

PENERAPAN ETIKA DALAM SOSIAL MEDIA DAN ILMU TEKNOLOGI DIGITAL MELALUI APLIKASI TIK TOK DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI

Silvia Anggraini^{a1}, Katherine Milenia Asima^{b,2}

^{a,b}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang*

¹*silvianggraini2425@gmail.com*; ²*Katrinsimbolon25@gmail.com*

*silvia anggraini

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Mahasiswa Kepada Masyarakat yang mencakup upaya-upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia antara lain dalam hal perluasan wawasan, pengetahuan maupun peningkatan keterampilan yang dilakukan oleh aktifitas Akademika sebagai perwujudan dharma bakti serta wujud kepedulian untuk berperan aktif meningkatkan kesejahteraan dan memberdayakan masyarakat luas terlebih bagi masyarakat ekonomi lemah. Kurangnya pemahaman generasi muda dalam menggunakan media social seringkali berdampak negative dengan membuat konten konten yang kurang bermanfaat dan bahkan dapat merugikan pihak lain baik verbal maupun nonverbal. Untuk itu kegiatan yang di adakan ini bertujuan untuk mengingatkan kembali betapa pentingnya beretika dalam bersosial media dan memanfaatkan teknologi digital untuk pertumbuhan ekonomi masyarakat khususnya melalui aplikasi Tik Tok. Rencana kegiatan yang akan di lakukan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat secara langsung. Dalam pengabdian ini dibagi kedalam beberapa sesi. Sesi pertama adalah mengaplikasikan etika dalam bermedia social, yaitu memberikan wawasan kepada kalangan generasi muda untuk lebih menjaga etika dalam komunikasi saat menggunakan media social. Sedangkan sesi kedua berupa praktek pelatihan pembuatan tik tok terutama tik tok shop. Sasaran dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah kalangan anak-anak sekolah Yayasan Pendidikan Amagi Indonesi, pondok aren, Tangerang Selatan. Kegiatan ini meliputi bagaimana cara beretika yang baik dan benar serta bagaimana cara kita untuk mempromosikan suatu produk yang mereka miliki agar dikenal oleh masyarakat luas dan untuk mendapatkan pendapatan dengan tujuan agar santriawan dan santriawati mampu menerpakan aplikasi Tik Tok tersebut dengan benar dan bermanfaat pula bagi mereka. Dari kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa Tik Tok merupakan sarana promosi yang efektif untuk meningkatkan penjualann dan pendapatan. Adapun saran yang penulis anjurkan kepada para pembaca maupun peserta pelatihan kegiatan, adalah untuk lebih bijak lagi menggunakan social media, gunakan untuk hal hal yang bermanfaat.

Kata Kunci: *Sosialisasi; Aplikasi Tik Tok; Pengabdian Mahasiswa Kepada Masyarakat*

Abstract

Student Community Service Activities which include efforts to improve the quality of human resources, among others in terms of expanding insight, knowledge and increasing skills carried out by Academic activities as a manifestation of dharma devotion and a form of concern for playing an active role in improving welfare and empowering the wider community, especially for economically weak communities. The lack of understanding of the younger generation in using social media often has a negative impact by creating content that is less useful and can even harm other parties, both verbal and non-verbal. For this reason, this activity aims to remind again how important it is to be ethical in social media and to utilize digital technology for community economic growth, especially through the Tik Tok application. The activity plan that will be carried out in this Community Service activity is to conduct outreach and education to the community directly. This service is divided into several sessions. The first session is to apply ethics in social media, which is to provide insight to the younger generation to better maintain ethics in communication when using social media. While the second session was in the form of training practices for making tick tock, especially tick tock shops. The target in this Community Service activity is the school children of the Amagi Indonesian Education Foundation, Pondok Aren, South Tangerang. This activity includes how to do good and right ethics and how do we promote a product that they have so that it is known by the wider community and to earn income with the aim that students and female students are able to apply the TikTok application correctly and it is also useful for them. From this activity it can be concluded that TikTok is an effective promotional tool to increase sales and income. As for the advice that the author recommends to readers and participants in training activities, is to be wiser in using social media, use it for useful things.

Keywords: Socialization; Tik Tok application; Student Service to the Community

PENDAHULUAN

Aplikasi Tiktok, merupakan salah satu platform media sosial yang menjadi aplikasi paling banyak diunduh di Apps Store dan Google Play selama hampir 5 kuartal berturut turut. Data ini dibagikan oleh layanan analitik Sensor Tower dengan detail mengungkapkan bahwa di kuartal 2019& 2020 Tiktok mendapatkan 33 juta Unduhan di App store, Tidak sebanyak pada App Store untuk Goggle play aplikasi tiktok berada dibawah whatsapp dan messenger akan tetapi tetap mengungguli Facebook dan Instagram.

Sama seperti media sosial lainnya seperti Instagram, Youtube dan Facebook, Aplikasi Tiktok juga turut memperkenalkan fitur baru yaitu TiktokFor Bussiness sebagai bentuk inovasi dan eksperimen dari aplikasi tiktok untuk memberikan wadah bagi pelaku bisnis di aplikasinya. Cara cara baru Tiktok untuk menghadirkan berbagai macam fitur baru salah satunya yaitu mulai merambah ke pasar ecommerce dengan menambahkan fitur belanja online. Selain Tiktok for business saat ini Tiktok juga telah menambahkan fitur berupa tautan ke situs ecommerce di biografi profil. Layanan ini mirip dengan Instagram pada bagian profil, dimana pengguna lainnya

bisa membuka tautan dan langsung masuk ke situs terkait.

Meskipun Tiktok merupakan media sosial dengan platform hiburan, kehadiran dari Tiktok For Business justru banyak membantu para pemilik brand atau pelaku bisnis untuk terhubung dengan komunitas yang lebih besar, mudah ditemukan oleh pengguna melalui Tiktok dan membangun lingkungan media sosial yang sehat dengan menciptakan kreativitas pada konten yang diunggah serta melibatkan pengguna dalam kampanye pemasaran yang dijalankan oleh sebuah brand, pelaku bisnis ataupun institusi bukan hanya sekedar melihat tapi juga ikut terinspirasi untuk membuat konten tiktok dengan versinya sendiri.

Salah satu kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini adalah TIK TOK, dimana TIK TOK tersebut memiliki dampak yang cukup besar bagi kehidupan sehari-hari kita. Sama seperti media sosial lainnya seperti Instagram, Youtube dan Facebook, Aplikasi Tiktok juga turut memperkenalkan fitur baru yaitu TiktokFor Bussiness sebagai bentuk inovasi dan eksperimen dari aplikasi tiktok untuk memberikan wadah bagi pelaku bisnis di aplikasinya. Cara cara baru Tiktok untuk menghadirkan berbagai macam fitur baru

salah satunya yaitu mulai merambah ke pasar ecommerce dengan menambahkan fitur belanja online. Selain Tiktok for business saat ini Tiktok juga telah menambahkan fitur berupa tautan ke situs ecommerce di biografi profil. Layanan ini mirip dengan Instagram pada bagian profil, dimana pengguna lainnya bisa membuka tautan dan langsung masuk ke situs terkait. Dengan begitu, calon pembeli bisa langsung melihat toko online milik pengguna.

Dampak pandemi Covid-19 mengakibatkan selama tahun 2020 hingga 2021 pemerintah menerapkan adanya pembatasan untuk tidak keluar dari rumah sehingga menyebabkan banyaknya pelaku usaha kuliner yang kehilangan pelanggan. Namun meski di tengah pandemi, kondisi tersebut justru memotivasi para pelaku bisnis untuk terus berinovasi dan mengembangkan usahanya. Pemanfaatan media digital adalah salah satu strategi inovatif yang digunakan oleh banyak pebisnis. Beberapa dari mereka mengandalkan situs media sosial untuk membantu mereka mendapatkan pelanggan baru. Salah satunya adalah aplikasi Tiktok yang digunakan. Di tahun 2020, penggunaan aplikasi Tiktok di Indonesia berkembang pesat dan menjadi gaya hidup baru, dimana Tiktok yang

awalnya hanya digunakan sebagai hiburan seperti dance challenge, kini semakin berkembang dan digunakan sebagai media sharing mengenai informasi kuliner, edukasi mengenai cara memasak yang benar, bahkan sarana promosi kuliner. Aplikasi media sosial Tiktok ini berisi konten berupa video-video yang salah satunya mengenai makanan dan lokasi tempat makan dari yang terbaru sampai yang terunik. Hal tersebutlah yang dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk mengenalkan makanan dan memperoleh pelanggan. Pasca pandemi ini banyak jenis makanan dan bertambahnya jenis makanan yang belum dikenal banyak orang, hal tersebut fungsi dari Tiktok yaitu sebagai media informasi yang terdiri dari pembuat konten yang memiliki hobi makan, dan penonton yang mencari referensi makanan yang menyebabkan pada era media sosial ini banyak yang memanfaatkan Tiktok sebagai media sharing untuk mengenalkan makanan. Jurnalisme kuliner saat ini berkembang sangat pesat dengan model informasi yang bervariasi terkait kuliner. Hal itu juga menjadikan jurnalisme kuliner kian meningkat dan menarik banyak perhatian masyarakat terlihat dari kebutuhan masyarakat dalam mencari referensi makanan atau restoran. Dalam berbagai media sosial terdapat banyak akun

yang ikut menyajikan konten kuliner, setelah melihat banyaknya minat terhadap konten tersebut. Konten kuliner tersebut dapat berupa resep makanan, review restoran, atau feature story (soft news) seputar makanan (Elianna Bunyamin, 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, kami dari Tim Program Pengabdian Masyarakat (PKM) Universitas Pamulang (UNPAM) yang berjumlah 4 mahasiswa terpanggil untuk ikut serta melatih peserta pelatihan di Yayasan Pendidikan Amagi Indonesia dengan judul PKM: “Penerapan Etika Dalam Sosial Media dan Ilmu Teknologi Digital Melalui Aplikasi TIK TOK Dalam Pertumbuhan Ekonomi, Pondok Aren , Kota Tangerang Selatan, Banten”

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian kepada masyarakat ini menitikberatkan pada pengembangan dan keterampilan para kalangan anak –anak sekolah dalam penerapan etika dalam sosial media dan pemanfaatan ilmu teknologi digital untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui aplikasi tik tok. Dalam pengabdian ini dibagi kedalam beberapa sesi. Sesi pertama adalah mengaplikasikan etika dalam bermedia social, yaitu memberikan wawasan kepada kalangan generasi muda untuk lebih

menjaga etika dalam komunikasi saat menggunakan media social. Seiring dengan kemajuan perkembangan teknologi yang begitu canggih di zaman sekarang ini, sangat memungkinkan membawa pengaruh yang begitu besar terhadap perkembangan para remaja atau generasi muda. Penggunaan media sosial sudah menyatu dalam kehidupan kita, terutama anak dan remaja. Oleh karena itu, perlu ada bimbingan untuk para remaja agar lebih bijak dalam menggunakan medsos karena semuanya ada di medsos. Anak dan remaja belum begitu paham konten mana yang baik dan kurang baik. Jadi, tugas adalah memberikan pengarahan kepada mereka untuk dapat menggunakan medsos dengan baik agar mereka bisa terus maju, kreatif, dan inovatif.

Sedangkan sesi kedua berupa praktek pelatihan pembuatan tik tok terutama tik tok shop. Semakin canggih teknologi, kini masyarakat kian diperkenalkan dengan berbagai inovasi terbaru. Misalnya saja fitur belanja yang disediakan oleh media sosial salah satunya TikTok. Melansir dari pernyataan resminya, TikTok Shop telah melihat pertumbuhan dan dukungan yang signifikan di Indonesia dari para merchant, kreator, dan komunitas. Ada banyak cerita dari bisnis skala kecil yang berhasil berkembang berkat komunitas TikTok yang

unik saat berbelanja. Banyak juga merchant dan brand global yang kini bisa menjangkau audiens baru berkat komunitas TikTok yang terus berkembang. Pertumbuhan ini disebutkan TikTok Shop untuk berupaya menjadi platform e-commerce paling terpercaya dan mudah digunakan, di mana bisnis dari berbagai skala, baik bisnis baru atau perusahaan multinasional dapat menemukan ruang, sumber daya, dan kreativitas untuk melibatkan audiens baru melalui konten yang menghibur.

Dengan kedua sesi pengenalan dan pelatihan tersebut, diharapkan para anak-anak dapat menambah wawasan mengenai dunia tik tok shop (e-commerce) dan dapat mengembangkannya dikemudian hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sasaran dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah kalangan anak-anak sekolah Yayasan Pendidikan Amagi Indonesi, pondok aren, Tangerang Selatan. Dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, *Outcome* yang diharapkan adalah meningkatkan kreativitas anak-anak untuk membuat konten yang lebih bermanfaat lagi dan menambahkan wawasan bagi para anak-anak yang selama ini sangat terbatas dalam mendapatkan

pengetahuan etika dalam media sosial dan dalam menggunakan tik tok shop dalam pertumbuhan ekonomi. Dalam kompetensi ini, para anak-anak mampu menerapkan etika dalam bermedia sosial dan memanfaatkan penggunaan aplikasi tik tok shop untuk berbisnis dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Selanjutnya, para anak-anak dapat mengembangkan kemampuan dan ketivitasnya dikemudian hari.

Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memperkenalkan etika dalam bermedia sosial dan pemanfaatan ilmu teknologi digital untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui aplikasi tik tok, Secara khusus tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Peserta mendapatkan edukasi tentang apa itu aplikasi tik tok shop dan bagaimana cara beretika yang baik dalam bermedia sosial.
2. Peserta memahami fungsi-fungsi dari aplikasi tik tok shop untuk dimanfaatkan sebagai pertumbuhan ekonomi.
3. Peserta mengetahui pengaplikasian aplikasi tik tok dalam kehidupan sehari-hari untuk dimanfaatkan berbisnis sejak dini.

Universitas Pamulang (UNPAM) merupakan kampus yang berdiri di bawah naungan Yayasan Sasmita Jaya yang beralamat di Jl. Surya Kencana No. 1 Pamulang dengan mengemban visi *“Bermutu dalam pengembangan pendidikan, penelitian, dan pengabdian terjangkau seluruh lapisan masyarakat, berlandaskan Ridha Tuhan Yang Maha Esa”*. UNPAM dalam lingkup perguruan tinggi ada di dalam wilayah lingkungan Kopertis IV.

Maka sudah menjadi kewajiban bagi perguruan tinggi untuk ikut serta membantu berbagai persoalan yang dihadapi masyarakat. Sudah selayaknya kehadiran perguruan tinggi agar dapat benar-benar dirasakan manfaatnya oleh masyarakat baik yang dekat maupun yang jauh.

UNPAM membuka diri untuk melakukan berbagai kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka pengembangan ilmu, institusi, teknologi dan seni dalam rangka pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yakni Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian. UNPAM sudah mempunyai jaringan dengan berbagai lembaga lain yakni pemerintah pusat, pemerintah propinsi, pemerintah kabupaten, dunia usaha, swasta maupun dengan masyarakat.

Pengajuan proposal Pengabdian Kepada Masyarakat pada Universitas Pamulang dan Yayasan Pendidikan Amagi Indonesia memberikan materi dan membekali para peserta didik untuk menerapkan etika yang baik di sosial media salah satunya TikTok dan memanfaatkan platform tersebut untuk menjalankan bisnis.

Kegiatan ini meliputi bagaimana cara beretika yang baik dan benar serta bagaimana cara kita untuk mempromosikan suatu produk yang mereka miliki agar dikenal oleh masyarakat luas dan untuk mendapatkan pendapatan dengan tujuan agar santriawan dan santriawati mampu menerapkan aplikasi TikTok tersebut dengan benar dan bermanfaat pula bagi mereka.

Kiranya dengan adanya kegiatan ini mampu membangun etika yang baik didalam berkomunikasi dengan orang lain serta memberikan motivasi yang dapat menimbulkan kreativitas mereka untuk memulai usaha yang ingin mereka kembangkan melalui aplikasi TikTok ini.

Persiapan yang dilakukan adalah segala hal yang terkait dengan materi, bahan dan alat sesuai dengan tema secara baik. Hasil persiapan tersebut dimaksudkan agar materi tersampaikan dengan baik dan mudah dimengerti serta dipahami oleh para santri Yayasan Pendidikan Amagi

Indonesia, Jurangmangu Barat, Pondok Aren, Tangerang Selatan, Banten.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berlangsung selama satu hari dengan rincian sebagai berikut:

KESIMPULAN

Disimpulkan bahwa TikTok merupakan sarana promosi yang efektif untuk meningkatkan penjualann dan pendapatan. Positioning media periklanan melalui TikTok dengan konten media yang menarik berdampak besar terhadap perilaku konsumen karena TikTok merupakan bentuk sosial media hiburan yang ditonton pelanggan setiap hari. Media TikTok menjadi salah satu jenis media sosial paling populer di kalangan milenial, dan berpotensi mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli atau tidak membeli barang perusahaan, sehingga meningkatkan penjualan berbagai komoditas, khususnya barang UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa daya beli pelanggan yang tertarik untuk membeli barang berdasarkan video iklan TikTok telah bergeser. TikTok memiliki sejumlah elemen yang mendorong kreativitas pengguna, seperti video yang disertai dengan campuran musik upbeat yang populer di kalangan remaja. Perusahaan kecil dan tenaga penjual yang

cerdas yang memanfaatkan peluang selama wabah akan melihat peningkatan omset penjualan.

Adapun saran yang penulis anjurkan kepada para pembaca maupun peserta pelatihan kegiatan, adalah untuk lebih bijak lagi menggunakan social media, gunakan untuk hal hal yang bermanfaat. Sebaiknya dalam melakukan komunikasi kita menggunakan kata-kata yang layak dan sopan pada akun-akun jejaring sosial yang kita miliki. Pergunakan bahasa yang tepat dengan siapa kita berinteraksi.

Ada baiknya anda tidak menyebarkan informasi yang berhubungan dengan SARA (Suku, Agama dan Ras) dan pornografi di jejaring sosial. Hindari mengupload fhoto – fhoto kekerasan seperti Fhoto korban kekerasan, korban kecelakaan lalu lintas maupun fhoto kekerasan lainnya. Jangan menambah kesedihan para keluarga korban dengan meng-upload poto-poto kekerasan. Jangan ajarkan generasi muda tentang hal – hal kekerasan melalui poto-poto kekerasan yang diupload pada jejaring media sosial.

Saat menyebarkan informasi baik itu berupa tulisan, foto atau video milik oranglain, ada baiknya kita mencantumkan sumber informasi sebagai bentuk penghargaan untuk hasil karya seseorang. tidak serta

merta mengcopy paste tanpa memberikan sumber informasi tersebut.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Mahasiswa program studi Akuntansi S1 telah berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan hangat dari tempat pelaksanaan kegiatan ini yaitu Yayasan Pendidikan Amagi Indonesia (YPAI) Kampung Pondok Jati Utara, Jl. Guru Kojar RT.006/003 Blok A.04, Kel. Jurangmangu Barat Kec. Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan, Propinsi Banten, Pos. 152253.

Tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan kegiatan PMKM kami ini :

1. Ibu Napisah, S.E.,M.Ak. selaku dosen Pembimbing atas bimbingan, masukan dan kritik terhadap pelaksanaan kegiatan.
2. Bapak Ahmadi Slamet, M.Pd. selaku Ketua Yayasan Pendidikan Amagi Indonesia, yang berkenan memberikan waktu dan tempat untuk pelaksanaan kegiatan.
3. Anggota kelompok PMKM,

atas Kerjasama baiknya sebelum dan setelah pelaksanaan kegiatan.

4. Serta seluruh pihak yang turut membantu terselesainya karya ilmiah ini yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu.



(Gambar 1. Foto Bersama Tim PkM dengan Peserta PkM)



(Gambar 2. Foto pada saat Penyampaian Materi kepada Seluruh Peserta PMKM)



(Gambar 3. Foto pada saat Sambutan dari Ketua Yayasan Pendidikan Amagi (YPAI), Pondok Aren)



(Gambar 4. Foto pada saat Sambutan dari Dosen Pendamping PMKM)

REFERENCES

Budiman, A. (2021, 06 21). *Peranan Aplikasi TikTok Dalam Mempromosikan Bisnis, yang Dapat Membantu Pemulihan Perekonomian Indonesia*. Diambil kembali dari <https://www.kompasiana.com/andi21098/60ce985806310e396a6b53e2/per>

anan-%20aplikasi-tiktok-dalam-bisnis-yang-dapat-membantu-pemulihan-perekonomian-%20indonesia

Febi Afriani, A. A. (2020, 09 06). *Penerapan Etika Komunikasi di Media Sosial*. Diambil kembali dari <http://jce.ppj.unp.ac.id/index.php/jce/article/view/372>

Ifyan, H. (2022, 07 05). *IMPLEMENTASI AKAD JU'ALAH DALAM APLIKASI*. Diambil kembali dari http://digilib.uinkhas.ac.id/11577/1/Hijar%20Ifyan_S20172009.pdf

Maya Marselia, M. (29 Agustus 2017). *ETIKA DALAM PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA*.

Nur Afiah, M. H. (2022, 11). *Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar*. Diambil kembali dari [http://eprints.unm.ac.id/28615/1/Analisis%20Pemanfaatan%20Aplikasi%20TikTok%](http://eprints.unm.ac.id/28615/1/Analisis%20Pemanfaatan%20Aplikasi%20TikTok%20)

Oktriwina, A. S. (2022, 11). *TikTok Shop: Apa Itu, Cara Pakai, Tips Jualan, dan Cara Belanja*. Diambil kembali dari <https://glints.com/id/lowongan/tiktok-shop-adalah/>

Rokhayah, S. (2021, 07 26). *Etika Bermedia Sosial*. Diambil kembali dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kp-knl-pekalongan/baca-artikel/14086/Etika-Bermedia-Sosial.html>

Tok, T. (2021, 05 27). *Didukung oleh Kemenkop UKM dan Kemenperin RI, TikTok Selenggarakan #MajuBarengTikTok untuk Percepat*

Digitalisasi Usaha dan Industri Kecil Menengah di Indonesia. Diambil kembali dari <https://newsroom.tiktok.com/id/tiktok-selenggarakan-maju-bareng-tiktok-untuk-percepat-digitalisasi-usaha-dan-industri-kecil-menengah-di-indonesia>