

## Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Peranan Orang Tua Terhadap Aplikasi Sosial Media *Tiktok*

Destiara Chairunisya<sup>1)</sup>, Heri Iswandi<sup>2)</sup>, Bobby Halim<sup>3)</sup>

1), Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya,  
Universitas Indo Global Mandiri  
Jl. Jend. Sudirman No.62 Km.4, 20ilir, Kota Palembang  
Email : nisadesti@gmail.com<sup>1)</sup>, wandy\_dkv@uigm.ac.id<sup>2)</sup>, bobby\_dkv@uigm.ac.id<sup>3)</sup>

### Abstract

*The TikTok application today is very popular among the public and on the internet, with the addition of the world's population, the more internet users, the more TikTok users also, most of these users of this TikTok application is children to adults. Throughout 2018 until now, the TikTok application topped the top most downloaded social media applications globally. With the abundance and rapidity of information and content on social media, children accidentally or intentionally access these content without restrictions, and maybe some of the children do not know what they are seeing on the internet either. it is information or things that have a negative impact, because they are still children who have great curiosity and are still in the phase of learning something. Like an addictive item, social media also makes users addicted, who are mostly teenagers and adults. It is undeniable that TikTok is very addictive to some people. The TikTok app was created by Chinese company ByteDance under the auspices of CEO Zhang Yiming in 2016 as a short video app with music. The content on the TikTok application is also diverse. Every social media application, of course, always has negative content, there are many TikTok users who are underage, so it is necessary to design Public Service Advertisements, the role of parents in limiting the content that children watch and preventing the impact of negative content with the main media, educational videos.*

**Keyword :** Application, Tiktok, Role, Parent.

### Abstrak

*Aplikasi TikTok pada zaman sekarang sudah sangat populer di kalangan masyarakat dan di internet, dengan ditambah banyaknya populasi dunia semakin banyak juga pengguna internet, semakin banyak pengguna internet semakin banyak juga pengguna Aplikasi TikTok ini dari kalangan anak- anak hingga dewasa. Sepanjang tahun 2018 hingga sekarang Aplikasi TikTok menduduki puncak teratas untuk aplikasi media sosial yang paling sering di unduh secara global. Dengan banyaknya dan pesatnya informasi, dan konten - konten yang terdapat di sosial media, anak- anak secara tidak sengaja ataupun sengaja mengakses konten- konten tersebut dengan tanpa batasan, dan mungkin sebagian dari anak- anak tidak tahu apa yang sedang mereka lihat di internet baik itu sebuah informasi ataupun hal- hal yang berdampak negatif, dikarenakan mereka masih anak- anak yang memiliki rasa ingin tahu yang besar dan di fase masih mempelajari suatu hal. Layaknya barang yang membuat kecanduan, media sosial juga membuat candu para penggunanya yang rata-rata merupakan remaja dan dewasa. Tidak dipungkiri bahwa TikTok ini sangatlah adiktif kepada beberapa orang. Aplikasi TikTok dibuat oleh perusahaan di Cina Byte Dance dengan di bawah naungan CEO Zhang Yiming pada tahun 2016 sebagai aplikasi video jangka pendek yang dilengkapi dengan musik. Konten- konten di aplikasi TikTok ini pun beragam. Setiap aplikasi sosial media tentunya selalu ada konten negatif, banyaknya pengguna TikTok yang dibawah umur, maka perlunya perancangan Iklan Layanan Masyarakat peranan orang tua dalam membatasi konten- konten yang di tonton anak dan mencegah dampak konten negatif tersebut dengan media utama yaitu video edukatif.*

**Kata Kunci :** Aplikasi, TikTok, Peranan, Orang Tua.

## 1. Pendahuluan

Perkembangan media sosial saat ini sudah sangat pesat, dan internet sangat memudahkan untuk mengakses semua informasi dan media sosial kapan saja, di mana saja. Media sosial saat ini semakin dikenal di semua bidang masyarakat, dan semakin banyak orang yang menggunakan media sosial, semakin cepat pula mereka mengetahui apa yang terjadi di dunia. Saat ini, media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, mulai dari orang dewasa, orang tua hingga anak-anak. Anak-anak zaman sekarang juga mengetahui betapa canggihnya media sosial dan sudah tahu cara kerja internet. Dengan rasa ingin tahu anak yang sangat besar, mereka dapat menjelajahi dunia internet dengan cepat, mudah dan bebas.

Dengan banyaknya dan pesatnya informasi, dan konten - konten yang terdapat di sosial media, anak-anak secara tidak sengaja ataupun sengaja mengakses konten- konten tersebut dengan tanpa batasan, dan mungkin sebagian dari anak- anak tidak tahu apa yang sedang mereka lihat di internet baik itu sebuah informasi ataupun hal- hal yang berdampak negatif, dikarenakan mereka masih anak- anak yang memiliki rasa ingin tahu yang besar dan di fase masih mempelajari suatu hal. Layaknya barang yang membuat kecanduan, media sosial juga membuat candu para penggunanya yang rata-rata merupakan remaja dan dewasa.

Berdasarkan sumber [tiktokguide.com](http://tiktokguide.com), TikTok atau dikenal juga sebagai Douyin di cina, adalah sebuah jaringan sosial media dan platform video musik yang berasal dari Tiongkok, yang dibentuk pada tahun 2012 oleh Zhang Yiming. Pada tahun 2017, pendiri TikTok yaitu perusahaan ByteDance memutuskan untuk membeli layanan musik populer lainnya dan satu tahun kemudian dikombinasikan menjadi TikTok.

Kehadiran aplikasi TikTok membuat sebagian kalangan masyarakat mengabadikan atau mengeskpresikan diri dan gaya mereka tersendiri melalui video jangka pendek yang unik. Ditambah lagi, pada masa pandemi ini membuat masyarakat semakin kreatif dan memunculkan hal- hal baru.

Berdasarkan sumber dari website Kementrian Koperasi Dan UMKM Republik Indonesia, [Smesco.go.id](http://Smesco.go.id) bahwa terdapat 10 Juta pengguna aktif di Indonesia dengan rentang usia 18-24 tahun. Handy & Wijaya mengatakan dalam jurnal mereka yang berjudul *Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar (Studi Hyperealitas TikTok)*, 2020 mengatakan bahwa :

Sepanjang 2018, TikTok mengukuhkan diri sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh yakni sebanyak 45,8 juta kali. Jumlah tersebut berhasil mengalahkan beberapa aplikasi populer lainnya seperti, YouTube, Whatsapp, Facebook, Messenger, dan Instagram. Pengguna aplikasi TikTok di Indonesia kebanyakan adalah anak usia sekolah dan milenial atau yang kita kenal dengan sebutan Generasi Z.

Aji W.N & Setiyadi mengatakan di jurnal mereka yang berjudul *Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra*, 2019 bahwa :

Banyaknya pengguna aplikasi TikTok di Indonesia yang mencapai lebih dari 10 juta, mayoritas penggunanya adalah anak usia sekolah (peserta didik), maka dari itu dapat kita ketahui aplikasi TikTok digandrungi para milenial yang mayoritasnya adalah anak sekolah

TikTok pada saat ini merupakan sosial media yang sangat populer dikalangan masyarakat, kelebihan TikTok sendiri memiliki fitur- fitur yang unik dan memiliki fungsi- fungsi yang mudah dipahami. Meskipun TikTok dikenali sebagai media pembuat video jangka pendek, kenyataan yang terdapat di balik aplikasi ini terkadang mengandung konten- konten berunsur negatif yang tidak sesuai untuk disaksikan oleh anak- anak dibawah umur. Menurut Dirjen Aptika Kominfo, Samuel Pangerapan, mengatakan bahwa TikTok dinilai negatif untuk anak-anak karena terdapat pelanggaran konten seperti pornografi, asusila, hingga pelecehan agama.

Terdapat banyak sekali contoh kasus dampak dari konten - konten yang negatif terhadap anak- anak yaitu, anak meniru tarian vulgar yang dilakukan oleh orang dewasa, berkata kasar, meniru adegan- adegan yang bisa membahayakan nyawa diri sendiri dan bahkan sampai anak- anak dibawah umur sudah bisa melakukan Hate Speech di TikTok maupun di kehidupan sehari- hari. Menurut Margareth Brown Sica dan Jeffrey Beall mengatakan dalam jurnal mereka yang berjudul *Problem Of hate Speech*, 2008 Bentuk Hate Speech atau ujaran kebencian seperti menghina, merendahkan kelompok minoritas tertentu, dengan berbagai latar belakang dan sebab baik berdasarkan ras, gender, etnis, kecacatan, kebangsaan, agama, orientasi seksual atau karakteristik lain.

Peranan orang tua dalam kasus seperti, meniru adegan orang dewasa , dan adegan berbahaya sangat dibutuhkan, ditambah lagi dengan pesatnya pertumbuhan internet yang semakin cepat dan mudah, anak- anak dengan mudah mengakses konten- konten di TikTok tanpa batasan. Berdasarkan kuesioner yang dilakukan oleh penulis melalui Google Form yang disebarakan pada 22 September 2021, kepada orang tua anak- anak, sebanyak 87.5% dari 26 orang tua mengetahui dengan adanya konten- konten yang berdampak negatif di TikTok, dan 12.5% lainnya tidak mengetahui dengan adanya konten yang berdampak negatif di TikTok. Tentunya, internet dan Smartphone sudah menjadi salah satu kebutuhan manusia dari dewasa

Ketertarikan penulis untuk mengangkat permasalahan ini dalam media Iklan Layanan Masyarakat adalah berawal dari apa yang penulis temui yang saat ini sering sekali video- video tantangan yang bersirkulasi di aplikasi TikTok ini yang bisa membahayakan diri sendiri maupun orang lain. Melihat permasalahan tersebut, salah satu strategi yang dapat membantu pemahaman orang tua bahwa pentingnya peranan orang tua dalam mengontrol anak dalam bermain aplikasi sosial media TikTok ini, maka dirancanglah Iklan Layanan Masyarakat "Peranan Orang Tua Terhadap Aplikasi Sosial Media TikTok" ini dengan melalui media Desain Komunikasi Visual yang tepat pada permasalahannya, seperti media video edukatif dan

poster- poster yang berisi informasi mengenai perancangan ini.

### Khalayak Sasaran

Perancangan ini mempunyai target audience sebagai berikut:

#### A. Aspek Demografis

Aspek Demografis meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, status perkawinan dan tingkat penghasilan (E Suyanto, 2006:67) Aspek demografis dalam Perancangan Iklan Layanan Masyarakat ini adalah meliputi.

##### a. Gender

Target Primer : Perempuan

Target Sekunder : Laki-Laki

##### b. Usia

Target Primer : 25-35 Tahun

Target Sekunder : 8-12 Tahun

##### c. Status

Target Primer : Ibu Rumah Tangga, Karyawan

Target Sekunder : Anak-Anak, Masyarakat

##### d. Strata

Target Primer : Masyarakat Menengah Keatas

Target Sekunder : Masyarakat Menengah

Ke bawah.

#### B. Aspek Geografis

Guna untuk melengkapi data - data dan sumber acuan penulis dalam merancang Iklan Layanan Masyarakat ini maka ditemukanlah aspek geografis, berikut aspek- aspek tersebut yaitu primer dan sekunder.

Target Primer : Kota Palembang

Target Sekunder : Provinsi Sumatera Selatan

#### C. Aspek Psikografis

Aspek psikologis dipelajari dan di pahami guna menjadi acuan dalam merancang Iklan Layanan Masyarakat ini, berikut aspek- aspek psikologis dari target audience yang ditentukan.

##### a. Praktis

b. Ambisius

c. Perfeksionis

d. Emosional

e. Mudah Stress

f. Mudah Kewalahan

#### D. Aspek Behavioristik

Aspek behavioristik dipelajari dan di pahami kebiasaan dari target audience guna menjadi acuan dalam merancang Iklan Layanan Masyarakat ini, berikut aspek- aspek behavioristik dari target audience yang ditentukan.

a. Butuh Hiburan

b. Protektif

c. Suka memuji

d. Penuh kasih sayang

#### Metode Analisis Data

SWIH adalah metode analisa data yang dikemukakan oleh Rudyard Kipling yang memaksa pelaku mempertimbangkan semua aspek yang berkaitan

dengan 6 pertanyaan persoalan yang sedang dihadapi. Seluruh data- data yang telah di dapat diwawancara, kuesioner, observasi, internet dan media cetak akan dilakukan sebuah proses analisa data menggunakan metode analisa SWIH untuk memecahkan sebuah masalah dengan sebuah perancangan.

#### b. *What To Say (Apa)*

Bermain aplikasi TikTok tanpa batasan terhadap konten- konten yang buruk akan berdampak negatif kepada anak- anak dibawah umur ditambah lagi kurangnya pengawasan dari orang tua, anak- anak tidak bisa membedakan konten yang berdampak negatif, anak- anak akan cenderung meniru adegan- adegan yang mampu membahayakan diri sendiri maupun orang lain. Terlebih lagi meniru adegan- adegan berbahaya mampu beresiko kehilangan nyawa sendiri maupun orang lain.

#### c. *Why To Say (Kenapa)*

Pembahasan ini muncul dari banyaknya kasus dari konten- konten negatif di tiktok yang beredar di aplikasi ini. Dengan adanya Iklan Layanan Masyarakat ini diharapkan orang tua mampu menyadari bahwa pentingnya pengawasan orang tua dalam mengontrol anak- anak bermain aplikasi sosial media TikTok dan meminimalisir dampak negatif dari konten- konten negatif yang beredar.

#### d. *Who To Say (Siapa)*

Kepada siapa iklan layanan masyarakat ini disebar ? ILM ini ditujukan untuk ibu rumah tangga yang berusia 25-35 tahun yang memiliki anak usia 8-12 tahun.

#### e. *When To Say (Kapan)*

Mengenai pertanyaan kapan Iklan Layanan Masyarakat ini harus dilakukan, bahkan sebelum rancangan ini disampaikan pada target sasaran, Iklan Layanan Masyarakat Peranan Orang Tua Terhadap Aplikasi Sosial Media TikTok haruslah selalu di berlakukan mengingat banyaknya konten negatif yang beredar di TikTok yang akan ditiru oleh anak dibawah umur yang berdampak buruk.

#### f. *Where To Say (Dimana)*

Iklan Layanan Masyarakat ini akan disebar di iklan TVC dan iklan di tiktok, pusat perbelanjaan dan di lingkungan perumahan- perumahan yang ada di kota Palembang. Selain itu perlu memanfaatkan media elektronik, media cetak dan media online, sehingga pesan dari Iklan Layanan Masyarakat ini sampai ke target sasaran.

#### g. *How To Say (Bagaimana)*

Perancangan ini melalui beberapa langkah pendekatan yang dapat memotivasi target audience bahwa pentingnya peranan orang tua dalam membatasi konten negatif tersebut dan meminimalkan dampak dari konten negatif kepada anak. Dengan menarik perhatian target audience melalui media visual, sangat cocok untuk zaman modern saat ini.

## Teknik Analisis Data

Teknik analisis data Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Teknik analisis ini mencakup tiga langkah, yaitu data reduction (reduksi data) yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Data display (penyajian data) yaitu data dirangkai menjadi kalimat yang tersusun secara sistematis dan logis. Conclusion drawing/verification (simpulan atau verifikasi) yaitu pengulangan dan penelusuran data kembali dengan tujuan untuk pemantapan simpulan yang didapat. (Sugiyono 2005: 91).

## 2. Pembahasan

Dalam proses pengolahan data mengenai iklan layanan masyarakat peranan orang tua terhadap aplikasi sosial media *tiktok* ini, terdapat beberapa tahapan yang harus diteliti. Adapun perancangan ini terbagi menjadi beberapa bagian- bagian, yaitu diantaranya identifikasi data , landasan hukum, organisasi pendukung, faktor penghambat dan pendukung, upaya pemerintah, peranan masyarakat, dan ILM yang pernah dibuat, usulan pemecahan masalah, dan contoh kasus.

Perancangan tata desain iklan layanan masyarakat "Peranan Orang Tua Terhadap Aplikasi Sosial Media *TikTok*" ini menampilkan visual yang menarik, informatif, dan edukatif yang bermanfaat baik berupa media- media ataupun ilustrasi yang digunakan. Penggunaan ilustrasi- ilustrasi yang digunakan tentunya menyesuaikan target *audience*, mulai dari pemilihan gaya desain, warna, maupun tipografi yang sesuai. Penggunaan judul maupun *headline* menggunakan kalimat- kalimat yang informatif dan mendidik, serta desain- desain yang digunakan mudah dipahami informasinya dan maksud iklan layanan masyarakat ini oleh target *audience*.



Gambar 1. Logo ILM

(Sumber : Destiara Chairunisya, 2022)

## Perencanaan Media

### 1. Tujuan Media

Adapun tujuan media adalah sebagai alat komunikasi dengan masyarakat dalam upaya menyampaikan dampak dari konten- konten negatif yang terdapat di *TikTok*, dan juga untuk memberi solusi kepada orang tua bagaimana cara megurangi dampak- dampak tersebut dengan melakukan beberapa solusi. Media yang digunakan terdiri dari Pre media, Main media, dan Follow Up media . Diharapkan media - media ini bisa menjadi media penyampaian iklan layanan

masyarakat yang baik dan benar sehingga pesan yang ingin disampaikan bisa terwujud dan mendapat feedback yang positif masyarakat.

### 2. Strategi Media

Strategi media yang diterapkan meliputi segmentasi media, panduan media, program media dan biaya media. Pada perancangan iklan layanan masyarakat ini, perancang menargetkan sasaran kepada orang tua usia 25-35 tahun di kota Palembang, dan anak usia 8-12 tahun sebagai target sekunder. Mengenai hal ini , strategi media yang digunakan merupakan media yang mudah dimengerti target audience, dengan konsep perancangan yang komunikatif dan informatif sehingga dapat dimengerti. Adapun media yag digunakan menggunakan ilustrasi- ilustrasi foto yang sederhana namun memilik makna dan pesan.

#### a. Demografis

Untuk mewujudkan data - data yang akurat sebagai acuan untuk merancang Iklan Layanan Masyarakat maka di tentukanlah aspek demografis, seperti jenis kelamin, usia, status dan strata.

##### a. Gender

Target Primer : Perempuan

Target Sekunder : Laki-Laki

##### b. Usia

Target Primer : 25-35 Tahun

Target Sekunder : 8-12 Tahun

##### c. Status

Target Primer : Ibu Rumah Tangga

Target Sekunder : Karyawan, Anak-Anak

##### d. Strata

Target Primer : Masyarakat Menengah Atas

Target Sekunder : Masyarakat Menengah Bawah

#### b. Psikologis

Aspek psikologis dipelajari dan di pahami guna menjadi acuan dalam merancang Iklan Layanan Masyarakat ini, berikut aspek- aspek psikologis dari target *audience* yang ditentukan.

##### a. Praktis

##### b. Ambisius

##### c. Perfeksionis

##### d. Emosional

##### e. Mudah Stress

##### f. Mudah Kewalahan

##### g. Mudah Bosan

#### c. Behavioristik

Aspek behavioristik dipelajari dan di pahami kebiasaan dari target audience guna menjadi acuan dalam merancang Iklan Layanan Masyarakat ini, berikut aspek- aspek behavioristik dari target audience yang ditentukan.

##### a. Butuh Hiburan

##### b. Suka Memuji

##### c. Penuh Kasih Sayang

## Strategi Kreatif

Strategi Kreatif Pada perancangan iklan layanan masyarakat ini, setelah menentukan konsep media dan tujuan kreatif, juga dilakukan strategi kreatif untuk memperkuat tujuan dari iklan layanan masyarakat ini.

a. Isi Pesan

Isi pesan yang disampaikan dalam perancangan ini adalah informasi- informasi yang dibuat berdasarkan fakta- fakta dan data yang telah dikumpulkn. Selain itu juga isi- isi pesan yang disampaikan berisi informasi tentang dampak konten negatif di *TikTok* dan juga beserta dengan solusi- solusi cara meminimalisir dampak konten negatif yang beredar di *TikTok* dengan singkat dan jelas.

b. Bentuk Pesan

Pada perancangan media iklan layanan masyarakat ini, media penyampaian pesan akan berupa infografis melalui media cetak yang informatif dan disajikan dengan visual yang berupa teks dan gambar yang tepat untuk target sasaran perancangan iklan layanan masyarakat ini, sehingga pesan yang ingin disampaikan mudah dimengerti target sasaran.

Tujuan Kreatif

Adapun tujuan kreatif pada perancangan ini adalah sebagai media yang informatif untuk masyarakat guna memberitahukan dampak-dampak dari konten negatif di *TikTok* dan pentingnya peranan oran tua dalam mengawasi anak anak dalam bermain aplikasi *TikTok* sehingga anak- anak tidak meniru adegan yang terdapat di konten negatif tersebut, media yang akan dirancang berdasarkan target sasaran dengan mempertimbangkan berbagai aspek psikologis. Perancang menjadikan beberapa aspek diatas menjadi acuan dalam merancang media - media dalam iklan layanan masyarakat ini sehingga pesan dan tujuan tersampaikan dengan baik kepada target *audience*.

Pemilihan Bentuk Pesan Visual

Adapun setelah adanya pesan verbal, penulis pula melakukan strategi kreatif dengan membuat pesan visual. Adapun pesan visual yang berisikan tentang figure, object, dan typography. Adapun kajian nya sebagai berikut:

1. *Object* Orang Tua dan Anak- anak

*Object* yang digunakan adalah manusia yaitu, orang tua dan anak- anak. *Object* orang tua dan anak- anak ini digunakan sebagai objek utama dalam perancangan ini. Alasan penulis memilih kedua *object* ini dikarenakan target utama dari iklan layanan masyarakat ini adalah orang tua dan *object* anak- anak digunakan sebagai objek pendukung dalam perancangan ini. Dimana peran orang tua dalam perancangan ini adalah sebagai pedoman ataupun *role model* yang baik bagi anak- anak.

2. Penyajian

Media perancangan iklan layanan masyarakat ini ditempatkan di beberapa perumahan padat kota Palembang, masing - masing media memiliki peran untuk menyampaikan pesan- pesan yang ingin disampaikan penulis kepada masyarakat. Seperti, media video edukatif akan disebar di iklan youtube dan instagram, sedangkan poster- poster infografis akan ditempatkan di beberapa daerah perumahan di Palembang. Sedangkan media pendukung seperti casing handphone, masker kain, shopping bag, akan di sebar di sebar kepada masyarakat sehingga masyarakat mengingat bahwa iklan layanan masyarakat ini perlu diterapkan dalam mengontrol anak bermain aplikasi *TikTok*.



Gambar 2. Poster Utama



Gambar 3. Media Utama



Gambar 5. Casing Handphone, T-Shirt, Shopping Bag



Gambar 6. Masker Kain



Gambar 4. Poster Fakta Mengenai TikTok



Gambar 7. X- Banner

### 3. Kesimpulan

Aplikasi TikTok pada saat ini sudah menjadi aplikasi yang paling banyak penggunaannya dari anak-anak sampai dewasa, tentunya di setiap sosial media, selalu ada hal-hal negatif yang buruk untuk dilihat ataupun ditiru, mungkin, orang dewasa bisa mengerti hal tersebut dampaknya, tetapi tidak dengan anak dibawah umur yang masih di fase belajar dan berkembang dan didorong rasa ingin tahu yang besar, Seperti kita tahu bahwa TikTok juga sudah menjadi salah satu aplikasi paling banyak mengandung konten negatif, maka dengan hal tersebut dibutuhkan peranan orang tua sehingga anak-anak tidak akan meniru hal-hal yang berunsur negatif dan berdampak kedepannya bagi anak-anak.

#### Saran

##### 1. Saran Akademis

Dalam proses perancangan Tugas Akhir ini, penulis menyarankan untuk Mahasiswa Tugas Akhir Selanjutnya lebih mempersiapkan tema perancangan yang benar-benar di mengerti, lebih memperbanyak sumber dan data, dan menghindari plagiarisme.

##### 2. Saran Lembaga/Institusi

Untuk Universitas Indo Global Mandiri tentunya untuk Fakultas Ilmu Pemerintahan Budaya Jurusan Desain Komunikasi Visual, diharapkan dapat memberikan waktu pengerjaan karya yang sedikit lebih lama untuk hasil yang maksimal, dikarenakan waktu pengerjaan laporan dan pencarian data membutuhkan waktu yang lama.

##### 3. Saran Sosial

Anak-anak seharusnya lebih diawasi ketika bermain internet dan membuka sosial media, dikarenakan hal-hal yang ada di internet itu tidaklah selalu positif dan menghibur, tetapi juga terdapat hal yang tidak pantas ditampilkan di internet yang anak-anak seharusnya tidak boleh melihat atau sampai meniru.

#### Daftar Pustaka

Triastuti, Endah. Dkk. 2017. *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak dan Remaja*. Jakarta. Puskakom FISIP UI

Cahyani, Dwi Dini. 2021. *Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Dalam Interaksi Sosial (Studi Kasus Di SMA Negeri 11 Teluk Betung Timur, Bandar Lampung)*

Didier Neonisa. 2011. *Peran Iklan Layanan Masyarakat Dalam Sosialisasi Program Busway Oleh Pemprov DKI : Proses Sosialisasi Program Busway*

Noni Bulele, Yohana. Wibowo Toni. 2020. *Analisis Fenomena Sosial*

Media Dan Kaum Milenial : Studi Kasus TikTok. Octaviana, SW. 2019. *Pengertian Pengasuhan/Parenting*.

Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet:24. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rizka Marini. 2019. *Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di SMPN 1 Gunung Sugih Kab.Lampung Tengah*

Sitorus, Fredrick Gerhad. 2018. *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok Terhadap Perilaku Anak (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Pada Remaja Di Kota Medan)*.

Sukma, Irawan, 2015. *Keberadaan Kesenian Senjang Pada Masyarakat Kabupaten Musi Banyuasin Sumatera Selatan.. Tesis*. Institut Seni Indonesia Surakarta

#### Sumber Lain :

Psikolog sebut anak sering melihat konten negatif bakal merusak prefrontal cortex. (22 Oktober 2021) . Diambil dari tribun news <https://bangka.tribunnews.com/2020/07/06/psikolog-sebut-anak-sering-melihat-konten-negatif-bakal-merusak-prefrontal-cortex>

Memahami persoalan sebelum solusi. (17 September 2021). Diambil dari DKV unpas.<https://bit.ly/3oWL2xI>

Benadryl Challenge. (22 Oktober 2021). Diambil dari distractify.<https://www.distractify.com/p/benadryl-challenge-tiktok>

Skull breaker challenge (22 Oktober 2021). Diambil dari insider. <https://www.insider.com/boy-hospitalized-after-trying-tiktok-skull-breaker-challenge-2020-3>

7 tren konten tiktok yang berbahaya, orang tua harus tau! (22 Oktober 2021). Diambil dari kumparan. <https://kumparan.com/kumparanmom/7-tren-konten-tiktok-yang-berbahaya-orang-tua-harus-tahu-1vTmxDYB86m/2>

Sejarah pembuatan aplikasi TikTok .(3 Oktober 2021). Diambil dari TikTok Guide.<https://ttok-guide.com/id/sejarah-pembuatan-aplikasi-tiktok-dan-fitur/>.

Teori Gestalt. (16 Januari 2022). Diambil dari Desain studio. <http://www.desainstudio.com/2010/12/teori-gestalt-dalam-desain-grafis.html>

<https://kbbi.web.id/>. Diakses tanggal 09/01/2020

Konten TikTok. (23 September 2021). Diambil dari kominfo.<https://kominfo.go.id>.

8 Fitur tiktok yang jarang diketahui, ada fitur pencegahan bunuh diri. (22 Oktober 2021). Diambil dari kreativv. <https://kreativv.com/fitur-tiktok/>

Jumlah Pengguna TikTok. (12 September 2021). diambil dari smesco.<https://smesco.go.id>.

A brief history of tiktok and its rise to popularity. (22 Oktober 2021) . Diambil dari big 3 media <https://www.big3.sg/blog/a-brief-history-of-tiktok-and-its-rise-to-popularity>

Bytedance. (22 Oktober 2021). Diambil dari wikipedia.<https://en.wikipedia.org/wiki/ByteDance>

Daftar Narasumber :

Verty Sari Pusparini.S.,Ps.M.P.Si Psikolog dan Sosiolog.  
Wawancara dilakukan pada tanggal 8 November 2021, Melalui Aplikasi HaloDoc.

Ibu Lindawati, 35 Tahun. Ibu dari Andra Anak Usia 8 Tahun. Wawancara pada tanggal 19 Desember 2021, dirumah narasumber.