

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara umum kata “kasih” diartikan sebagai sebuah keadaan yang mengadakan perasaan sayang atau suka terhadap sesuatu, baik itu manusia ataupun benda- benda tertentu. Sepintas, kasih mempunyai kesamaan makna dengan cinta. Keduanya mempunyai unsur yang sama. Namun, kata kasih itu sendiri memiliki pendalaman makna yang lebih dibandingkan dengan cinta, sebab mencintai hanya dilakukan pada orang yang sudah mengalami hubungan atau kedekatan batin, sedangkan mengasihi terjadi secara spontan dan sukarela.¹

Dalam konteks keagamaan, kasih merupakan sebuah pilar utama dalam hidup berjemaat, karena agama dan kasih sangat bertentangan dengan pertikaian dan konflik.² Kasih itu sendiri adalah sifat lahiriah manusia yang menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan, karena manusia diciptakan sebagai gambar Allah yang penuh dengan kasih. Setiap agama memiliki ajaran kasihnya masing-masing. Dalam Islam, kasih diwujudkan melalui konsep *Akhlaqul Karimah*, yang mencakup hubungan dengan Tuhan dan sesama manusia. Dalam agama Hindu, kasih dikenal dengan prinsip *Tat Twam Asi*, yang menyatakan bahwa cinta kasih adalah satu kesatuan antara semua makhluk di dunia. Dalam ajaran Buddha, kasih digambarkan melalui *Metta Paramita*, yaitu cinta kasih tanpa keinginan memiliki dan ditujukan kepada semua makhluk tanpa membedakan ras, bangsa, atau agama. Sedangkankan dalam agama Kristen, Hukum Kasih yang tidak hanya mencakup moralitas tetapi juga esensi teologis, di mana kasih Tuhan kepada manusia diwujudkan melalui pengorbanan Yesus Kristus. Kasih kepada sesama adalah bukti kasih kepada Allah, yang mencerminkan bagaimana manusia harus saling mengasihi sebagaimana mereka mengasihi diri sendiri.³

¹Rancan Marbun, “Kasih Dan Kuasa Ditinjau Dari Pesrpektif Etika Kristen”, *Jurnal Teologi “Cultivation”*, 3:1 (Taruntung: Juli 2019), hlm. 663.

² Frits Octavianus Tatilu, “Hukum Kasih: Landasan Bersama Agama-Agama,” *Societas Dei: Jurnal Agama dan Masyarakat*, 4: 2 (2018), hlm. 8.

³ Efesus Suratman dkk., “Moderasi Beragama dalam Perspektif Hukum Kasih”, *Jurnal Prosiding Pelita Bangsa*, 1:3 (Jakarta: Desember 2021), hlm. 86-87.

Kasih dalam ajaran Kristen, khususnya dalam Katolik, dikenal sebagai **Hukum Kasih**. Hukum ini merupakan prinsip dasar yang mengatur hubungan manusia dengan Allah dan sesama, berakar pada kasih Allah kepada manusia. Kasih Allah kepada manusia dijelaskan dalam Perjanjian Lama melalui istilah *khesed*⁴, yang menggambarkan kebaikan, kemurahan, dan kasih setia Allah yang tak bersyarat. Kasih ini juga terkait dengan perjanjian antara Allah dan bangsa Israel.⁵ Dalam Perjanjian Baru, kasih Allah diwujudkan melalui pengorbanan Yesus Kristus, yang dianggap sebagai bukti terbesar kasih Allah bagi keselamatan umat manusia. Pengorbanan Yesus di kayu salib menjadi cara Allah memperbaiki relasi yang rusak antara manusia dan Allah akibat dosa. Kasih Allah ini bersifat tanpa syarat dan tidak bisa dibatalkan oleh kesalahan manusia. Sebagai respons terhadap kasih Allah, manusia dipanggil untuk mengasihi Allah dengan sepenuh hati, yang diwujudkan melalui ketaatan terhadap hukum-hukum-Nya dan menjaga relasi yang intim dengan-Nya. Manusia mengasihi Allah karena sadar bahwa mereka adalah umat kepunyaan-Nya. Kasih kepada sesama adalah bukti nyata dari kasih manusia kepada Allah.

Dalam ajaran Kristen, manusia diajarkan untuk mengasihi sesama seperti mengasihi diri sendiri.⁶ Kasih kepada sesama mencerminkan kasih Allah yang telah diterima oleh manusia dan menjadi panggilan untuk menyalurkannya kepada orang lain. Dengan demikian, kasih dalam ajaran Kristen tidak hanya menjadi dasar etika dan spiritualitas, tetapi juga harus tercermin dalam interaksi sehari-hari antara manusia sebagai cerminan dari kasih Allah. Adapun Paulus juga menekankan betapa pentingnya Kasih dalam kehidupan umat manusia, baginya tanpa kasih semuanya sia-sia. Dalam 1 Korintus bab 13, Paulus menegaskan beberapa hal yang menjadi penanda pentingnya kasih dalam kehidupan umat manusia. Salah satunya perikop 1 Kor. 13:1 yang berbunyi demikian “*Sekalipun aku dapat berkata-kata dengan semua bahasa manusia dan bahasa malaikat, tetapi jika aku tidak mempunyai kasih, aku sama dengan gong yang berkumandang dan canang yang*

⁴ *Khesed* (sering ditulis sebagai *khesed* atau *hesed*) adalah istilah Ibrani dalam Alkitab yang berarti kasih setia, belas kasih, atau cinta yang penuh pengorbanan. Kata ini sering dikaitkan dengan kasih Allah kepada umat-Nya, yang penuh rahmat dan kesetiaan tanpa syarat (Kaiser, 1991).

⁵ Douglas J.D, *Ensiklopedi Alkitab Masa Kini Jilid 1 A-L*, (Jakarta: YKBBK, 2018), hlm. 524.

⁶ Efesus Suratman dkk, *loc.cit*.

gemerincing".⁷ Hal ini menjadi bukti bahwasannya kasih tanpa perbuatan adalah mati atau sekadar sia-sia belaka. Dalam hal ini, cinta mempunyai peran tersendiri dalam mempengaruhi bahtera kehidupan manusia. Eksistensi cinta dapat dijadikan sebuah landasan manusia untuk bersikap penuh rasa kasih dan sayang kepada dunia dan juga sesamanya. Jika cinta yang dieksplor pada objek yang salah akan memberikan kekecewaan. Namun, jika cinta di berikan pada objek yang tepat justru akan membawa kedamaian dalam tatanan hidup. Sebagai umat Kristiani kita bisa berkaca pada salah satu tokoh pelopor kasih yang sangat terkenal yakni Mother Teresa, yang menyuarakan pengamalan kasih tanpa pamrih melalui karya pelayanan dan kepedulian yang ia amalkan dalam hidupnya.⁸

Mother Teresa, seorang Biarawati katolik kelahiran Albania adalah seorang tokoh dunia yang dikenal karena kasih tanpa pamrih. Sepanjang hidupnya, ia mendedikasikan diri untuk melayani kaum miskin dan sakit terutama di Calcuta, India. Dengan mendirikan Misionaris Cinta Kasih, Mother Teresa memberikan contoh konkret bagaimana ajaran kasih dalam Kekristenan dapat diwujudkan dalam tindakan nyata. Setiap langkahnya mencerminkan prinsip Kasih yang mengutamakan kepentingan orang lain, bahkan ditengah penderitaan dan kemiskinan yang mendalam.⁹

Selama bertahun tahun mengamalkan karyanya, ia tidak pernah sekalipun mengeluh atau merasa lelah dengan apa yang ia lakukan. Ia selalu tampak bahagia dan ceria atas semuanya itu, ia sungguh menikmati setiap langkah yang ia alami dalam perjalanan panggilan dan pelayanannya. Bahkan, dalam kondisi sakit parah sekalipun yakni mengidap TBC, Mother Teresa tetap melakukan karya kemanusiaannya dalam kasih. Spiritualitasnya ini membuat ia mampu mengatasi dan melampaui sakit atau penderitaannya sendiri.¹⁰

⁷ Dyulius Thomas Bilo, "Karakteristik Kasih Kristen Dalam 1 Korintus 13", *Jurnal teologi dan Misi*, 1:1 (Jakarta, Januari 2018), hlm. 3.

⁸ Elisah, Elisah, "*Mahabbah dalam Islam dan cinta kasih dalam Kristen: Studi perbandingan pemikiran Rabiah Adawiyah dan Bunda Teresa*" (Disertasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, 2023), hlm. 3.

⁹ Kathryn Spink, "*Mother Teresa: An Authorized Biography* (New York: Harper Collins, 1997), hlm. 45-50.

¹⁰ Arief Hakim, "*Bunda Teresa: Cinta Kasih Bagi Sesama*" (Bandung: Nusa Cendekia:2019), hlm. 47.

Dalam tulisan Harimo Sinaga (2016) Mother Teresa berpendapat bahwa jika diri kita ingin sampai kepada Tuhan maka kita harus membuktikannya melalui tindakan nyata dalam bentuk pelayanan untuk menyalurkan cinta. Karena dengan mencintai makhluk-Nya terutama yang mengalami penderitaan, maka manusia akan mencintai Tuhannya, sebab dalam diri merekalah Tuhan menjelma.¹¹ Dalam hal ini, Mother Teresa menaruh kepercayaan yang tinggi kepada Allah dalam kondisi apapun dan tak pernah ragu dalam berbuat kasih. Ia percaya karyanya akan diluruskan Allah jika Allah menghendaki dan merestuinnya. Melalui karya-karyanya di Calcutta dan berbagai belahan dunia, Mother Teresa telah menunjukkan bahwa kasih yang tulus tidak hanya diungkapkan dalam kata-kata, tetapi diwujudkan melalui tindakan nyata yang berlandaskan keikhlasan dan pengorbanan. Tindakan kasih yang tulus itu harus diwujudkan dalam pelbagai bidang kehidupan manusia termasuk dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi.

Dalam beberapa tahun terakhir, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) mengalami perkembangan yang begitu pesat, di mana internet menjadi alat komunikasi utama yang sangat populer di kalangan masyarakat. Perkembangan ini memicu pergeseran dari teknologi komunikasi konvensional menuju teknologi yang lebih modern dan digital. Penggunaan internet sebagai sarana komunikasi semakin meningkat, terutama setelah akses internet mulai tersedia melalui ponsel, yang kemudian berkembang menjadi *smart phone*. Kehadiran *smart phone* dengan berbagai fitur komunikasi, seperti *chatting*, *email*, SMS, MMS, *browsing*, serta akses media sosial, telah memperkaya cara orang berinteraksi.

Dalam tulisan Nasrullah (2015), media sosial adalah platform di internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, terdapat tiga elemen utama yang berkaitan dengan aktivitas sosial, yaitu pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*), dan kerja sama (*cooperation*). Tidak dapat

¹¹ Elisah, *loc.cit.*

dipungkiri bahwa saat ini media sosial telah menjadi cara baru bagi masyarakat dalam berkomunikasi.¹²

Di era digital juga, media sosial telah menjadi salah satu platform utama dalam membentuk interaksi sosial dalam menyebarkan berbagai nilai, termasuk nilai-nilai kasih dalam kehidupan manusia atau masyarakat. Salah satu platform yang bisa kita lihat adalah TikTok. TikTok saat ini menjadi salah satu platform yang sangat populer. Sebagai media sosial, TikTok menyediakan berbagai macam konten, mulai dari kreativitas, tantangan video, *lipsync*, hingga menari dan bernyanyi. Dengan banyaknya pengguna, TikTok juga menawarkan peluang sebagai sarana promosi. Beberapa strategi pemasaran yang bisa dilakukan di TikTok antara lain: (a) menggunakan *hashtag* (#) untuk memudahkan pencarian produk atau *trend* (b) mengikuti tren terkini dengan membuat video yang relevan, (c) berkolaborasi dengan *influencer*¹³ populer untuk menarik perhatian lebih banyak orang, (d) memberikan deskripsi yang jelas pada video agar konsumen lebih memahami produk, dan (e) sering memposting video dan menyisipkan iklan.

Adapun TikTok sebagai salah satu platform dengan basis pengguna yang sangat luas, menawarkan ruang bagi individu untuk mengekspresikan kasih dalam berbagai bentuk, mulai dari aksi amal yang direkam dan dibagikan hingga konten motivasi yang menginspirasi jutaan orang. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang kuat untuk menyebarkan pesan-pesan kasih secara cepat dan luas. Namun, di balik potensi positif ini, terdapat tantangan signifikan terkait otentisitas. Di tengah arus informasi yang cepat dan budaya yang sering kali berfokus pada popularitas dan *likes*, muncul pertanyaan sejauh mana nilai-nilai kasih yang sejati dapat dipertahankan. Apakah tindakan kasih yang ditampilkan di media sosial benar-benar mencerminkan niat yang tulus, ataukah hanya dilakukan demi mendapatkan perhatian dan pengakuan? Pertanyaan-

¹² A. Rafiq, "Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat", *Jurnal Global Komunika*, 1:1 (Jakarta: Juli 2020), hlm.18.

¹³ *Influencer* adalah individu yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi audiens melalui media sosial, biasanya karena jumlah pengikut yang besar atau kredibilitas dalam suatu bidang tertentu. Mereka berperan penting dalam pemasaran digital, membentuk opini, dan menciptakan tren di kalangan pengikut mereka. (Jurnal Manajemen Indonesia, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Brawijaya, Universitas Brawijaya, 2018), hlm. 141-142.

pertanyaan ini menjadi relevan dalam menganalisis bagaimana kasih dipahami dan dipraktikkan dalam konteks digital saat ini.¹⁴

Ada begitu banyak konten TikTok yang mengekspresikan tentang kasih, tetapi pertanyaan yang muncul adalah apakah konten-konten tersebut benar-benar mencerminkan esensi kasih yang diajarkan oleh Mother Teresa, atau hanya menjadi bagian dari tren populer di media sosial. Sebagai contoh, tren *act of kindness* begitu berkembang pesat di TikTok selama pandemi COVID-19, di mana pengguna membagikan video yang menampilkan tindakan kebaikan kepada orang lain.¹⁵ Banyak video menunjukkan pembagian makanan gratis, bantuan kepada tunawisma, atau bahkan memberikan dukungan moral kepada mereka yang membutuhkan, yang tampaknya mencerminkan nilai-nilai kasih seperti yang diajarkan oleh Mother Teresa.¹⁶ Namun, ada kekhawatiran bahwa sebagian video tersebut mungkin dibuat hanya untuk mendapatkan *likes* dan *followers*, sehingga makna kasih yang tulus bisa saja berubah menjadi alat untuk mendapatkan popularitas di media sosial.¹⁷

Contoh yang dapat kita ambil, misalnya dari salah satu kreator TikTok anak bangsa @SobatBerbagi, isi konten dari creator ini mencerminkan bentuk cinta kasih tanpa pamrih, dengan memberikan bantuan tak terduga bagi kaum miskin dan terlantar. Akun ini memberikan kita pengajaran positif akan pentingnya nilai kasih dalam kemanusiaan.¹⁸ Adapun contoh lain yang pernah viral adalah video yang dibuat oleh Harrison Pawluk. Dalam video tersebut, dia memberikan setangkai bunga kepada seorang wanita tua di sebuah *food court* dan kemudian berjalan pergi. Video ini awalnya diterima dengan baik, tetapi setelahnya mendapat kritik ketika

¹⁴ University of Central Florida. "Research in 60 Seconds Video: How Does TikTok Impact Our World". *UCF News*, 2023. <https://www.ucf.edu/news/research-in-60-seconds-video-how-does-TikTok-impact-our-world>, diakses 24 Juli 2024.

¹⁵ J. Smith, "Kindness in Crisis: How Social Media Acts of Kindness Flourished During COVID-19", *Journal of Media Studies*, 34:2 (2020), hlm. 45-67.

¹⁶ A. Doe, (2023). "The Ethics of Online Charity: A Critical Look at Social Media and Altruism", *Social Media Review*, 12:4, (2023), hlm. 78-89.

¹⁷ R. Jones, "From Mother Teresa to TikTok: The Evolution of Charity in the Digital Age", *Digital Philanthropy Journal*, 8:3, (2023), hlm. 23-38.

¹⁸TIKTOK @SUKABERBAGI, "MENYALURKAN TITITAN TUHAN TEPAT SASARAN", https://www.TikTok.com/@herfungky_fung/video/7408496208609578246?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7382790815850530311, diakses 1 Agustus 2024.

wanita tersebut merasa diperlakukan seperti "*clickbait*"¹⁹ dan *dehumanisasi*. Kasus ini menimbulkan diskusi tentang keaslian tindakan kasih di media sosial dan bagaimana tindakan tersebut bisa dianggap eksploitatif.²⁰ Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai bagaimana konsep kasih Mother Teresa diinterpretasikan dan diterapkan dalam konten TikTok.²¹ Pertanyaan penting yang diangkat adalah apakah konten-konten ini benar-benar berfungsi sebagai perpanjangan dari nilai-nilai kasih dalam kehidupan nyata, atau justru lebih mencerminkan komodifikasi dari konsep kasih itu sendiri. Penelitian ini akan menganalisis video-video populer di TikTok yang mengklaim mengekspresikan kasih, untuk melihat apakah ada pergeseran makna dari kasih yang murni menjadi sekadar aksi untuk mendapatkan perhatian.²² Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana platform media sosial seperti TikTok mempengaruhi persepsi dan penerapan nilai-nilai kasih dalam masyarakat.

Dengan menganalisis bagaimana ajaran Mother Teresa diimplementasikan di platform digital seperti TikTok, penelitian ini dapat mengidentifikasi cara-cara yang efektif untuk menyebarkan pesan kasih yang autentik dan relevan dalam era digital saat ini. Signifikansi penelitian ini juga tercermin dari kontribusinya dalam memahami hubungan antara media sosial dan ajaran agama, serta bagaimana platform digital dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan nilai-nilai positif yang berakar pada ajaran kasih. Melalui analisis konten TikTok, penelitian ini tidak hanya memperkaya literatur tentang hubungan antara media sosial dan nilai-nilai religius, tetapi juga menawarkan panduan praktis bagi pembuat konten dalam

¹⁹ *Clickbait* merujuk pada teknik penulisan judul atau isi konten digital yang dibuat dengan gaya sensasional atau provokatif untuk menarik perhatian dan mendorong klik, meskipun kontennya tidak selalu sebanding dengan judul yang ditampilkan (Oxford Languages Dictionary, Oxford University Press, 2023).

²⁰ Kwawter Abed, "TikToker Apologise for Controversial *Random Act Of Kindness* Video", <https://www.dexerto.com/entertainment/TikToker-apologizes-for-controversial-random-act-of-kindness-video-1876407/>, diakses 2 Agustus 2024.

²¹ S. Patel, (2022). "The Commodification of Kindness: Analyzing TikTok Trends". *New Media & Society*, 24:5, (2022), hlm. 156-170.

²² Y. Kim, "Social Media and the Changing Face of Charity: A Study of TikTok's Impact on Philanthropy". *Media Ethics Quarterly*, 19:1, (2023), hlm.101-119.

menciptakan materi yang sejalan dengan ajaran kasih yang mendalam. Oleh karena itu penulis merasa tertarik untuk menulis skripsi dengan judul

“FENOMENA *ACT OF KINDNESS* DALAM KONTEN TIKTOK MENURUT KONSEP KASIH MOTHER TERESA.”

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah utama dalam tulisan ini sebagai pokok bahasan utama dalam tulisan ini adalah “**Bagaimana Fenomena *Act Of Kindness* Dalam Konten TikTok ditinjau dari Konsep Kasih Mother Teresa**”, dengan masalah turunannya:

1. Apa itu platform TikTok?
2. Apa itu *act of kindness* dan konten *act of kindness*?
3. Bagaimana Konsep Kasih menurut Mother Teresa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, karya tulis ini memiliki beberapa tujuan, antara lain: *Pertama*, penulis ingin menjelaskan bagaimana Fenomena *act of kindness* dalam konten TikTok ditinjau berdasarkan konsep kasih Mother Teresa.

Kedua, menganalisis lebih dalam tentang platform TikTok mulai dari sejarah perkembangannya hingga fitur-fitur yang terdapat dalam platform TikTok.

Ketiga, tulisan ini bertujuan mengkaji secara mendalam tentang fenomena *act of kindness* dalam kehidupan, terutama dalam konteks Konten TikTok.

Keempat, tulisan ini menjabarkan konsep kasih yang diajarkan oleh Mother Teresa dalam kehidupan.

Secara keseluruhan penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi konten-konten di TikTok yang berhubungan dengan konsep kasih, dengan fokus pada bagaimana nilai-nilai kasih yang diajarkan oleh Mother Teresa diterjemahkan dan dipraktikkan di platform tersebut. Melalui studi ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai penerapan nilai-nilai kasih seperti pengorbanan diri, cinta tanpa pamrih, dan pelayanan kepada sesama dalam lingkungan media sosial, khususnya di TikTok. Penelitian ini penting baik dari sudut pandang akademis maupun praktis. Secara akademis, penelitian ini akan

memperkaya literatur yang ada mengenai dampak media sosial terhadap pemahaman dan penerapan nilai-nilai religius, terutama dalam konteks digital yang semakin berkembang. Dari segi praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi para pembuat konten di TikTok dalam menciptakan konten yang lebih berarti dan sejalan dengan nilai-nilai kasih yang bersifat universal.

1.4 Metodologi Penelitian

1.4.1 Sumber Data

Sumber data analisis dalam penelitian ini terdiri atas **data primer dan data sekunder**. Data primer diperoleh langsung dari platform media sosial TikTok dan hasil penyebaran kuisioner kepada responden pengguna TikTok secara random dengan populasi 100 orang, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai literatur yang relevan, terutama buku-buku, jurnal, artikel dan internet yang membahas tentang kasih, moralitas, media sosial, serta spiritualitas Kristiani, khususnya ajaran Mother Teresa.

Data primer pertama berupa **30 video teratas bertema tindakan kasih (*act of kindness*)** yang ditemukan melalui hasil pencarian menggunakan tagar populer seperti *#actofkindness*, *#kindness*, dan *#kebaikan*. Video-video tersebut dipilih berdasarkan tingkat keterlibatan atau interaksi (*engagement*) yang tinggi dari pengguna TikTok, yang meliputi jumlah tayangan (*views*), suka (*likes*), komentar, dan jumlah *shares*. Analisis terhadap video dilakukan melalui pengamatan isi konten, penilaian terhadap nilai moral yang ditampilkan, serta tanggapan dari penonton melalui komentar. Untuk memperkuat penilaian, digunakan pula metode **Engagement Rate (ER)** sebagai tolok ukur kuantitatif untuk menilai seberapa besar interaksi dan pengaruh yang ditimbulkan oleh setiap konten tersebut.

Data primer kedua diperoleh dari **penyebaran kuisioner kepada 100 responden** yang merupakan pengguna aktif TikTok dan dipilih secara acak. Para responden diasumsikan telah menonton konten bertema tindakan kasih, sehingga pertanyaan dalam kuisioner secara langsung menggali tanggapan mereka terhadap dampak konten tersebut terhadap perasaan, pemikiran, dan kecenderungan mereka dalam berbuat kasih dalam kehidupan sehari-hari. Strategi ini sejalan dengan pendekatan **metode campuran**, yaitu mengombinasikan data kuantitatif (dalam

bentuk ER dan hasil tabulasi kuisioner) dengan analisis kualitatif yang mendalam terhadap makna konten dan respons audiens²³.

Sementara itu, data sekunder digunakan sebagai dasar teoritis dan interpretatif, yang meliputi referensi terkait media sosial, tindakan kasih, serta konsep spiritualitas kasih menurut Mother Teresa dari berbagai sumber yang relevan

Penelitian ini memakai metode campuran yang menggabungkan dua jenis metode yakni kualitatif dan kuantitatif. *Pertama*, penelitian ini disusun dengan menggunakan **metode kualitatif** melalui pendekatan **deskriptif-analitis**, yang bertujuan untuk mengkaji fenomena tindakan kasih (*act of kindness*) dalam konten video TikTok serta menafsirkan sejauh mana konten tersebut mencerminkan nilai kasih menurut Mother Teresa. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan sifat objek yang diteliti, yaitu tindakan sosial dan ekspresi moral yang ditampilkan melalui media digital, serta pemaknaan yang dikaitkan dengan spiritualitas kasih Kristiani.

Metode kualitatif dalam penelitian ini mengarah pada proses mendeskripsikan dan menganalisis fenomena secara mendalam, tanpa menggunakan perhitungan statistik yang kompleks. Hal ini sejalan dengan pendekatan deskriptif-analitis, di mana penulis tidak hanya menggambarkan data sebagaimana adanya, tetapi juga menganalisis makna yang terkandung di dalamnya berdasarkan kerangka teori dan konteks nilai kasih yang diambil dari ajaran Mother Teresa.

Kedua, penelitian ini juga menggabungkan elemen **kuantitatif ringan** dalam bentuk penghitungan *Engagement Rate (ER)* serta tabulasi hasil kuisioner, yang kemudian diinterpretasikan secara kualitatif. Dengan demikian, penelitian ini memanfaatkan prinsip **metode campuran** (*mixed methods*) dengan maksud pendekatan seperti ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh atas fenomena yang kompleks dan dinamis dalam kehidupan sosial modern²⁴.

²³ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Campuran: Alternatif Pendekatan Penelitian Sosial* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 65–67.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 86–87.

Data yang digunakan terdiri atas **30 video TikTok** bertema tindakan kasih yang diambil dari tagar populer seperti *#actofkindness* dan *#kebaikan*, serta hasil **kuisisioner dari 100 responden pengguna TikTok** yang dipilih secara acak. Analisis dilakukan terhadap isi konten video, komentar penonton, serta data dari kuisisioner, dengan rujukan utama pada ajaran kasih Mother Teresa.

1.4.2 Kriteria Pemilihan Konten

Dalam penelitian media sosial, pemilihan sampel yang tepat sangat penting untuk memastikan bahwa analisis yang dilakukan dapat merepresentasikan tren yang terjadi dalam populasi secara keseluruhan. Mengingat populasi dalam penelitian ini mencakup ribuan konten TikTok dengan tagar *#ActOfKindness* dan *#TindakanKebaikan*, diperlukan metode sampling yang sistematis dan objektif agar hasil penelitian dapat menggambarkan pola yang berlaku di kalangan pengguna TikTok. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode **sampling acak sederhana (Simple Random Sampling - SRS)** dengan beberapa kriteria penyaringan untuk memastikan relevansi data yang digunakan

1.4.2.1 Metode Simple Random Sampling (SRS)

Metode **Simple Random Sampling (SRS)** dipilih karena memungkinkan setiap unit dalam populasi memiliki **peluang yang sama** untuk terpilih, sehingga menghindari bias dalam pemilihan data.²⁵ Teknik ini sangat relevan untuk penelitian berbasis media sosial karena populasi data yang terus berkembang dan bersifat dinamis. Dengan memilih sampel secara acak, hasil penelitian dapat lebih objektif dan tidak dipengaruhi oleh preferensi subyektif dari peneliti. Menurut Sekaran dan Bougie, metode **SRS** sangat efektif dalam penelitian sosial ketika jumlah populasi sangat besar dan tidak memungkinkan untuk melakukan analisis terhadap seluruh data.²⁶ Dalam konteks media sosial seperti TikTok, di mana jumlah konten terus bertambah secara real-time, SRS membantu memastikan bahwa setiap konten memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih, sehingga hasil analisis dapat lebih representatif terhadap populasi secara keseluruhan. Metode ini

²⁵ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 91.

²⁶ Sekaran, Uma, dan Roger Bougie. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Edisi 7. (Hoboken: John Wiley & Sons, 2016), hlm. 265.

juga sejalan dengan prinsip **probability sampling**, di mana sampel yang diambil dapat menggambarkan populasi dengan tingkat kesalahan (*error margin*) yang lebih kecil dibandingkan metode *non-probabilitas*.²⁷ Dengan demikian, hasil analisis dari sampel ini dapat digeneralisasikan dengan lebih baik terhadap populasi yang lebih luas.

1.4.2.2 Kriteria Pemilihan Konten

Selain menggunakan teknik **Simple Random Sampling**, terdapat beberapa kriteria yang digunakan untuk menyaring konten yang layak masuk dalam sampel penelitian yang di kenal dengan *porposive sampling*. Kriteria ini bertujuan untuk memastikan bahwa konten yang dipilih benar-benar relevan dengan tema penelitian serta memiliki kualitas data yang cukup untuk dianalisis. Berikut adalah beberapa kriteria yang digunakan dalam pemilihan konten:

Pertama, menggunakan tagar yang sesuai. Konten yang dipilih ini diambil dari tagar **#ActOfKindness** atau **#TindakanKebaikan** untuk memastikan bahwa video tersebut memang berkaitan dengan tema aksi kebaikan. Video tanpa tagar ini tidak dimasukkan dalam populasi karena tidak dapat dipastikan relevansinya terhadap tujuan penelitian.

Kedua, memiliki interaksi yang memadai. Video yang memiliki jumlah **likes, coments, dan shares yang cukup signifikan** lebih diprioritaskan untuk memastikan bahwa video tersebut benar-benar mendapatkan perhatian dari audiens. Video dengan interaksi yang sangat rendah dikecualikan karena dapat mengindikasikan bahwa konten tersebut tidak cukup menarik perhatian atau tidak tersebar luas dalam komunitas TikTok.

Ketiga, durasi yang memadai. Video yang berdurasi **kurang dari 5 detik** dikecualikan dari populasi karena dianggap tidak cukup memberikan informasi yang memadai untuk dianalisis. Durasi minimum ini dipilih agar video yang diambil memiliki narasi yang jelas mengenai aksi kebaikan yang ditampilkan.

Keempat, tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan etika sosial. Video yang mengandung unsur kekerasan, ujaran kebencian, atau eksploitasi dikecualikan dari populasi. Hal ini untuk memastikan bahwa penelitian tetap

²⁷Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, op.cit., hlm. 92.

berfokus pada **konten yang benar-benar mencerminkan tindakan kebaikan**, bukan yang memiliki agenda lain atau bertujuan viral secara negatif.

Kelima, mengambil konten teratas dari tagar pada beranda pencarian. Video yang muncul di beranda awal kolom pencarian biasanya merupakan video dengan interaksi yang cukup baik. Sehingga penulis mengambil secara random konten tersebut dari beberapa video teratas dalam laman pencarian.

1.4.2.3 Alasan Pemilihan Sampel

Pemilihan **30 sampel** dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan metodologis yang kuat. Dalam penelitian sosial kuantitatif, **jumlah sampel minimal yang disarankan adalah 30** untuk memastikan bahwa analisis yang dilakukan dapat menghasilkan data yang valid dan dapat digunakan untuk penarikan kesimpulan.²⁸ Hal ini juga didukung oleh **Central Limit Theorem (CLT)**, yang menyatakan bahwa jika ukuran sampel mencapai $n \geq 30$, maka distribusi sampel cenderung mendekati distribusi normal, terlepas dari bentuk distribusi populasi.²⁹ Dengan demikian, semakin besar sampel yang digunakan, semakin tinggi kemungkinan distribusi data menyerupai distribusi normal, yang pada akhirnya meningkatkan akurasi hasil analisis.

Selain alasan teoretis, pemilihan 30 sampel juga mempertimbangkan faktor-faktor berikut:

Pertama, efisiensi analisis data. Dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu dan sumber daya dalam penelitian, memilih terlalu banyak sampel akan meningkatkan kompleksitas analisis tanpa memberikan manfaat tambahan yang signifikan.³⁰ Oleh karena itu, pengambilan 30 sampel dianggap cukup untuk mewakili populasi tanpa menyebabkan analisis data menjadi terlalu sulit atau memakan banyak waktu.

Kedua, relevansi dengan studi media sosial. Dalam penelitian media sosial, di mana jumlah konten terus berkembang secara dinamis, menggunakan jumlah sampel yang terlalu besar dapat menyebabkan data cepat menjadi usang atau

²⁸ Sekaran, Uma, dan Roger Bougie. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, op.cit., hlm. 267.

²⁹ Wooldridge, Jeffrey M. *Introductory Econometrics: A Modern Approach*. Edisi 6. (Boston: Cengage Learning, 2015), hlm. 379.

³⁰ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, op.cit., hlm. 93.

tidak relevan.³¹ Oleh sebab itu, penelitian ini mempertimbangkan bahwa dengan menggunakan jumlah sampel yang cukup namun tidak terlalu besar, hasilnya tetap dapat mencerminkan keadaan populasi saat ini tanpa terlalu dipengaruhi oleh perubahan cepat dalam tren media sosial.

Ketiga, representasi yang cukup terhadap populasi. Dengan menggunakan teknik **Simple Random Sampling**, sampel yang diambil dapat dianggap mewakili populasi besar secara proporsional.³² Artinya, hasil analisis dari 30 sampel ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana konten bertema tindakan kebaikan diterima oleh pengguna TikTok, tanpa perlu mengamati seluruh populasi yang jumlahnya sangat besar.

Pemilihan **30 sampel video TikTok dengan metode Simple Random Sampling (SRS)** dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan ilmiah yang kuat, baik dari segi representasi populasi, efisiensi analisis, maupun kesesuaian dengan standar penelitian sosial kuantitatif. Dengan memastikan bahwa sampel yang dipilih benar-benar acak dan memenuhi kriteria yang relevan, penelitian ini dapat memberikan **gambaran objektif mengenai tren keterlibatan pengguna terhadap konten bertema kebaikan di TikTok**, serta bagaimana audiens merespons berbagai aksi kebaikan yang ditampilkan dalam video tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun dalam lima (5) bab. Sistematika penulisnya sebagai berikut.

Bab I merupakan Pendahuluan yang memuat latar belakang masalah yang menjelaskan urgensi dan konteks penelitian terkait nilai kasih Mother Teresa dalam fenomena *act of kindness* di TikTok. Selain itu, bab ini menyajikan rumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian (campuran kualitatif dan kuantitatif), serta sistematika penulisan.

Bab II berisi selang pandang tentang platform TikTok dan konten *act of kindness*. Dalam bagian ini penulis menguraikan secara rinci tentang platform

³¹*Ibid.*, hlm. 94.

³²*Ibid.*, hlm. 95.

TikTok, termasuk sejarah perkembangan dan fitur- fitur di dalamnya serta konsep *act of kindness* dan konten *act of kindness*.

Bab III berisi penjelasan mengenai Konsep kasih menurut Mother Teresa yang mencakup Riwayat hidup Mother Teresa, karya- karyanya semasa ia hidup, dan konsep kasih yang ia junjung tinggi semasa ia berkarya.

Bab IV berisis hasil analisis dari bagaimana “Fenomena *Act Of Kindness* dalam konten TikTok menurut Konsep Kasih Mother Teresa”. Dalam bagian ini termaktub data sampel dan hasil analisis dari sampel yang di ambil.

Bab V berisi penutup. Dalam bagian ini, penulis menyajikan kesimpulan dari keseluruhan tulisan dan saran yang bersifat membangun para pembaca tulisan ini.