

**PRILAKU KOMUNIKASI MILENIAL PENGGUNA MEDIA SOSIAL
TIKTOK**

(Studi Pada Mahasiswa KPI Angkatan 2018 lokal B)

SKRIPSI

Digunakan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

Shintia Rizky Ananda

NIM. 17521036

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP

2021



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS USULUDDIN ADAB DAN DAKWAH**

Jln. Dr. AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp.(0732) 21010-21759 Fax 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor: 204 /In. 34/FU/PP.00.9 / 07 / 2021

Nama : **Shintia Rizky Ananda**
NIM : **17521036**
Fakultas : **Ushuluddin Adab dan Dakwah**
Prodi : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**
Judul : **Prilaku Komunikasi Milenial Pengguna Media Sosial TikTok
(Studi Kasus Mahasiswa KPI Angkatan 2018)**

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari Tanggal : **Kamis, 2 September 2021**

Pukul : **09.00 – 10.00 WIB**

Tempat : **Ruang Dosen FUAD (Via Zoom)**

Telah diterima untuk melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

TIM PENGUJI

Ketua

Yuyun Yuniarti, MT
NIP. 19800811 200901 2 009

Sekretaris

Anrial, MA
NIDN. 160802016

Penguji I

Dr. M. Hariya Toni, S. Sos. I., M.A
NIP 19820510 200912 1 003

Penguji II

Dita Verolyna, M.I.Kom
NIP. 19851216 201903 2 004

Mengetahui
Dekan



Prof. Dr. Idris Warsah, M. Pd. I
NIP. 19750415 200501 1 009

SURAT PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Shintia Rizky Ananda

Nim : 17521036

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan aturan penulisan yang berlaku.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa makalah saya ini merupakan plagiasi karya orang lain, saya sanggup menerima sanksi sesuai dengan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, September 2021.



Shintia Rizky Ananda
Nim. 17521036

MOTTO

*If people give up in difficult times, there will be no successful people
until today.*

PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah hamba ucapkan kepada Allah SWT. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan penuh keyakinan serta semangat dalam diri. Suka dan duka mengiringi setiap proses yang dilewati untuk menuju masa depan serta kebahagiaan yang tak ternilai harganya ini ku persembahkan untuk :

- ❖ Ibu (Syamsimar) dan ayah (Irwadi) terima kasih atas semua cinta dan kasih sayangnya. Serta segala perjuangan untuk menafkahi hingga sampai di titik ini.
- ❖ Kakak-kakakku Uni Zelfa, Uni fina dan kakak iparku Kak Putra, Bang Irwan. Serta adik-adikku imel dan hanif atas dukungannya dalam setiap proses hingga sampai detik ini.
- ❖ Keponakan-keponakan yang tersayang Abang Syatir, Adek Aldrich, Adek Attar yang memberikan energy positif serta selalu menjadi penghibur dikala menjalankan pendidikan ini.
- ❖ Terima kasih kepada adik-adik mahasiswa prodi Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2018 lokal B yang telah membantu dalam proses penelitian ini dengan sangat baik.
- ❖ Terima kasih teman seperjuangan grup Sanaknet Anisa, Dimas, Fira, Nando, Ratih, dan Yusup yang selalu memberikan dukungan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
- ❖ Terima kasih keluarga besar Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2017 atas dukungan, semangat, kebersamaan, dan kenangan indah selama ini.
- ❖ Diriku, almamater serta civitas akademik IAIN Curup yang telah mencurahkan segala daya dan upaya dalam mentransformasikan ilmu pengetahuan sehingga peneliti banyak mendapat pengalaman dan menambah wawasan dalam bidang ilmu pengetahuan.

KATA PENGANTAR

Tiada kata paling indah selain puji bagi Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, senantiasa hamba selalu bersyukur atas rahmat dan hidayah-Nya. Serta sholawat beringin salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Perilaku Komunikasi Milenial Pengguna Media Sosial TikTok Studi Mahasiswa KPI Angkatan 2018 lokal B” dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa sulit rasanya menyelesaikan skripsi ini tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada seluruh pihak yang telah membantu. Dengan rasa hormat yang mendalam terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Rahmat Hidayat, M.Ag., M.Pd selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Curup
2. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
3. Bapak Dr. Hariya Toni, S.Sos.I.,MA Selaku Dekan I Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah sekaligus Pembimbing Akademik
4. Bapak H. Nelson, M.Pd.I selaku Dekan II Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
5. Bapak Savri Yansyah, M.Ag selaku ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Curup.
6. Ibu Yuyun Yumiarty, MT selaku Pembimbing I
7. Bapak Anrial, M.A selaku Pembimbing II
8. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

9. Seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam membantu menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah turut membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap atas saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat sesuai dengan yang diharapkan.

Curup, Agustus 2021

Shintia Rizky Ananda

**PERILAKU KOMUNIKASI MILENIAL PENGGUNA MEDIA SOSIAL
TIKTOK
(Studi Mahasiswa KPI Angkatan 2018 Lokal B)**

Abstrak

Perilaku komunikasi merupakan sebuah tindakan atau perilaku komunikasi baik berupa verbal maupun non verbal yang ada pada tingkah laku seseorang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, serta mendeskripsikan bagaimana pandangan mahasiswa KPI angkatan 2018 lokal B tentang aplikasi TikTok dan bagaimana perilaku komunikasi milenial yang ditimbulkan dari penggunaan aplikasi TikTok tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif metode penelitian deskriptif pendekatan fenomenologi dan menggunakan teori interaksi simbolik serta teori use and gratifications. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pandangan positif dan negatif oleh mahasiswa terhadap aplikasi TikTok, serta terjadinya perubahan perilaku mahasiswa terhadap penggunaan aplikasi TikTok. Dibuktikan dengan adanya perubahan dari komunikasi verbal yaitu penggunaan bahasa yang berasal dari kata-kata viral di TikTok, serta terjadinya perilaku yang spontan dan konsumtif oleh mahasiswa.

Kata Kunci: Perilaku Komunikasi, TikTok, Mahasiswa

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang sangat pesat di era globalisasi ini menuntut kita harus mengikuti apa yang saat ini tengah populer, teknologi pada saat ini memberikan banyak manfaat dan kemajuan di berbagai aspek baik itu bidang komunikasi, manufaktur, internet dan lain – lainnya. Zaman yang serba canggih ini menjadikan semuanya serba lebih cepat dan mudah dalam melakukan segala aktivitas, misalnya dalam komunikasi kepada keluarga, teman dan yang lainnya. Hal ini ditandai dengan munculnya inovasi baru seperti sekarang menelpon tidak hanya dengan suara saja tetapi bisa melihat langsung wajah lawan bicara kita tersebut.

Kemajuan tersebut dikarenakan munculnya aplikasi – aplikasi yang lebih canggih dan tentunya mudah untuk digunakan. Melihat beberapa waktu yang lalu kita telah dimudahkan dengan adanya aplikasi BBM, Facebook, Path, Twitter dan lainnya. Berkembang lagi dengan adanya aplikasi Whatsapp dan Instagram, pada aplikasi ini kita telah sangat dimudahkan dalam berkomunikasi, dengan aplikasi itu kita bisa berkomunikasi dengan panggilan suara video call serta menonton video – video yang tengah viral dan video kreatif lainnya.

Perkembangan teknologi sekarang, ada salah satu aplikasi yang sangat populer dan sangat digandrungi oleh kaum milenial sekarang yaitu aplikasi TikTok. TikTok juga dikenal sebagai Douyin, adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Aplikasi tersebut membolehkan para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri.¹

¹ www.wikipedia.com diakses pada tanggal 23 Desember 2020 pukul 19.18 wib

Seperti yang telah dijelaskan, TikTok merupakan jejaring sosial media dalam bentuk video, dimana dalam durasi 15 detik lebih kita dapat membuat video dengan filter filter yang special dan menyelipkan lagu yang populer saat ini.

Awal mula munculnya aplikasi TikTok ini pada tahun 2016 banyak mengundang kontroversi dari masyarakat, salah satunya artis TikTok pada waktu itu adalah Prabowo Mondardo atau biasa dipanggil Bowo Alpenliebe. Bowo dianggap sebagai artis TikTok Indonesia kala itu yang banyak digandrungi oleh remaja karena video video yang di unggahnya di aplikasi TikTok, dibalik banyak yang menyukainya namun tidak sedikit pula yang menghujatnya dan menganggap bowo Alay, norak dan sebagainya.

Terlepas dari citra alay yang disematkan oleh sebagian orang, aplikasi TikTok ini pernah di blokir oleh Kementrian Komunikasi dan Informatika (kominfo) pada Selasa Siang 3 juli 2018, karena pada saat itu TikTok meresahkan masyarakat Indonesia yang mana pada aplikasi ini banyak konten pornografi, pelecehan agama, dan pelanggaran lainnya. Pemblokiran ini banyak menuai pro dan kontra dari masyarakat, ada yang setuju pemblokiran ini dilakukan karena banyak video video yang ditampilkan tidak layak untuk dipertontonkan oleh masyarakat khususnya remaja dibawah umur yang mana dulu pengguna nya mayoritas remaja yang masih sekolah. serta banyak juga yang tidak setuju dengan pemblokiran ini karena mereka berpendapat bahwa pada aplikasi TikTok ini terdapat fitur pelaporan yang seharusnya bisa digunakan ketika terdapat akun yang memposting video yang melanggar hukum dan aturan.

Berkaitan hal itu, Kominfo telah mengontak pihak dari TikTok itu sendiri, serta dilakukannya upaya pemberantasan pada konten pornografi tersebut sesuai dengan pedoman komunitas yang mengatur masalah ini, serta pihak internal TikTok telah membuat algoritma tertentu pada *machine learning* yang bisa secara otomatis memblokir konten – konten negatif. Akhirnya setelah melakukan upaya tersebut, seminggu kemudian tanggal 10 Juli 2018 TikTok telah dibuka kembali oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo).²

Aplikasi TikTok memiliki jumlah unduhan lebih dari 2 miliar kali per tiga bulan pertama tahun 2020 secara global. Pada kuartal 1-2020, perusahaan pun berhasil menembus jumlah unduhan tertinggi di antara kuartal – kuartal sebelumnya yakni mencapai 315 juta unduhan, baik di App Store maupun Google Play. Google Play telah menyumbang sebagian besar unduhan, 75,5% dari total yaitu 1,5 miliar unduhan dan 24,5% dari App Store yaitu sebanyak 495,2 juta unduhan.³

Puncak lonjakan unduhan TikTok terjadi ditengah pandemi covid-19 pada tahun 2020 kemaren, ketika pandemi pemerintah menghimbau agar kita bekerja dan melakukan segala aktivitas dari rumah, hal ini membuat konsumen semakin tertarik ke perangkat seluler sehingga mereka akan mencari cara baru agar tetap terhubung dan komunikasi tidak terputus dengan keluarga, teman, sahabat dan lainnya. Serta pada saat dirumah tidak merasa bosan maka mencari sebuah hiburan atau aktivitas dirumah selama pandemi.

² <https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-44693331.amp> diakses pada tanggal 23 Januari 2021 pukul 20.10 Wib

³ Cindy Mutia Annur, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/21tiktok-telah-diunduh-lebih-dari-2-miliar-kali-di-dunia> diakses pada tanggal 19 Februari 2021 pukul 21.08

TikTok yang sekarang telah bertransformasi menjadi salah satu aplikasi yang informatif, yang sangat digemari oleh banyak kalangan dan semua lapisan masyarakat luas. Tak hanya generasi milenial, sejumlah selebriti, pejabat Negara, hingga kominfo telah memiliki akun TikTok. Aplikasi ini memiliki daya tarik tersendiri dari aplikasi yang lainnya, karena pada aplikasi ini kita dapat membuat video sesuai kemampuan kreatifitas kita serta dapat memperindahkannya dengan menambah lagu favorit di dalamnya dan membagikan pada teman atau publik.

Aplikasi ini tidak hanya untuk membuat video yang melatih kreatifitas kita, namun video ini juga sebagai sarana informasi seperti tips kecantikan, kesehatan dan lainnya, serta sarana berbagi ilmu melalui video tutorial masak, makeup, dan hal hal yang menyangkut kehidupan kita sehari hari. Tidak hanya itu ada juga kreator yang membuat video – video lucu sebagai hiburan bagi pengguna TikTok lainnya. Dari semua ini terjadinya sebuah komunikasi antara penggunaan satu dengan pengguna lainnya, pengguna aktif dan pengguna pasif.

Komunikasi itu berbentuk percakapan dalam kolom komentar pada video tersebut, komentar yang dilontarkan pun berupa reaksi pengguna lainnya terhadap sebuah video. Berbagai macam aktivitas atau kegiatan yang dilakukan pada media sosial TikTok yang saling berhubungan dan memenuhi kebutuhan komunikasi mereka yang hampir tanpa batas.

Aplikasi inipun tidak lepas dari sasaran para pelajar dan mahasiswa, karena hampir seluruh generasi milenial mempunyai media sosial TikTok ini. Dari sekian banyak pengguna tersebut terbagi menjadi dua kategori yaitu pengguna aktif dan pengguna pasif. Pengguna aktif ialah pengguna yang aktif menggunakan media

sosial TikTok baik itu dalam membuat konten maupun menikmati konten yang dibuat oleh kreator lainnya, sedangkan pengguna aktif ialah seseorang yang hanya menikmati konten atau penonton tayangan yang dibuat oleh sang kreator. mahasiswa IAIN Curup khususnya prodi Komunikasi Penyiaran Islam tidak ketinggalan akan viralnya media sosial ini, pada angkatan 2018 lokal B dari 18 mahasiswa sebagian besar diantaranya mempunyai aplikasi TikTok dan ada yang pengguna aktif serta pengguna pasif.

Tersedianya konten-konten yang menarik mulai dari konten memasak, tutorial make up dan hijab, info-info terkini, tips and tricks, serta banyak hal lainnya. Membuat mereka banyak menghabiskan waktu dalam menggunakan media sosial TikTok ini, sehingga munculnya perubahan-perubahan perilaku baik itu ke hal positif maupun ke hal negatif

Memperhatikan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial TikTok ini menimbulkan sikap dan perilaku baru baik itu dari penggunaan media sosialnya atau dari konten-konten didalamnya yang mengarah ke hal positif maupun negatif. Oleh sebab itu, permasalahan tersebut layak untuk diteliti, sehingga memerlukan pengkajian yang lebih mendalam tentang perilaku, media sosial TikTok. Dengan ini penulis akan melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul ***“Perilaku Komunikasi Milenial Pengguna Media Sosial Tiktok”***

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut.

1. bagaimana aplikasi TikTok menurut mahasiswa KPI angkatan 2018 lokal B ?

2. bagaimana perilaku komunikasi milenial pengguna media sosial TikTok ?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah di paparkan oleh peneliti pada latar belakang. Ruang lingkup seputar komunikasi cukup luas, salah satunya bagian dari komunikasi yaitu perilaku komunikasi. Agar penulisan skripsi ini lebih fokus, maka penulis sengaja membatasi masalah hanya kepada bagaimana perilaku komunikasi milenial mahasiswa KPI IAIN Curup angkatan 2018 lokal B.

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang dipaparkan diatas serta agar penelitian ini nantinya akan lebih terarah , maka ditetapkan suatu tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk program kegiatan di aplikasi TikTok pada mahasiswa KPI IAIN angkatan 2018 lokal B ?
2. Untuk mengetahui bagaimana perilaku komunikasi generasi milenial pada aplikasi TikTok ?

Adapun manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu :

1. Manfaat teoritis
 - a) Hasil penelitian ini nantinya dapat menambah wawasan pembaca tentang bagaimana cara untuk berkomunikasi pada penggunaan aplikasi TikTok.
 - b) Menambah wawasan bagi pembaca mengenai tentang bagaimana proses berlangsungnya komunikasi pada penggunaan aplikasi TikTok.
2. Manfaat praktis

- a) Bagi penulis dapat menambah wawasan serta pengetahuan tentang komunikasi pada media sosial yang mencakup tentang proses komunikasi dan bentuk komunikasi pada aplikasi TikTok.

E. Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu diletakkan didalam penelitian sebagai bentuk perbandingan dari penelitian sebelumnya. Agar tidak mengulang kembali dari penelitian-penelitian sebelumnya. Ada beberapa penelitian sebelumnya sudah membahas persoalan Aplikasi TikTok dan Prilaku Komunikasi yaitu :

Pertama, penelitian yang dibuat oleh Desy Oktaheriyani fak. Ilmu sosial dan ilmu politik UNSIKA MAB Banjarmasin dengan judul "Analisis Prilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial TikTok". Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan perilaku komunikasi pengguna media sosial TikTok pada fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik UNISKA MAB Banjarmasin yaitu mereka menggunakan media sosial TikTok karena mengikuti trend zaman sekarang.

Kedua, penelitian dari Vicky Rian Saputra dkk. SMA N 1 Karang Anyar, Jateng. dengan judul "Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Mood Booster" pada penelitian tersebut, hasil menunjukkan bahwa pengaruh atau dampak dari penggunaan aplikasi TikTok tersebut menjadikan TikTok sebagai hiburan sehingga TikTok sebagai Mood Booster atau penyemangat untuk pengguna nya.

Ketiga, penelitian dari Puji Asmaul Chusna dkk, MI STIT Al-Muslihun blitar, dengan judul "Analisis Dampak Fenomena Aplikasi TikTok dan Music Dj Remix Terhadap Penyimpangan Sosial Pada Anak Usia Sekolah Dasar". Pada penelitian

ini menjelaskan bahwa Aplikasi ini memberikan banyak pengaruh dalam perkembangan sosial anak. Serta hasil dari penelitian ini yaitu anak sekolah dasar yang menggunakan TikTok banyak terjadi penyimpangan dalam masyarakat mulai dari bahasa, kebiasaan, dan perilaku yang kurang pantas dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Dasar Prilaku Komunikasi

1. Pengertian Prilaku

prilaku adalah sebuah tindakan yang dibuat atau dilakukan oleh individu, tindakan tersebut terjadi karena adanya hubungan dengan dirinya sendiri. Hal ini merupakan respon atau tanggapan mengenai individu tersebut dengan lingkungan.

Menurut Rogers prilaku komunikasi merupakan suatu kebiasaan dari individu atau kelompok di dalam menerima atau menyampaikan pesan yang diindikasikan dengan adanya partisipasi, hubungan dengan sistem sosial, kekosmopolitan, hubungan dengan agen pembaharu, keaktifan mencari informasi, pengetahuan mengenai hal-hal baru⁴

perilaku adalah suatu kegiatan atau aktifitas organisme (makhluk hidup) yang bersangkutan. oleh sebab itu, dari sudut pandang biologis semua makhluk hidup mulai dari tumbuh-tumbuhan, binatang sampai dengan manusia itu berperilaku, karena mereka mempunyai aktifitas masing-masing. sehingga yang dimaksud perilaku manusia, pada hakikatnya adalah tindakan atau aktifitas manusia dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, tertawa, bekerja dan sebagainya. dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku (manusia) adalah serangkaian kegiatan atau aktifitas manusia, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati pihak luar.

Individu itu merupakan kesatuan antara rohani dan jasmani atau jiwa dan raga yang dipresentasikan atau dilakukan dalam wujud “prilaku”. Prilaku individu tidak

⁴ Prof. Dr. Nina W, *Psikolog Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*, 2011, Simbiosis rekayasa media, Bandung Hal.36

terjadi secara terisolasi akan tetapi terwujud dalam interaksinya dengan lingkungan, dan perilaku itu tidak hanya terwujud dalam bentuk yang nampak akan tetapi juga dalam bentuk yang tidak Nampak.⁵

Perilaku dari segi biologis adalah suatu kegiatan atau aktivitas organisme (mahluk hidup) yang bersangkutan. Skinner dalam Notoadmodjo, merumuskan bahwa perilaku merupakan respons atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Definisi perilaku yang cukup tua dikemukakan oleh Mc Donald yakni sebagai respon atau aksi yang dilakukan seseorang atau segala sesuatu yang dilakukannya.⁶

a) Pembentukan perilaku

Perilaku manusia dalam kehidupannya dipengaruhi oleh banyak faktor yang melatar belakangi dalam berperilaku, diantaranya perilaku dipengaruhi oleh sikap lingkungan sebagai respon terhadap suatu kondisi.

Perilaku terbagi atau 2 bentuk yakni perilaku sebagai upaya kepentingan atau guna mencapai sasaran dan perilaku sebagai respon terhadap lingkungan.

Pertama, perilaku sebagai upaya memenuhi kepentingan atau guna mencapai sasaran adalah perilaku yang terbentuk oleh gerak dari dalam dan berjalan secara sadar. Yang dimaksud dengan gerak dari dalam adalah sistem nilai yang ditambahkan atau tertanam, melembaga dan hidup dalam diri orang yang bersangkutan. Nilai yang tertanam berarti nilai menjadi

⁵ Mohamad surya, *Psikologi Guru Konsep dan Aplikasi dari Guru untuk Guru*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 11

keyakinan, pendirian atau pegangan. Prilaku merupakan aktualisasi, sosialisasi, dan internalisasi keyakinan, pendiri atau sikap.

Kedua, perilaku sebagai respon terhadap lingkungan merupakan respon terhadap *treatment* dari atau kondisi lingkungan. Dan pembentukkan prilaku dari luar itu ada yang berupa *stimulus* berdasarkan *stimulus respon* (seperti pujian, hadiah, atau berupa teguran) dan ada yang berupa *challenge respon* yaitu tanggung jawab, persaingan, perlombaan, kemenangan, kejuaraan, kehormatan, dan sebagainya.⁷

Prilaku seseorang dipengaruhi oleh simbol yang diberikan orang lain, demikian prilaku orang tersebut. melalui pemberian isyarat berupa simbol, maka kita dapat mengutarakan perasaan, pikiran, maksud, dan sebaliknya dengan cara membaca simbol yang ditampilkan oleh orang lain.

Hal tersebut berkaitan dengan teori interaksi simbolik, konsep teori interaksi simbolik diperkenalkan oleh Herbert Blumer sekitar tahun 1939. Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide tentang individu dan interaksinya dengan masyarakat. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri manusia, yaitu komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Perspektif ini menyarankan bahwa prilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur prilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka.⁸

⁷ Taliziduhu Ndraha, *Budaya Organisasi* (Jakarta: Rieneka Cipta, 1997) hal.39

⁸ Dedi Mulyana, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosdakarya, 2002), Hal.68

Menurut teori interaksi simbolik, kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia yang menggunakan simbol-simbol, mereka tertarik pada cara manusia menggunakan simbol-simbol yang mempresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan semuanya. Dan juga pengaruh yang ditimbulkan dari penafsiran simbol-simbol terhadap perilaku pihak-pihak yang terlihat dalam interaksi sosial.⁹

2. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah suatu hubungan yang melibatkan sebuah proses ketika informasi dan pesan dapat tersalurkan dari pihak satu (orang dan benda/media) ke pihak lainnya.

Komunikasi berasal dari kata latin *communis* yang berarti umum (*common*) atau bersama. ketika sedang berkomunikasi hal itu kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan (*commonness*) dengan seseorang atau kelompok. schramm mengatakan bahwa sebuah komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang berhasil melahirkan kebersamaan (*commonness*); kesepahaman antara sumber (*source*) dengan penerima (*audience – receiver*) nya. Komunikasi akan benar – benar efektif apabila *audience* atau yang menerima pesan, memahami dan mengerti apa yang dimaksud oleh penyampai atau pengirim pesan.¹⁰

⁹ Artur Asa Berger, *Tanda Tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2004) hal.14

¹⁰ Tommy Suprpto, *Pengantar Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Penerbit Media Pressindo, 2016). Hal 5

Akar kata *communis* adalah *communico*, yang artinya ‘berbagai’. Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam bahasa Inggris *communicate*, berarti:

- a) Untuk saling bertukar pikiran, perasaan, dan informasi
- b) Untuk menjadi paham (tahu)
- c) Untuk membuat sama
- d) Untuk mempunyai sebuah hubungan yang simpatik.

Sedangkan, dalam kata benda (*noun*), *communication*, berarti:

- a) Pertukaran simbol pesan yang sama, dan informasi.
- b) Proses pertukaran diantara individu – individu melalui sistem simbol – simbol yang sama
- c) Seni untuk mengekspresikan gagasan – gagasan
- d) Ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi.

Secara umum, komunikasi dapat didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antar sesama antar manusia baik individu dengan individu atau individu dengan kelompok.¹¹

Pengertian di atas maka proses komunikasi terjadi karena adanya tiga unsur utama, yaitu:

- a) Pengirim pesan
- b) Pesan

¹¹ Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), hal. 56

c) Target Penerima Pesan.

Komunikasi bukan semata terdiri atas tiga unsur itu, ketiga unsur diatas merupakan unsur - unsur utama atau dasar, namun dalam proses komunikasi mengandung lebih dari unsur unsur yang disebutkan tersebut.

3. Pengertian Prilaku Komunikasi

Prilaku atau aktivitas aktivitas dalam pengertian nya mempunyai dua macam yaitu prilaku yang menampak (*overt behavior*) dan atau prilaku yang tidak menampak (*inert behavior*). Sedangkan prilaku komunikasi itu sendiri yaitu sebuah tindakan atau prilaku komunikasi baik berupa verbal atau non verbal yang ada dalam tingkah laku seseorang.¹²

a) Bentuk Perilaku Komunikasi

- 1) Perilaku tertutup adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup. respon atau aksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan/kesadaran dan sikap yang terjadi belum bisa diamati secara jelas oleh orang lain.
- 2) perilaku terbuka adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. respon terhadap stimulus tersebut jelas dalam bentuk tindakan atau praktek (*practice*).

b) Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Komunikasi

¹² DR. Arni Muhammad, 1995 *Komunikasi Organisasi, Sinar Grafika Offset, Jakarta H. 59*

Menurut Lawrence Green bahwa perilaku itu sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor yaitu:

- 1) terwujud dalam sikap dan perilaku petugas lainnya yang merupakan faktor predisposisi yang terwujud dalam pengetahuan, sikap, kepercayaan keyakinan, nilai - nilai dan motivasi.
- 2) faktor enabling/pendukung yang terwujud dalam lingkungan fisik, tersedia atau tidak tersedianya fasilitas - fasilitas atau sarana - sarana kesehatan. misalnya : pusat pelayanan kesehatan.
- 3) faktor reinforcing/pendorong yang kelompok referensi dari perilaku masyarakat.

Tim ahli who, menganalisis bahwa yang menyebabkan seseorang itu berperilaku ada empat alasan pokok, yaitu

- 1) pemikiran dan perasaan. bentuk pemikiran dan perasaan ini adalah pengetahuan, kepercayaan, sikap dan lain-lain.
- 2) orang penting sebagai referensi apabila itu penting bagi kita, maka apapun yang ia katakan dan lakukan cenderung untuk kita.
- 3) sumber-sumber daya yang termasuk adalah fasilitas-fasilitas misalnya: waktu, uang, tenaga kerja, ketrampilan dan pelayanan. pengaruh sumber daya terhadap perilaku dapat bersifat positif maupun negatif.
- 4) kebudayaan perilaku normal, kebiasaan, nilai-nilai dan pengadaan sumber daya di dalam suatu masyarakat akan menghasilkan suatu pola hidup yang disebut kebudayaan. perilaku yang normal adalah satu aspek

dari kebudayaan dan selanjutnya kebudayaan mempunyai pengaruh yang dalam terhadap perilaku.¹³

Pembentukan Perilaku Perilaku manusia dalam kehidupannya dipengaruhi oleh banyak faktor yang melatar belakangi dalam berperilaku, diantaranya perilaku dipengaruhi oleh sikap dan lingkungan sebagai respon terhadap suatu kondisi.

B. Konsep Dasar Generasi Milenial

1. Pengertian Milenial

Menurut Yuswohady dalam artikel *Millennial Trends*, generasi milenial (*milenial generation*) adalah generasi yang lahir dalam rentang waktu awal tahun 1980 hingga tahun 2000. Generasi ini juga disebut *Gen-Y*, *Net Generation*, *Generation WE*, *Boomerang Generation*, *Peter Pan Generation*, dan lain-lainnya. Mereka yang lahir dalam rentang waktu tersebut disebut dengan generasi milenial karena mereka lahir di pergantian millennium, secara bersamaan di era ini teknologi digital merasuk kesegala sendi kehidupan.¹⁴

Milenial pada umumnya adalah anak – anak dari generasi Baby Boomers dan Gen – X yang tua. Milenial kadang kadang disebut sebagai “Echo Boomers” karena adanya Booming (peningkatan besar), tingkat kelahiran tahun 1980-an dan 1990-an. Untungnya diabad ke 20 tren menuju keluarga yang lebih kecil di

¹³ *Ibid*, hal 74

¹⁴ Abdul waris dkk, 2018, *Prilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food*, jurnal Manajemen dan kewirausahaan, Vol.6 No.2, <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk>

negara-negara maju terus berkembang, sehingga dampak relative dari “baby boom echo” umumnya tidak sebesar dari masa ledakan populasi pasca perang dunia II.¹⁵

Generasi milenial ini telah menggunakan teknologi yang sedang berkembang di era modern saat ini. misalnya teknologi komunikasi, generasi Y ini telah menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, media sosial instagram, twitter, facebook, whatsapp, dan lain-lain. sehingga generasi Y ini dapat dikatakan generasi yang tumbuh pada era *internet booming*.

Berdasarkan pengertian diatas bahwa dapat disimpulkan generasi Y adalah generasi yang lahir antara tahun 1980 hingga tahun 2000. Jika dilihat dari segi umur maka generasi milenial adalah generasi yang berumur 20-40 tahun.

2. Karakteristik Generasi Milenial

Karakteristik milenial berbeda beda berdasarkan wilayah dan kondisi sosial-ekonomi. Namun, generasi ini umumnya ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital.

Berdasarkan literatur dari artikel Hitss.com, diketahui ada beberapa macam karakteristik dari generasi milenial yaitu:

- a) Milenial lebih percaya *user generated content* (UGC) daripada informasi searah

Menurut Cushing (1974) dalam buku *Accounting Information System and Business Organization*, Barry E. Cushing menyatakan bahwa informasi merupakan suatu hal yang menunjukkan hasil suatu proses pengolahan

¹⁵ <https://is.wikipedia.org/wiki/milenial> diakses pada tanggal 5 mei 2021 pukul 21.15 wib

data tersebut terorganisir dan mempunyai manfaat atau berguna bagi penerimanya. Sehingga generasi milenial sangat memanfaatkan teknologi dan informasi karena adanya kemajuan teknologi dan informasi dan generasi milenial dapat melakukan aktivitas menjadi sangat mudah, instan serta *update* dengan informasi terkini.

b) Milenial lebih memilih ponsel dibandingkan TV

Menggunakan ponsel lebih sering daripada TV, hal tersebut karena ponsel tetap terhubung dengan teman-teman di media sosial, serta di era teknologi ponsel jadi idaman karena kecanggihannya.

c) Milenial wajib punya media sosial

Generasi milenial menjadikan media sosial sebagai sarana informasi dan komunikasi. Serta sosial media di kalangan mahasiswa menjadi pusat informasi dan komunikasi yang sangat kuat dan mendukung aktivitas kuliah dan kehidupan sehari-hari

d) Milenial lebih tahu teknologi dibandingkan orang tua mereka

Milenial lahir di zaman teknologi menjadikan mereka mau tak mau harus mengikuti apa yang ada pada masanya, hal tersebut membuat melek akan teknologi. Sehingga mereka lebih paham teknologi dari pada orang tua.

e) Milenial memanfaatkan teknologi dan informasi

Teknologi berfungsi sebagai alat bantu bagi pengguna nya. Hal tersebut di manfaatkan oleh kaum milenial untuk menemukan, mendapatkan informasi yang dicari serta informasi yang sedang diperbincangkan.

f) Milenial cenderung lebih malas dan konsumtif, dan lain lain.

Salah satu ciri generasi milenial mereka paham dunia digital sehingga dapat dikatakan mereka merupakan pengguna terbesar media sosial. Kemudahan dari media tersebut membuat mereka cenderung malas akan melakukan sesuatu dan perilaku yang konsumtif untuk belanja, melancong. Sehingga menjadi sasaran pemasaran yang sangat potensial.¹⁶

C. Konsep Dasar Media Sosial TikTok

1. Pengertian Media Sosial

Internet merupakan produk teknologi yang saat ini sangat banyak digunakan masyarakat di Indonesia dan belahan dunia manapun, kemunculan internet ini menjadi penghubung manusia antar manusia dimanapun mereka berada. Interaksi antara manusia ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup baik kebutuhan jasmani maupun rohani.

Kebutuhan yang tidak kalah penting yaitu informasi, informasi sangat dibutuhkan dalam segala bidang baik itu informasi pengetahuan, kesehatan, dan lain-lain nya. Karena informasi ini dibutuhkan adanya tuntutan kehidupan dan sebagai penunjang setiap dalam melakukan sebuah aktifitas ataupun kegiatan, sehingga internet sangat penting dan paling besar berkontribusi dalam pemenuhan kebutuhan informasi, internet merupakan media interaksi sosial telah terjadi di seluruh dunia termasuk di Indonesia.

¹⁶ Abdul waris dkk, 2018, *Prilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food*, jurnal Manajemen dan kewirausahaan, Vol.6 No.2, <http://jurnal.unmer.ac.id/sindex.php/jmdk>

Media Sosial merupakan sarana komunikasi yang bersifat daring dan terhubung langsung dengan internet. Fungsinya tidak lain untuk memudahkan penggunaannya untuk berkomunikasi, bertukar informasi atau cerita. Serta memudahkan melakukan komunikasi untuk berpartisipasi, menjalin sebuah relasi bahkan membuat jaringan.

Media sosial (Sosial Networking) adalah sebuah media online dimana penggunaannya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial network atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet.

Media sosial mengajak siapapun yang tertarik terhadap media sosial tersebut dan siap untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

2. Macam-macam media sosial – jenis media sosial

Teknologi media sosial saat ini telah bertransformasi dan memiliki berbagai macam bentuk, Serta memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Berikut dibawah ini ada klasifikasi macam-macam jejaring sosial berdasarkan fungsi dan kegunaannya:

a) Konten kolaborasi (contohnya, Wikipedia)

Konten kolaborasi ini memberi kesempatan penggunaannya untuk berkolaborasi dalam memuat, menyunting, atau mengoreksi konten.

b) Blog dan microblog (contohnya, twitter)

Blog dan secara singkatnya merupakan sebuah jurnal pribadi di internet untuk berbagi catatan atau pandangan penggunanya tentang beragam hal.

Microblog sebagai channel untuk berinteraksi cepat dengan audiens yang disasar, hingga berbagi informasi ringkas yang penting diketahui konsumen atau pengguna lainnya,

c) Situs jejaring sosial berita (contohnya, Digg)

Jejaring sosial bisa digunakan sebagai *content channel* yang memuat berbagai bentuk informasi hingga membuka topic diskusi dengan pengguna lain .

d) Konten video (contohnya, youtube)

e) Situs jejaring sosial (contohnya, Facebook dll)

Situs jejaring sosial merupakan situs yang dapat membantu seseorang untuk membuat sebuah profil dan kemudian dapat menghubungkannya dengan pengguna yang lain.

f) Game dunia maya (contohnya, World of Warcraft)

Merupakan dunia virtual yang mana mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana user bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata.

g) Situs dunia sosial virtual (contohnya, second life)

Merupakan aplikasi yang mensimulasikan kehidupan nyata melalui internet. Virtual social words adalah situs yang memungkinkan pengguna untuk

berinteraksi dalam platform tiga dimensi dengan menggunakan avatar yang mirip dengan kehidupan nyata.¹⁷

3. Karakteristik Media Sosial

Media sosial mempunyai karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa media siber lainnya. Ada beberapa ciri khusus yang dimiliki oleh media sosial dibandingkan dengan media lain. Adapun karakteristik media sosial yaitu:¹⁸

a) Jaringan (*network*)

Media sosial mempunyai karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti computer, telepon genggam atau tablet. Jaringan yang terbentuk antara pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas. Contohnya seperti Facebook, Twitter, TikTok, dan lainnya.

b) Informasi (*information*)

Media sosial, informasi menjadi komoditas yang digunakan oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. Dari kegiatan ini pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak menjadikan masyarakat yang berjejaring.

¹⁷ Wilga Secsio Ratsja Putri dkk, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Prilaku Remaja*, Vol.3, No.1, <http://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/download/13625/6455>

¹⁸ Ruli Nasrullah, *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hal.11

c) Arsip (*archive*)

Pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apapun yang diunggah di media sosial informasi itu tidak akan hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan bahkan tahun.

d) Interaktif (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut di media sosial. Melainkan harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

4. Motif Penggunaan Media

Motif berasal dari kata “*Motive*” yang berarti secara objektif merupakan dorongan dari individu untuk menentukan pilihannya dari berbagai perilaku tertentu, sesuai dengan tujuan. Sedangkan definisi subjektif motif merupakan dasar bagi seseorang untuk bergerak, berperilaku, bertindak menurut tujuan atau kegiatan membangkitkan daya gerak yang terdapat pada diri sendiri agar melaksanakan tindakan tertentu dalam rangka mencapai tujuan ataupun kepuasan tertentu.¹⁹

Setiap individu memiliki motif yang berbeda dalam memilih media, perbedaan motif ini kemudian menimbulkan perbedaan dalam tingkat kepuasan yang didapat

¹⁹ Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), hal.23

individu dalam menggunakan media. Motif dihubungkan dengan konsumsi media berarti segala faktor dan pendorong dalam diri manusia yang menyebabkan orang menggunakan media dan tujuannya menggunakan media tersebut. Seleksi terhadap media yang dilakukan oleh khalayak yang disesuaikan dengan kebutuhan motif. Seleksi terhadap media ini berlaku untuk semua jenis media.

Pengguna media disebabkan oleh adanya kebutuhan yang timbul dari lingkungan sosial dan psikologis dan khalayak menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan. Adapun penyebab atau dorongan tersebut disebut motif.

Motif pengguna media oleh individu dapat dibagi dalam empat kelompok yaitu:

a) Motif Informasi (*Information Seeking*)

Motif informasi berkaitan dengan motif dalam penggunaan media untuk mengetahui atau mencari informasi-informasi yang bersifat umum.

b) Motif Identitas Pribadi (*Personal Identity*)

Motif identitas pribadi berkaitan dengan motif dalam penggunaan media untuk memenuhi kebutuhan identitas pribadi melalui nilai-nilai lain dalam media serta meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

c) Motif Integritas dan Integritas Sosial (*Sosial Integration and Integration*)

Motif integritas dan integritas sosial berkaitan dengan motif dalam penggunaan media untuk memperkuat hubungan interaksi sosial.

d) Motif hiburan (*Entertainment*)

Motif hiburan berkaitan dengan motif dalam menggunakan media untuk mendapatkan hiburan.²⁰

Herbert Blumer dan Elihu Katz adalah orang yang pertama memperkenalkan teori *Use and Gratifications* pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives On Gratification Research*. Teori milik Blumer dan Katz ini menekankan bahwa penggunaan media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi, pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, *teori uses and gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.²¹

Teori *uses and gratifications* ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi di dalam melihat media. Artinya, manusia itu punya otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi masyarakat untuk menggunakan media. Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alasan masyarakat untuk menggunakan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya.²²

²⁰ Denis Mcquail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 2006), hal.72

²¹ Nurudin, *Komunikasi Massa*, (Malang: Cespur, 2003), hal. 181

²² *Ibid*, hal 182

Katz, Blumer & Gurevitch menjelaskan mengenai asumsi dasar dari teori *uses and gratifications*, yaitu:²³

- a) Masyarakat aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
- b) Inisiatif dalam menghubungkan pemuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota masyarakat.
- c) Media harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya.
- d) Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut.

5. Pengaruh Media Sosial

Berikut merupakan dampak positif dan dampak negatif dari media sosial :

Dampak positif

- a) Tempat promosi yang baik dan murah
- b) Dapat memperluas jaringan pertemanan
- c) Media komunikasi yang mudah
- d) Tempat mencari informasi yang bermanfaat
- e) Tempat berbagi foto, informasi, dll

²³ West Richard dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi. Buku 1 edisi ke-5* terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer, (Jakarta: Salemba Humanika, 2008), hal.104

Dampak negatif

- a) Mengganggu kegiatan belajar
- b) Bahaya kejahatan
- c) Bahaya penipuan
- d) Tidak semua pengguna media sosial bersifat sopan
- e) Mengganggu kehidupan komunikasi keluarga

6. Pengertian TikTok

Aplikasi TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video music tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi tersebut didirikan oleh Zhang Yiming, pria asal china. TikTok merupakan perangkat lunak yang di programkan secara eksklusif untuk pengguna cina dan lokal.

Yiming merupakan lulusan software engineer dari Universitas Nankai, mendirikan perusahaan teknologi ByteDance pada maret 2012, lewat dari perusahaan ByteDance ini Yiming mengembangkan aplikasi TikTok. Aplikasi ini di negara asalnya dikenal dengan nama Douyin serta versi globalnya disebut dengan nama TikTok.

Mengawali kepopuleran di Tiongkok, TikTok mengalami ledakan popularitasnya di beberapa negara di Amerika, Eropa, hingga negara Asia lainnya pada tahun 2018 sampai 2019 dan telah didukung 75 bahasa dari penjuru negara, serta TikTok telah melakukan ekspansi hingga ke 150 lebih negara di seluruh dunia termasuk Indonesia.

Sepanjang tahun 2018, TikTok mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali. Jumlah itu mengalahkan aplikasi populer lain semacam *Youtube*, *Whatsapp*, *Facebook Messenger*, dan *Instagram*.

menurut tekno.kompas.com ada sekitar 10 juta pengguna aktif aplikasi TikTok di Indonesia. Mayoritas dari pengguna aplikasi TikTok di Indonesia sendiri adalah anak milenial, remaja maupun dewasa.²⁴

Musim gugur pada tahun 2017, ByteDance membeli TikTok, sehingga aplikasi ini terintegrasi dengan jejaring sosial Musical.ly. asosiasi tersebut mempengaruhi pembuatan logo.

a) Logo TikTok

Versi terbaru dari logo terdiri dari dua bagian: catatan “d” dan frasa. Komponen pertama tidak berubah sejak awal, sementara yang kedua ditingkatkan pada 2019. Awalnya, nama versi global terdiri dari dua kata yang terpisah “tik” dan “tok”, diantara celah (gap) terlihat jelas. Mesin terbang membuatnya lebih samar, tanpa sudut pandang yang jelas. Ini bisa dilihat di panel atas ujung “T”, “k”.

²⁴ Nuranisa, *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Terhadap Promosi Kesehatan di Lingkup Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muhammadiyah Palu*, (Palu: Fak. Kesehatan Masyarakat UM Palu) hlm.5



Tik Tok

Gambar 2.1

(sumber: <https://tiktok-guide.com/id/logo-tiktok-histori-perubahan-variasi/>)

1) Warna

Opsi pertama adalah hitam dan putih secara eksklusif, dan pembaruan menambahkan warna. Desain hitam dan putih dipadukan dengan warna merah, serta warna aqua. Nuansa menonjol di tepi logo. Mereka jelas dapat dilihat hanya pada eksistensi gambar besar.



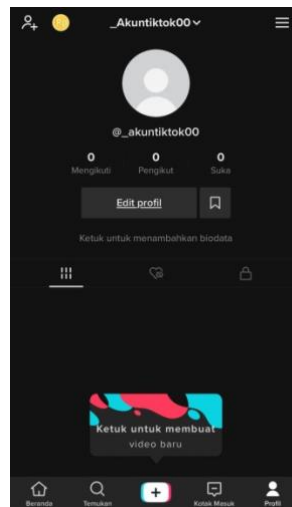
Gambar 2.2

(sumber: <https://tiktok-guide.com/id/logo-tiktok-histori-perubahan-variasi/>)

2) Font

Pengembangan berfokus pada versi sanserif yang disederhanakan. “penekanan pada penciptaan adalah music warna. mengubah bentuk beberapa huruf sehingga dalam kombinasi mereka akan membuat irama, mengatur irama. Bagaimana kata itu akan ditulis.

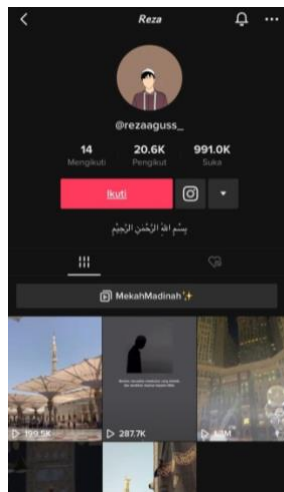
b) Tampilan TikTok



Gambar 2.3

Gambar 2.3 merupakan tampilan akun pengguna aplikasi TikTok. Berikut penjelasan dari fitur fitur didalamnya.

- a) profil merupakan tampilan akun TikTok yang memuat tentang identitas diri kita seperti foto, nama dan konten yang kita upload.



Gambar 2.4

- b) Kotak masuk berisikan tentang informasi mengenai aktivitas dalam TikTok. Seperti seseorang mengikuti akun, menyukai postingan, menandai atau menyebut kita pada postingannya atau pada postingan orang lain.
- c) Ikon + merupakan fitur membuat sebuah konten.
- d) Temukan merupakan fitur untuk menemukan akun atau konten yang ingin dicari.
- e) Beranda berisikan konten berupa video – video yang di posting.



Gambar 2.5

Gambar diatas merupakan tampilan dari fitur beranda, yang terdapat postingan dari pemilik akun @reza.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian adalah langkah yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi atau data, serta melakukan wawancara atau investigasi pada data yang telah dikumpulkan atau didapatkan. Dan metode penelitian memberikan gambaran rancangan penelitian sebagai prosedur atau langkah langkah yang digunakan agar dapat memperoleh sumber data sehingga nantinya dapat diolah dan selanjutnya dianalisis.

Penelitian itu sendiri adalah sebuah proses yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi untuk meningkatkan pemahaman terhadap suatu topik. Alasan pentingnya melakukan sebuah penelitian yaitu untuk menambah pengetahuan, meningkatkan praktik, dan menginformasikan perdebatan kebijakan.²⁵

Pada penelitian ini data yang diambil adalah jenis kualitatif. Karena dalam penelitian ini data yang didapat bersumber dari pernyataan kata-kata ataupun gambaran sesuatu peristiwa yang dijelaskan melalui verbal maupun non verbal. Dari rumusan diatas dapat disimpulkan bahwa analisis data yang pertama yaitu mengorganisasikan data, setelah itu data yang didapatkan di lapangan terkumpul dengan cara metode pengumpulan data di atas, maka peneliti selanjutnya akan

²⁵ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT. Bumi aksara, 2016) hal.79

mengelola dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis secara deskriptif-kualitatif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, istilah fenomenologi secara etimologis berasal dari bahasa Yunani yang dari akar kata “fenomenon” atau “fenomenon” yang secara harfiah berarti “gejala” atau “apa yang telah menampakkan diri” sehingga nyata bagi kita.

Fenomenologi adalah bagian dari metode kualitatif, namun mengandung nilai sejarah pada perkembangannya, fenomenologi merupakan suatu objek ada dalam relasi dengan kesadaran. Fenomenologi bukanlah dirinya tampak yang seperti kasat mata, melainkan dengan kesadaran. Berkaitan dengan hal ini, maka fenomenologi merefleksikan pengalaman langsung manusia, sejauh pengalaman itu intensif berhubungan dengan objek.²⁶

Penelitian yang menggunakan pendekatan fenomenologi berusaha untuk memahami makna peristiwa serta interaksi pada orang-orang biasa dalam situasi tertentu. Penelitian ini menghendaki adanya sejumlah asumsi yang berkaitan dengan cara yang digunakan untuk mendekati perilaku orang dengan maksud menemukan “fakta” atau “penyebab”.²⁷

B. Subjek dan Objek

1. Subjek

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, maka pada penelitian ini diperlukan subjek penelitian. Subjek penelitian adalah benda, hal, orang, tempat, dan data.

²⁶ Engkus Kuswanto, *Fenomenologi*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009), hal.1

²⁷ Tjipto Subadi, *Penelitian Kualitatif*, (Surakarta, Muhammadiyah University Press, 2006), hal.

Subjek penelitian merupakan orang yang memahami mengenai apa yang sedang diteliti. Lebih tegas moelong mengatakan subjek penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.²⁸

Subjek adalah sebagian dari seluruh objek penelitian yang dianggap untuk mewakili yang akan diteliti. Penelitian ini dilakukan langsung pada generasi milenial khususnya mahasiswa – mahasiswi Institut Agama Islam Negri (IAIN) Curup. Prodi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Angkatan 2018 lokal B. alasan peneliti memilih subjek ini dikarenakan karena peneliti ingin mendapatkan gambaran tentang perilaku pengguna media sosial TikTok.

Penentuan subjek dalam penelitian ini jumlah bukanlah hal yang utama. Namun bergantung pada kapabilitas orang yang akan diwawancarai untuk dapat mengartikulasikan pengalamannya. Maka memperhatikan individu agar terjadinya kejenuhan data (redundansi data).

2. Objek

Melakukan sebuah penelitian yang pertama kali diperhatikan adalah objek penelitian yang akan diteliti. Dimana objek penelitian tersebut terdapat masalah yang akan dijadikan bahan penelitian untuk dicari pemecahannya.

Menurut supriati pengertian objek penelitian adalah variable yang diteliti oleh peneliti ditempat penelitian yang dilakukan. Dari pengertian tersebut maka objek

²⁸ Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008, hal.188

penelitian merupakan suatu gambaran sasaran ilmiah yang akan dijelaskan untuk memperoleh informasi dan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Adapun objek penelitian yang peneliti akan teliti adalah perilaku komunikasi pengguna media sosial TikTok pada mahasiswa IAIN Curup prodi Komunikasi Penyiaran Islam lokal B.

C. Sumber Data

Fokus penelitian ini yaitu lebih ke persoalan keterkaitan atau hubungan aplikasi TikTok dengan Perilaku atau sikap berkomunikasi pada remaja dan mahasiswa. Oleh karena itu, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer merupakan utama yang digunakan dalam pencarian informasi, dan data utama tersebut berupa jenis data yang diperoleh langsung dari responden atau narasumber. Sehingga data primer ini membutuhkan kontak langsung atau komunikasi secara langsung antara peneliti dengan narasumber. Sehingga data primer ini adalah objek utama penelitian yaitu pengguna aplikasi TikTok.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data tambahan yang diperoleh dari sebuah dokumen atau teks akademis yang menunjang sebuah penelitian dan dapat dikatakan sebuah data yang penting.

D. Teknik Pengumpulan

Untuk memperoleh data yang diperlukan pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

1. Observasi (pengamatan)

Merupakan teknik pengumpulan data, dimana penelitian ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan yaitu bertemu dengan mahasiswa KPI yang menggunakan aplikasi TikTok.

2. Wawancara atau interview

Wawancara adalah tanya jawab yang dilakukan oleh seseorang dengan pihak terkait guna mendapatkan sebuah informasi yang dibutuhkan.

Wawancara merupakan salah satu kaidah mengumpulkan data yang paling biasa digunakan dalam penelitian sosial²⁹. Dalam metode ini peneliti dan responden berhadapan langsung (tatap muka) untuk mendapatkan informasi secara lisan dengan mendapatkan data tujuan yang dapat menjelaskan masalah penelitian. Wawancara dilakukan langsung peneliti dengan narasumber mahasiswa KPI IAIN Curup

3. Dokumentasi

Menurut Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI), Definisi Dokumentasi adalah proses pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyampaian informasi pada bidang pengetahuan. Pengumpulanm bukti dari keterangan seperti gambar, kutipan dan bahan referensi lain. disini peneliti akan mengambil beberapa potret foto dengan narasumber sebagai bukti saat melakukan penelitian.

²⁹ Newman, *metodelogi penelitian sosial: pendekatan kualitatif dan kuantitatif*, 2013

4. Teknik Analisis Data

Menurut sugiyono, dalam penelitian kualitatif data diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data bermacam – macam, dan dilakukan secara terus menerus sampai data nya jenuh.³⁰

³⁰ Friska Budrisari, *Study Ethnomathematics Mengungkapkan Aspek-Aspek Matematika Pada Penentuan Hari Baik Aktivitas Sehari Hari Masyarakat Adat Kampong Kuta Di Ciamis Jawa Barat*, Universitas Pendidikan Indonesia. 2014

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Kondisi Objektif Wilayah Penelitian

1. Sejarah Singkat Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup merupakan perguruan tinggi islam yang terletak di kabupaten Rejang Lebong provinsi Bengkulu. pada awalnya IAIN Curup adalah fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup yang berstatus sebagai fakultas jauh dari IAIN Raden Fatah Palembang. IAIN Raden Fatah Palembang sendiri merupakan cabang IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Gagasan pendirian Fakultas Ushuluddin ini diawali dengan pembentukan Panitia Persiapan, dan Pendirian Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Cabang Curup ini, di dirikan pada tanggal 21 Oktober 1962. Susunan kepanitiaan tersebut terdiri atas pelindung, penasihat, ketua I, ketua II, sekretaris I, sekretaris II, bendahara, pembantu, dan seksi-seksi. Pendirian fakultas ini antara lain memperoleh dukungan dari tokoh-tokoh seperti Prof. Dr. MR. Hazairin, H.M. Husein, dan Prof. Dr. Ibrahim Husein selaku gubernur Sumatera Selatan pada masa itu.

Eksistensi Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup memberikan makna berarti bagi perkembangan peradaban Islam di kabupaten Rejang Lebong, terutama bagi pembangunan bidang pendidikan bernuansa Islam. Fakultas Ushuluddin ini juga memperoleh apresiasi dan dukungan menggembarakan dari pemerintah daerah

Rejang Lebong. Pada tahun 1964, salah satu bukti kongkrit perhatian pemerintah daerah Rejang Lebong terhadap fakultas ini adalah bantuan berupa mobil Land Rover, uang rutin setiap bulan sejumlah Rp10.000, bensin premium 15 liter setiap hari, mesin ketik, dan seperangkat perabotan tamu dan pimpinan yang diberikan oleh Syarifuddin Abdullah selaku bupati Rejang Lebong. Pada tahun 1967, Drs. Mahally selaku bupati Rejang Lebong yang keberikutnya memberikan bantuan rutin berupa uang dan bensin serta sebidang tanah seluas hampir 2 hektare di Dusun Curup untuk pembangunan gedung baru yang lebih memadai.

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup terdiri dari 3 Fakultas yaitu, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Fakultas Tarbiyah, serta Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD). FUAD merupakan fakultas tertua yang ada di IAIN Curup, karena sebelumnya IAIN adalah cabang dari IAIN Palembang dan fakultas FUAD sebagai fakultas jauh.

Pada saat ini FUAD terdapat 4 prodi yaitu, prodi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), prodi Ilmu Al-qur'an Tafsir (IAT), Prodi Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI), serta prodi Ilmu Perpustakaan Islam (IPI). sebelumnya hanya terdapat 2 prodi yaitu KPI dan IAT.

B. Profil Informan

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan informan, *purposive sampling* yaitu pengambilan informasi

berdasarkan pada responden yang sesuai dengan tujuan penelitian dengan kriteria alasan tertentu yang kuat untuk dipilih.³¹

Dalam penelitian ini, peneliti memilih informan utama sebagai narasumber pada penelitian ini yaitu mahasiswa KPI Angkatan 2018 Lokal B yang menggunakan Aplikasi TikTok dalam kurun waktu 3 Bulan terakhir yaitu bulan Maret, April dan Mei.

Tabel 4.1
Nama-nama Informan Kunci

No.	Nama	Kode
1.	MYD	IK 1
2.	UR	IK 2
3.	HS	IK 3
4.	BG	IK 4
5.	RJ	IK 5

Tabel 4.2
Nama-nama Informan Pendukung

No.	Nama	Kode
1	LL	IP 1
2	NAF	IP 2
3	DMS	IP 3
4	SS	IP 4
5	VH	IP 5
6	TA	IP 6
7	CA	IP 7
8	APD	IP 8
9	NS	IP 9
10	MH	IP 10
11	NZF	IP 11

³¹ Akhmad Fahrur Rozi, *Analisis Strategi Pemasaran Pada Djawa Batik Solo*, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, Vol. 3 No. 2, Desember 2017

C. Temuan – Temuan Penelitian

1. Bagaimana aplikasi TikTok menurut pandangan mahasiswa KPI Angkatan 2018 Lokal B

Berdasarkan hasil penelitian lapangan yang dilakukan oleh peneliti, yaitu dengan teknik wawancara mendalam kepada informan yang sudah ditetapkan serta proses pengamatan, ada beberapa pandangan dari mahasiswa KPI angkatan 2018 lokal B tentang aplikasi tiktok.

Seperti yang telah dijelaskan oleh informan 9, yang telah menggunakan aplikasi TikTok cukup lama,

“Menurut pandangan saya TikTok itu tergantung penggunaannya. Saya pengguna TikTok, dan TikTok itu ternyata sekarang banyak banget konten-konten yang bermanfaat dan selalu ada di *fyp (for you page)* TikTok saya. Seperti konten tentang ilmu saham, fakta unik, konspirasi, ilmu pengetahuan umum, berita dan konten dakwah.”³²

Hal senada disampaikan oleh Informan 6, bahwa

“Menurut saya TikTok itu ada 2 sisi, ada negatifnya dan ada juga positifnya. Untuk nilai positifnya pintar pintar kita dalam menggunakan TikTok seperti itu. Jika referensi yang kita cari benar benar bermanfaat untuk kita, tidak buang waktu kita untuk nonton konten yang ada di TikTok menurut Tiara masih fine fine aja sih. Untuk sisi negatifnya lumayan banyak apalagi banyak yang menyalahgunakan TikTok. Misalkan, anak SD yang dulu kita biasanya masih bermain disungai berpanas panas. Sedangkan anak zaman sekarang sudah bisa joget joget dan banyak anak yang melawan orang tua, marah marah ketika tidak diberi pinjam hp oleh orang tuanya”³³.

³² MH, *Wawancara*, Tanggal 25 Mei 2021

³³ TA, *Wawancara*, Tanggal 7 Juni 2021

Berikutnya, informan 8 yang juga menggunakan aplikasi TikTok mengatakan bahwa

“Menurut saya, aplikasi TikTok itu dapat menghibur, memberi informasi dan edukasi pendidikan. Tapi, sayangnya orang berfikir TikTok itu yang membawa dampak negatif. Memang, dalam suatu aplikasi mempunyai dampak masing masing positif maupun negatif, tapi kebanyakan orang berfikir lebih ke negatifnya. Contoh seperti jogetnya atau yang trend atau viral kemaren pamer tali baju didalam, sebenarnya itu tidak boleh dan tidak pantas diumbar ke khalayak umum. Sebenarnya di aplikasi TikTok itu bisa di filter, tetapi kurangnya itu dari aplikasi belum dapat menyeluruh menfilter konten konten yang tidak bermanfaat”.³⁴

Berikutnya, DN informan 11 menyampaikan bahwa

“TikTok itu sebenarnya aplikasi yang hampir sama dengan Facebook, Instagram, Telegram dan lain lainnya. Cuma di TikTok itu hanya mengupload video tapi tidak bisa mengupload teks saja”.³⁵

Selanjutnya, informan 2 mengatakan bahwa

“Menurut saya aplikasi TikTok itu aplikasi yang bagus, kenapa saya bilang bagus? Karena semua konten yang ada di dalam TikTok itu bervariasi dan menunjukkan bahwa orang orang pada kreatif. Didalam aplikasi TikTok itu orang berlomba lomba membuat konten kreatif, baik itu dari segi hiburan, berita, fashion dan yang lainnya. Aplikasi TikTok ini juga bisa ditonton berbagai usia dan tidak hanya itu banyak seleb seleb TikTok yang bermain TikTok mendapatkan uang, TikTok tidak hanya sebagai hiburan namun juga bisa sumber penghasilan dari berbagai konten video endorsan”.³⁶

Kemudian, informan pertama mengungkapkan bahwa

“Menurut pandangan saya, TikTok sekarang menduduki kasta tertinggi diantara media sosial yang lainnya atau diibaratkan dalam perankingan ranking satu. Ketika saya buka media sosial Instagram beberapa video yang didalamnya berasal dari TikTok, trus kalau buka Twitter beberapa video di Twitter juga berasal dari TikTok, seperti itu

³⁴ ADP, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

³⁵ DN, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

³⁶ NAF, *Wawancara*, Tanggal 25 Mei 2021

juga dengan media sosial yang lainnya seperti Youtube dan lainnya. Menurut saya juga TikTok itu sumber informasi, hiburan, edukasi”.³⁷

Selanjutnya, informan 7 mengatakan bahwa

“Menurut saya TikTok itu seru, menghibur juga mengedukasi. Karena, TikTok bukan hanya sekedar menyajikan hiburan, komedi, dan lain sebagainya. Tetapi juga ada edukasinya seperti pengetahuan, tutorial dan masih banyak lainnya. Dan Tiktok juga ada negatifnya seperti video bermesraan, takutnya nanti ditiru oleh anak anak yang masih dibawah umur. Untuk orang dewasa sudah bisa memilih dan memilah untuk konten yang mana mau di tonton”.³⁸

Sementara itu informan 3, menuturkan bahwa

“Menurut saya TikTok itu media yang bisa dijadikan sebagai hiburan yang juga sekaligus bisa jadi ladang pendapatan”.³⁹

Kemudian informan mengatakan bahwa

“Menurut saya TikTok itu sebuah aplikasi hiburan yang memuat berbagai macam video dengan konten yang berbeda beda, biasanya yg muncul diberanda kita atau fyp adalah video yang kita like, misalnya yang kita like video edukasi maka dominan yang muncul video edukasi”.⁴⁰

Hal yang sama disampaikan oleh informan 4, mengatakan bahwa

“Menurut saya TikTok itu sama dengan media sosial yang lainnya, seperti Facebook dan Instagram. TikTok itu aplikasi untuk hiburan, selain menghibur terkadang ada juga pesan pesan informasi yang bisa kita petik, tergantung kita menggunakan aplikasi tersebut seperti apa. Kalau saya sendiri menggunakan aplikasi TikTok sebagai media hiburan dan kalau ada yang bermanfaat saya tiru”.⁴¹

³⁷ LL, Wawancara, Tanggal 25 Mei 2021

³⁸ CA, Wawancara, Tanggal 13 Juli 2021

³⁹ DMS, Wawancara, Tanggal 25 Mei 2021

⁴⁰ VH, Wawancara, Tanggal 13 Juli 2021

⁴¹ SS, Wawancara, Tanggal 25 Mei 2021

Dari hasil wawancara yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dianalisa bahwa pandangan mahasiswa/i Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2018 lokal B terhadap aplikasi TikTok adalah ada pandangan positif dan pandangan negatif.

Pandangan positifnya yaitu aplikasi TikTok adalah aplikasi yang menghibur, mengedukasi, dan menginformasi. Sedangkan pandangan negatifnya yaitu aplikasi ini belum dapat menfilter semua konten-konten yang melenceng dan tidak bermanfaat.

2. Bentuk perilaku Komunikasi yang ditimbulkan penggunaan aplikasi TikTok

Sesuai dengan batasan masalah peneliti yang sudah ditentukan, aspek perlakuan dan sikap yang diteliti difokuskan pada pengalaman mereka menggunakan aplikasi TikTok dan perilaku apa yang ditunjukkan mereka saat sedang menggunakan atau setelah menggunakan aplikasi TikTok.

Adapun temuan peneliti saat melakukan wawancara kepada informan yaitu mahasiswa/I IAIN Curup prodi Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2018 lokal B yaitu perilaku atau sikap komunikasi yang ditunjukkan pengguna aplikasi TikTok.

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan bagaimana perilaku komunikasi mahasiswa IAIN Curup prodi Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2018 lokal B. salah seorang informan 2, mengatakan bahwa

“Saya menggunakan aplikasi TikTok sejak setahun yang lalu, saat melihat video TikTok viral di aplikasi yang lain, maka dari itu saya mendownload aplikasi tersebut. di sela-sela kuliah saya juga berjualan online, jadi menggunakan aplikasi TikTok untuk melihat konten-

konten kreatif yang menginspirasi untuk berdagang online seperti dari segi packing, mengelolah olshop dan lainnya.”⁴²

Kemudian informan pertama, menyampaikan bahwa

“Menggunakan aplikasi TikTok lebih ke waktu santai setelah kuliah online, selesai mengerjakan tugas kuliah atau malam hari sebelum tidur. Biasanya menonton konten masak, kesalahan apa saja dalam memasak, edukasi edukasi, kartun yang lucu tapi tetap yang mengedukasi, sindiran yang tetap ada manfaatnya, yang awalnya tidak tahu menjadi tahu. Karena hal itu sering mengulur waktu misalnya ingin membuat tugas tertunda karena keasyikan, yang awalnya ingin nonton 5 menit kebablasan jadi 30 menit, yang tadi nya ingin menyelesaikan pekerjaan rumah jadi tertunda.”⁴³

Selanjutnya informan 11, menuturkan bahwa

“Menggunakan aplikasi TikTok sejak 2019 karena untuk mencari hiburan, memperluas wawasan dalam bersosial media dan menambah ide-ide membuat kekreatifitasan diri. Dalam sehari menggunakan Tiktok sekita 1-2 jam untuk mengupload konten-konten yang saya sendiri buat seperti hasil cinematic video atau menonton konten komedi, editing video dan seputar pengetahuan. menggunakan aplikasi dapat leluasa mengembangkan bakat saya terkhusus dibidang media atau visual.”⁴⁴

Informan 6, juga mengungkapkan bahwa

“Sejak tahun 2020 telah menggunakan TikTok untuk mengisi waktu luang nonton konten-konten atau kadang untuk inspirasi jualan ketika kehabisan ide buat konten jualan. Dalam sehari 1-2 jam menggunakan aplikasi TikTok terkadang buat kerjaan jadi terbengkalai karena kalau udah nonton TikTok susah untuk ninggalin nya. Tapi sisi lain mudah dapat informasi, inspirasi kekinian jadi tidak bakal kudet, terus memudahkan buat konten jualan agar pembeli tidak bosan”⁴⁵

Kemudian informan 4, mengatakan bahwa

“Dalam sehari mungkin sekitar 2-3 jam menggunakan aplikasi Tiktok, saat santai misalnya sepulang dari kerja atau sebelum tidur. Manfaat yang didapatkan misalnya lagi buka konten kesehatan jadi tau hal yang menyangkut dari kesehatan, terus juga nonton tentang hewan seperti kucing dan lainnya. Karena hal itu dampak buruknya jadi

⁴² NAF, *Wawancara*, Tanggal 25 Mei 2021

⁴³ LL, *Wawancara*, Tanggal 25 Mei 2021

⁴⁴ DN, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

⁴⁵ TA, *Wawancara*, Tanggal 7 Juni 2021

kebiasaan sehingga sering ngulur ngulur waktu dan pekerjaan jadi lalai.”⁴⁶

Hal senada disampaikan informan 5, menyampaikan bahwa

“Punya aplikasi Tiktok sejak awal pandemi, karena merasa bosan saat lockdown dan melihat orang menggunakan, penasaran akhirnya di download ngerasa seru dan keterusan sampai sekarang. Biasanya nonton konten dakwah, skincare, psikologi seperti self love. Karena hal itu enggak insecure jadi self love, bisa sembuh jadi jerawat, paham tentang agama, yang tidak tau jadi tau. Dampak buruknya jadi ingin ngikut trend terbaru, greget pengen ikut dance challenge yang viral.”⁴⁷

Selanjutnya informan 8, mengatakan bahwa

“Alasan menggunakan TikTok untuk menghibur diri sendiri, saat waktu senggang ketika mau tidur. Secara keseluruhan menghabiskan waktu 2 jam untuk menggunakan aplikasi TikTok manfaatnya banyak dalam pendidikan, informasi, islami. Tapi dibalik hal itu ada dampak buruknya, misalnya waktu adel ngerasa tidak ingat waktu dari awalnya nonton jam 10 malam tidak terasa udah jam 12, terus pagi awalnya ingin masak akhirnya tertunda.”⁴⁸

Hal senada disampaikan informan 3, menuturkan bahwa

“Menonton TikTok itu menurut saya terlalu mengabiskan waktu, jadi tidak terlalu sering menggunakannya. tapi walaupun begitu aplikasi ini sebagai hiburan. Misalnya ketika badan lagi capek menonton konten konten yang bermanfaat”⁴⁹

Kemudian informan 10, mengatakan bahwa

“Menggunakan aplikasi TikTok biasanya saat lagi gabut, selesai kuliah online, tidak ada pekerjaan rumah kalau dihitung hitung lebih dari 5 jam main TikTok. Tapi dari hal itu mendapatkan pelajaran, ilmu dari konten dakwah, masak, hiburan”⁵⁰

Selanjutnya informan 9, menyampaikan bahwa

“Saya menggunakan aplikasi TikTok mengikuti untuk berbagi resep ke orang orang tentang masakan, buat video tentang kegiatan sehari hari dan cari referensi referensi pemikiran baru. Untuk main Tiktok tidak kepatok waktu karena itu jadi lupa waktu dan ingin main hp

⁴⁶ SS, *Wawancara*, Tanggal 25 mei 2021

⁴⁷ VH, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

⁴⁸ ADP, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

⁴⁹ DMS, *Wawancara*, Tanggal 25 mei 2021

⁵⁰ MH, *Wawancara*, Tanggal 25 Mei 2021

terus, kadang ada pekerjaan yang terbengkalai. Manfaat baiknya jadi tau hal hal baru tentang masakan, ilmu pengetahuan, kesehatan, serta bisa menghibur diri sendiri'.⁵¹

Informan lain, mengatakan bahwa

“Hobi menjadi salah satu factor menggunakan aplikasi TikTok, selain itu juga untuk menghibur diri dengan membuat video yang lagi trend. Biasanya melakukan itu saat lagi waktu senggang. Dampak buruknya sedikit ngalay terus suka menghalu dan buang buang waktu. Tapi ada baiknya juga kadang mendapat informasi yang tadinya tidak ctau jadi tau, meningkatkan imun tubuh karna kita bahagia terhibur oleh video yang di tonton maka imun jadi naik”⁵²

Dari hasil wawancara yang telah dijelaskan di atas, peneliti dapat menganalisa bahwa rata-rata mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2018 lokal B. menggunakan aplikasi TikTok disaat waktu luang, ketika mereka sedang tidak ada pekerjaan rumah, telah menyelesaikan tugas kuliah dan kuliah online.

Pada saat pandemi Covid-19 saat sekarang ini, mereka memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai wadah untuk mencari Informasi, menambah ilmu pengetahuan, media untuk meningkatkan kreatifitas membuat video, meningkatkan kepercayaan diri, serta tidak lupa pula sebagai media hiburan.

⁵¹ NS, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

⁵² CA, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

Kemudian di bagian ini, peneliti menemukan penggunaan simbol-simbol mahasiswa IAIN Curup prodi Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2018 Lokal B saat berkomunikasi dengan sesama pengguna media sosial TikTok.

Hal ini diungkapkan IK 1, sebagai berikut:

“terkadang saya mendengar mereka, pada saat sedang ngobrol mereka memanggil teman-temannya dengan sebutan bund, hyung, terus ngab. Awalnya mikir itu maksudnya apa terus waktu ditanya mereka dengar itu di TikTok”⁵³

Hal yang sama disampaikan oleh IK 2, mengatakan bahwa

“mereka suka heboh kalau ngobrol, apalagi kalau ada yang trend atau yang viral di TikTok pasti langsung dibahas, terus juga mereka kalau ngobrol sering pake bahasa-bahasa yang ada di TikTok gitu.”⁵⁴

Kemudian, IK 4 menuturkan bahwa

“kalau mau pergi gitu, mau ngajakin makan misalnya ngomongnya tu pake kata yang ada di TikTok, seperti kuy gaes kita makan dimana gitu.”⁵⁵

Berikutnya, IK 3 menyampaikan bahwa

“menurut saya mereka tu sedikit alay kalau ngobrol, terus berisik banget kalau lagi ngobrol. Entah apa yang di bahas kayak seru banget gitu, terus juga kata-kata nya juga.”⁵⁶

Sementara itu, IK 5 mengatakan bahwa

“menurut saya mereka tu sudah terpengaruh dari TikTok, dari segi ngomongnya bahasa yang digunakan mereka menggunakan bahasa yang ada di TikTok.”⁵⁷

⁵³ MYD, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

⁵⁴ UR, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

⁵⁵ HS, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

⁵⁶ BG, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

⁵⁷ RJ, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

Dari hasil wawancara yang telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat penggunaan simbol-simbol tertentu dalam berkomunikasi yang digunakan oleh mahasiswa berupa penggunaan simbol terhadap cara mereka berbicara serta kata-kata yang digunakan. hal itu dibuktikan dengan tanggapan yang disampaikan oleh mahasiswa IAIN Curup Prodi Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2018 lokal B yang tidak menggunakan TikTok.

Kemudian pada bagian ini, peneliti menemukan perubahan sifat dan sikap yang dilakukan oleh mahasiswa IAIN Curup Prodi Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2018 lokal B.

Hal ini diungkapkan oleh IK 3, menyampaikan bahwa

“seperti yang disampaikan tadi, perubahannya itu mereka lebih aktif. Apalagi saat udah ngumpul pasti ngobrol gak pake berhenti, dan banyak banget yang dibahas oleh mereka kadang sampe teriak-teriak dan ketawa-ketawa.”⁵⁸

Kemudian, IK 2 mengatakan bahwa

“karena sering nonton TikTok, mereka jadi suka belanja di shoppe karena sering melihat orang-orang di TikTok menggunakan baju yang bagus dan barang-barang yang unik. Mereka jadi tertarik ingin membelinya.”⁵⁹

Selanjutnya, IK 5 menyebutkan bahwa

“kalau lagi ngumpul mereka suka membahas apa yang ada di TikTok, dan ketika ngumpul dengar lagu yang ada di TikTok langsung joget atau enggak langsung nyaut oh itu yang itu ya, itu dia yang itu kan. Kayak gitu.”⁶⁰

Ditambahkan oleh IK 1, mengatakan bahwa

⁵⁸ BG, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

⁵⁹ UR, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

⁶⁰ RJ, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

“mereka kalau udah ketemu, pasti ngobrol. Dan yang diobrolin pasti tentang TikTok. Dan juga buat video dance challenge yang ada di TikTok, atau challenge-challenge yang sedang viral TikTok.”⁶¹

Kemudian IK 4, menyampaikan bahwa

“kadang mau ketawa, kadang kesel juga, misalnya lagi scroll instagram atau facebook. Disitu juga sering muncul –muncul video yang berasal dari TikTok, pas lagi mutar video tersebut ada lagunya, kadang langsung gerak-gerak joget, kadang langsung nyaut nyanyi.”⁶²

D. Pembahasan Penelitian

Pada sub pembahasan sebelumnya, peneliti telah menyajikan hasil penelitian berupa penyajian hasil wawancara dan pengamatan peneliti terhadap bagaimana aplikasi TikTok menurut pandangan mahasiswa Komunikasi penyiaran Islam angkatan 2018 lokal B, serta bagaimana perilaku komunikasi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2018 lokal B terhadap media sosial TikTok. Selanjutnya, peneliti akan membahas hasil penelitian tersebut, yang akan dipilih sesuai dengan batasan masalah penelitian.

1. Aplikasi TikTok menurut mahasiswa KPI angkatan 2018 lokal B

Berdasarkan temuan penelitian pada bab sebelumnya pandangan atau pendapat mahasiswa IAIN Curup prodi Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2018 lokal B terhadap aplikasi TikTok ada yang positif dan yang negatif, sebagai berikut:

Tabel 4.3

⁶¹ MYD, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

⁶² HS, *Wawancara*, Tanggal 13 Juli 2021

Hasil Pandangan Positif dan Pandangan Negatif

Mahasiswa KPI Angkatan 2018 lokal B Terhadap Aplikasi TikTok

No.	Pandangan Positif	Pandangan Negatif
1.	Media hiburan	Buang buang waktu
2.	Media mencari informasi, inspirasi, ilmu pengetahuan	Pengaruh buruk
3.	Media mengembangkan kreatifitas, kepercayaan diri	Aplikasi yang belum ramah kepada anak-anak

Dari table diatas peneliti akan menganalisis pandangan mahasiswa terhadap aplikasi TikTok dengan menggunakan teori use and gratifications. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

Teori milik Blumer dan Katz ini menekankan bahwa pengguna media mempunyai peran aktif dalam proses komunikasi, pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik didalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Sehingga teori use and gratifications mengatakan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.⁶³

Pendekatan teori use and gratifications lebih mengarah kepada perhatian penggunaan (use) isi media untuk mendapatkan pemuasan (gratification) terhadap kebutuhan, yang mana dalam teori ini khalayak yang aktif, secara sengaja menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.⁶⁴

⁶³ Nurudin, *Komunikasi massa*, (Malang, Cespur 2003), hal.131

⁶⁴ Rakhmat Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hal.217

Ada 5 asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan, yaitu:⁶⁵

- a) Khalayak aktif dan penggunaan mediana berorientasi pada tujuan.

Asumsi teori ini mengenai masyarakat yang aktif dan penggunaan media yang berorientasi pada tujuan cukup jelas. Dimana mahasiswa menggunakan media TikTok sebagai hiburan, mencari referensi, mencari ilmu pengetahuan dan informasi. Hal tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan oleh IP 2 bahwa selain berkuliah informan menjalankan bisnis online kecil-kecilan. Sehingga mahasiswa menggunakan TikTok selain tujuannya mencari hiburan, juga untuk mencari referensi yang menunjang bisnis online nya.

- b) Inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan akan kepuasan terhadap pilihan media tertentu bergantung pada anggota khalayak.

Menurut P.N Howard dan M.R Parks media sosial merupakan media yang terdiri atas tiga bagian, yaitu: infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusi isi media, isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya berbentuk digital, kemudian yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri.

Dalam aplikasi TikTok banyak terdapat *content creator* yang membuat konten-konten menarik dari segi pengetahuan, informasi,

⁶⁵ Stanley J. Baran, Dennis K.Davis. *Teori Komunikasi Massa Edisi 5*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2018) hal.298-299

hiburan yang diperuntuk atau dipertontonkan oleh khalayak umum. Hal tersebut membantu bagi pengguna media sosial TikTok dalam mencari kebutuhan informasi.

Terpenuhinya kebutuhan menimbulkan rasa kepuasan pada diri sendiri. Kepuasan berarti terpenuhinya semua kebutuhan khalayak pengguna media berdasarkan motif dan tujuannya. Penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Penjelasan tersebut selaras dengan pendapat yang telah disampaikan oleh IP7 bahwa TikTok merupakan aplikasi yang seru, menghibur juga mengedukasi. Karena TikTok bukan hanya sekedar menyajikan hiburan, komedi dan lain sebagainya. Tetapi, TikTok sebagai sarana edukasi seperti pengetahuan, tutorial, dan masih banyak yang lainnya.

Hal tersebut juga disampaikan oleh IP4 TikTok merupakan aplikasi hiburan. Selain menghibur juga terdapat pesan pesan yang dapat kita petik. Tergantung penggunaan aplikasi tersebut seperti apa.

c) Media berkompetisi dengan sumber kebutuhan lain.

Menurut Michael Cross media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling ertukar informasi, dan berinterkasi melalui isi pesan yang berbasis web. Dikarenakan internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu

mengalami perubahan. Hal ini menjadikan media sosial lebih *hypernym* dibandingkan sebuah referensi khusus terhadap berbagai penggunaan atau rancangan.

Pada perkembangan teknologi yang sangat pesat ini media sosial terus berlomba-lomba memberikan sesuatu yang terbaik pada penggunanya. Hal ini juga dilakukan oleh TikTok. Aplikasi ini menawarkan fitur-fitur yang dapat memuaskan kebutuhan pengguna. Sehingga TikTok terus melakukan upaya dalam meningkatkan kualitas serta fungsi dari aplikasi ini. Seperti penambahan waktu dalam pembuatan konten video, dari awal mula yang hanya 15 detik terus bertambah menjadi 60 detik, hingga saat ini pengguna dapat membuat video berdurasi 3 menit serta fitur-fitur yang mempermudah dalam pembuatan video.

Hal ini berkaitan dengan yang disampaikan oleh IP11 mengatakan bahwa lebih memilih menggunakan aplikasi TikTok dalam membuat konten video, karena fitur yang ditawarkan menarik dari segi lagu-lagu yang bagus serta durasi video nya juga panjang yang sekarang bisa membuat video berdurasi 3 menit, sehingga ketika ingin membuat video yang cukup panjang tidak terpotong.

- d) Orang memiliki kesadaran yang cukup akan penggunaan media mereka, minat, motif, sehingga dapat memberi gambaran yang akurat pada peneliti.

2. Bentuk perilaku komunikasi milenial pengguna media sosial TikTok

Menurut ahli, Rogers mengatakan bahwa perilaku komunikasi merupakan suatu kebiasaan dari individu atau kelompok di dalam menerima atau menyampaikan pesan yang diindikasikan dengan adanya partisipasi, hubungan dengan sistem sosial, kekosmopolitan, hubungan dengan agen pembaharu, keaktifan mencari informasi, pengetahuan mengenai hal-hal baru.

Saat melakukan komunikasi, setiap orang memiliki karakteristik masing-masing yang menjadi cara mereka dalam menanggapi persoalan atau mengutarakan pendapat. Perilaku komunikasi yang berlangsung, hampir selalu melibatkan penggunaan lambang-lambang verbal dan non verbal.

Dari penjelasan diatas, maka peneliti akan menganalisis bentuk-bentuk perilaku komunikasi milenial pengguna media sosial dalam komunikasi verbal.

komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, lisan maupun tulisan. Komunikasi verbal paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata, mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, atau maksud mereka, menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat, dan bertengkar.

Pada komunikasi verbal, bahasa memegang peranan penting. Ada beberapa unsur penting dalam komunikasi verbal, yaitu: bahasa dan kata.⁶⁶

⁶⁶ Mia Rafi Irma, *Perilaku Komunikasi Komunitas Shinwa Cosplay Pekanbaru Dalam Membentuk Kohesivitas Kelompok*, JOM Fisip, Vol.3 No.2, Oktober 2016, hal.6

Berdasarkan teori interaksi simbolik, pada mahasiswa IAIN Curup Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2018 lokal B. bahwa dalam berinteraksi selalu menggunakan simbol-simbol tertentu, bahasa dan kata yang digunakan berasal dari bahasa orang-orang yang digunakan di aplikasi TikTok. seperti memanggil teman biasanya dengan sebutan nama menjadi “*bund, hyung, ngab*”. Misalnya “lagi apa bund?” , “oke hyung” dan “bukan gitu ngab”.

kemudian di interaksi lain, mahasiswa menggunakan simbol-simbol tertentu dalam istilah ajakan. Misalnya “ayo kita pergi makan siang = kuy kita pergi makan” “hayuk = gaskeun”. Hal tersebut sesuai yang disampaikan oleh IK 2 bahwa mahasiswa dalam berinteraksi bahasa yang digunakan keTikTokan. Dan dari segi kata-kata pun menggunakan kata yang viral di aplikasi TikTok tersebut.

Gambar 4.1

Model Perilaku Komunikasi Verbal

Perilaku komunikasi Verbal Mahasiswa
IAIN Curup Prodi Komunikasi Penyiaran
Islam Angkatan 2018 lokal B

**Penggunaan Bahasa
TikTok**

Mahasiswa saling
menyampaikan pesan
menggunakan bahasa yang
sederhana, dan
menggunakan kosa kata
TikTok yang tidak berbelit.
Sehingga memudahkan
untuk dimengerti maksud
yang disampaikan

kata bahasa TikTok

Mahasiswa saling
menyampaikan pesan
menggunakan bahasa yang
ringan dan sopan. Ditambah
beberapa kata yang viral di
TikTok.

Dengan menggunakan bahasa yang
sederhana dan mudah dimengerti, dan
berkomunikasi membawakan beberapa
bahasa yang viral di TikTok.

Dari keterangan gambar diatas, dapat dijelaskan bahwa dalam kondisi non formal mereka menggunakan bahasa “TikTok” pada kehidupan sehari-hari. Namun tetap menggunakan bahasa yang sederhana dan sopan, sehingga antar satu sama lain dapat mengerti maksud dari apa yang disampaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa perilaku komunikasi milenial pengguna media sosial TikTok studi mahasiswa IAIN Curup prodi Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2018 lokal B. peneliti menyimpulkan bahwa :

1. pandangan mahasiswa terhadap aplikasi TikTok sebagai aplikasi yang seru dan menghibur, serta aplikasi yang sangat membantu dalam mencari informasi, pengetahuan dan referensi lainnya.
2. Bentuk perilaku mahasiswa pengguna media sosial TikTok yaitu dalam komunikasi verbal terjadinya perubahan bahasa yang digunakan dalam sehari-hari yaitu dengan penambahan kata yang viral di aplikasi TikTok. Serta dari segi penggunaannya terdapat kepuasan dalam menggunakan aplikasi TikTok dan perilaku spontan dan konsumtif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, ada beberapa hal yang akan peneliti berikan sebagai saran, adalah sebagai berikut :

1. Dari penelitian ini perlu dilakukan lebih lanjut terkait Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial TikTok, karena penelitian ini dirasa belum cukup mendalam melihat media sosial TikTok adalah media sosial

yang terbilang baru dan sangat cepat berkembang, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut terkait bagaimana Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tiktok di masa yang akan datang

2. Untuk mahasiswa pengguna media sosial TikTok khususnya mahasiswa prodi Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2018 lokal B. agar selalu menggunakan aplikasi TikTok dengan bijak dan selalu menggunakan untuk hal positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arni, Muhammad. 1995. *Komunikasi Organisasi*, Sinar Grafika Offset, Jakarta
- Asa Berger, Artur. 2004. *Tanda Tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Budrisari, Friska. 2014. *Study Ethnomathematics Mengungkapkan Aspek-Aspek Matematika Pada Penentuan Hari Baik Aktivitas Sehari Hari Masyarakat Adat Kampong Kuta Di Ciamis Jawa Barat*, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Gunawan, Iman. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Bumi aksara.
- JRakhmat, Jalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kuswanto, Engkus. 2009. *Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjajaran
- Mcquail, Denis. 2006. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga
- Mulyana, Dedi. 2002. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Nasrullah, Ruli. 2017. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ndraha, Taliziduhu. 1997. *Budaya Organisasi*. Jakarta. Rieneka Cipta

- Newman. 2013. *metodelogi penelitian sosial: pendekatan kualitatif dan kuantitatif*.
- Nuranisa. 2019. *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Terhadap Promosi Kesehatan di Lingkup Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muhammadiyah Palu*. Palu: Fak. Kesehatan Masyarakat UM Palu
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur.
- Soyomukti, Nurani. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Subadi, Tjipto. 2006. *Penelitian Kualitatif*. Surakarta. Muhammadiyah University Press.
- Suprpto, Tommy. 2016. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta. Penerbit Media Pressindo
- Surya, Mohamad. 2014. *Psikologi Guru Konsep dan Aplikasi dari Guru untuk Guru*. Bandung: Alfabeta
- Waris, Abdul dkk. 2016. *Prilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food*. jurnal Manajemen dan kewirausahaan.
- West Richard dan Lynn H. Turner. 2018. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi. Buku 1 edisi ke-5 terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer*. Jakarta. Salemba Humanika.
- Wilga Secsio Ratsja Putri dkk, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Prilaku Remaja*, Vol.3, No.1, <http://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/download/13625/6455>
- Annur, Cindy Mutia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/21tiktok-telah-diunduh-lebih-dari-2-miliar-kali-di-dunia> diakses pada tanggal 19 februari 2021 pukul 21.08

Fahrur Rozi, Akhmad. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Pada Djawa Batik Solo.
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, Vol. 3 No. 2,

<https://is.wikipedia.org/wiki/milenial> diakses pada tanggal 5 mei 2021 pukul 21.15
wib

<https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-44693331.amp> diakses pada tanggal 23

<https://is.wikipedia.org/wiki/milenial> diakses pada tanggal 5 mei 2021 pukul 21.15
wib

<https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-44693331.amp> diakses pada tanggal 23
Januari 2021 pukul 20.10 Wib

www.wikipedia.com diakses pada tanggal 23 Desember 2020 pukul 19.18 wib

Dokumentasi wawancara dengan informan





Dokumentasi wawancara dengan informan via Whatsapp

