

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat seperti sekarang ini, menyebabkan perubahan peradaban serta kebudayaan dalam kehidupan masyarakat semakin pesat dan kian bervariasi. Teknologi telah dikenal manusia sejak ditemukannya “Manusia Modern Awal” (*Early Modern Human*), yaitu homo sapiens awal yang menghuni kepulauan di Indonesia puluhan ribu yang lalu dan dalam evolusinya menurunkan generasi manusia sekarang. Dari penanggalan radiometri memperlihatkan bahwa mereka telah menghuni Indonesia dan Asia Tenggara, kurang lebih sekitar 45 ribu tahun yang lalu hingga akhir kala Plestosen. Beberapa fenomena perilaku yang menonjol yang membedakan dari perilaku manusia purba jutaan tahun yang lalu, salah satunya adalah kemunculan alat-alat serpih dalam himpunan alat tiliak. Hal tersebut merupakan bukti bahwa teknologi sudah dikenal sejak ribuan tahun silam dengan ditemukannya manusia modern pertama, yaitu *Homo sapiens*²

Internet sebagai media interaksi sosial telah berkembang pesat di seluruh dunia, salah satunya adalah Indonesia. Jumlah pengguna internet di Indonesia pada awal

² Truman Simanjutak, Jurnal Amarta: *Kehidupan Manusia Modern Awal di Indonesia: Sintesa Awal*, vol 29, hlm 2-7

tahun 2021 ini, mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah tersebut meningkat 15,5 persen atau 27 jiwa dibandingkan pada Januari 2020 lalu. Total jumlah penduduk Indonesia saat ini adalah 274,9 juta jiwa, artinya presentasi internet di Indonesia pada awal 2021 telah mencapai 73,7 persen³. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), sekretaris jenderal APJII Hendri Kasyfi mengenai penggunaan internet di Indonesia 2019-2020. “Saat ini presentasi pengguna internet di Indonesia berjumlah 73,7 persen, naik dari 64,8 persen dari tahun 2018,”ujarnya. Menurut Sekjen APJII, jika digabungkan dengan angka dari proyeksi Badan Pusat Statistik (BPS), populasi Indonesia pada tahun 2019 berjumlah 266.911 juta, sehingga pengguna internet di Indonesia mencapai sebanyak 196,6 juta pengguna. Jumlah tersebut naik dari 171 juta ditahun 2019 dengan presentasi 73,7 persen atau naik sekitar 8,9 persen atau sekitar 25,5 juta pengguna internet⁴.

Revolusi industri 4.0 mengakibatkan adanya inovasi-inovasi baru dari perkembangan internet, serta semakin banyaknya media atau jaringan sosial yang dapat kita gunakan untuk berkomunikasi dengan sesama manusia, tentu saja setiap hal yang baru akan memberikan dampak positif dan negatif dari kecanggihan teknologi, serta banyaknya media sosial yang kian bervariasi. Khususnya mahasiswa pada masa sekarang ini, tidak sedikit dari mereka menggunakan kecanggihan teknologi sebagai ajang untuk mencari kepopuleran atau sekedar untuk menarik perhatian khalayak. Munculnya berbagai *platform* aplikasi

³ <https://tekno.kompas.com> (diakses pada tanggal 13 November 2021)

⁴ <http://www.kominfo.ac.id> (diakses pada tanggal 28 Oktober 2021)

membuat kecanggihan teknologi semakin terlihat. Seiring dengan merajanya digital, beberapa *platform* aplikasi yang menyediakan dukungan pembuatan video yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang menarik. Salah satu media sosial yang memfasilitasi pembuatan semakin menarik yaitu aplikasi “TikTok” yang berasal dari perusahaan teknologi asal Tiongkok. Pada awalnya, TikTok dibuat bertujuan untuk memberikan ruang dalam bidang tari atau *dance*. Namun seiring berkembangnya teknologi yang semakin pesat, kini kreativitas serta konten-konten yang tersedia dalam aplikasi tiktok semakin bervariasi, sehingga dapat memberikan manfaat sendiri bagi penontonnya⁵. Dari data yang diperoleh, berdasarkan aplikasi yang paling banyak digunakan, tiktok berada di posisi keempat, yaitu waktu yang dihabiskan oleh pengguna tiktok mencapai 13,8 jam perbulan⁶.

Bagi setiap manusia, komunikasi merupakan suatu kebutuhan pokok yang tidak dapat lepas dari aktifitas sehari-hari. Tentang bagaimana kita berkomunikasi, dapat dilihat dari perspektif agama, bahwa Tuhan-lah yang telah mengajari kita berkomunikasi dengan menggunakan akal serta kemampuan berbahasa yang telah dianugerahkan kepada kita. Seperti yang dikatakan dalam Al-Qur’an, “Tuhan

⁵ Krueger Kristanto Tumiwa, Vera Irianti Abdullah, dkk, Tetap Kreatif dan Inovatif di Tengah Pandemi Covid-19 (Jilid 2), (Pekalongan: PT.Nasya Expanding Management, 2021), cetakan ke-1, Jil 2, hal 155

⁶ <https://tekno.kompas.com> (diakses pada 16 November 2021)

yang Maha Pemurah, yang telah mengajarkan Al-Quran. Dia menciptakan manusia yang mengajarnya pandai berbicara” (QS. Ar-Rahman :1-4) ⁷

Thomas M. Scheidel mengemukakan bahwa, kita berkomunikasi tujuan utamanya adalah untuk mengungkapkan serta mendukung identitas diri, dalam upaya untuk membangun kontak sosial dengan orang sekitar kita, juga untuk memengaruhi orang lain agar merasakan, berfikir atau berperilaku seperti yang kita inginkan. Namun menurut Sceilid tujuan dasar kita berkomunikasi adalah agar dapat mengendalikan lingkungan fisik dan psikologi kita⁸.

Ketika seseorang berkomunikasi, tentunya terdapat gaya komunikasi yang mereka tunjukkan, baik komunikasi mereka dalam bentuk komunikasi verbal maupun nonverbal. Widjaja mengatakan bahwa gaya komunikasi dipengaruhi bukan dari tipe seseorang melainkan dipengaruhi oleh situasi yang sedang dihadapi. Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda tergantung situasi yang sedang dihadapi, misalnya ketika marah, gembira, sedih tertarik atau bosan⁹. Tubbs dan Moss menyebutkan tentang macam-macam gaya komunikasi diantaranya adalah *the controlling style, the equalitarian style, the structuring style, the dynamic style, the relinquishing style, dan the withdrawal style*¹⁰.

⁷ Prof. Dr. Deddy Mulyana, M.A.,Ph.D., Ilmu Komunikasi, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2021), Cetakan ke-23, hal 3

⁸ Prof. Dr. Deddy Mulyana, M.A.,Ph.D., Ilmu Komunikasi, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2021), Cetakan ke-23, hal 4

⁹
¹⁰ Isti Novitasari, Studi Deskriptif Gaya Komunikasi , (Fakultas Psikologi UMP, 2016)

Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali merupakan lembaga perguruan tinggi berbasis pesantren, sebagian mahasiswa sedang menempuh pendidikan non formalnya di Pondok Pesantren, seperti di Pondok Pesantren Al-Ihya ‘Ulumaddi, Assasunnajah, Al-fiel, APIK, Manarul Huda, dan pondok pesantren lain yang berada di Kecamatan Kesugihan.

Proses Komunikasi yang terjadi di pondok pesantren, adalah komunikasi antara kyai, ustadz dan santri. Pesantren sebagai sub budaya yang spesifik mempunyai tata nilai yang berbeda dengan budaya dominan yang berkembang di tengah masyarakat. Komunikasi di pondok pesantren direpresentasikan melalui model komunikasi *klasikal* seperti model komunikasi *sowan*, model komunikasi *sorogan*, model komunikasi *bandungan*, model komunikasi *wetonan*, model komunikasi *musyawarah*, dan komunikasi dengan menggunakan simbol seperti bunyi bel dan panggilan¹¹.

Dari latar belakang yang telah diuraikan, bahwa dunia memang sedang dalam revolusi 4.0 zero, dimana dalam masa revolusi ini perkembangan teknologi semakin berkembang pesat, dibuktikan dengan banyaknya pengguna internet, serta munculnya media sosial baru seperti Tiktok. Dari data yang telah disebutkan bahwa tiktok merupakan media sosial yang presentasi penggunaanya terus menerus meningkat. Kehadiran tiktok juga digunakan untuk mengespresikan diri penggunaanya, disinilah media sosial tiktok ini membentuk perilaku komunikasi

¹¹ Ali Nurdin, Tradisi Komunikasi di Pesantren (KARSA: Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman, vol 23, 2015)

mahasiswa. Media sosial Tiktok ini ternyata dapat mempengaruhi penggunanya dalam berkomunikasi (Andriyani, Daroe Iswaningsih, dkk 2021; Sandi & Muchsin 2020; Debi Pratama 2020; Alfian 2021; Nora Usrina 2021). Dari beberapa penelitian tersebut yang telah menjelaskan bahwa media sosial Tiktok dapat mempengaruhi penggunanya dalam berkomunikasi, lebih spesifik lagi media sosial Tiktok ini dapat mempengaruhi gaya komunikasi terhadap penggunanya (Nora Usrina 2021). Dengan hal tersebut penulis tertarik untuk mengaji bagaimana pengaruh aplikasi Tiktok ini di Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali, dengan latar belakang Universitas yang berbasis pesantren, yang memiliki metode berkomunikasi yang berbeda dengan masyarakat sekitar. Untuk melihat pengaruh media sosial Tiktok ini, maka penelitian ini dianggap penting, dengan hal tersebut penulis tertarik untuk meneliti “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Komunikasi Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali” sebagai judul dalam penelitiannya.

B. Definisi Operasional

Untuk mempertegas konsep yang terdapat dalam latar belakang masalah dan menghindari salah paham dalam memaknainya, maka dipandang perlu untuk mempertegas istilah-istilah dalam judul skripsi ini yaitu “*Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali*” yang dimaksud adalah:

1. Pengaruh intensitas penggunaan media sosial tiktok

Pengaruh intensitas penggunaan media sosial tiktok adalah adanya respon seberapa sering seseorang mengakses aplikasi media sosial tiktok sehingga menimbulkan perubahan perilaku atau respon dari aplikasi tersebut

Menurut Kamus Besar Kamus Bahasa Indonesia , “pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut serta membentuk watak, kepercayaan, dan perbuatan seseorang”¹². Menurut surakhmad (2012: 1), pengaruh adalah kekuatan atau gejala yang muncul dari suatu benda atau orang yang dapat memberikan perubahan dalam membentuk kepercayaan atau perubahan itu sendiri¹³. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang dapat timbul dari sesuatu, baik itu watak, benda, kepercayaan, dan perbuatan seseorang yang dapat mempengaruhi lingkungan sekitarnya.

Menurut Chaplin intensitas merupakan kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau ataupun sikap. Menurut Kaloh intensitas merupakan tingkat keseringan seseorang dalam melakukan kegiatan atau aktifitas tertentu, dengan didasari rasa senang dengan kegiatan tersebut¹⁴.

¹² <http://kbbi.web.id/pengaruh> (Diakses pada tanggal 28 Oktober 2021)

¹³ <http://respository.um-palembang.ac.id> (Diakses pada tanggal 2 November 2021)

¹⁴ Ria Wahyuni, Harmini, Jurnal Psikolog “*Hubungan Intensitas Menggunakan Facebook dengan Kecenderungan Monophobia pada Remaja*”, Vol 13, No 1, Juni 2013. (Diakses pada tanggal 2 November 2021)

Andreas Kaplan dan Micheal Haenlein, mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi yang berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan serta pertukaran *user-generated content*. Web 2.0 menjadi *platform* dasar sebuah media sosial. Media sosial ada dalam bentuk yang berbeda termasuk *social network*, forum internet, *weblogs*, sosial blogs, *micro blogging*, wikis, *podcaste*, gambar, rating, bookmark sosial dan video. Menurut Kaplan dan Haenline, ada enam jenis media sosial yaitu: proyek kolaborasi (contoh, wikipedia), *blog* dan *microblogs* (contoh, *twitter*), komunitas konten (contoh, youtube, tiktok), situs jaringan sosial (contoh, facebook, instagram), *virtual game* (contoh, *pictionary*), dan virtual sosial (contoh, *secon live*)¹⁵.

Jadi Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya yang bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, serta menciptakan isi. Media sosial ini meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan jejaring sosial.

Tiktok merupakan aplikasi yang dikembangkan pertama kali oleh Yimming, warga yang berasal dari China pada bulan September 2016. Yimming sendiri merupakan seorang lulusan *software engineer* dari Universitass Nankai yang telah berhasil mendirikan perusahaan teknologi pada bulan Maret 2012, dengan nama *Byte Dance*. Tiktok di Negara

¹⁵ <http://digilib.uinsby.ac.id> (Diakses pada tanggal 2 November 2021)

asalnya dikenal dengan sebutan *Douyin*, merupakan aplikasi yang memungkinkan bagi penggunanya membuat, merekam serta menyajikan video pendek yang berdurasi sekitar 15-30 detik. Pengguna yang membuat video kemudian diunggah ditiktok disebut sebagai konten creator. Pada awal mulanya tiktok dibuat untuk memberikan ruang untuk menyalurkan kreatifitas dibidang *tra* atau *dance*, namun kini kreatifitas yang dikembangkan oleh konten kreator semakin bervariasi serta dapat memberikan manfaat tersendiri bagi penggunanya¹⁶.

Dalam penelitian ini, intensitas penggunaan media sosial tiktok diartikan sebagai seberapa sering seseorang mengakses aplikasi tiktok yang berdampak pada gaya komunikasi mahasiswa Universitas Nadlatul Ulama Al Ghazali.

¹⁶ Krueger Kristanto Tumiwa, Vera Irianti Abdullah, dkk, Tetap Kreatif dan Inovatif di Tengah Pandemi Covid-19 (Jilid 2), (Pekalongan: PT.Nasya Expanding Management, 2021), cetakan ke-1, Jil 2, hal 155

2. Gaya Komunikasi

Menurut Norton gaya komunikasi didefinisikan sebagai cara seseorang untuk dapat berinteraksi dengan cara verbal dan para verbal, untuk memberi tanda bagaimana arti yang seharusnya dipahami atau dipengerti oleh lawan komunikasinya. Gaya komunikasi merupakan jendela untuk memahami bagaimana dunia memandang seseorang, sebagai suatu kepribadian yang unik.

Widjaja mengemukakan bahwa gaya komunikasi dipengaruhi bukan dari tipe seseorang melainkan dipengaruhi oleh situasi yang sedang dihadapi. Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda tergantung situasi yang sedang dihadapi, misalnya ketika marah, gembira, sedih tertarik atau bosan.

Adapun gaya komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah gaya komunikasi Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali, yang terpengaruh dari media sosial yang mereka gunakan. Menggunakan intensitas media sosial dengan cara melihat, mendengar dan mencontoh, yang kemudian mereka implementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut menjadikan timbulnya pengaruh gaya komunikasi yang mereka gunakan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pertimbangan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Media sosial apa saja yang diminati oleh mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali?
2. Bagaimana gaya komunikasi mahasiswa di Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali.
3. Adakah Pengaruh intensitas media sosial tiktok, terhadap gaya komunikasi mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali

D. Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui platform media sosial apa saja yang paling populer dikalangan mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali
2. Untuk mengetahui gaya komunikasi mahasiswa di Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh intensitas menggunakan media sosial tiktok terhadap gaya komunikasi Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali.

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis
 - a. Memberikan khasanah keilmuan mengenai gaya komunikasi dalampesantren namun terjadi dalam perguruan tinggi
 - b. Memberikan input mengenai pengaruh dalam lingkungan pesanten terkait dengan tata cara berkomunikasi
 - c. Melalui penelitian ini, semoga dapat menambah kepustakaan dalam perkembangan ilmu komunikasi.
2. Bagi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA)
 - a. Memberikan rekomendasi kepada UNUGHA platform media sosial apa yang cocok untuk mahasiswa sehingga mahasiswa tertarik untuk mengikuti kegiatan tersebut.
 - b. Memberikan saran kepada UNUGHA untuk lebih memfasilitasi mahasiswanya agar mahasiswa dapat mengembangkan bakat serta dapat memanfaatkan perkembangan media sosial pada saat ini secara baik dan bijaksana.
3. Bagi penulis
 - a. Hasil penelitian ini semoga mampu memberikan ilmu pengetahuan bagi penulis terkait dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat
 - b. Hasil penelitian ini semoga dapat menjadikan penulis untuk lebih memahami lingkungan disekitarnya melalui komunikasi yang terjadi di lingkungan tersebut

E. Batasan masalah

1. Data yang di ambil dalam penelitian ini hanyalah mahasiswa aktif angkatan 2018, 2019, 2020, dan 2021.
2. Dalam penelitian ini tidak membahas konten-konten yang ada dalam media tiktok

F. Telaah Pustaka

1. Penelitian terdahulu

Penelitian yang sejenis dan relevan dalam penelitian ini dijelaskan dan disajikan pada bagian penelitian terdahulu. Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan referensi dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel 1.1 di bawah ini:

Table 1.1 Penelitian Terdahulu Dan Hasil Penelitiannya

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL
1	Nora Usrina (2021)	Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Quran Ar-Risalah	Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan hasil bahwa seringkali anak-anak menggunakan media sosial Tiktok, maka sangat mengubah perilaku dan gaya komunikasi anak terhadap orang tua dan orang

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL
			disekitarnya.
2	Alfiana Yuniar Rahmawati (2019)	Pengaruh Intensitas Menggunakan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad	Jenis analisis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, dari pengolahan data, ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas menggunakan aplikasi Tiktok terhadap perilaku narsisme remaja muslim komunitas Moser Jogja Squad.
3	Andriyani, Daroe Iswaningsih, dkk (2021)	Tiktok terhadap variasi bahasa kolonial pada kalangan remaja Indonesia	Penelitian ini menggunakan medode campuran, yaitu pendekatan kualitatif dan kuantitatif, dengan hasil bahwa variasi bahasa kolonial yang ditemukan dalam media sosial tiktok adalah Anomatote, Pronomina, dan Kalimat.
4	Sandi Marga Pratama, Muchlis	Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif (analisis

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL
	(2020)	Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel	deskriptif dan teknik korelasi), dengan hasil bahwa aplikasi Tiktok ini memberikan pengaruh yang negatif bagi anak-anak, namun segi positif dari aplikasi Tiktok, yaitu dapat membantu mahasiswa dalam mengekspresikan kreatifitasnya khususnya dalam pembuatan video pendek.

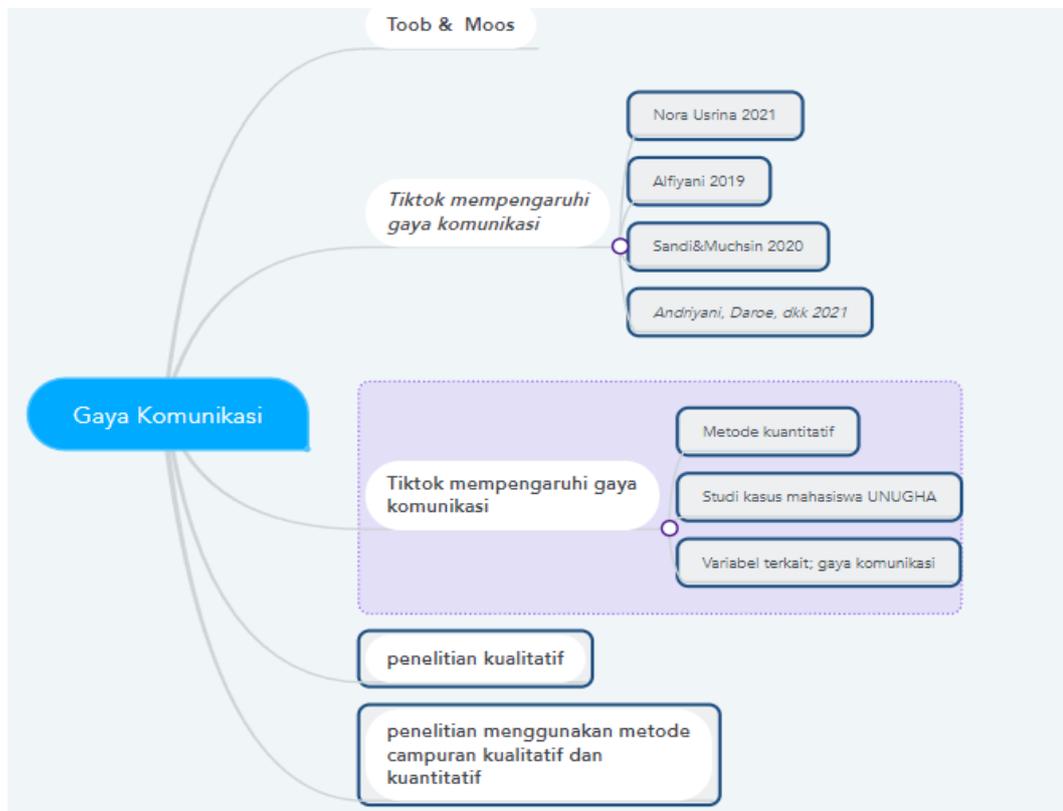
Dalam penelitian ini, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Berikut adalah persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada variabel bebas yang diambil oleh peneliti terdahulu maupun peneliti sekarang yaitu terkait dengan media pengaruh media sosial Tiktok.

2. Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali dan Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali merupakan Universitas yang berbasis pesantren, metode komunikasi yang digunakan dalam pesantren dengan masyarakat yang berbeda namun masuk dalam perguruan tinggi, sehingga ini yang menjadi perbedaan penulis dalam mengambil obyek penelitiannya.

G. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir merupakan sebuah model atau gambaran yang berupa konsep yang menjelaskan mengenai suatu hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Kerangka berpikir dapat dikatakan juga sebagai rumusan masalah yang telah dibuat dengan berdasarkan adanya suatu proses deduktif, dengan tujuan dapat menghasilkan beberapa dari konsep yang digunakan agar dapat memudahkan seorang peneliti dalam merumuskan hipotesis penelitiannya. Berikut adalah kerangka berfikir penulis, yang dibuat dalam bentuk skema, agar dapat mempermudah memahami variabel data yang akan dipelajari selanjutnya:



Gambar 1.1 Kerangka Berfikir

H. HIPOTESIS

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji atau rangkuman kesimpulan teoritis yang telah diperoleh dari tinjauan pustaka. Menurut Lungberg, hipotesis merupakan sebuah generalisasi yang bersifat tentatif, yang kevalidannya masih harus diuji¹⁷

Berdasarkan hal tersebut, peneliti mengemukakan hipotesis alternatif atau hipotesis kerja (H_a) dan hipotesis statistik atau nol (H_0) sebagai berikut:

¹⁷ Nanang Martono, Metode Penelitiann kuantitatif, edisi 2 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016) hlm 67

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap gaya komunikasi Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA)

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap gaya komunikasi mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA)

I. SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam sistematika penulisan, peneneliti menjadikan penulisan penelitian ini ke dalam lima bab yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Sistem penulisan ini diharapkan mampu memberikan gambaran secara umum terkait dengan penyusunan skripsi yang akan dilakukan oleh peneliti.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah yang akan diteliti oleh penulis, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian (manfaat secara teoritis, manfaat bagi mahasiswa komunikasi, dan bagi penulis), dan telaah pustaka, yaitu penjelasan perihan penelitian-penelitian terdahulu yang menunjukkan persamaan atau perbedaan dengan penelitian sekarang yang penulis lakukan.

BAB II: KAJIAN TEORI

Pada bab ini berisi kajian teori. Dalam kajian teori dijelaskan mengenai permasalahan yang diambil oleh peneliti dengan dengan mencantumkan konsep-konsep serta teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis teliti. Sebagai pijakan penulis dalam melakukan penelitiannya, dalam hal ini adalah pengaruh intensitas penggunaan media sosial tiktok terhadap gaya komunikasi Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi mengenai metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, variabel dan objek penelitian, subyek penelitian (populasi, sample dan teknik sampling atau responden, metode pengumpulan data, uji keabsahan data serta teknik analisis data. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk meneliti permasalahan yang akan penulis teliti.

BAB IV : PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil laporan penelitian penelitian, serta pembahasan tentang gambaran umum tentang objek penelitian.

BAB V : PENUTUP

Berisi penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Bagian akhir dari penelitian ini adalah berupa daftar pustaka, serta lampiran-lampiran yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya.