalam platform digital ini, pengguna dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya, serta membuat dan membagikan berbagai jenis konten seperti tulisan, video, atau foto. Melalui media sosial, pengguna dapat terhubung dengan orang lain, berbagi pemikiran dan pengalaman, serta memperluas jaringan sosial mereka tanpa terkendala oleh batasan geografis.

Pada tahun 2022, Facebook diestimasi akan menjadi yang terdepan dengan jumlah total 2,1 miliar pengguna aktif bulanan, dengan pertumbuhan pengguna aktif Facebook sebesar 6% dari tahun ke tahun (year-on-year). Di bawah Facebook, platform media sosial Instagram diharapkan memiliki total 1,28 miliar pengguna aktif. Sementara itu, media sosial TikTok menjadi sangat populer secara global, dengan perusahaan Insider Intelligence memprediksi bahwa TikTok akan menduduki posisi ketiga di dunia. Jumlah pengguna aktif bulanan TikTok pada tahun 2022 diperkirakan mencapai sekitar 755 juta. TikTok diantisipasi akan menyaingi Twitter yang menempati posisi terakhir dengan jumlah pengguna sebanyak 345,3 juta. Sementara itu, di posisi keempat terdapat media sosial Snapchat dengan total pengguna aktif sebanyak 464 juta.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh intensitas penggunaan Instagram dan TikTok terhadap perilaku imitatif siswa SMA Al-Irshad Kota Tegal. Instagram merupakan

salah satu aplikasi media sosial yang dapat diunduh dan digunakan di smartphone dan populer serta masih diminati oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak, remaja hingga orang dewasa seperti mahasiswa, mahasiswa, pedagang, tukang ojek online, dll.

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang dapat diunduh dan diakses melalui smartphone baik menggunakan sistem operasi Android maupun iOS. Saat ini, Instagram juga dapat dioperasikan melalui komputer atau PC, meskipun penggunaannya sedikit berbeda dan kurang fleksibel dibandingkan dengan penggunaan melalui smartphone. Secara umum, Instagram merupakan aplikasi yang mudah digunakan dan digunakan oleh pengguna untuk membagikan foto dan video dalam sebuah jaringan sosial, sehingga konten yang dibagikan dapat dengan mudah tersebar luas ke berbagai belahan dunia yang terhubung dengan internet. Di samping itu, pengguna Instagram memiliki akses ke berbagai fitur yang telah disediakan, seperti membuat story dengan menggunakan filter, stiker, musik, dan sebagainya. Selain membuat story, pengguna dapat mengunggah video dengan durasi yang bervariasi, mulai dari 30 detik hingga 3 menit menggunakan fitur Reels Instagram, atau lebih dari itu menggunakan fitur IG TV.

Tidak hanya di Instagram, tetapi juga di TikTok, fenomena serupa terjadi. Banyak pengikut tertarik dengan gaya busana atau gaya hidup yang ditampilkan oleh para pengguna TikTok. Mereka yang terkenal di TikTok, disebut sebagai tiktokers, serupa dengan selebgram di Instagram, yang memiliki banyak pengikut atau followers. Tiktokers berperan sebagai pembuat konten di platform TikTok.

Selama pandemi Covid-19, minat masyarakat terhadap aplikasi TikTok meningkat, karena menjadi salah satu bentuk hiburan ketika penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). PSBB merupakan strategi pemerintah untuk mengurangi penyebaran Covid-19 dengan mengatur pembatasan kegiatan di wilayah-wilayah dengan tingkat penyebaran virus yang tinggi, guna mencegah kerugian yang lebih besar. Hingga pelaksanaan program PSBB berakhir, masyarakat Indonesia terus menggunakan aplikasi TikTok sebagai sumber hiburan dan untuk membuat konten yang sedang tren di platform tersebut. Mereka dapat menonton video-video yang menghibur, unik, dan mendidik, serta konten-konten lainnya. Banyak pengguna TikTok atau pengikut (followers) tertarik dengan konten yang positif dan menarik, seperti gaya pakaian, gaya hidup sehat, dan lain sebagainya, yang ditampilkan oleh para tiktokers atau pembuat konten dari berbagai video yang diunggah di akun TikTok mereka. Tidak hanya orang dewasa, namun juga remaja, termasuk siswa SMA Al-Irsyad Kota Tegal, tertarik dengan gaya atau mengikuti tren dari konten yang dibuat oleh para pembuat konten TikTok.

Hal-hal tersebut mungkin menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut, dan penulis berjudul “Pengaruh Intensitas Akses Instagram dan TikTok Terhadap Perilaku Imitatif di Kalangan Siswa SMA Al-Irshad Kota Tegal” yang tertuang dalam makalah yang diterbitkan oleh. Teori media baru merupakan konsep yang dirumuskan oleh Pierre Lévy yang mempelajari perkembangan media. Ada dua pendekatan utama dalam teori media baru, yang pertama adalah penjelasan interaksi sosial, dan yang kedua dibedakan berdasarkan mediumnya. Media baru atau media online adalah produk komunikasi yang disediakan oleh teknologi digital, khususnya dalam konteks komputer. Menurut Creeber dan Martin (2009), media baru adalah komunikasi melalui teknologi digital. Definisi lain menyebutkan bahwa media baru merupakan hasil digitalisasi dalam konteks perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan. Apa yang dulunya rumit kini menjadi lebih sederhana dan mudah diakses. Digitalisasi merupakan metode yang kompleks dan fleksibel yang telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia modern.

Kaum muda atau remaja cenderung lebih tertarik pada akses mudah terhadap informasi melalui internet menggunakan smartphone mereka. Mereka dapat mengakses informasi kapan saja dan di mana saja tanpa harus menunggu siaran berita di televisi atau radio. Informasi terkini dapat ditemukan melalui berbagai platform seperti blog, mesin pencari Google, portal berita online, serta media sosial seperti Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, dan Twitter. Semua ini merupakan bagian dari media baru yang didasarkan pada teknologi internet. Perkembangan new media semakin cepat seiring dengan terus berkembangnya teknologi. New media memiliki perbedaan mendasar dengan media lama karena lebih bersifat personal dan sosial. Dalam konteks new media, setiap individu memiliki kebebasan untuk menyuarakan pendapat mereka, suatu aspek yang tidak dapat ditemukan dalam media konvensional (Andy Nugroho, 2020).

Teori pembelajaran sosial, juga dikenal sebagai teori *social learning*, mengacu pada konsep yang dipelajari individu melalui observasi dan interaksi dengan lingkungannya. Teori ini menekankan pentingnya interaksi antara faktor kognitif, perilaku, dan lingkungan dalam proses pembelajaran. Dengan kata lain, individu belajar tidak hanya melalui pengalaman langsung tetapi juga melalui pengamatan orang lain dan interaksi dengan lingkungan. Teori pembelajaran sosial dapat menjadi jawaban untuk mengisi kesenjangan teori pembelajaran lainnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak positif dan negatif penggunaan media sosial dalam konteks pendidikan sejarah. Penelitian ini penting karena menunjukkan bagaimana media sosial mempengaruhi motivasi belajar siswa, khususnya di era digital saat

ini. Dengan memahami dampak media sosial, pendidik dan orang tua dapat mengambil langkah-langkah untuk mengelola penggunaan media sosial siswa untuk membantu siswa terlibat dalam pembelajaran dan mengembangkan bakat dan keterampilan yang dibutuhkan di era digital.

Seiring perkembangan zaman dan tentunya teknologi, Instagram saat ini terus ditambahkan fitur-fitur yang menarik seperti : (1).Fitur Profesional Dashboard, fitur tersebut kemungkinan akan dimanfaatkan oleh pelaku bisnis atau pembuat konten di Indonesia. Selain itu, fitur ini dilengkapi dengan "Track Your Performance" yang berfungsi untuk melihat wawasan dan performa akun. (2). Live room, Pada awalnya, fitur siaran langsung (live) di Instagram hanya memungkinkan dua pengguna untuk berpartisipasi, namun sekarang dapat dilakukan dengan empat pengguna sekaligus. Perubahan ini terjadi sebagai respons terhadap pandemi virus COVID-19. (3). Fitur matikan audio dan video saat live, pengguna Instagram sekarang dapat melakukan pengaturan suara saat siaran langsung, mirip dengan fitur "unmute" yang ada pada aplikasi Zoom. Namun, pengaturan ini hanya tersedia untuk peserta yang diundang dalam siaran langsung. (4). Reels Instagram, reels di Instagram menyerupai TikTok, namun memiliki batas waktu satu menit untuk setiap video, dan pengguna dapat mengedit video sebelumnya baik di Instagram maupun di aplikasi lain sebelum diunggah ke reels Instagram. Beragam konten tersedia di reels Instagram, termasuk video OOTD (Outfit Of The Day) yang diunggah oleh selebgram, artis, influencer, dan pengguna lainnya. Kehadiran reels Instagram telah menginspirasi banyak anak remaja dan pengguna lainnya untuk meniru gaya dan tren yang sama, serta membuat video kreatif mereka sendiri. (5). Fitur Swipe Up pada Instagram telah diganti menjadi Sticker Link. Fitur ini eksklusif untuk Instagram story (ig story) dan memungkinkan pengguna untuk menyematkan tautan URL di ig story. Fitur ini sangat bermanfaat terutama bagi pelaku bisnis yang ingin mempromosikan produk mereka dengan menambahkan tautan URL pada ig story. Pengguna lainnya juga dapat menggunakan fitur ini. Selebgram, artis, dan influencer sering menggunakan Sticker Link untuk membagikan tautan produk endorse yang mereka promosikan, seperti pakaian, perlengkapan masak, perawatan tubuh, dan lainnya.

Dengan beragam fitur menarik yang tersedia di Instagram, pengguna semakin tertarik untuk menggunakan fitur-fitur tersebut. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan intensitas penggunaan Instagram, khususnya dengan kehadiran fitur-fitur terbaru yang menarik minat anak remaja dan pengguna lainnya. Banyak yang menonton, memperhatikan, dan mengikuti konten yang ada di reels Instagram, menunjukkan bahwa fitur-fitur tersebut memiliki dampak yang signifikan terhadap penggunaan platform tersebut.

Peningkatan jumlah pengguna Instagram di Indonesia menunjukkan bahwa aplikasi ini tetap diminati oleh berbagai kalangan, termasuk remaja dan kelompok usia lainnya. Hal ini juga disebabkan oleh pertumbuhan intensitas penggunaan yang terus meningkat seiring dengan perkembangan fitur-fitur yang ditawarkan oleh Instagram.

TikTok adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk menonton konten sesuai minat mereka, dengan mayoritas video memiliki durasi singkat. Aplikasi ini populer di kalangan influencer, artis, tiktokers, dan pengguna lainnya. Banyak tren muncul di TikTok karena video-videonya banyak ditonton, disukai, dan dibagikan, serta sering ditiru oleh pengguna lain sebagai hiburan. Pada tahun 2020, Indonesia menjadi pasar kedua terbesar bagi pengguna TikTok di dunia, dengan sekitar 22,2 juta pengguna aktif TikTok setiap bulannya (monthly active users/MUA), seperti yang dilaporkan oleh Statista.

Dalam jejaring sosial, kita memiliki kemampuan untuk berinteraksi dengan orang lain secara virtual. Salah satu dampak dari penggunaan jejaring sosial adalah fenomena imitatif, yang juga dikenal sebagai imitasi. Imitasi merujuk pada tindakan meniru perilaku, gaya berpakaian, dan hal-hal lainnya. Imitasi terjadi ketika seseorang mengadopsi perilaku atau gaya dari orang lain yang mereka amati atau lihat. Perkembangan media sosial dengan fitur-fitur terbarunya telah menjadi faktor utama dalam munculnya perilaku imitatif. Para pengguna seringkali mengakses dan menonton konten video yang diminati, yang kemudian dapat memicu terjadinya perilaku imitatif atau perubahan perilaku pada mereka.

Sebagai contoh, mereka dapat memperoleh pengetahuan baru tentang perilaku yang diamati dan mencoba meniru perilaku tersebut, seperti meniru gaya berpakaian atau barang yang dibawa oleh orang tersebut. Proses peniruan ini tidak terjadi secara otomatis. Sebelum seseorang meniru orang lain, mereka biasanya menonton, memperhatikan, mengingat, dan kemudian mengagumi atau menerima sesuatu yang mereka lihat dari orang tersebut.

KAJIAN TEORI

Teori New Media

Teori media baru merupakan teori yang dikembangkan oleh Pierre Lévy yang berpendapat bahwa media baru merupakan teori yang membahas tentang perkembangan media. Ada dua perspektif dalam teori media baru. Pertama adalah representasi interaksi sosial, dan yang kedua adalah pembedaan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi personal. Media baru atau media online didefinisikan sebagai produk komunikasi yang dimediasi secara teknologi yang ada dengan komputer digital Creeber dan Martin, 2009.

Dalam definisi lain, media baru adalah digitalisasi, sebuah konsep untuk memahami evolusi zaman dari sudut pandang teknologi dan ilmu pengetahuan, yang kesemuanya bersifat kompleks, namun kini lebih ringkas. Digital adalah metode kompleks dan fleksibel yang mendasar bagi kehidupan manusia. Konsep media baru pada hakikatnya merupakan hasil budaya siber. Dengan kata lain, data digital yang dikelola oleh perangkat lunak dan teknologi komunikasi mutakhir yang berkembang pesat setiap hari. Teknologi digital ini dapat dihubungkan ke jaringan, dapat dikompres, interaktif, dan adil. Contohnya termasuk situs web, Internet, CD-ROM, DVD, dll.

Teori *Social Learning*

Teori pembelajaran sosial, teori yang menjelaskan pengaruh informasi yang diperoleh dan peristiwa yang diamati di lingkungan melalui interaksi berkelanjutan antara pengaruh kognitif, perilaku, dan lingkungan. Teori pembelajaran sosial mungkin merupakan jawaban atas kesenjangan dalam teori pembelajaran lainnya. Teori ini mempunyai tiga konsep dasar (Stanrock, 2008), antara lain: (1) orang dapat belajar melalui observasi, (2) keadaan mental berperan penting dalam proses belajar, dan (3) Mempelajari sesuatu tidak menjamin terjadinya perubahan perilaku. Menurut Albert Bandura Ahmad (2012), sebagian besar perilaku manusia dipelajari secara observasi melalui pemodelan, sehingga kita dapat mempelajari apa yang kita yakini sebagai tindakan yang benar dengan mengamati bagaimana konsep-konsep baru muncul.

Intensitas Mengakses Instagram

Dengan adanya *new media*, banyak aplikasi yang menarik perhatian pengguna android dan iOS salah satu aplikasi yang memiliki banyak hiburan yaitu Instagram. Media sosial Instagram merupakan hiburan yang berisi berbagai macam video dan kategori video yang di *upload* oleh pengguna Instagram memiliki banyak fitur, sehingga Instagram dapat menarik perhatian pengguna untuk bermain atau intens mengakses Instagram.

Instagram merupakan contoh media sosial yang sangat digandrungi oleh pengguna media sosial saat ini tanpa mengenal umur. Pada aplikasi Instagram, pengguna dapat berbagi foto mau pun video untuk berinteraksi dengan sesama pengguna di Instagram. Instagram adalah salah satu *platform* yang sepenuhnya virtual dan sedikit berbeda dengan penggunaan Twitter dan facebook.

Perilaku Imitatif

Dalam jejaring sosial kita dapat berinteraksi dengan orang lain dan dampak dari pengguna jejaring sosial salah satunya adalah imitatif atau biasa disebut juga imitasi, yaitu meniru perilaku atau gaya berpakaian dan lain sebagainya. Imitasi adalah tingkah laku yang

dilakukan seseorang dengan mengamati atau melihat tingkah laku orang lain.

Dengan adanya media sosial yang terus berkembang dengan fitur-fitur terbarunya menjadi faktor utama timbulnya perilaku imitatif, yang mana para pengguna sering mengakses dan menonton konten video yang diminati dan diamati maka akan timbulnya perilaku imitatif atau perubahan perilaku tersebut. Contohnya mereka akan mendapatkan pengetahuan baru tentang perilaku yang diamati dan mencoba untuk meniru perilaku orang tersebut mau pun yang terlihat seperti meniru gaya berpakaian, meniru barang yang di bawa, dan lain sebagainya.

Dengan kata lain, proses peniruan ini tidak terjadi dengan sendirinya. Sebelum seseorang meniru orang lain, sebelumnya mereka menonton, memperhatikan, mengingat dan menerima atau mengagumi sesuatu yang mereka lihat dari orang tersebut. Beberapa indikator dalam perilaku imitatif : (1) Proses Menonton atau Melihat , (2) Proses Mengagumi, dan (3) Proses Pengimplementasian.

METODOLOGI

Pada penelitian ini tipe penelitiannya yaitu kuantitatif, penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang membutuhkan data real dari objek yang akan diteliti sehingga data tersebut tidak dapat di manipulasikan. Pendekatan kuantitatif mengutamakan adanya variabel-variabel sebagai objek penelitian, dan bertujuan untuk menguji teori dalam penelitian ini yang membangun sebuah fakta, dapat menunjukkan hubungan antar variabel serta memeriksa hasil yang didapat.

Pendekatan penelitian deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian deskriptif adalah suatu metode untuk menggambarkan sekelompok orang, objek, sistem pemikiran, atau kelas peristiwa pada masa kini. Tujuan penelitian deskriptif adalah menyajikan uraian, gambaran, atau gambaran yang sistematis, berdasarkan fakta, dan akurat mengenai fakta, sifat, dan hubungan antar fenomena yang diteliti. Metode ini membantu peneliti memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena yang ditelitinya, memberikan gambaran yang jelas mengenai karakteristik dan hubungan antar variabel yang diamati.

M Nazir (2003: 54) Metode survei digunakan sebagai metode penelitian. Survei dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Penggunaan kuesioner dimaksudkan untuk mengetahui jumlah responden sesuai dengan ruang lingkup penelitian ini. Survei merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan pertanyaan atau komentar tertulis kepada responden dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan dari siswa SMA Al Irsyad Kota Tegal.

Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, biasanya dinyatakan dalam bentuk bilangan atau bilangan. Penelitian ini menyelidiki pengaruh intensitas akses Instagram dan TikTok terhadap ada tidaknya perilaku meniru siswa. Untuk melakukan penelitian ini diperlukan data kuantitatif berupa jumlah siswa pada berbagai kelas mulai dari kelas IPA hingga kelas IPS di SMA Al-Irshad kota Tegal.

Data kuantitatif juga dapat diperoleh dari hasil angket yang dijawab siswa. Dengan menggunakan data kuantitatif ini, peneliti dapat melakukan analisis statistik untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan perilaku meniru siswa. Sumber data dalam penelitian ini akan menggabungkan baik data sekunder maupun data primer. (1). Data Sekunder: Merupakan informasi yang sudah ada sebelumnya dan dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan lain. Contoh data sekunder dalam konteks penelitian ini bisa berupa studi sebelumnya tentang pengaruh media sosial terhadap perilaku siswa, laporan statistik tentang penggunaan media sosial di kalangan remaja, atau literatur ilmiah terkait dengan topik penelitian. (2). Data Primer: Merupakan informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumbernya, dalam hal ini, dari siswa SMA Al-Irshad Kota Tegal. Data primer dalam penelitian ini dapat diperoleh melalui pengisian angket oleh siswa untuk menilai intensitas penggunaan Instagram dan TikTok serta perilaku imitatif mereka.

Penelitian ini akan melibatkan tiga teknik pengumpulan data yang berbeda, yaitu survei, observasi, dan kuisisioner. (1). Survei: Survei akan dilakukan untuk mengumpulkan data tentang intensitas mengakses Instagram dan TikTok serta perilaku imitatif pada siswa. Survei dapat dilakukan secara langsung dengan memberikan kuisisioner kepada siswa SMA Al-Irshad Kota Tegal atau melalui formulir daring. (2). Observasi: Observasi akan dilakukan untuk mengamati perilaku siswa secara langsung di lingkungan sekolah. Observasi akan membantu dalam memperoleh pemahaman langsung tentang bagaimana intensitas penggunaan media sosial dan perilaku imitatif siswa dalam situasi nyata di sekolah. (3). Kuisisioner: Kuisisioner akan digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data dari siswa melalui pertanyaan tertulis. Kuisisioner akan diformulasikan berdasarkan tujuan penelitian dan akan berisi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan intensitas penggunaan Instagram dan TikTok serta perilaku imitatif siswa. Hasil dari kuisisioner akan memberikan data yang spesifik dan terstruktur yang dapat dianalisis secara lebih mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi komunikasi, khususnya internet telah memasuki kehidupan umat manusia. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi komunikasi yaitu terbentuknya

media sosial sebagai salah satu alat atau media untuk berkomunikasi antar pengguna. Media sosial sangat beragam, seperti Instagram dan TikTok, tentunya media sosial memiliki pengaruh bagi yang menggunakan media sosial tersebut. Pengaruh pada media sosial tersebut bisa positif maupun negatif.

Pada media sosial Instagram dan TikTok memiliki beberapa fitur yang hampir sama seperti adanya fitur video dengan durasi yang berbeda-beda, selain itu Instagram dan TikTok memiliki filter-filter unik yang dapat menarik perhatian khalayak dan banyak digemari oleh remaja. Dan bisa kita lihat pada siswa SMA Al-Irsyad Kota Tegal sebagai objek pada penelitian ini yang sangat suka mengakses media sosial tersebut dan memiliki pengaruh yaitu adanya perilaku imitatif pada siswa SMA Al-Irsyad Kota Tegal.

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan teori *New Media* dan Teori *Social Learning*. Pada Teori *New Media* peneliti ingin mengetahui dua pandangan yang dapat merepresentasi interaksi sosial yang dapat membedakan kedekatan antara interaksi tatap muka. Pada Teori *Social Learning* peneliti ingin mengetahui pengaruh dari media sosial tersebut, karena seringnya siswa SMA Al-Irsyad Kota Tegal mengakses Instagram dan TikTok. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif karena peneliti ingin mengetahui hubungan antar dua variabel X dan variabel Y dan secara pasti apakah pengaruh dari intensitas mengakses Instagram dan TikTok mempengaruhi adanya perilaku imitatif di kalangan siswa SMA Al-Irsyad Kota Tegal. Berdasarkan data yang didapat jumlah keseluruhan siswa SMA Al-Irsyad Kota Tegal yaitu 391 siswa dan terdiri dari 123 siswa kelas X, 154 siswa kelas XI, serta 114 siswa kelas XII.

Penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 26.0 *for windows*. Pada penelitian ini, peneliti telah menganalisis data dan menunjukkan bahwa hipotesis bisa diterima dan terbukti setelah dihitung menggunakan Uji *Pearson Product Moment* atau analisis koefisien dan korelasi. Hasil dari pengujian *Pearson Product Moment* ini menyatakan bahwa hasilnya positif antara pengaruh intensitas mengakses Instagram dan TikTok terhadap perilaku imitatif pada siswa SMA Al-Irsyad Kota Tegal dengan derajat hubungan korelasi kuat.

Dari hasil uji pada penelitian ini telah diketahui bahwa hipotesis nul (H0) tidak diterima tetapi hipotesis alternatif (H1) diterima. Maka dari itu dapat dikemukakan adanya pengaruh intensitas mengakses Instagram dan TikTok terhadap perilaku imitatif pada siswa SMA Al-Irsyad Kota Tegal. Hal ini sesuai dengan teori *new media* dan teori *social learning*, karena hasil dari teori ini sama seperti hipotesis penelitian ini, yang mana teori *new media* atau media baru yang merupakan data digital yang dikendalikan oleh *software*, misalnya

media sosial dan penggunaan internet. Dengan adanya internet khalayak dapat mengakses media sosial sehingga bisa intens dalam mengakses Instagram dan TikTok. Dalam hal ini media baru merupakan objek budaya dan paradigma baru pada dunia media massa yang telah digunakan oleh masyarakat.

Pada teori *social learning* menyatakan bahwa saat membuka media sosial atau seringnya pengguna mengakses media sosial tersebut akan mendapatkan sebuah informasi atau dapat melihat suatu kejadian sehingga pengguna mengamati kejadian tersebut yang mana akan berdampak kepada perubahan perilaku dan dapat meniru perilaku orang lain. Seperti halnya dalam penelitian ini adanya perilaku imitatif pada siswa SMA Al-Irsyad Kota Tegal. Sehingga pada penelitian ini hasil hipotesis sesuai dengan analisis data pada H1 dan terdapat pengaruh intensitas mengakses Instagram dan TikTok terhadap perilaku imitatif pada siswa SMA Al-Irsyad Kota Tegal.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram dan TikTok terhadap Perilaku Imitatif pada Siswa SMA Al-Irsyad Kota Tegal", yang telah dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26.0 for Windows, peneliti mencapai beberapa kesimpulan yaitu berdasarkan analisis data pada penelitian ini, responden dalam kuisioner menunjukkan hasil yang signifikan dan memiliki pengaruh yang kuat terhadap intensitas penggunaan Instagram dan TikTok terhadap perilaku imitatif pada siswa SMA Al-Irsyad Kota Tegal. Hasil uji Pearson Product Moment menunjukkan nilai Pearson Correlation sebesar 0,729. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa intensitas mengakses Instagram dan TikTok berhubungan secara positif dengan perilaku imitatif pada siswa SMA Al-Irsyad Kota Tegal, dengan tingkat hubungan korelasi yang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, M. E., Komala, M. L., Karlinah, S. S. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama
- Fransiska S.S, Trias M, Nadia R, Khariam F.H. (2019). *Intensitas Pengguna Media Sosial, Kebiasaan Olahraga, dan Obesitas Pada Remaja Di SMA Negeri 6 Surabaya Tahun 2019*. *Jurnal Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga*
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*, Semarang: PT Elex Media Komputindo

- <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/8724/1/article%20fauzan.pdf>
https://repository.usd.ac.id/40398/2/172214035_full.pdf
http://digilib.uinsby.ac.id/34617/1/Yolanda%20Bilqis%20Sherly_J01215039.pdf
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- <https://dianisa.com/pengertian-instagram/> <https://pojoksosmed.com/tiktok/tik-tok-adalah/>
- <https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/502/474>
- <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/03/08070077/tiktok-diprediksi-jadi-medsos-terbesar-ketiga-pada-2022?page=all>
- <https://www.merdeka.com/jateng/ccontoh-perkembangan-teknologi-lengkap-beserta-penjelasan-nya-kln.html>
- John Fiske. (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: Rajawali Pers
- Junaedi. F, Sukmono. F. (2019). Komunikasi Dalam Media Digital, Malang: Buku Litera Media
- Kadir, Abdul. (2003). Pengenalan Teknologi Informasi, Yogyakarta : Andi Yogyakarta
- Koentjaraningrat. (1997). Metode-Metode Penelitian Masyarakat, Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Mulyana, M. D. (2005). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, M. R. (2015). Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- S.F. Soliha. (2015). Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial Dan Kecemasan Sosial. UNDIP Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi
- Stephen W. Little John & Karen A. (2014). Teori Komunikasi Theories of Human Communication, Tangerang: Salemba Humanika
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta
- Utama Luik, P. J. (2020). Media Baru: Sebuah Pengantar, Jakarta Timur: Prenada Media Group
- Wawan. A, Dewi. (2018). Teori dan Pengukuran Pengetahuan Sikap dan Perilaku Manusia, Yogyakarta: Nuha Medika
- Wilga Secsio R.P, Nunung Nurwati, Meilanny Budiarti S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. Prosiding Peneliti & Pengabdian Masyarakat