

**MOTIF PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK PADA
EKSISTENSI MAHASISWA KPI IAIN CURUP**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S 1)
Dalam Ilmu Dakwah



Oleh:

SEPRIYANDO SARAGIH
NIM: 19521060

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
IAIN CURUP
2023M/1443H

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Rektor IAIN Curup

di Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Sepriyando Saragih mahasiswa IAIN Curup yang berjudul **“MOTIF PENGGUNAAN APLIKASI EKISTENSI MAHASISWA KPI AIAN CURUP”** sudah dapat diajukan dalam Ujian Munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. Demikian permohonan ini kami ajukan. Terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Curup, 26 Juni 2023

Pembimbing I



Anrial, M.A
NIDN. 2003018101

Pembimbing II



Intan Kurnia Syaputri, M.A
NIP. 199208312020122001

PERYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sepriyando Saragih

Nomor Induk Mahasiswa : 19521060

Fakultas : Ushuludin Adab Dan Dakwah

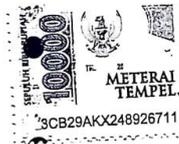
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau di terbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau di rujuk dalam naskah ini dan di sebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

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

Curup,2023

Penulis



Sepriyando Saragih

19521060



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN CURUP)
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
Jl. Dr. Ak Gani No. 01 Kontak Pos 108
Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 Kodepos 39119
Website/facebook: iainCurup. Email: iain.curup@gmail.co.id

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

No : 510/In.34/1/FU/1/PP.00.9/07/2023

Nama : Sepriyando Saragih
Nim : 19521060
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Motif Penggunaan Aplikasi Tiktok Pada Eksistensi Diri
Mahasiswa KPI IAIN Curup

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup pada :
Hari/ Tanggal : Jumat, 07 Juli 2023
Pukul : 13:30 – 14:30 WIB
Tempat : Ruang Ujian 1 FUAD IAIN CURUP

Dan telah diterima untuk memperbaiki sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Bidang Ilmu Dakwah.

TIM PENGUJI

Ketua,

Anrial, M.A
NIDN. 2003018101

Sekretaris,

Intan Kurnia Syaputri, M.A
NIP. 19920831 202012 2 001

Penguji I,

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

Penguji II,

Dete Kanggoro, M.I.Kom
NIDN. 2028108602

Mengetahui,

Dekan

Dr. H. Nelson, S.Ag., M.Pd.I
NIP. 19690504 199803 1 006



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis hanturkan kepada ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya kepada penulis. Sehingga penulis diberi kekuatan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: **Motif Penggunaan Aplikasi Tiktok Pada Eksistensi Mahasiswa KPI IAIN CURUP**

Selama penyusunan dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dukungan dan masukan berupa ide maupun saran. Pada itu dengan kesempatan ini penulis menyampaikan Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Anrial, M.A selaku Pembimbing 1 dan Bunda Intan Kurnia Syaputri, M.A selaku Pembimbing II, yang telah membimbing dan memberi arahan yang bermanfaat sehingga menimbulkan semangat baru. Daan dorongan dan motivasi dari banyak pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh seba itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsyah, M.Pd.I, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
2. Bapak Nelson, M.Pd.I, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah, IAIN Curup.
3. Bunda Intan Kurnia Syaputri, M.A, selaku ketua program studi komunikasi dan penyiaran islam, IAIN Curup.
4. Bapak Anrial, M.A selaku Pembimbing 1.

5. Bunda Intan Kurnia Syaputri, M.A selaku Pembimbing II
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah, terkhusus dosen program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
7. Teman-teman seperjuangan angkatan 2019 Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
8. Kepada Informan pada penelitian ini yaitu: Sintia Monika, Sindy Okta Bela, Yona dia putri, Tiara safatri karena tanpa ketersediaan mereka peneliti tidak dapat menyelesaikan skripsi.

Dengan segala kerendahan hati, penulis berharap skripsi ini dapat dimanfaatkan bagi semua orang dan penulis juga menyadari masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kepada Allah SWT memohon ampun.

Curup, 2023

Penulis

Sepri Yando Saragih

MOTIF PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK PADA EKSISTENSI MAHASISWA KPI IAIN CURUP

SEPRIYANDO SARAGIH

NIM. 19521060

ABSTRAK

Sosial media merupakan salah satu perkembangan teknologi yang ada di internet dengan menggunakan jejaring internet untuk mengaksesnya. Dari sekian banyak aplikasi media sosial sekarang ini, aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang besar peminatnya. Tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial aplikasi tiktok terhadap eksistensi diri pada mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam dan motif penggunaan media sosial TikTok bagi mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam kemudian dianalisis dengan menggunakan teori motif oleh abraham moslow. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan fenomenologi. Teknik pengambilan data yaitu wawancara dan observasi sebagai sumber data primer serta dokumentasi sebagai sumber data sekunder. Dari penelitian ini ditemukan bahwa penggunaan aplikasi TikTok pada mahasiswa KPI Angkatan tahun 2020 dapat dibedakan menjadi 4 kelompok yaitu *Followers* Dan *Like* Yang Mendukung, Memperlihatkan *Outfit Fashion* Dalam Konten Tiktok, Tiktok Sebagai Sarana Menuangkan Perasaan, Hubungan Antara Eksistensi Diri dengan Pengungkapan Diri Melalui Media Sosial tiktok pada Mahasiswa KPI Angkatan tahun 2020. Sedangkan Motif Penggunaan Media Sosial Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan tahun 2020 dikelompokkan menjadi 3 yaitu Memenuhi Identitas Pribadi Pengguna Tiktok, Wadah sebagai Media Hiburan, Tiktok Sebagai Sarana Mengikuti *Trend*.

Kata kunci: Fenomena, Aplikasi Tiktok, Eksistensi Diri, & Mahasiswa

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PENGAJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
ABSTAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang	1
B.Rumusan masalah.....	6
C.Batasan masalah.....	6
D.Tujuan penelitian.....	6
E. Manfaat penelitian.....	7
F. Kajian literature.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	12
A.Kerangka Teori.....	12
1. Media Sosial	12
2. Aplikasi Tiktok	15
3. Motif Penggunaan Media	26
4. Eksistensi Diri	27
5. Teori Maslow.....	30
6. Hubungan Teori Maslow dengan Skripsi	34

BAB III METODELOGI PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Subjek dan objek	38
C. Sumber Data.....	40
D. Teknik Pengumpulannya	41
E. Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN	46
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
B. Hasil Penelitian	51
BAB V PENUTUP.....	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman yang semakin canggih ini, ilmu pengetahuan dan teknologi mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Teknologi tidak terlepas dari internet dengan adanya internet memudahkan orang-orang dalam mengakses dan mencari hal yang diperlukan adanya internet juga berimbas pada komunikasi setiap orang. Kemajuan teknologi internet membuat segala sesuatu dapat dijangkau menjadi lebih mudah. Seseorang dapat berkomunikasi dengan siapapun dan di manapun asal ada internet. Teknologi internet telah mengubah cara pandang manusia di era digital saat ini. Selain mengubah cara berkomunikasi orang, internet juga mempengaruhi kehidupan sosial manusia. Dalam hal ini banyak pengguna internet yang terhubung dengan media sosial.

Media sosial ialah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, karena media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna internet dalam proses sosial dengan menggunakan jaringan

internet. Media sosial semakin diminati di masa pandemi ini. Untuk mendukung data ini maka peneliti memaparkan survey dari jakpat databooks pada bulan Juli 2021, bahwa ada beberapa mediasosial yang paling diminati oleh penggunanya.¹ Yang pertama adalah youtube dengan persentase 82%, lalu instagram dan facebook dengan persentase masing-masing 77%, dan diurutan keempat ialah TikTodengan persentase 43% (Annur, 2021). Survey tersebut menjelaskan bahwa TikTodalalah media sosial yang paling digemari saat ini.²

TikTok sendiri adalah media sosial yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, dengan pendirinya Tautia.³ TikTok memberikan kebebasan untuk penggunanya dalam berekspresi. Seseorang dapat mengunggah dirinya ke media sosial TikTok berupa video, di dalamnya seseorang bisa mengedit, *text*, *musik*, *efek*, *filter*, dan fitur lainnya yang disediakan TikTok. Kemudian video yang telah dibuat tersebut diunggah di media sosialnya sendiri, dan dibagikan kepada penonton. TikTok memiliki jangkauan yang sangat luas, sebab siapapun dan di manapun seseorang berada video yang telah diunggah dapat dilihat oleh orang lain di belahan dunia. TikTok mempunyai keunikan tersendiri yang tidak dimiliki oleh media

¹ Nasrullah Rulli. (2015). Media Sosial Persepektif Komunikasi, Budaya dan *Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

² Annur, C. (2021). Masyarakat Indonesia Paling Banyak Akses Youtube Pada Semester 1-2021. Databook. Katadata. Co.id

³ Kristo, F. (2018). Tiktok Aplikasi Fenomenal Yang Kini Tejadi. <https://inet.detik.com/cyberlife/>

sosial lainnya. Video yang diunggah di TikTok dapat dilihat oleh jutaan orang, meskipun video tersebut adalah unggahan pertama, atau pengikut media sosial TikTok sedikit. Namun hal itu tidak menutup kemungkinan video yang telah diunggah dapat ditonton oleh jutaan orang dan disukai oleh ribuan orang. Inilah alasan mengapa TikTok disukai dan diminati banyak orang. Karena keunikan yang dimilikinya.⁴

Keberadaan TikTok membuat semua orang tertarik untuk mengunduh dan menggunakannya. Dengan adanya TikTok juga mempermudah orang-orang dalam mengakses dan mencari informasi yang dibutuhkan. Informasi tersebut bisa bersifat positif dan bisa juga bersifat negatif. Tergantung tiap pribadi, apakah memilih hal yang positif atau negatif. Selain digunakan untuk yang bermanfaat, sekarang para penggunanya memanfaatkan TikTok sebagai eksistensi diri di dunia maya. Hal ini dilakukan agar orang lain dapat mengetahui dan mengakui dirinya di dunia maya.

Eksistensi diri merupakan suatu usaha manusia untuk mencari dan memahami arti kehidupan bagi dirinya yang diyakini sebagai sebuah bentuk dari nilai batiniah yang paling utama, dimana tidak ada satu orang atau individu pun atau sesuatu yang dapat memberi pengertian tentang arti dan maksud dari kehidupan

⁴ Arventine, C . V . (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Pada Remaja di Madiun Sebagai Media Eksistensi diri. Hal.129

seseorang tersebut, jadi setiap manusia harus menemukan cara sendiri untuk menghadapi kondisi dan lingkungan sekitar.⁵

Secara *etimologi*, *eksistensialisme* berasal dari kata eksistensi, eksistensi berasal dari bahasa Inggris yaitu *excitence*; dari bahasa *latin* *existere* yang berarti muncul, ada, timbul, memilih keberadaan aktual. Dari kata *ex* berarti keluar dan *sistere* yang berarti muncul atau timbul. Beberapa pengertian secara *terminologi*, yaitu pertama, apa yang ada, kedua, apa yang memiliki aktualitas (ada), dan ketiga adalah segala sesuatu (apa saja) yang di dalam menekankan bahwa sesuatu itu ada. Berbeda dengan esensi yang menekankan kealpaan sesuatu (apa sebenarnya sesuatu itu sesuatu dengan kodrat inherennya).⁶

Peneliti mengidentifikasi penggunaan media sosial aplikasi Tik Tok Pada mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020 khususnya sebagai sarana eksistensi diri. Berdasarkan observasi yang dilakukan, terdapat beberapa akun TikTok yang dapat dijadikan sampel.

⁵ Fauziah, Y. R. (2019). Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Kota Bandung. Unikom, [Http://Elibrary.Unikom.Ac.Id/Id/Eprint/2048](http://Elibrary.Unikom.Ac.Id/Id/Eprint/2048). *Jurnal Ilmiah Pranata Edu Volume 2 No.2, December 2020*

⁶ Bagus, Lorens, 2005. Kamus Filsafat, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

N O	Prodi	Nama Akun	Nama	Mengikuti	Pengikut	Suka	Konten
1	KPI 2020	@Bilazhra25	Billaaaa	10	275	971	40
2	KPI 2020	@rockykaprawi.29	Rocky kaprawi29	603	270	637	21
3	KPI 2020	@Meisiahmad	Meisi ahmad	56	87	440	20
4	KPI 2020	@riskanyaa	Fadila	51	331	456	27
5	KPI 2020	@wln748	Tri Wulan	186	97	367	10
6	KPI 2020	@sintia_monika09	Sintia Monika	128	389	6183	86
7	KPI 2020	@sindybela	Sindy Bela	224	802	1878	17
8	KPI 2020	@rialdialpiansahadi	rialdialpiansah@dit	41	29	206	18
9	KPI 2020	@byasal	Yonaa	65	505	7340	12
10	KPI 2020	@rizkyanando	RizkiAnando	1478	263	70	4
12	KPI 2020	@oktalia138	Oktalia	65	39	154	44
13	KPI 2020	@tiara_safitri24	Tiarasafitri	60	1748	1057	34
14	KPI 2020	@riskanyaa	Fadila	51	331	456	27

Sumber: Diambil dari Akun TikTok Mahasiswa KPI Angkatan 2020

Peneliti meyakini bahwa aplikasi Tik Tok bagi penggunanya merupakan masalah yang menarik untuk diteliti karena aplikasi ini berkaitan dengan kreativitas dan kepercayaan diri penggunanya. Tik Tok merupakan salah satu aplikasi yang digemari dan disukai oleh mahasiswa yang sedang mencari jati diri, sehingga masalah ini menarik untuk dikaji. Maka penulis akan mengangkat tema penelitian dengan judul **Penggunaan Media Sosial Aplikasi Tik Tok sebagai Eksistensi Diri (Studi Fenomenologi Pengguna Tiktok Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020).**

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian yaitu:

1. Bagaimana penggunaan Media Sosial Aplikasi Tiktok Terhadap Eksistensi Diri mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2020?
2. Bagaimana Motif Penggunaan Media Sosial Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2020 ?

C. Batasan masalah

Sehubungan dengan judul dan latar belakang di atas, penulis membatasi penelitian ini pada pengguna aplikasi Tik Tok sebagai ajang eksistensi diri, bukan media sosial lain. Yang juga disebutkan secara umum seperti Youtube, WhatsApp dan lain-lain. Penulis juga membatasi objek kajian pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020.

D. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menjawab pertanyaan yang telah identifikasi sebagai masalah yang harus dicari gambarannya dari penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Eksistensi Diri Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020

2. Untuk Mengetahui Motif Penggunaan Media Sosial Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2020.

E. Manfaat penelitian

Selain itu, penelitian ini diharapkan memiliki aplikasi teoritis dan praktis, termasuk:

1. Secara teoritis, temuan penelitian ini diharapkan dapat menambah variasi bahan ajar yang tersedia untuk mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020 tentang fenomena penggunaan Tik Tok dan untuk berkontribusi pada penelitian lain yang mengambil objek serupa.
2. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi respon pemikiran terhadap penggunaan Tik Tok di masyarakat, khususnya di kalangan mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam 2020.

F. Kajian literature

a. Peneliti Terdahulu

Peneliti memulai dengan melakukan studi pustaka sebelum menentukan judul skripsi ini. Untuk menghindari kesamaan, hal ini sangat penting. Demikian juga sebagai pembandingan antara penelitian ini dengan skripsi sebelumnya. Penulis menemukan bahwa peneliti sebelumnya tidak berbagi kesamaan; melainkan, mereka menemukan objek dan media penelitian yang berbeda, seperti:

1. Rachmania novia dwi: Maraknya pengguna aplikasi tik-tok di kalangan masyarakat khususnya remaja menjadikan aplikasi tik-tok sebagai media sosial yang populer pada saat ini apalagi di era pandemi *covid-19*. Melalui aplikasi tik-tok seseorang ingin menampilkan sisi terbaiknya kepada orang lain. Sehingga video yang mereka buat sangat terkesan bagi pengguna lainnya yang dapat bernilai positif apabila aplikasi tik-tok di pergunakan dengan baik dan benar. Fenomena aplikasi tik-tok dapat digunakan mengutarakan apa yang dipikirkan seseorang pada isi konten yang dibuatnya melalui video pendek yang berdurasi 15 detik. Ketika pengguna ingin memperoleh kesan yang memiliki eksistensi tinggi, maka dia akan membuat konten terbaiknya yang lebih update tentang konten viral pada saat ini. Tujuan penelitian ini ingin

mengetahui seberapa besar eksistensi diri yang melatarbelakangi remaja di daerah Situbondo Jawa Timur yang menjadikan aplikasi tik-tok sebagai ajang menampilkan eksistensi diri. Teknik penentuan sumber data menggunakan teknik purposive sampling dengan memiliki kriteria yang telah peneliti tetapkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian *fenomenologi* dari John A Cress Well, dengan pendekatan kualitatif dan tipe penelitian *deskriptif*. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara berstruktur mendalam terhadap 10 orang *informan* remaja di kawasan Perumahan Griya Besuki Mulya RT 02 RW 02 Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo mulai dari usia 18-22 tahun dan pengguna aktif akun tik-tok selama kurang lebih 3 bulan.⁷ Perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah bahwasanya penelitian Rachmania novia dwi yaitu terletak pada subjek dan objeknya.

2. Melisa Putri Iswara: “Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Ajang Eksistensi Diri Dari Remaja Studi Kasus Siswa SMAN 5 Bukit Tinggi Kelas XI IPS” Penelitian ini mengkaji bagaimana sikap siswa di SMAN 5 Bukit Tinggi Kelas XI IPS ketika mereka ada sendiri di media sosial

⁷ Rachmania novia dwi, “Penggunaan Aplikasi TIK-TOK Dalam Menunjang Eksistensi Diri Pada Remaja (Studi Fenomenologi Pada Remaja Griya Besuki Mulya Desa Besuki Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo). UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER,2021.

TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana siswa berpikir tentang manajemen kesan. Penelitian ini mengandalkan Teori Dramaturgi Erving Goffman, yang menjelaskan bahwa orang bermain drama. Menurut teori dramaturgi, ada dua bagian: panggung depan dan panggung back stage. TikTok telah memungkinkan siswa untuk hidup online. Siswa memilih peran yang akan ditampilkan di TikTok, platform media sosial. Observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi digunakan untuk pengumpulan data dan metode penelitian kualitatif. dari informan digunakan dalam penelitian ini. Menurut penelitian ini, siswa ingin membuat tiga jenis gambar: selebriti, TikTok, dan editor video adalah pembicara motivasi.⁸

3. Bagus Prianbodo penelitian dengan judul Skripsi , “Pengaruh Tik Tok Terhadap Kreativitas Pemuda di Surabaya” pada tahun 2018 di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Jurnalis Almamater Surabaya. Tesis ini mengkaji bagaimana kreativitas pemuda Surabaya dipengaruhi oleh Tik Tok.⁹ Tesis ini juga membahas tentang aplikasi Tik Tok. Di sisi lain, penelitian penulis akan melihat bagaimana mahasiswa

⁸ Melisa Putri Iswarani, “Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Remaja (Studi Kasus Siswa SMAN 5 Bukittinggi Kelas XI IPS)” *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan, Universitas Negeri Padang Vol 5 No 1 (2022)*

⁹ Bagus Prianbodo, “Pengaruh Tik Tok terhadap Kreativitas Remaja Surabaya”, Skripsi, (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi, 2018).

jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019 menggunakan aplikasi tik tok untuk hidup mandiri, namun mata pelajaran yang akan dipelajari berbeda.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Media Sosial

a. Sejarah Media Sosial

Internet menjadi salah satu bentuk komunikasi masa yang saat ini berkembang dengan cepat. Media masa dengan menggunakan internet adalah bentuk media baru yang tercipta karena ditemukannya jaringan internet. Manusia saat ini dapat terhubung dengan orang lain yang berlainan tempat tinggal bahkan terpisah jauh. Melalui internet seseorang juga dapat melakukan interaksi dengan orang lain melalui sebuah media yang terhubung dengan internet. Masalah komunikasi yang dulunya seputar keterbatasan ruang dan waktu saat ini dapat teratasi karena adanya internet. Sebagai contoh dengan menggunakan aplikasi media sosial kita dapat berhubungan dan berinteraksi secara tatap muka dengan perantara internet. *Skype* merupakan contoh aplikasi yang dapat digunakan.

Internet yang selain memungkinkan untuk transformasi elektronik, yang disebut dengan new media, juga dapat menghubungkan manusia diseluruh dunia, yaitu dalam proses interaksi. Itu sebabnya, proses interaksi melalui teknologi dengan media internet disebut dengan interactive media. Hal tersebut juga menjadikan perkembangan bagi

proses komunikasi yang memungkinkan proses tersebut tidak selalu melalui tatap muka. Kegunaan utama internet seperti halnya *ARPANET*, yaitu mengirim pesan email dalam bahasa sesungguhnya antara seseorang dengan lainnya.¹⁰

Internet (*interconnection networking*) merupakan jaringan komputer yang dapat menghubungkan suatu komputer atau jaringan komputer dengan jaringan komputer lain, sehingga dapat berkomunikasi atau berbagi data tanpa melihat jenis komputer itu sendiri. Seperti yang diketahui internet merupakan bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer, televisi, radio, dan telepon.¹¹

Media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan dari adanya internet. Melalui media sosial, seseorang dapat saling terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Media sosial memiliki sifat yang lebih interaktif apabila dibandingkan dengan bentuk media tradisional seperti radio maupun televisi. Melalui media sosial, kita dapat secara langsung berinteraksi dengan orang lain, baik melalui komentar dalam media sosial maupun dengan sekedar memberikan tanda like pada setiap postingan seseorang.

¹⁰Briggs, Asa; Peter Burke (2000). *SEJARAH SOSIAL MEDIA: Dari Gutenberg sampai Internet*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, hal. 380

¹¹Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, hal.135

b. Pengertian Media Sosial

Menurut Kottler dan Keller, media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video dan informasi dengan orang lain.¹² Taprial dan Kanwar mendefinisikan media sosial ialah media yang digunakan seseorang untuk menjadi sosial, atau mendapatkan daring sosial dengan berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain.¹³

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan penggunaan sebagai tata cara, cara melakukan sesuatu, atau penggunaan sesuatu.¹⁴ alam bukunya “Komunikasi Massa”, Ardianto Elvinaro mengatakan bahwa frekuensi dan lamanya penggunaan media dapat menunjukkan seberapa banyak media yang digunakan.¹⁵

Media sosial adalah media yang berupa situs dan aplikasi yang melibatkan teknologi berbasis internet. Media ini mendorong dan memungkinkan penggunaannya untuk saling terhubung dengan siapa saja di seluruh dunia. Media sosial juga merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas ideologi dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang di buat pengguna. Istilah Web 2.0 sendiri merupakan gagasan yang di

¹² Philip Kottler dan Kevin Lane Keller, *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age*, (Cambridge: IGI Global, 2016), hlm. 338.

¹³ Varinder Taprial dan Priya Kanwar, *Understanding Social Media*, (London: Ventus Publishing ApS, 2012), hlm. 8

¹⁴ Depdiknas RI, “Kamus Besar Bahasa Indonesia”, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hal 852

¹⁵ Eko Nur Syahputro, “Melejitkan Pemasaran UMKM melalui Media Sosial”, (Gresik: Caremedia Communication, 2020), hal. 41-42

ciptakan dan dipopulerkan oleh konsultan media Tim O'Reilly pada tahun 2003.¹⁶

2. Aplikasi Tiktok

a. Sejarah Tiktok

Tik Tok merupakan aplikasi video musik dan jejaring sosial asal Cina resmi meramaikan industri digital di Indonesia. Tik Tok menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Aplikasi ini menghadirkan special effects yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah. Salah satunya adalah perusahaan teknologi asal Tiongkok, *ByteDance*, yang memperkenalkan aplikasi edit video bernama Tik Tok di Indonesia.¹⁷

Aplikasi yang muncul pertama kali pada tahun 2016 yang disebut *Douyin*, di negara asalnya dari negara Cina. *Douyin* merupakan aplikasi video pendek yang dikeluarkan oleh perusahaan Cina, *ByteDance*. *ByteDance* melakukan perluasan jangkauan aplikasi menjadi aplikasi yang dapat di akses secara global dengan nama Tiktok. Seperti *Youtube*, yang mendukung kreativitas generasi muda, Tiktok juga memiliki misi memberikan fasilitas video pendek untuk banyak orang agar dapat mengekspresikan kreativitasnya.

¹⁶ Lister, Martin. 2009. *New Media: A Critical Introduction*. London & New York: Routledge, hal 204

¹⁷ Susilowati, Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo_allpennliebe), *Jurnal Komunikasi*, 2018, vol. 9 no.2.

Di Indonesia sendiri, aplikasi Tik Tok diluncurkan pada bulan Mei 2017. Aplikasi milik *ZhangYiming* ini terbilang sukses, suksesnya aplikasi Tik Tok dibuktikan oleh Firma intelijen aplikasi sensor tower yang menjelaskan bahwa jumlah install Tik Tok lebih tinggi dibanding facebook, Instagram, snapchat dan youtube di AS. Empat aplikasi terbesar itu mampu dilampaui oleh Tik Tok dalam unduhan harian pada tanggal 29 September 2018 dimana 29.7% unduhan berdatangan pada aplikasi Tik Tok tersebut. Sampai saat itu, pangsa pasar aplikasi tersebut terus menunjukkan peningkatan mencapai 42.4% unduhan pada tanggal 30 Oktober lalu. Pengunduhan aplikasi Tik Tok di AS juga meningkat 237% dibanding bulan Oktober 2017.¹⁸

Pada tahun 2018, salah satu nama yang akan terngiang-ngiang jika mendengar kata Tiktok maka akan tertuju pada sosok Bowo Alpenliebe. Dengan gaya nyentriknya, Bowo mengaet penggemarnya lewat video unggahannya di Tiktok hingga melakukan *meet and greet* “berbayar” dengan para penggemarnya. Di tahun yang sama, Kementrian Kominfo memblokir aplikasi asal Cina, yang dianggap membawa konten negatif untuk anak-anak seperti *pornografi*, pelecehan agama, dan lain sebagainya.¹⁹

Namun, fenomena Tiktok seakan akan mejadi sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan modern saat ini. Melalui konten-

¹⁸Sandi Marga Pratama dan Muchlis “Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020”, *Jurnal Komunikasi, Vol.01 No.2 (Agustus 2020), hal. 110.*

¹⁹<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20201210145006-185-580569/kisah-kejayaan-tiktok-di-2020/2> diakses pada tanggal 7 maret 2023. Pukul 20.20 wib

seluler, yakni 315 juta instalasi. Tik Tok menyediakan media bagi masyarakat yang harus berdiam diri di rumah selama pandemi untuk berekspresi secara kreatif dan bersosialisasi. *ByteDance* yang juga memiliki aplikasi *Duoyin* (TikTok versi China) dan *Toutiao* (layanan berita), pada tahun 2019 mencatatkan pendapatan yang berlipat ganda yakni sebesar USD 17 miliar dari tahun sebelumnya USD 7,4 miliar.²¹

Tik Tok merupakan aplikasi berbasis audio visual berupa video musik. Aplikasi dan jejaring sosial Tik Tok berasal dari Tiongkok yang merupakan besutan *ByteDance* yang kini menjadi aplikasi paling banyak diunduh di dunia. Aplikasi Tik Tok menyediakan layanan yang memungkinkan penggunaannya membuat video pendek yang disertai dengan lagu, membuat video *lipsync* lalu mengunggahnya. Bisa juga, pengguna sekadar menggunakan aplikasi ini. Setidaknya ada beberapa manfaat Tik Tok, pertama sebagai media penayangan *showcase* kreativitas pengguna yang unik dan spesifik baik dari kreator media sosial profesional maupun orang biasa. Kedua, Tik Tok sebagai media sosial pencari bakat *talent* dan atau pencipta. Ketiga, sebagai ajang mencari popularitas.²²

Tik tok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren

²¹ Dwi Anggi Novianti, Dkk, Covid-19 Catatan Linimasa pada Analisis Muda, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020), 121-122.

²² Siti Nurhalimah, Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi, (Sleman: Deepublish, 2019), hal.36

dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi tiktok adalah sebuah jaringan sosial dan *platform* video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016.²³ Aplikasi TikTok tengah digandrungi di Tanah Air Fenomena ini tak lepas dari perilaku masyarakat Indonesia yang aktif berinternet melalui ponsel. Dijelaskan oleh *Head of Public Policy Indonesia, Malaysia, and Philipines TikTok Donny Eryastha*, rata-rata orang Indonesia menggunakan internet di ponsel selama 3,9 jam per hari. Angka ini lebih tinggi daripada penduduk Asia Tenggara yang menggunakan selama 3,6 jam per hari. Dari lamanya durasi pemakaian internet, orang Indonesia khususnya pengguna TikTok, bisa menonton 100 video di TikTok dalam sehari dengan total 21 miliar *viewers*. Sementara, pengguna TikTok dari kalangan milenial pada umumnya bisa mengonsumsi 65 konten per hari. "Ini adalah angka yang menampilkan potensi konsumsi TikTok di Indonesia," Donny, ditemui pada acara Sosial Media Week (SMW) Jakarta 2019, di *The Hall*, Senayan City, Jakarta, Kamis, 14 November.²⁴

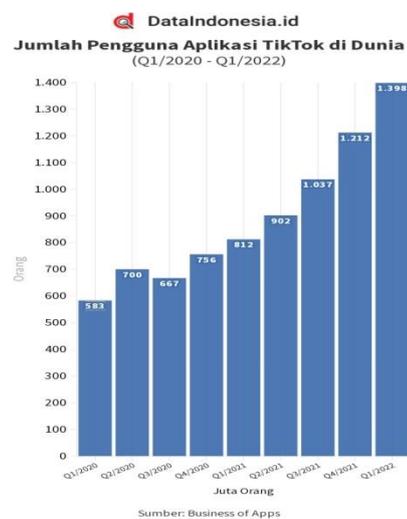
Layanan tersedia untuk pengguna aplikasi Tik Tok yang memungkinkan mereka mengunggah video yang disinkronkan dan video pendek dengan lagu. Aplikasi ini juga dapat Anda gunakan sendiri. Setidaknya, Tik Tok memiliki sejumlah keunggulan, yang

²³ Aji Wisnu Nugroho, "Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia," *Jurnal Proceeding Unikal*, IV, NO.7, (2012), hal.44.

²⁴ <https://www.medcom.id/amp/eN4R2P5k-orang-indonesia-rata-rata-nonton-100-video-tiktok-sehari> diakses tanggal 24 januari 2023, pukul 14.00 wib

pertama adalah sebagai wadah untuk menampilkan kreativitas pengguna yang khas dan individual—kreator media sosial profesional serta individu yang kompeten. Kedua, cara para kreator dan pencari bakat menggunakan Tik Tok sebagai platform media sosial. Ketiga, sebagai ajang pencarian ketenaran.²⁵

Gambar.1.1



Sumber: <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-di-dunia-hampir-14-miliar-pada-kuartal-i2022>, diakses tanggal 4 desember 2022, pukul 15.35 WIB.

TikTok menjadi media sosial yang sangat digandrungi anak-anak muda sebagai sarana mengekspresikan diri mereka melalui nyanyian atau tarian. Popularitas aplikasi TikTok pun telah berkembang pesat sejak dirilis. Menurut data *Business of Apps*, ada 1,4 miliar pengguna aktif bulanan (*monthly active users/MAU*) aplikasi video pendek tersebut di dunia hingga kuartal I/2022. Angka ini meningkat 15,34% dari kuartal

²⁵ Sitti Nurhalimah, “Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi”, (Sleman: Deepublish, 2019), hal.36.

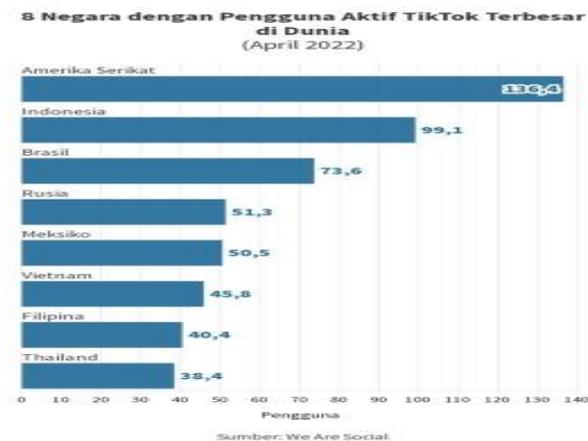
sebelumnya yang sebanyak 1,2 miliar pengguna. Jumlah MAU TikTok pun meningkat 72,17% jika dibandingkan setahun sebelumnya. Pada kuartal I/2021, hanya 812 juta pengguna TikTok di dunia. Business of Apps juga mencatat, aplikasi TikTok diunduh sebanyak 188 juta kali pada kuartal I/2022. Jumlah ini naik 8,7% secara kuartal dan naik 6,2% secara tahunan. Mayoritas atau 313 juta pengguna aplikasi TikTok berada di wilayah Asia Pasifik (di luar China dan India) pada 2021. Posisinya diikuti Amerika Latin dan Eropa yang masing-masing sebanyak 188 juta pengguna dan 158 juta pengguna. Adapun, 35% pengguna TikTok secara global berusia 20-29 tahun. Lalu, persentase pengguna berusia 10-19 tahun dan 30-39 tahun masing-masing sebesar 28% dan 18%.²⁶

Dilansir dari *App Annie app user behavior analysis*, jumlah pengguna TikTok di dunia mencapai hingga 1,2 miliar user aktif sepanjang kuartal 3 tahun 2021 dan menjadikan TikTok sebagai aplikasi yang paling sering digunakan oleh masyarakat dunia.

Penggunaan aktif tiktok di indonesia sebesar 99,1 juta orang pada april 2022. Jumlah itu menjadi terbesar kedua setelah amerika serikat.

²⁶<https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-di-dunia-hampir-14-miliar-pada-kuartal-i2022>, diakses tanggal 4 desember 2022, pukul 15.35 WIB.

Gambar. 1.2



Sumber:<https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-duniadataindonesia.id> pertama kali diindeks oleh Google pada September 2021 diakses 4 desember 2022 pukul 16.50 wib

TikTok menjadi salah satu aplikasi yang populer di seluruh dunia. Aplikasi video pendek ini sukses menyita perhatian banyak orang, terutama anak-anak muda karena tampilan serta fitur-fitur menarik yang ditawarkannya. Berdasarkan laporan We Are Social, TikTok telah memiliki 1,4 miliar pengguna aktif bulanan (monthly active users/MAU) berusia di atas 18 tahun secara global hingga kuartal I/2022. Jumlah ini meningkat 15,34% dibandingkan pada kuartal sebelumnya yang sebanyak 1,2 miliar pengguna. Berdasarkan negaranya, Amerika Serikat memiliki pengguna aktif TikTok terbesar di dunia. Jumlahnya tercatat mencapai 136,4 juta orang pada April 2022.

Indonesia berada di urutan kedua dengan jumlah pengguna aktif TikTok sebesar 99,1 juta orang. Pengguna TikTok di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu di TikTok sebanyak 23,1 jam per bulan.

Brasil menempati urutan berikutnya dengan 73,6 pengguna aktif TikTok. Kemudian, pengguna aktif TikTok di Rusia dan Meksiko masing-masing sebanyak 51,3 juta orang dan 50,5 juta orang.

Vietnam tercatat memiliki 45,8 juta pengguna aktif TikTok. Jumlah pengguna aktif TikTok di Filipina sebesar 40,4 juta orang. Sedangkan, Thailand berada di posisi kedelapan dalam daftar ini. Tercatat ada 38,4 juta pengguna aktif TikTok di Negeri Gajah Putih.²⁷

Gambar. 1.3



Sumber. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>, diakses tanggal 4 desember 2022, pukul 19.12 WIB.

Dari data pengguna TikTok di Indonesia 2021, pengguna TikTok terbanyak di Indonesia adalah masyarakat Jakarta dengan total 22%.

²⁷ <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar->

[kedua-di-dunia](#) diakses diakses 4 desember 2022 pukul 16.50 wib

Disusul oleh Jawa Timur dengan persentase 18% dan Jawa Barat dengan jumlah pengguna TikTok Indo sebanyak 13%.²⁸

Gambar 1.4



Sumber. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>, diakses tanggal 4 desember 2022, pukul 19.16 WIB.

Perbandingan penggunaan perangkat elektronik untuk mengakses TikTok terlihat cukup signifikan, yaitu 95:5 antara pengguna Android dan iOS dengan pengguna Android sebagai user Tik Tok Indonesia terbanyak.²⁹

²⁸ Sumber. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>, diakses tanggal 4 desember 2022, pukul 19.12 WIB

²⁹ Sumber. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>, diakses tanggal 4 desember 2022, pukul 19.16 WIB

Gambar 1.5



Sumber. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>, diakses tanggal 4 desember 2022, pukul 19.21 WIB

Usia pengguna TikTok di Indonesia adalah rata-rata 18-24 tahun dengan persentase 40%. Sementara usia 25-34 tahun, 37% diantaranya juga masih mengakses TikTok. Dengan demikian, ada sebanyak 76% masyarakat Indonesia berusia 18-34 tahun yang mengakses TikTok.³⁰

Gambar. 1.6



Sumber. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>, diakses tanggal 4 desember 2022, pukul 19.29 WIB.

³⁰ Sumber. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>, diakses tanggal 4 desember 2022, pukul 19.21 WIB

Perbandingan gender antara pengguna laki-laki dan perempuan adalah 68:32 yang di mana pengguna perempuan berjenis kelamin perempuan adalah pengguna TikTok terbanyak.³¹

3. 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 subyektif motif merupakan dasar bagi seseorang untuk bergerak, berperilaku dan bertindak menurut tujuan atau kegiatan membangkitkan daya gerak yang terdapat pada diri sendiri agar melaksanakan tindakan tertentu dalam rangka mencapai tujuan ataupun kepuasan.³²

Setiap individu pasti memiliki motif yang berbeda dalam memilih media, perbedaan motif ini kemudian menimbulkan perbedaan dalam tingkat kepuasan yang didapat individu dalam menggunakan media. Motif di hubungkan 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 dan motif. Seleksi terhadap media ini berlaku untuk semua jenis media, baik media cetak maupun media elektronik. Penggunaan media disebabkan oleh

³¹ Sumber. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>, diakses tanggal 4 desember 2022, pukul 19.29 WIB

³² Jalaludin Rakmat, Metode Penelitian Komunikasi, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hal 23

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

Motif penggunaan media oleh individu dapat di bagi dalam empat kelompok yakni:

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 Integrasi dan Integrasi Sosial (Social Integration and Integration)

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

d. Motif Hiburan (Entertainment)

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

4. Eksistensi Diri

Salah satu fungsi komunikasi adalah untuk sarana dalam aktualisasi diri seseorang. Dari proses komunikasi, seseorang ingin mendapatkan pengakuan dari orang lain bahwa dia ada dan menjadi seseorang yang

harus dianggap. Maksudnya adalah dengan menggunakan komunikasi, saat kita berinteraksi dengan orang lain, maka kita ingin apa yang kita sampaikan diperhatikan oleh orang lain. Selain itu dengan komunikasi, kita juga dapat menyampaikan apa yang menjadi pemikiran kita. Dengan begitu orang lain akan memperhatikan dan menghargai kita.

Kata eksistensi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (*KBBI*) diartikan sebagai hal berada; keberadaan. Jika diaplikasikan dalam eksistensi diri yang digunakan dalam diri remaja untuk menggunakan media sosial sebagai cara untuk menunjukkan eksistensi diri. Eksistensi diri diartikan sebagai usaha individu dalam mendapatkan pengakuan oleh orang lain tentang keberadaan dirinya. Dengan menggunakan media sosial, setiap individu berusaha untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain tentang eksistensi dirinya. Banyak cara yang dilakukan oleh individu untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain.

Secara *etimologi*, *eksistensialisme* berasal dari kata eksistensi, *eksistens* berasal dari bahasa Inggris yaitu *excitence*; dari bahasa latin *existere* yang berarti muncul, ada, timbul, memilih keberadaan aktual. Dari kata *ex* berarti keluar dan *sistere* yang berarti muncul atau timbul. Beberapa pengertian secara terminologi, yaitu pertama, apa yang ada, kedua, apa yang memiliki aktualitas (ada), dan ketiga adalah segala sesuatu (apa saja) yang di dalam menekankan bahwa sesuatu itu ada.

Berbeda dengan esensi yang menekankan kealpaan sesuatu (apa sebenarnya sesuatu itu sesuatu dengan kodrat inherennya).³³

Eksistensi diri merupakan suatu usaha manusia untuk mencari dan memahami arti kehidupan bagi dirinya yang diyakini sebagai sebuah bentuk dari nilai batiniah yang paling utama, dimana tidak ada satu orang atau individu pun atau sesuatu yang dapat memberi pengertian tentang arti dan maksud dari kehidupan seseorang tersebut, jadi setiap manusia harus menemukan cara sendiri untuk menghadapi kondisi dan lingkungan sekitar.³⁴

Salah satu cara untuk memenuhi keinginan kita agar dapat diperhitungkan atau dianggap oleh orang lain adalah dengan menggunakan media sosial. Melalui media sosial kita dapat menyampaikan apa yang kita pikirkan, apa yang kita lakukan dan orang lain dapat membaca maupun melihat aktifitas kita melalui media sosial. Media sosial yang menjadi jaringan luas dengan orang lain dapat kita jadikan sarana dalam berbagi hal-hal tertentu. Pemenuhan keinginan kita sebagai manusia adalah untuk selalu menjadi yang terbaik, dan menampilkan apa yang terbaik dari diri kita. Hal tersebut menjadi latar belakang penggunaan media sosial yang semakin gencar dilakukan. Disinilah konsep eksistensi diri seringkali terbentuk dalam penggunaan media social. Dimana saat ini, semakin banyaknya ragam media sosial.

³³ Bagus, Lorens, 2005. Kamus Filsafat, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Hal 183

³⁴ Fauziah, Y. R, Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Kota Bandung. (Bandung: Unikom, 2019), diakses melalui [Http://Elibrary.Unikom.Ac.Id/Id/Eprint/2048](http://Elibrary.Unikom.Ac.Id/Id/Eprint/2048). 12 Desember, 2022

5. Teori Maslow

Abraham Maslow juga telah mengembangkan teori motivasi yang menekankan pada pertumbuhan diri, yang ia sebut aktualisasi diri (*self actualization*). Sebagai bapak spiritual dari psikologi *humanistik*, Maslow mengembangkan teori motivasi atau teori kepribadian dengan bertumpu pada sejumlah anggapan dasar mengenai manusia dan tingkah laku yang khas ajaran psikologi humanistik yakni : Pertama; menurut Maslow, teori motivasi yang komprehensif akan terbentuk hanya apabila manusia dipandang atau dipelajari sebagai.

Suatu kesatuan utuh, bukan sebagai jumlah dari bagian-bagian. Anggapan ini juga dikenal dengan sebutan anggapan holistik dan ditegaskan oleh Maslow melalui sebuah pernyataannya, “dalam teori yang baik tidak ada namanya kebutuhan perut, mulut atau kelamin, yang ada adalah kebutuhan individu. Jadi, menurut Maslow motivasi mempengaruhi individu secara keseluruhan dan secara bagian. Kedua; menurut Maslow, selama ini belum pernah ada teori dalam psikologi yang disusun berdasarkan studi atas individu-individu yang sehat secara psikologis. Tetapi, yang ada adalah teori-teori yang disusun berdasarkan studi atas individu-individu yang mengalami gangguan. Menurut Maslow, dengan mempelajari model-model yang kerdil dan tidak matang hanya akan menghasilkan “psikologi kerdil” karena itu, demi terciptanya psikologi yang universal, Maslow mendesak perlunya studi atas orang-orang yang berjiwa sehat dan matang. Ketiga; menurut Maslow,

psikologi selama ini terlalu menekankan sisi negatif manusia, dan juga mengabaikan aspek-aspek positif dari keberadaan manusia. Keempat; menurut Maslow, pada diri manusia terdapat satu ciri umum, yakni potensi kreatif. Potensi kreatif menurut Maslow adalah ciri yang inheren dan mendorong manusia untuk tumbuh dan berubah. Dengan berpijak pada empat anggapan dasar tersebut diatas, maslow menyusun teori motivasi yang dikenal dengan sebutan teori kebutuhan bertingkat, dan aktualisasi diri sebagai kebutuhan yang paling tinggi.³⁵

Teori yang didalamnya mencakup lima kebutuhan dasar dan universal tersusun dalam tingkatan, yaitu kebutuhan yang ada diatasnya. Bagaimanapun manusia adalah makhluk yang tidak pernah terpuaskan. Ini menurut Maslow ditunjukkan oleh fakta bahwa kebutuhankebutuhan yang ada dalam diri manusia tidak pernah berhenti menuntut pemuasan. Sehingga tuntutan dan pemuasan kebutuhankebutuhan membentuk lingkaran yang tak berujung. Lima kebutuhan yang dimaksud diantaranya:



³⁵ E. Koeswara, Motivasi Teori dan Penelitiannya, (bandung; angka, 1989), hlm 223

Keterangan :

Kolom 1: Kebutuhan akan aktualisasi diri

Kolom 2: Kebutuhan akan harga diri Kolom

3: Kebutuhan akan cinta dan rasa memiliki

Kolom 4: Kebutuhan akan rasa aman

Kolom 5: Kebutuhan-kebutuhan dasar fisiologis

1. Kebutuhan-kebutuhan dasar fisiologis

Kebutuhan-kebutuhan dasar *fisiologis* (*physiological needs*), sebagaimana terlihat dalam gambar, adalah kebutuhan-kebutuhan manusia yang paling dasar. Kebutuhan-kebutuhan dasar *fisiologis* terdiri dari kebutuhan-kebutuhan yang pemuasanya ditujukan pada pemeliharaan proses-proses biologis dan kelangsungan hidup.

2. Kebutuhan akan rasa aman

Kebutuhan akan rasa aman (*need for security*) adalah satu kebutuhan yang akan muncul dominan pada diri individu apabila kebutuhankebutuhan fisiologisnya telah terpuaskan. Kebutuhan akan rasa aman adalah kebutuhan individu untuk memperoleh ketentraman, kepastian, dan keteraturan dari keadaan lingkungannya.

3. Kebutuhan akan cinta dan rasa

memiliki Kebutuhan akan cinta dan rasa memiliki (*need for love and belongingness*) adalah kebutuhan yang mendorong individu untuk

membangun hubungan afektif dengan orang lain, baik dilingkungan keluarga, lingkungan pergaulan atau dalam kelompok.

4. Kebutuhan akan Rasa Harga Diri

Kebutuhan akan rasa harga diri (need for self esteem). Maslow membagi kebutuhan akan rasa diri kedalam dua sub, yakni penghormatan dari diri sendiri, dan penghargaan dari orang lain. Sub pertama mencakup hasrat dari individu untuk memperoleh kompetensi, rasa percaya diri, kekuatan pribadi, adekuasi, prestasi, kemandirian dan kebebasan. Kesemuanya mengimplikasikan bahwa individu ingin dan perlu mengetahui bahwa dirinya mampu menyelesaikan segenap tugas atau tantangan dalam hidupnya. Sub yang kedua mencakup antara lain prestasi. Dalam hal ini individu butuh penghargaan atas apa-apa yang dilakukannya. Maslow menekankan bahwa terpenuhinya kebutuhan akan rasa harga diri pada individu menghasilkan rasa dan sikap percaya diri, rasa berharga, rasa kuat, dan rasa mampu.

5. Kebutuhan akan aktualisasi diri

Kebutuhan akan aktualisasi diri (need for selfactualization) adalah kebutuhan manusia yang paling tinggi dalam teori kebutuhan bertingkat dari Maslow. Konsep kebutuhan akan aktualisasi diri diciptakan pertama kali oleh Kurt Goldstein, oleh Maslow diartikan sebagai kebutuhan individu untuk untuk mewujudkan dirinya sebagai

apa yang ada dalam kemampuannya, atau kebutuhan individu untuk menjadi apa saja menurut kemampuan (potensi) yang dimilikinya.³⁶

6. Hubungan Teori Maslow dengan Skripsi

Kata eksis belakangan ini sangat mainstream terdengar, baik eksis di media massa, televisi, radio, sampai eksis di dunia maya. Kata eksis berasal dari Bahasa Inggris *exist* yang berarti ada, yang hidup, dan adanya. Secara istilah dapat dimaknai bahwa eksis adalah suatu keadaan di mana seseorang ingin dihargai keberadaannya atau eksistensinya oleh orang lain.

Sebelum era teknologi muncul hanya kalangan tertentu saja yang diakui eksistensinya di lingkungan masyarakat, seperti; para pemuka agama, pejabat, aktivis, artis, dan para pemilik modal.

Namun hal tersebut berubah seiring dengan semakin pesatnya kemajuan di bidang teknologi yang turut memberi kesempatan untuk eksis bagi setiap masyarakat melalui media-media sosial. Keadaan ini turut memicu tumbuhnya anggapan bahwa eksistensi diri di dalam masyarakat diperlukan. Sehingga eksistensi ini perlahan beralih menjadi sebuah kebutuhan setelah kebutuhan primer dan sekunder.

Virus ini tidak hanya melanda orang dewasa, *entertainer*, ataupun musisi dan sejenisnya melainkan hampir ke seluruh lapisan masyarakat tanpa mengenal status sosial, lingkungan, umur, ataupun jenis kelamin. Bahkan orang-orang rela tampil dengan sedemikian rupa menutupi sifat aslinya demi sekadar diakui eksistensinya oleh masyarakat. Yang sejatinya

³⁶ Abraham H. Maslow.1970. *Motivation and Personality*.New York: Harper & Row Publisher.

bukanlah orang baik dapat menutupi keburukannya dengan tutur kata yang sopan, mereka yang cenderung pendiam bisa menjadi cerewet dan menampilkan sifat akrabnya, serta orang yang masih single bisa mengaku sudah berhubungan, dan sebagainya.

Kecenderungan seseorang ingin dihargai eksistensinya di lingkungan masyarakat ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Abraham Maslow, bahwa manusia pada dasarnya cenderung ingin memenuhi kebutuhan pada jenjang selanjutnya setelah kebutuhan yang mendasar atau relatif lebih rendah telah terpenuhi.

Dalam teorinya, Maslow membagi tingkatan kebutuhan manusia ke dalam lima bagian; kebutuhan fisiologis (sandang, pangan, papan), rasa aman, dimiliki dan mencintai, penghargaan diri, dan aktualisasi diri. Dari beberapa bagian tersebut ada dua indikasi dari teori Maslow di balik eksisnya seseorang, yaitu karena kebutuhan ingin dimiliki dan mencintai, serta kebutuhan untuk mendapat penghargaan diri dari orang lain. Kebutuhan untuk dimiliki dan mencintai orang lain akan menjadi tujuan yang dominan setelah kebutuhan *fisiologis* dan rasa aman *relatif* telah terpenuhi. Keinginan agar terpenuhinya kebutuhan ini akan terus ada, karena seseorang cenderung memiliki kepekaan yang tinggi terhadap kesendirian, pengasingan, ditolak oleh lingkungan, dan kehilangan sahabat atau cinta.

Eksis ditempuh sebagai salah satu jalan untuk mendapatkan perhatian dari orang lain dan dianggap eksistensinya oleh lingkungan ia

berada. Bila sudah mendapat tempat di lingkungannya seseorang cenderung bosan dan menginginkan yang lebih dari sekadar pengakuan, yaitu berupa penghargaan dari orang lain, baik materil maupun non-materil.

Dalam mencapai kepuasannya seseorang harus melewati step by step kebutuhan untuk mencapai suatu titik kepuasan pada tiap jenjangnya. Dalam hal ini tidak ada ukuran pasti prosentase kepuasan seseorang pada tiap jenjangnya. Jika kepuasan dirasa masih kurang atau bahkan kecil, maka seseorang cenderung akan kembali kepada jenjang yang belum terpuaskan hingga memperoleh tingkat kepuasan yang dikehendaki.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif dipilih sebagai jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Pemilihan penelitian kualitatif disebabkan karena ada beberapa faktor yang lebih diutamakan dalam hal penjabaran dan penjelasan suatu *fenomena* yang akan diteliti. Penelitian kualitatif merupakan suatu jenis penelitian yang hasil temuannya tidak didapat dengan proses statistik atau perhitungan dengan rumus melainkan sebagai bentuk jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk menjelaskan gejala secara kontekstual dengan menggunakan peneliti sebagai bagian alami dalam penelitian tersebut.³⁷

Penelitian kualitatif dilakukan dengan pendekatan *fenomenologi*. Penelitian *fenomenologi* yaitu jenis penelitian kualitatif yang melihat dan mendengar lebih dekat dan terperinci penjelasan dan pemahaman individual tentang pengalaman-pengalamannya. Penelitian *fenomenologi* memiliki tujuan yaitu guna menginterpretasikan serta menjelaskan pengalaman-pengalaman yang dialami seseorang dalam kehidupan ini, termasuk pengalaman saat interaksi dengan orang lain dan lingkungan sekitar. Dalam konteks penelitian kualitatif, kehadiran suatu fenomena dapat dimaknai sebagai sesuatu yang ada dan muncul dalam kesadaran peneliti dengan

³⁷ Sugiarto, Eko. 2015. Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis. Yogyakarta: Suaka Media. Hal. 8

menggunakan cara serta penjelasan tertentu bagaimana proses sesuatu menjadi terlihat jelas dan nyata.³⁸

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan *fenomenologi*, yang merupakan penelitian yang didasari dari pengalaman subjektif atau *fenomenologikal* yang dialami pada diri individu. *Fenomenologi* diartikan pula sebagai pandangan berfikir yang menegaskan pada fokus pengalaman-pengalaman dan cerita subjektif manusia dan interpretasi atau pelaksanaan di dunia.³⁹

B. Subjek dan objek

1. Subjek

Subjek dalam penelitian merujuk pada responden, informan yang hendak di mintai informasi atau di gali datanya. Menurut Amirin dalam buku Metodologi Penelitian kualitatif, tindakan pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan atau pemilihan informan dengan menggunakan pertimbangan– pertimbangan tertentu yang sesuai dengan ciri – ciri spesifik yang dimilikinya dari peneliti.⁴⁰ Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah:

- a. Informan adalah mahasiswa KPI angkatan tahun 2020.
- b. Informan memiliki Aplikasi Sosial Media TikTok.

³⁸ *Ibid.* 13

³⁹ Moleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

⁴⁰ Nasution, M.N. (2004). Manajemen Jasa Terpadu. Jakarta: PT Ghalia Indonesia. Hal 98

- c. Informan sudah menggunakan Media Sosial TikTok minimal selama 1 tahun lebih.
- d. Informan memiliki minimal 1000 like di akun TikTok.
- e. Informan mengunggah video minimal 2 kali Seminggu

Berdasarkan kriteria Informan diatas maka informan dalam penelitian ini adalah.

Tabel 1.1 Informan Penelitian

N o	Prodi	Nama Akun	Nama	mengikuti	Pengikut	Suka	Konten
1	KPI 2020	@sintia_monika09	Sintia Monika	128	389	6183	86
2	KPI 2020	@sindybela	Sindy Bela	224	802	1878	17
3	KPI 2020	@byasal	Yonaa	65	505	7340	12
4	KPI 2020	@tiara_safitri24	Tiarasafitri	60	1748	1057	34

Sumber: Data Penelitian 2023

Berdasarkan pada tabel 1.1 diatas informan penelitian ini berjumlah 4 orang, yang dari 4 orang tersebut yang teridentifikasi mempunyai banyak *following* yaitu dengan akun @sindybela. sedangkan yang mempunyai banyak *followers* yaitu dengan akun @tiara_safitri24, Kalo dari *fitur like* yaitu dengan akun @byasal.

2. Objek

Penelitian ini mengambil lokasi di Institut Agama Islam Negeri curup, kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu. Alasan penulis mengambil lokasi dikarenakan tempat aktivitas pembelajaran mahasiswa dan juga merupakan tempat kegiatan sosial mahasiswa sehingga memungkinkan pengguna tiktok melakukan kegiatan dikampus.

C. Sumber Data

Manusia, situasi atau peristiwa, dan dokumen adalah sumber data dalam penelitian ini. Wawancara adalah metode pengumpulan data manusia. Suasana, ruang, dan proses adalah sumber data untuk peristiwa. dan terkait dengan masalah yang diselidiki. Temuan Observasi penelitian dan wawancara dengan informan penelitian dijadikan sebagai sumber data penelitian ini. Dalam hal ini data penelitian yang diperoleh berasal dari dua sumber yang berbeda.

1. Sumber Data Primer

Sugiyono mendefinisikan data primer sebagai sumber data yang memberikan data langsung kepada pengumpul data. Wawancara dengan subjek penelitian dan observasi, data primer dalam penelitian ini diperoleh dari pengamatan peneliti melalui unggahan video pemilik akun tiktok yang dijadikan subjek peneliti. Selain itu data primer juga didapatkan dari hasil wawancara dengan informan.⁴¹

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung (melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang

⁴¹ Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung. Hal.456

dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.⁴² Penggunaan media sosial Aplikasi Tiktok Sebagai Eksistensi Diri Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data setidaknya dilakukan berbagai banyak cara agar data yang diperoleh sempurna dengan yang diinginkan agar penelitian berlangsung mudah.

1. Observasi

Menurut Nawawi dan Martin dalam Sugiarto, Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati dan mencatat unsur-unsur yang tampak pada objek penelitian secara sistematis.⁴³

Peneliti melakukan pengamatan dengan cara Mengikuti (*follow*) akun tiktok informan, Melihat unggahan dari video akun tiktok informan, Peneliti melakukan pengamatan langsung dengan cara mengikuti atau sebagai penonton saja. Dimana peneliti hanya melihat dan mengamati mahasiswa KPI angkatan tahun 2020 dalam menggunakan media sosial aplikasi Tiktok tanpa terlibat didalamnya.

⁴² Gabriel Amin Silalahi, Metode Penelitian dan Studi Kasus. (Sidoarjo: CV. Citra Media, 2003), hal. 57

⁴³ Agus Sugiarto. 2015. Manajemen Kearsipan Modern dari Konvensional ke Basis Komputer. Yogyakarta: Gava Media. Hal.321

2. Wawancara atau Interview

Menurut Sugiyono, Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun dengan menggunakan telepon. Teknik wawancara yang dilakukan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur.⁴⁴

wawancara terstruktur adalah suatu metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab atau wawancara secara langsung dengan narasumber yang bersangkutan, dan sebelumnya peneliti telah mempersiapkan daftar sejumlah pertanyaan yang akan ditanyakan. Di sini peneliti melakukan wawancara dengan informan yaitu mahasiswa KPI angkatan tahun 2020.

3. Dokumentasi

Penelitian mengumpulkan informasi atau dokumentasi yang tersedia melalui literatur-literatur maupun data-data yang relevan dengan penelitian. Dokumentasi adalah setiap bahan tertulis maupun foto, yang dipersiapkan karena adanya dokumentasi digunakan

⁴⁴ Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta. Hal. 231

karena merupakan sumber serta berguna sebagai untuk suatu penguji.⁴⁵

Dalam penelitian ini, pengumpulan bahan dokumentasi ini bertujuan untuk memperkuat pernyataan mengenai penelitian yang penulis ambil sesuai fakta dan fenomena serta untuk landasan *teoritis* sebagai *referensi* pendukung penelitian ini. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah foto-foto atau gambar-gambar *Screenshot* video diakun tiktok informan dan arsip mengenai serangkaian kegiatan yang dilakukan.

E. Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁴⁶

Data penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam dan dilakukan secara terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Teknik analisis data yang digunakan oleh penelitian menggunakan

⁴⁵ Moleong, Lexy. (2005). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

⁴⁶ Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung. Hal.482

model Miles and Huberman. Menurut Miles dan Huberman dalam buku Sugiyono analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.⁴⁷

1. Reduksi data

Menurut Sugiyono, reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan kata lain, peneliti merangkum kembali data-data untuk memilih dan memfokuskan pada bagian yang penting.⁴⁸

2. Penyajian Data

Menurut Amailes dan Huberman yang palingsering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks dan naratif. Pada tahap ini peneliti menyajikan data-data yang telah direduksike dalam laporan secara sistematis.⁴⁹

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Menurut Sugiyono kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada

⁴⁷ Ibid. 246

⁴⁸ Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet. Hal. 247

⁴⁹ Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Hal. 341

dilapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada.⁵⁰

⁵⁰ Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung. Hal 252-253

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Aplikasi Sosial Media Tiktok

Tik Tok merupakan aplikasi video musik dan jejaring sosial asal Cina resmi meramaikan industri digital di Indonesia. Tik Tok menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Aplikasi ini menghadirkan *special effects* yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah. Salah satunya adalah perusahaan teknologi asal Tiongkok, *ByteDance*, yang memperkenalkan aplikasi edit video bernama Tik Tok di Indonesia.⁵¹

Aplikasi yang muncul pertama kali pada tahun 2016 yang disebut *Douyin*, di negara asalnya dari negara Cina. *Douyin* merupakan aplikasi video pendek yang dikeluarkan oleh perusahaan Cina, *ByteDance*. *ByteDance* melakukan perluasan jangkauan aplikasi menjadi aplikasi yang dapat di akses secara global dengan nama Tiktok. Seperti *Youtube*, yang mendukung kreativitas generasi muda, Tiktok juga memiliki misi memberikan fasilitas video pendek untuk banyak orang agar dapat mengekspresikan kreativitasnya.

⁵¹ Susilowati, Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo_allpennliebe), *Jurnal Komunikasi*, 2018, vol. 9 no.2.

Di Indonesia sendiri, aplikasi Tik Tok diluncurkan pada bulan Mei 2017. Aplikasi milik *ZhangYiming* ini terbilang sukses, suksesnya aplikasi Tik Tok dibuktikan oleh Firma intelijen aplikasi sensor tower yang menjelaskan bahwa jumlah install Tik Tok lebih tinggi dibanding facebook, Instagram, snapchat dan youtube di AS. Empat aplikasi terbesar itu mampu dilampaui oleh Tik Tok dalam unduhan harian pada tanggal 29 September 2018 dimana 29.7% unduhan berdatangan pada aplikasi Tik Tok tersebut. Sampai saat itu, pangsa pasar aplikasi tersebut terus menunjukkan peningkatan mencapai 42.4% unduhan pada tanggal 30 Oktober lalu. Pengunduhan aplikasi Tik Tok di AS juga meningkat 237% dibanding bulan Oktober 2017.⁵²

Pada tahun 2018, salah satu nama yang akan terngiang-ngiang jika mendengar kata Tiktok maka akan tertuju pada sosok Bowo Alpenliebe. Dengan gaya nyentriknya, Bowo mengaet penggemarnya lewat video unggahannya di Tiktok hingga melakukan *meet and greet* “berbayar” dengan para penggemarnya. Di tahun yang sama, Kementerian Kominfo memblokir aplikasi asal Cina, yang dianggap membawa konten negatif untuk anak-anak seperti *pornografi*, pelecehan agama, dan lain sebagainya.⁵³

Namun, *fenomena* Tiktok seakan akan mejadi sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan modern saat ini Melalui konten-

⁵²Sandi Marga Pratama dan Muchlis “Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020”, *Jurnal Komunikasi, Vol.01 No.2 (Agustus 2020), hal. 110.*

⁵³ <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20201210145006-185-580569/kisah-kejayaan-tiktok-di-2020/2> diakses pada tanggal 7 maret 2023. Pukul 20.20 wib

kontennya. Tiktok menjelma sebagai media *platform* yang paling banyak digunakan bahkan telah diunduh lebih dari 700 juta pengguna pada 2019.

Tahun 2020, dimana terjadinya *pandemi virus corona* tidak hanya terjadi di Indonesia, namun juga di seluruh dunia, mengharuskan tiap warga negara untuk melakukan karantina dan mengurangi aktivitas di luar rumah. Konten-konten seperti imitating, tutorial memasak, atau *dance* yang disuguhkan oleh Tiktok.⁵⁴

Tiktok menjadi media platform yang paling viral saat ini di Indonesia. Tak sedikit para *selebriiti*, *influencer*, para tokoh penting hingga kalangan remaja tanggung tak luput dari demam Tiktok. Dengan memiliki karakter unik yang senang berbagi dan menggunakan beragam fitur unik dengan ragam *kreatifitas*.

Dan jika dikaitkan dengan masalah penelitian, maka pemanfaatan instagram sebagai media sosial pemasaran dalam menyampaikan informasi kepada publik atau penggunanya diharapkan dapat memberikan hasil berupa pengetahuan yang berguna bagi publik yang membaca bahkan melihatnya.

2. Informan Penelitian

Pada bagian ini akan diuraikan hasil penelitian yang penulis lakukan secara langsung di lapangan yang berkaitan dengan *Fenomena Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Ajang Eksistensi Diri* melalui

⁵⁴ Rezki Pratami dan Umaimah Wahid dalam *Jurnal Kajian Komunikasi Metakom 2020 Vol. 4 No. 1 halaman 59-72*

aplikasi TikTok Pada mahasiswa KPI angkatan tahun 2020 Institut Agama Islam Negeri Curup. Untuk menganalisis data yang diperlukan konsep dasar dari ahli yang dapat di jadikan acuan yang jelas untuk mencapai tujuan selain itu, sebelum mewawancarai informan untuk mengetahui Eksistensi diri terhadap penggunaan Aplikasi TikTok, melalui aplikasi TikTok

Peneliti telah melakukan wawancara dengan subjek penelitian, yaitu, mahasiswa KPI angkatan tahun 2020 Institut Agama Islam Negeri Curup untuk dijadikan dasar pengetahuan dari penelitian ini. Adapun mahasiswa yang menjadi subjek penelitian yang penulis wawancarai ada 4 orang dengan kriteria yang sudah peneliti tentukan dalam memilih subjek yang diwawancarai.

Teknik penentuan inromasi dalam penelitian ini adalah dengan melihat dan mengamati secara langsung apa saja kriteria yang cocok untuk menjadi informan dengan menggunakan teknik *puspositive sampling* dimana peneliti memilih informan berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk itu berikut adalah profil informan :

Tabel 1.2 Informan Penelitian

N o	Prodi	Nama Akun	Nama	mengikuti	Pengikut	Suka	Konten
1	KPI 2020	@sintia_monika09	Sintia Monika	128	389	6183	86
2	KPI 2020	@sindybela	Sindy Bela	224	802	1878	17
3	KPI 2020	@byasal	Yonaa	65	505	7340	12
4	KPI 2020	@tiara_safitri24	Tiarasafitri	60	1748	1057	34

Sumber: Data Penelitian 2023

Berdasarkan pada tabel 1.2 diatas informan penelitan ini berjumlah 4 orang, yang dari 4 orang tersebut yang teridentifikasi mempunyai banyak *following* yaitu dengan akun @sindybela. sedangkan yang mempunyai banyak *followers* yaitu dengan akun @tiara_safitri24, Kalo dari *fitur like* yaitu dengan akun @byasal.

Para informan tersebut melakukan eksistensi diri melalui tiktok. Eksistensi diri yang dilakukan berupa informasi dan perasaan pribadi. Berdasarkan data yang peneliti dapatkan bahwa ke empat informan memliki cara yang berbeda dalam melakukan eksistensi diri. Berdasarkan data yang peniliti temukan, fitur tiktok yang sering digunakan adalah video *caption*, serta *backsound music*. Tak hanya itu dalam melakukan eksistensi diri di Tiktok mahasiswa KPI angkatan tahunn 2020 Institut Agama Islam Negeri Curup kerap kali mengikuti *trend* yang sedang viral. Eksistensi diri dapat berupa informasi dan perasaan pribadi yang disampaikan kepada orang lain.

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian, peneliti akan memaparkan hasil penelitian penggunaan Media Sosial Aplikasi Tiktok Terhadap mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan tahun 2020 dan Motif Penggunaan Media Sosial Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan tahun 2020. Sebelum melakukan penelitian, peneliti telah melakukan observasi terlebih kepada informan mahasiswa KPI mengenai bagaimana informan menggunakan aplikasi tiktok dengan mengamati setiap apa yang diposting oleh informan, Selain observasi peneliti juga melakukan wawancara oleh informan.

1. Penggunaan Media Sosial Aplikasi Tiktok terhadap Eksistensi Diri

Manusia berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis, inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepatnya *eksistensi* diri. Bila kita diam diri orang lain akan memperlakukan kita seolah-olah kita tidak eksis dengan kata lain tidak dihiraukan dan tidak sadar akan keberadaan kita. Namun jika kita berbicara, kita menyatakan bahwa sebenarnya kita ada orang lain akan menganggap, mendengar bahkan memperhatikan kita. Eksistensi merupakan sesuatu yang sifatnya individual sehingga bisa ditentukan oleh masing-masing individu, hal ini juga dikarenakan setiap orang memiliki keunikan yang berbeda satu dengan yang lain Sehingga setiap orang yang dapat menentukan jati diri atas

keberadaannya dan mampu berdiri diantara eksistensi orang lain maka mereka akan mendapatkan eksistensi yang sejati.

Dibawah ini akan menjelaskan bagaimana bentuk-bentuk eksistensi yang informan lakukan. Bentuk-bentuk eksistensi ini peneliti dapatkan hasil dari observasi dan wawancara.

a. *Followers Dan Like Yang Mendukung*

Penggunaan Tiktok bisa menggunakan aplikasi Tiktok dengan mudah untuk membuat video pendek yang bisa menarik perhatian penonton. Dalam aplikasi Tiktok bermacam konten video bisa dibuat dengan mudah. Penggunaan Tiktok tidak hanya bisa melihat dan menirukannya, penggunaan juga bisa membuat video dengan cara masing-masing dan menuangkan berbagai video-video yang menarik sesuai *kreativitas* masing-masing.

Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh penggun dalam proses sosial menggunakan jaringan internet. Namun sekarang media sosial lam kelamaan dimanfaatkan untuk hal lain dari itu yang dulunya media sosial sebagai alat komunikasi, berbagi informasi, dan mendekatkan orang yang jauh. Hal inni juga berkaitan dengan eksistensi mereka di media sosial Tiktok. Selain untuk alat untuk berinteraksi informan juga memanfaatkan Tiktok sebagai ajang untuk eksis di dunia maya. Dengan berinteraksi dengan orang lain di dunia maya para informan yang peneliti wawancarai mengatakan bahwa ia mendapatkan

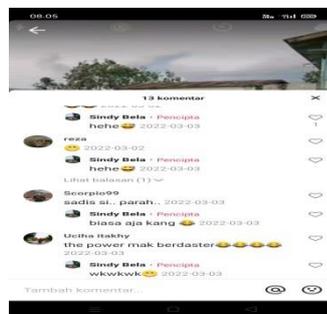
kenalan atau *followers* baru melalui tiktok. Hal ini sesuai dengan pernyataan oleh informan @sindybela.

Ketemu teman baru di Tiktok tentu ada, sebab saya juga berinteraksi dengan penonton sekaligus membuat relasi teman baru juga. Saya biasanya membalas komentar *followers* dikolom komentar video yang saya buat kak.⁵⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan Tiktok merupakan sebagai wadah yang digunakan para pengguna dalam berkomunikasi. Juga mendapatkan kenalan baru yang bahkan sebelumnya tidak kita temui secara langsung di dunia nyata. Dengan adanya Tiktok membuat para penggunanya semakin tertarik untuk mengekspos dirinya sendiri di media sosial Tiktok.

Gambar 2.1

Capture: Akun Tiktok informan @sindybela



Sumber : *Screenshot* Dari Pemilik Akun Tiktok @sindybela

Dari Gambar1.1 tersebut merupakan kolom komentar pada unggahan video Tiktok informan @sindybela yang berisikan tanggapan terhadap video kontennya. Komentar tersebut seperti dari *followers* akun

⁵⁵ Sindi okta Bela, pemilik akun tiktok @sindybela, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 10 Mei 2023, Pukul 13.00 WIB

tiktok @Uciha itakhy yang menyatakan “the power mak berdaster” dengan *emoticon* ketawa kemudian dibalas oleh pemilik informan akun @sindybela yang mengatakan “wkwkwk” dengan *emoticon*.

Diera saat ini banyak sekali bermunculan *kreator* baru yang *viral* di Tiktok untuk mencari sebuah *popularitas* diri. Dalam menggambarkan sebuah eksistensi di media sosial tentunya *followers* mempunyai nilai andil yang begitu besar, mempunyai jumlah *followers* yang banyak tentunya tidak mudah didapatkan. Setiap pengguna tiktok mempunyai *karakteristik* yang sulit untuk di Definisikan agar menyukai akun tertentu. Setiap akun Tiktok akan memodifikasi semenarik mungkin dengan tujuan untuk menarik *followers* dan berdampak kepada eksistensi dirinya, informan juga mengaku bahwa postingan yang bagus berpengaruh pada jumlah *like* dan *view* dari akun Tiktok @tiara_safatri24 dalam wawancara berikut.

Memang kalau untuk tampilan yang bagus dan menarik itu perlu banget sih apalagi untuk di Postingan Tiktok, karena itu kak yang membuat kita banyak *like*, *view* dan *follower*. Dan Tiktok itu untuk kan memang tempat untuk berbagi video, tentunya perlu unggahan bagus biar banyak *follower*. Entah itu dari cara kita berpakaian, kualitas video kita saat *Upload*, *spot foto* maupun lainnya.⁵⁶

Dari ungkapan tersebut dapat dilihat bahwa *followers*, *view*, dan *like* sangat menentukan akan seberapa menariknya seseorang di media sosialnya. Dimana jumlah *followers*, *view* dan *like* yang berpengaruh pada bagaimana ke eksistensiannya di media sosial. Namun di karenakan

⁵⁶Tiarasafitri, pemilik akun tiktok @tiara_safatri24, wawancara dengan subjek penelitian, 15 Mei 2023. Pukul 09.40 WIB

perlu adanya bukti keberadaan dirinya pada Tiktok dengan jumlah *followers*, *view* dan *like* hal itu pula yang membuatnya harus melakukan sesuatu agar dapat menarik perhatian orang lain melalui setiap unggahannya.

Hal ini sesuai dengan pernyataan oleh informan @sintia_monika09 seperti yang diungkapkannya.

Random seperti apa yang sedang *tren* sekarang, tapi biasanya lebih ke membuat video lagu yang lagi viral pada saat ini. Saya sebelum mengupload video di Tiktok saya mengalami kendala karena tidak sesuai dengan lagu dan video suasana maupunn tempatnya. Sehingga saya perlu melakukan tek berulang kali sampai menyentuh hasil yang diinginkan. Kalau video kita bagus kan banyak yang lihat dan meng-*like* konten kita merupakan sesuatu yang sangat menyenangkan bagi saya.⁵⁷

Berdasarkan hasil penelitian diatas bahwa dengan membuat video yang berulang kali agar memiliki hasil yang sangat bagus apa yang diinginkan oleh informan. Karena video yang bagus akan banyak yang lihat dan meng-*like* konten merupakan sesuatu yang sangat menyenangkan.

Melalui wawancara bersama informan bahwa ia terkadang membalas komentar *followers* yang positif diakun Tiktoknya. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari akun @byasal dalam wawancara berikut.

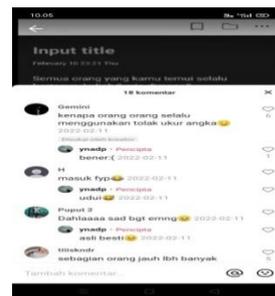
Kalau tanggapan *follower* sebenarnya beragam, tergantung dari jenis konten yang saya buat. Ketika saya unggah perihal rasa sedih banyak yang memberikan dukungan saya sangat senang

⁵⁷Sintia Monika pemilik akun tiktok @sintia_monika09, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 11 Mei 2023, Pukul 14.10 WIB

apabila konten kita ada yang komen tentang video yang kita unggah.⁵⁸

Gambar 2.2

Capture: Akun Tiktok informan @byasal



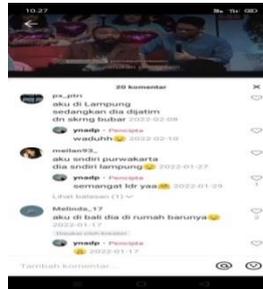
Sumber : *Screenshot* Dari Pemilik Akun Tiktok @byasal

Dari Gambar 2.2 tersebut merupakan kolom komentar pada unggahan video Tiktok informan @byasal yang berisikan tanggapan sedih. Komentar tersebut seperti dari *followers* akun tiktok @Gemini yang menyatakan “kenapa orang-orang selalu menggunakan tolak ukur angka angka dengan *emoticon* sinis” kemudian dibalas oleh pemilik informan akun @byasal yang mengatakan “bener” kemudian komentar dari *followers* dengan akun tiktok @Puput 2 yang menyatakan “Dahlaaaa sad bgt emang” kemudian dibalas oleh pemilik informan akun @byasal yang mengatakan “asli besti” dengan *emoticon* sedih. Pada akun milik informan akun @byasal dia mengunggah video yang berisikan “semua orang menanyakan tentang kehidupan pribadinya dan kenapa orang tidak menanyakan apakah dia bahagia”.

⁵⁸ Yona dia putri pemilik akun tiktok @byasal wawancara dengan subjek penelitian Tanggal 19 April 2023, Pukul 14.15 WIB

Gambar 2.3

Capture: Akun Tiktok informan @byasal



Sumber : *Screenshot* Dari Pemilik Akun Tiktok @byasal

Dari Gambar 2.3 tersebut merupakan kolom komentar pada unggahan video Tiktok informan @byasal yang berisikan tanggapan positif. Komentar tersebut seperti dari *followers* akun tiktok @meilan93 yang menyatakan “aku sendiri purwakarta dia sendiri lampung” kemudian dibalas oleh pemilik informan akun @byasal yang mengatakan “semangat ya ldr yaa” kemudian komentar dari followers dengan akun tiktok @px_ptri yang mengatakan “aku dilampung sedangkan dia dijatim dan sekarang bubar” kemudian dibalas oleh pemilik informan akun @byasal yang mengatakan “waduh” dan dikasih *emoticon*. Karena di video yang informan unggah berisikan tentang seberapa jauh jarak rumah kalian dengan pasangannya.

b. Memerlihatkan *Outfit Fashion* Dalam Konten Tiktok

Pakaian perlambangan dari jiwa, dimana kita ketahui pakaian memang tidak pernah bisa dipisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia itu sendiri. Dengan kata lainnya, *fashion* dapat diartikan sebagai kulit segi sosial yang mengandung pesan dan

juga cara hidup individu maupun komunitas tertentu yang menjadi bagian dari kultur sosial. Disamping itu *fashion* juga dapat menunjukkan identitas diri seseorang, oleh karena itu, wajar jika banyak kalangan yang mempedulikan dari mode yang mereka kenakan. Karna hal ini berdampak pada nilai diri mereka dihadapan publik. Dan hal itulah menjadi salah satu alasan *fashion* mengapa *fashion* menjadi sangat penting dalam perkembangan manusia.⁵⁹

Oleh karena itu, mengapa *fashion* menjadi salah satu dampak dari penggunaan tiktok terhadap *eksistensi*, dikarenakan media sosial tiktok menjadi salah satu wadah yang sangat *update* dan lengkap, perkembangan segala informasi dan salah satunya dalam hal *fashion*. Hampir setiap hari pengguna tiktok melihat dan mencari berbagai contoh *mode fashion* yang ingin mereka lihat, dan tidak jarang pula *mode fashion* yang kekinian dan menarik pun digunakan oleh pengguna akun lain baik itu oleh kalangan selebgram, artis, maupun akun-akun yang berjualan beraneraka ragam *mode fashion*.

Sehingga hal itu berdampak pada bagaimana cara *berfashion* mahasiswa, yaitu para informan yang peneliti teliti. *Fashion* yang mereka lihat pada media sosial tiktok menjadi sumber *referensi* bagi mereka untuk berpakaian dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dalam hal ini sendiri salah satu informan beranggapan bahwa semakin terlihat menarik mereka di Tiktok seperti pakaian yang di *mix and match*.

⁵⁹ <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-fashion/>. Di akses pada Tanggal 19 April 2023, Pukul 15:51

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu informan yang memiliki nama akun tiktok @tiara_safatri24, seperti yang diungkapkannya:

Menariknya *trend* outfit saat ini membuat aku lebih tampil percaya diri sih, model-model terbaru yang menginspirasi juga buat aku. Seperti model *outfit ukhty-ukhty* gitu kan apalagi itu juga lagi *booming-boomingnya*, aku lebih suka pake variasi model *outfit* rok kekinian sih. apalagi sekarang banyak model rok modern dan ga kelihatan kuno banyak juga rok-rok *style* nya kayak korea dan *plisket* gitu. Jadi aku lebih seneng pake rok ala-ala korea gitu sama dipaduin warna hijab sesuai *trend* saat ini seperti *outfit*. Menurutku pake *outfit* gitu aja udah ngikuti *trend* saat ini meskipun pake rok tapi gaya *outfitnya* tuh udah modern. Jadi udah kelihatan bagus gitu nggak ketinggalan jaman dan biar dikenal banyak orang kalo pake baju kekinian gini.⁶⁰

Dari wawancara dengan informan mengatakan *ber-fashion* dengan sesuai *trend* yang sedang marak terjadi, seperti mengikuti *trend fashion* yang sedang banyaknya digunakan oleh para *selebgram*, artis maupun para pengguna akun lain, sehingga hal itu menjadi salah satu dorongan untuk berpenampilan seperti itu, selain karna terlihat bagus menurutnya hal itu juga dikarnakan menjadi *fashion* yang sedang *trending* dikalangan masyarakat sosial media, sehingga itu menjadi suatu cara untuk menampilkan ke eksistensiannya di tiktok. Dan ada pula yang *ber-fashion* sebagaimana nyamannya pakaian tersebut terhadap diri mereka atau dikarnakan mereka memang menyukai dengan *fashion* dari diri mereka sendiri.

⁶⁰ Tiarasafitri, pemilik akun tiktok @tiara_safatri24, wawancara dengan subjek penelitian, 15 Mei 2023. Pukul 09.31 WIB

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu informan yang memiliki nama akun tiktok @sintia_monika09, seperti yang diungkapkannya:

Kalau saya sih sering lihat postingan-postingan yang nunjukin *outfit* atau pakaian di tiktok, cuman ya kalau bagus ya bisa kita ikuti, kadang juga ada beberapa akun yang menjual berbagai pakaian yang kekinian, kalau menarik dan nyaman menurut saya, ya saya beli saya pakai model pakaiannya. Tapi memang kalau tiktok sih menurut saya *update* banget sih kalau masalah fashion, bukan cuman di akun *olshop* saja, tapi di akun para *influencer*, *selebgram* dan *public figure* biasanya mereka sering tuh *nge-endorse* ataupun memakai *outfit-outfit* yang kekinian dan bagus, jadinya kepingin aja gitu *berfashion* gitu, kelihatan oke aja sih. Kalo menurut saya untuk berpenampilan di depan tiktok itu *outfitnya* yang sopan jangan berpenampilan dengan *outfit* yang ketat apalagi memperlihatkan aurat.⁶¹

Gambar 3.1

Capture: Akun Tiktok informan @sintia_monika09



Sumber : *Screenshot* Dari Pemilik Akun Tiktok @sintia_monika09

Dari gambar 3.1 tersebut bahwa infoman menggunakan baju kemeja hitam yang dikombinasi dengan *span Inner Dress* berwarna putih pada disaat sedang keluar dan membuat konten. Dia mengatakan bahwa ia menggunakan terinspirasi di akun tiktok sehingga bagus digunakan.

⁶¹ Sintia Monika pemilik akun tiktok @sintia_monika09, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 03 Mei 2023, Pukul 15.01 WIB

Gambar 3.2

Capture: Akun Tiktok informan @sintia_monika09



Sumber : *Screenshot* Dari Pemilik Akun Tiktok @sintia_monika09

Dari gambar 3.2 tersebut bahwa informan menggunakan baju kemeja motif kotak-kotak berwarna *pink*. Pada disaat sedang keluar dan membuat konten. Dia mengatakan bahwa ia menggunakan terinspirasi di akun tiktok sehingga bagus digunakan.

Sama halnya dengan wawancara dengan salah satu informan yang memiliki nama akun tiktok @byasal seperti yang diungkapkannya:

menurut saya penampilan menarik itu perlu, biasanya sih di tiktok kan banyak juga bisa kita temui contoh-contoh fashion yang bagus dan kekinian. Jadi kita juga bisa contohi modelnya, jadi kalau kita foto maupun video juga kelihatan menarik dan merasa percaya diri waktu kita posting di tiktok. Saya kalo berpenampilan itu menggunakan outfit baju seperti outer, blouse, dress, dan gamis dengan bawahan rok biasa, rok span, rok payung dan lain-lain.⁶²

Dari semua ungkapan diatas dapat kita lihat bahwa tiktok memiliki fungsi yang banyak bagi setiap penggunanya salah satunya mahasiswa, dimana kita tahu mahasiswa tergolong pada kategori anak *milenial* dimana kita bisa lihat bahwa mereka hidup pada generasi segalanya

⁶² Yona dia putri pemilik akun tiktok @byasal wawancara dengan subjek penelitian Tanggal 19 April 2023, Pukul 14.30 WIB

berkenaan dengan *elektronik* dan media sosial. Tentunya tiktok menjadi hal yang sangat berfungsi dalam segala hal terbaru salah satunya dalam dunia *fashion* dimana kini kita dapat melihat dan mengambil berbagai *referensi trend fashion* dengan mudah, dengan hanya ketikan jari saja. Oleh karena itu mengapa banyak kita lihat setiap penggunaan aktif tiktok rata-rata memiliki gaya atau *fashion* yang menarik dan kekinian hal itu dapat kita lihat pada setiap unggahan yang mereka *posting* pada akun tiktok mereka.

Gambar 3.3

Capture: Akun Tiktok informan @byasal



Sumber : *ScreenShot* Dari Pemilik Akun Tiktok @byasal

Dari gambar 3.3 diatas bahwa informan menggunakan *fashion kemeja* berwarna putih dan memakai tambahan aksesoris kalung berwarna silver sehingga serasi dengan warna baju yang ia pakai.

Gambar 3.4

Capture: Akun Tiktok informan @byasal

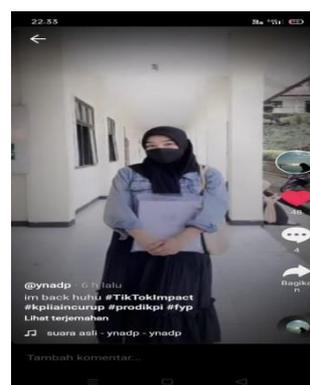


Sumber : *ScreenShot* Dari Pemilik Akun Tiktok @byasal

Dari gambar 3.4 diatas bahwa informan pada disaat dirumah menggunakan *fashion dress* berwarna putih dengan jilbab berwarna coklat. Sehingga menampilkan kesan yang simpel tapi tidak terlalu nge-jreng warna baju yang ia pakai.

Gambar 3.5

Capture: Akun Tiktok informan @byasal



Sumber : *ScreenShot* Dari Pemilik Akun Tiktok @byasal

Dari gambar 3.5 diatas bahwa informan pada sedang berada dikampus atau sedang kuliah ia menggunakan *fashion* dengan

jaket denim dilan dengan bawahan rok payung maupun *dress*.

Terkadang ia menggunakan fashion gamis dengan bawahan rok biasa.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu informan yang memiliki nama akun tiktok @sindybela, seperti yang diungkapkannya:

Kalau menurut saya kak berfashion tidak harus dengan mengikuti trend yang ada ditiktok misalnya berpakaian seperti ala-ala korea dan lain-lain. Cukup berpenampilan yang sopan tapi menarik dan tidak terlalu vulgar dalam berpakaian. Percuma juga kan kalo kita berpakaian yang lagi viral tapi tidak sesuai dengan kita jadinya akan terkesan jelek dan aneh. Kalo saya cukup berpakaian yang sopan seperti baju gamis karena nyaman dan tidak terlalu ketat di tubuh saya kak.⁶³

Berpenampilan menarik dengan mengikuti *trend fashion* juga merupakan salah satu hal yang bagus dimana kita juga lebih bisa menghargai diri sendiri dengan cara berpakaian yang lebih bagus dan menraik tidak hanya itu, berpenampilan dengan bagus juga membuat kita terlihat lebih baik, membuat kita lebih pede dan juga membuat orang sekitar kita juga nyaman dengan penampilan yang rapid an bagus. Dalam arti kata berpenampilan dengan mengikuti *trend* memiliki dampak yang baik jika kita mengikutinya dengan baik dan sesuai dengan kondisi dan kemampuan kita untuk memiliki barangbarang tersebut, dan akan berakibat buruk jika terlalu berlebihan dan terlalu memaksakan keadaan untuk terlihat mencolok.

⁶³ Sindi okta Bela, pemilik akun tiktok @sindybela, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 10 Mei 2023, Pukul 13.14 WIB

Gambar 4.1

Capture: Akun Tiktok informan @sindybela



Sumber : *ScreenShot* Dari Pemilik Akun Tiktok @sindybela

Dari gambar 4.1 diatas informan menggunakan *fashion* gamis saat menghadiri acara pernikahan, bahwa informan mengatakan kalo memakai baju gamis di saat acara sangat nyaman dipakai dan tidk terlalu memperlihatkan lekuk tubuh.

Gambar 4.2

Capture: Akun Tiktok informan @sindybela



Sumber : *ScreenShot* Dari Pemilik Akun Tiktok @sindybela

Dari gambar 4.2 diatas disaat informan melakukan kegiatan perkuliahan informan menggunakan *fashion* dengan kemeja linen dan

dihiasi dengan aksesoris jam tangan yang berwarna hitam. Sehingga menampilkan kesan elegan, bahwa informan menggunakan *fashion* terinspirasi dari Tiktok.

Berpenampilan menarik dengan mengikuti *trend fashion* juga merupakan salah satu hal yang bagus dimana kita juga lebih bisa menghargai diri sendiri dengan cara berpakaian yang lebih bagus dan menarik tidak hanya itu, berpenampilan dengan bagus juga membuat kita terlihat lebih baik, membuat kita lebih pede dan juga membuat orang sekitar kita juga nyaman dengan penampilan yang rapi dan bagus. Dalam arti kata berpenampilan dengan mengikuti *trend* memiliki dampak yang baik jika kita mengikutinya dengan baik dan sesuai dengan kondisi dan kemampuan kita untuk memiliki barang-barang tersebut, dan akan berakibat buruk jika terlalu berlebihan dan terlalu memaksakan keadaan untuk terlihat mencolok.

c. Tiktok Sebagai Sarana Menuangkan Perasaan

Seseorang akan mengunggah sebuah foto dengan gambar yang telah dipilih lalu dijadikan sebuah video dan menuliskan kata-kata *puitis* dalam video Orang yang gemar mengunggah kata-kata *puitis* atau *quote* di media sosial memiliki keinginan agar dipandang oleh banyak orang, baik dari segi *intelektual* maupun sosial dan memunculkan kecenderungan baru untuk terlihat lebih pintar di mata publik. Seseorang tidak hanya mengunggah kata-kata *puitis* buatannya sendiri, terkadang seorang juga mengunggah kata-kata dari ide pengguna tiktok yang lain.

Kata-kata yang sering dibuat dan disebar di media sosial tiktok oleh mahasiswa sebagian besar mengenai kisah cinta, pengalaman hidup. Kata-kata yang dibagikan memiliki pesan yakni menyemangati pembaca maupun dirinya sendiri. Berikut pernyataan dari informan mahasiswa KPI angkatan tahun 2020 Institut Agama Islam Negeri Curup Yang mengatakan bahwa.

Hasil wawancara dengan akun tiktok @tiara_safitri24 juga kerap unggah di akun tiktok berupa kegiatannya secara umum seperti Kegiatan diluar ruangan seperti berkunjung kesuatu tempat. Di sisi lain, dirinya juga terkadang melakukan pengungkapan perasaan secara tersirat melalui *quotes*, terlihat dari tiap *upload*-annya di akun tiktok informan. Informan tidak menunjukkan kesedihan atau kemarahan (negatif), dalam unggahan video tiktok kebanyakan berbentuk hal-hal yang menyenangkan (positif). Hal itu tergambar dalam wawancara berikut.

Ketika saya menggunakan Tiktok saya dapat menuangkan perasaan emosi serta curhat di Tiktok. Seperti kak kaya membuat kata-kata gitu dan pernah juga saya menggunakan *baksound* sedih ataupun senang untuk berlatarkan kata-kata yang saya buat kak. Tapi kalo buat aku misal aku kesal sama orang itu aku jarang sih *Update* yang sedih di status atau nyindir gitu aku gak pernah.⁶⁴

Berdasarkan pernyataan di atas, beberapa orang melakukan eksistensi diri secara tersirat di media sosial tiktok sehingga tidak terlalu nampak keluh kesahnya baik perasaan gembira, sedih atau kesal. Hal tersebut biasanya terjadi karena Individu tidak ingin hal-hal yang

⁶⁴ Tiarasafitri, pemilik akun tiktok @tiara_safatri24, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 05 Mei 2023, Pukul 14.10 WIB

bersifat pribadi terlalu di umbar. Di sisi lain, media sosial yang lebih privat seperti *whatsapp* menjadi pilihan untuk melakukan pengungkapan diri yang lebih terbuka karena jumlah teman di *whatsapp* lebih sedikit dan lebih intim dibanding teman di *tiktok* yang bersifat publik.

Namun di sisi lain tetap saja bagi sebagian orang, media sosial terutama *tiktok* menjadi pilihan untuk menuangkan perasaan ketika tidak ada wadah untuk mencurahkan isi hati. Hal ini dilakukan oleh informan Ia kerap mengunggah hal-hal yang bersifat pribadi dalam *tiktok*. Dengan demikian ia lebih terbuka di *tiktok* dalam hal yang berkaitan dengan hubungan, perasaan dan hobinya. Ini dibuktikan akun *tiktok* @sindybela dalam pernyataannya dalam wawancara berikut:

Biasanya update perasaan gitu kak, kadang kalau saya lagi gak ada tempat buat curhat jadinya saya curhat ditiktok. Kalo saya curhat ditiktok lega gitu kak. misalkan *upload* perasaan lagi kangen buat cowok gitu, atau lagi seneng muter-muter pakai motoran. Apalagi saya orangnya *to the point* sebenarnya lebih ke pede aja.⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan diatas bahwa ia mengatakan ia melakukan eksistensi diri melalui *tiktok* selain untuk mencurahkan isi hati dan mengekspresikan diri.

⁶⁵ Sindi okta Bela, pemilik akun *tiktok* @sindybela, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 10 Mei 2023, Pukul 13.30 WIB

Gambar 5.1

Capture: Akun Tiktok informan @sindybela



Sumber : *ScreenShot* Dari Pemilik Akun Tiktok @sindybela

Dari gambar 5.1 diatas bahwa informan mengungkap perasaan senang ketika sedang berada dekat dengan pasangannya. Dengan kata-kata ketika anak kedua pacaran sama anak bungsu didalam tersebut terdapat berbagai ekspresi mulai dari ekspresi senang, ekspresi kocak dan ekspresi natural.

Gambar 5.2

Capture: Akun Tiktok informan @sindybela



Sumber : *ScreenShot* Dari Pemilik Akun Tiktok @sindybela

Dari gambar 5.2 diatas informan *Upload* video tentang perasaan harapan ataupun keinginan terhadap pasangannya dengan tulisan “Didiklah aku mejadi perempuan terbaikmu.” Bahwa kata-kata tersebut menginginkan dia menjadi wanita yang baik bagi pasangannya.

Hasil wawancara dari akun tiktok @sintia_monika09 menerangkan kepada peneliti bahwa:

Update-annya berbentuk foto maupun video di suatu tempat, nanti di fotonya ada kata-katanya gitu, sesuai suasana hati. Suasana hatinya bisa sedih, senang, bisa *overthinking*, bisa *insecure* gitu kak. Dan lagunya cari di TikTok, lagunya yang lagi viral yang saya masukkan. Inspirasi biasanya saya cari dari trend di TikTok, terus saya coba untuk buat seperti itu.⁶⁶

Dari pernyataan informan diatas dapat dijelaskan bahwa informan mengikuti *trend* yang sedang ada di media sosial TikTok yang mana kata-kata yang ia dapatkan terinspirasi dari pengguna TikTok lainnya. Yang diunggahanya di media sosial TikTok juga tidak sepenuhnya menggambarkan dirinya di dunia nyata. Kata-kata *puitis* yang dibuat dan disebar di media sosial TikTok oleh Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2020 Institut Agama Islam Negeri Curup sebagian besar mengenai pengalaman pribadi, kisah cinta, dan sindiran untuk orang lain maupun dirinya sendiri. Kata-kata bijak yang diunggah memiliki pesan untuk orang lain dan juga untuk dirinya, yang mana kata-kata tersebut dapat menyemangati orang lain dan juga dirinya.

⁶⁶ Sintia Monika pemilik akun tiktok @sintia_monika09, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 03 Mei 2023, Pukul 15.15 WIB

Gambar 5.3

Capture: Akun Tiktok informan @sintia_monika09

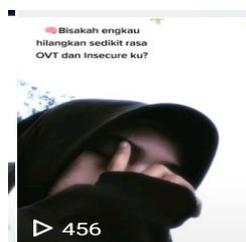


Sumber : *ScreenShot* Dari Pemilik Akun Tiktok @sintia_monika09

Dari gambar 5.3 diatas informan mengungkapkan sebuah perasaan senang terhadap pasangannya. Di Unggahan tersebut terdapat kata-kata “ mau seganteng apapun cowo diluar sana cowokku tetap yang paling ganteng. Sesuai *Suasana hatinya bisa sedih, senang, bisa overthinking, bisa insecure* gitu.

Gambar 5.4

Capture: Akun Tiktok informan @sintia_monika09



Sumber : *ScreenShot* Dari Pemilik Akun Tiktok @sintia_monika09

Dari gambar 5.4 diatas informan mengungkapkan rasa *Insecure* dan *Overthinking* bagaimana yang diungkap di video unggahan tersebut

“bisakah engkau hilangkan sedikit rasa *OVT* dan *Insecure*”. Gambar tersebut sesuai dengan wawancara yang telah dilakukan bersama informan.

Hal ini apa yang dirasakan oleh si informan @byasal Berikut pernyataan dari informan

Saya buat kata-kata itu berdasarkan apa yang dirasakan, kadang ada kata-kata dari akun lain yang di *posting* ulang di TikTok saya. Soalnya yang saya buat tersebut sesuai sama yang saya rasakan saat itu. Terus biar para penonton yang baca juga bisa rasakan apa yang saya rasakan kak, kadang juga ada yang senasib dengan saya.⁶⁷

Mahasiswa KPI angkatan tahun 2020 yang mengunggah video dengan kata-kata tersebut mewakili perasaan mereka, juga keresahan yang mereka rasakan. Namun secara tidak sadar hal yang dilakukannya itu juga terkadang justru malah mengekspos masalah pribadinya ke dunia maya. Hasil observasi wawancara secara langsung yang peneliti dapatkan bahwa ada perbedaan antara apa yang ditampilkan informan di aplikasi tiktoknya dengan kesehariannya yang ditampilkan oleh informan.

⁶⁷ Yona dia putri pemilik akun tiktok @byasal wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 09 Mei 2023, Pukul 13.26 WIB

Gambar 6.1

Capture: Akun Tiktok informan @ byasal



Sumber : *ScreenShot* Dari Pemilik Akun Tiktok @ byasal

Dari gambar 6.1 diatas informan mengungkapkan cape pada unggahan video milik byasal, si informan membuat video dengan kata-kata “kebanyakan orang sebenarnya hanya cape sama keadaan, bukan sama hidupnya” dengan *caption* lagu joji kena banget sih. Pada hasil observasi bahwa informan mengungkap tentang keadaannya yang kini ia rasakan.

Gambar 6.2

Capture: Akun Tiktok informan @ byasal



Sumber : *ScreenShot* Dari Pemilik Akun Tiktok @ byasal

Gambar 6.3

Capture: Akun Tiktok informan @ byasal



Sumber : *ScreenShot* Dari Pemilik Akun Tiktok @ byasal

Gambar 6.4

Capture: Akun Tiktok informan @ byasal



Sumber : *ScreenShot* Dari Pemilik Akun Tiktok @ byasal

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap video informan akun tiktok @byasal kebanyakan video yang ia unggah yaitu capek dengan kehidupan dirinya, dan keadaan dirinya. Yang menurutnya masih gini-gini saja belum bisa ngapa-ngapain, karena menurut informan ketika ia mengungkapkan perasaannya dan keluh kesah didalam akun Tiktok ia merasa lega. Dan tak sedikit juga ternyata ada hal yang sama dengan apa yang ia rasakan saat ini.

2. Motif Penggunaan Media Sosial Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan tahun 2020

Pada subbab ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian mengenai apa saja motif penggunaan aplikasi tiktok pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan. Penelitian ini diperoleh dari wawancara secara langsung dengan informan. Konten dalam sebuah akun Tiktok, dapat menunjukkan bagaimana karakter dan motif seseorang memiliki akun Tiktok. Motif setiap akun berbeda-beda, dan tentu memiliki alasan tersendiri tentang alasan menggunakan akun Tiktok. Mahasiswa yang berada dalam *fase* remaja, sangat dekat dengan bagaimana proses mencari jati diri dan berupaya untuk dapat menunjukkan kepada orang lain mengenai eksistensi dirinya. Pada era di mana media sosial tumbuh dan semakin berkembang ini, eksistensi diri juga dituangkan dalam bentuk konten, tulisan, dan materi sejenisnya yang tersimpan dalam akun sebuah sosial media. Motif mahasiswa menggunakan aplikasi Tik Tok tentu sangat beragam, tetapi berdasarkan hasil wawancara dan *observasi* yang peneliti lakukan, setidaknya terdapat tiga *motif* yang paling menonjol yang melatar belakangi penggunaan aplikasi Tik Tok di kalangan mahasiswa.

Konten dalam sebuah akun Tik Tok, dapat menunjukkan bagaimana karakter dan *motif* seseorang memiliki akun Tik Tok. *Motif* setiap akun berbeda-beda, dan tentu memiliki alasan tersendiri tentang alasan menggunakan akun Tik Tok. Mahasiswa yang berada dalam *fase*

remaja, sangat dekat dengan bagaimana proses mencari jati diri dan berupaya untuk dapat menunjukkan kepada orang lain mengenai eksistensi dirinya. Pada era di mana media sosial tumbuh dan semakin berkembang ini, eksistensi diri juga dituangkan dalam bentuk konten, tulisan, dan materi sejenisnya yang tersimpan dalam akun sebuah sosial media.

Motif mahasiswa menggunakan aplikasi Tik Tok tentu sangat beragam, tetapi berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan, setidaknya terdapat tiga motif yang paling menonjol yang melatarbelakangi penggunaan aplikasi Tik Tok di kalangan mahasiswa KPI Angkatan tahun 2020 Institut Agama Islam Negeri Curup.

a. Memenuhi Identitas Pribadi Pengguna Tiktok

Tiktok menjadi salah satu media sosial untuk memenuhi kebutuhan identitas pribadi dari penggunanya. Sama halnya dengan beberapa informasi yang peneliti temukan ketika melakukan wawancara dengan akun Tiktok @tiara_safatri24 sebagaimana yang diungkapkannya:

“motif utama yang membuat saya tertarik menggunakan TikTok itu karena TikTok menjadi salah satu media sosial yang dapat mendorong *keaktivitas* saya dalam membuat suatu karya dan saya merasakan kepuasan tersendiri ketika melakukannya. Di Tiktok kita juga bisa menghasilkan uang dengan cara mengundang orang untuk menggunakan Tiktok, biasanya menggunakan *link tautan profil* kita agar orang lain menggunakannya dengan cara meng- *sharenya* di sosial media lain. Jika ada yang *mengklik tautan* tersebut dan mengunduh aplikasi Tiktok, otomatis koinnya

akan langsung masuk ke akun Tiktok kita dan koin tersebut bisa ditukarkan menjadi uang melalui akun dana yang kita miliki.⁶⁸

Dari hasil wawancara dengan akun tiktok@tiara_safatri24 bahwa ia menggunakan tiktok untuk mendorong kreativitasnya dan merasakan kepuasan tersendiri ketika ia membuat suatu karya melalui video tiktok. Ia juga bisa menghasilkan uang dari mengundang orang untuk menggunakan aplikasi tiktok melalui salinan link yang ia bagikan kepada seseorang.

Sama halnya dengan informan yang memiliki nama akun Tiktok @byasal, motif ia menggunakan Tiktok itu karena untuk memenuhi kepuasan dirinya dan untuk menyalurkan hobinya. Sebagaimana yang diungkapkannya:

“motif saya menggunakan Tiktok itu karena untuk memenuhi kepuasan pribadi dengan Tiktok juga saya bisa *mengekspresikan* apa yang dipikirkan dan bisa menyalurkan hobi saya melalui Tiktok. Bisa juga media sosial lainnya tapi saya lebih memilih Tiktok sih, menurut saya dengan menggunakan Tiktok bisa saja meningkatkan eksistensi diri siapa saja termasuk saya sendiri.⁶⁹

Berdasarkan hasil wawancara dari informan @byasal dapat dijelaskan bahwa ia menggunakan akun tiktok untuk mengekspresikan apa yang ia pikirkan sehingga dapat memenuhi kepuasan pribadinya. Dan tiktok ia pilih karena ketika ia menggunakan aplikasi tiktok bisa meningkatkan eksistensi dirinya.

⁶⁸ Tiarasafitri, pemilik akun tiktok @tiara_safatri24, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 15 Mei 2023, Pukul 09.51 WIB

⁶⁹ Yona dia putri pemilik akun tiktok @byasal wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 19 April 2023, Pukul 13.43 WIB

Informasi lain juga peneliti dapat dari informan dengan nama akun Tiktok @sindybela, tentang bagaiman motif yang diungkapkannya ketika diwawancarai:

saya tipe yang lumayan sering membuat konten di Tiktok, karena *basic* saya suka *mengedit* dan *berkreasi*. seminggu itu minimal dua minggu sih saya bikin konten atau sekedar melihat video atau konten tentang *editing* gitu sambil *mengeksplor* kemampuan saya dengan membuat konten dan saya merasakan kepuasan tersendiri ketika menggunakan Tiktok.⁷⁰

Dari hasil wawancara dengan akun tiktok @sindybela bahwa ia menjelaskan, ia merupakan orang yang sering membuat tiktok karena basicnya suka mengedit dan berkreasi. Karena ketika ia berkreasi ditiktok ia mendapatkan kepuasan tersendiri ketika ia menggunakan tiktok.

Informasi yang sama juga peneliti dapat dari informan dengan nama akun Tiktok @sintia_monika09 tentang motif penggunaan media sosial tiktok, sebagaimana yang diungkapkannya ketika diwawancarai:

menurut saya Tiktok menjadi salah satu aplikasi *favorit* saya untuk membuat video *lypsing* dan saya merasa puas dengan apa saya lakukan. Setelah saya selesai membuat videonya, biasanya saya langsung upload di Tiktok dan disosial media lainnya seperti di Whatsaap, Facebook, tiktok dan instagram. Menurut saya itu jadi kesenangan tersendiri, rasanya lega banget bisa nunjukin diri kita gitu walaupun yang *like* dan nonton itu cuman sedikit.⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan akun tiktok @sintia_monika09 penggunaan fitur *lypsing* merupakan *metode* yang pembuatan konten

⁷⁰ Sindi okta Bela, pemilik akun tiktok @sindybela, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 12 Mei 2023, Pukul 14.22 WIB

⁷¹ Sintia Monika pemilik akun tiktok @sintia_monika09, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 03 Mei 2023, Pukul 15.20 WIB

sangat populer ditiktok. Karena banyak sekali pengguna tiktok yang menggunakan metode ini.

b. Wadah sebagai Media Hiburan

Tidak semua pengguna Tik Tok mengunggah video, karena pada dasarnya memang tidak ada batasan bagi pemakai aplikasi ini yang mengharuskan mengunggah video untuk bisa menggunakannya. Interaksi dalam aplikasi TikTok hanya bisa terjadi dengan saling *kolaborasi* melalui video yang sudah terunggah dan melalui media pesan yang ada dalam aplikasi ini. Sehingga bagi yang tidak fokus dengan pembuatan konten video dan mengunggahnya, juga bisa memanfaatkan aplikasi ini hanya sebagai penikmat saja, tanpa ada kewajiban untuk membuat konten atau video.

Wawancara dengan akun @tiara_safatri24 mahasiswa KPI Angkatan tahun 2020, memberikan penjelasan kepada peneliti tentang motif penggunaan media sosial tiktok:

Kalau saya hanya sebatas suka mencoba hal-hal baru saja, dan kebetulan karena banyak teman yang mengunduh aplikasi ini, saya juga jadi memiliki rasa penasaran untuk juga ikut mencoba. Seru juga, tapi memang menurut saya, saya tidak punya banyak kemampuan untuk membuat video yang baik, masih harus banyak belajar. Meskipun begitu, banyak video lucu, video unik dan konten video menghibur (*random*) lainnya. yang bisa benar-benar membuat kita bisa melepaskan penat dan bosan dengan aktivitas-aktivitas yang begitu banyak.⁷²

⁷² Tiarasafitri, pemilik akun tiktok @tiara_safatri24, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 04 Mei 2023, Pukul 15.14 WIB

Berdasarkan wawancara dengan informan akun @tiara_safatri24 Video-video yang ada di dalam aplikasi Tik Tok memang beragam, mulai dari tutorial pendek, video lucu, video unik, dan masih banyak konten menarik lainnya yang bisa digunakan sebagai wahana untuk menghilangkan stres dan bosan pada aktivitas sehari-hari yang monoton. Efek-efek video yang disajikan oleh Tik Tok juga mudah diaplikasikan, video-video yang pada mulanya biasa saja, bisa diedit dengan mudah menggunakan pengaturan video yang ada pada aplikasi ini.

Hasil wawancara dengan akun Tik Tok @byasal, mahasiswi KPI Angkatan tahun 2020 juga menyatakan motif ia menggunakan aplikasi tiktok demikian:

“Saat-saat seperti sekarang ini memang membuat kita menjadi lebih mudah merasa bosan. Aplikasi-aplikasi *Android* dalam bentuk berbagi video bisa menjadi pilihan untuk menghilangkan *stres* dan rasa penat mengikuti pelajaran kelas atau mengerjakan tugas-tugas yang diberikan oleh dosen. Dulu saya sering menonton *Youtube*, *Vidio* atau aplikasi berbagi video lainnya, tetapi sekarang sepertinya Tiktok lebih menarik, banyak video-video bagus di sini. Begitu ada waktu luang, aplikasi ini bisa dimanfaatkan untuk mencari hiburan, tak perlu waktu lama, karena videonya juga durasinya tidak panjang.⁷³

Durasi video dalam Tik Tok yang tidak panjang juga tidak memerlukan terlalu banyak waktu luang untuk menikmati video-video yang ada di dalamnya. Video yang menarik juga dapat dengan mudah diunduh, agar dapat dilihat walaupun ketika sedang tidak terhubung dengan internet. Durasi yang pendek juga bisa dilihat dan dinikmati pada

⁷³ Yona dia putri pemilik akun tiktok @byasal wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 09 Mei 2023, Pukul 14.00 WIB

sela-sela menunggu waktu mengikuti perkuliahan. Saluran internet berbagi video lainnya yang menyediakan video dalam durasi yang cukup panjang akan menghabiskan banyak waktu, dan menjadi tidak menarik lagi jika waktu menonton terganggu dengan aktivitas lainnya.

Pada saat pandemi 2 tahun yang lalu sampai sekarang penggunaan media sosial melonjak begitu *drastis* salah satunya seperti penggunaan media sosial tiktok yang menjadi naik dikalangan Mahasiswa KPI Angkatan tahun 2020. Melonjaknya penggunaan tiktok dipengaruhi karena adanya kesamaan sikap atau karakteristik individu, yang menyatakan motif penggunaan tiktok akibat adanya sikap untuk menghibur diri, sebagaimana informan @Sintia_moniks09 mengatakan bahwa:

“saya menggunakan Tiktok karena ingin menghibur diri dan mengisi waktu luang saja. Saya termasuk tipe yang sering buat konten dan menjadi penonton Tiktok saja. Yang mendasari saya menggunakan Tiktok itu sebenarnya buat *have fun* saja. Durasi saat saya gunain Tiktok itu, biasanya sekitar 10-15 menitanlah, saat ngak ada kerjaan atau sedang penat itu saat yang tepat buat *scrolling* Tiktok sih. Konten Tiktok yang paling mudah viral itu biasanya *dance* dan *parody* tapi saya lebih suka lihat video akun tiktok @arifmuhammad (*mak beti*).⁷⁴

Dari pernyataan diatas bahwa menggunakan aplikasi Tiktok untuk mencari hiburan dikala banyak pekerjaan rumah yang menimbulkan rasa penat. Menggunakan Tiktok adalah waktu yang tepat untuk *Scrolling*

⁷⁴ Sintia Monika pemilik akun tiktok @sintia_monika09, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 03 Mei 2023, Pukul 15.25 WIB

Tiktok karena banyak konten yang membuatnya terhibur salah satunya konten dari akun @arifmuhammad (*mak beti.*)

Berbeda dengan informan yang memiliki nama akun Tiktok @sindybela, motif ia menggunakan Tiktok sebagai *moodbooster* agar membuat moodnya semakin baik karena lelah dengan aktivitas selama kuliah dan hal terbaik menurutnya adalah dengan membuka Tiktok. Sebagaimana yang diungkapkannya:

“saya tertarik menggunakan Tiktok itu karena saya menemukan berbagai video menarik yang membuat *mood* saya membaik dan sebagai hiburan ketika saya kelelahan seharian dengan aktivitas kuliah, jadi menurut saya hal terbaik ya dengan membuka Tiktok. Saya sangat sering membuka Tiktok, jadi setiap saya memegang HP aplikasi pertama yang saya buka adalah Tiktok dan intinya setiap saat saya buka Tiktok jika ada kuota. Biasanya video tiktok yang sering saya tonton yaitu video lucu-lucu dari akun tiktok @aetrungghoa karena disetiap videonya itu sangat lucu dan *kocak*. Sehingga bisa mengobati rasa lelah saya kelelahan seharian dengan aktivitas kuliah saya.⁷⁵

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa hiburan termasuk salah satu motif yang berkaitan dengan menggunakan media untuk mendapatkan sebuah kesenangan yang dapat memenuhi kebutuhan pribadi seseorang dalam bermedia sosial.

c. Tiktok Sebagai Sarana Mengikuti *Trend*

Trend merupakan gambaran ataupun informasi yang sedang terjadi pada saat ini yang biasanya sedang populer di kalangan masyarakat, atau sesuatu yang sedang dibicarakan oleh banyak orang saat ini dan

⁷⁵ Sindi okta Bela, pemilik akun tiktok @sindybela, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 12 Mei 2023, Pukul 14.40 WIB

kejadianya berdasarkan fakta. Dalam hal ini sarana mengikuti *trend* yaitu dimana para pengguna media sosial menjadikan tiktok sebagai salah satu sarana untuk mengikuti segala hal-hal yang sedang dibicarakan atau sedang terjadi dan menjadi *trending* pada media sosial.

Banyak diantara mereka dapat terlihat lebih eksis dengan mengikuti segala *tren*, mulai dari gaya hidup mereka maupun perilaku mereka. Informan yang peneliti temukan pada penelitian ini pula mengakui, pada aplikasi tiktok ini mereka dapat lebih update pada segala hal yang sedang menjadi isu terbaru dan juga berbagai hal yang sedang trending.

Adapun wawancara bersama informan dengan pengguna @byasal yang mendasari motif ia bermain aplikasi Tiktok sebagai berikut:

Tiktok memang *update* banget sih menurut saya selain *twitter* segala info terbaru tuh memang selalu ada tuh di tiktok, bukan cumin berbagai info tapi juga kayak *trend fashion* lah, trus bahasa-bahasa *konyol* dan lucu. Banyaklah hal-hal yang baru tu ada di tiktok, dan iya itu berpengaruh sama kita juga sih, jadi kita gak ketinggalan info ataupun apalah yang sedang *trending*. Biasanya sih kalau aku *trending* gitu sih lebih ke *fashion* ataupun informasi yang menarik sih. Informan pula mengatakan bahwa mengikuti *trend update* memang berpengaruh pada eksistensi tiktok kita. misalnya kayak *trend* video yang kekinian terus tempat-tempat yang bagus yang bisa dijadikan *spot foto*, terus di *edit* menjadi video yang *aesthetic* gitu. Sekarang kan banyak tuh orang-orang sukak banget *edit* video yang *aesthetic* gitu, nah jadi kita bisa contohin juga gimana *editan* yang bagus. Kayak biasanya tuh kita juga bisa liat tutorial *edit* foto.⁷⁶

Oleh karena itu, banyaknya para mahasiswa yang menggunakan tiktok sebagai sarana untuk mengetahui *trend* yang sedang *update*.

⁷⁶ Yona dia putri pemilik akun tiktok @byasal wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 09 Mei 2023, Pukul 14.09 WIB

Sehingga hal itu dapat membantu mereka untuk mengaplikasikannya pada akun tiktok mereka yaitu pada setiap postingan mereka agar terlihat bagus dan kekinian pula, bukan hanya pada media sosial aja namun juga dalam *real life* mereka. *Trend update* tidak hanya yang berkenaan dengan gaya hidup berupa *fashion* saja, namun juga berbagai hal mulai dari informasi kemudia tempat-tempat yang menarik, ataupun segala hal yang memang sedang menjadi isu atau topik hangat yang sedang terjadi dan dibahas.

Banyaknya pengguna Tik Tok membuat konten yang ada di dalamnya juga cukup beraneka ragam. Ada banyak sekali video dengan karakteristik yang berbeda-beda, belum lagi persoalan video yang baik maupun yang memiliki banyak muatan negatif yang dapat saja mengubah cara seseorang berpikir tentang suatu hal. Tik Tok menjadi wahana yang baik untuk belajar memilah-milah mana hal-hal yang positif dan mana halhal yang akan membawa dampak buruk bagi para penggunanya. Dalam rentang usia sebagai seorang mahasiswa, yang telah belajar banyak hal tentang norma-norma sosial dan norma-norma agama, ruang Tik Tok yang luas dan menyediakan banyak jenis video, seorang mahasiswa seharusnya sudah bisa menyaring akun-akun Tik Tok dengan karakteristik seperti apa yang pantas untuk di-follow.

Eksistensi diri mahasiswa juga dilihat dari bagaimana seorang mahasiswa dapat mengikuti *tren* yang sedang banyak digemari oleh teman-teman sebayanya. Tik Tok sebagai media yang menyebarkan

banyak informasi baru dapat menjadi *referensi* untuk mendapatkan informasi yang sedang *tren*. Pola seperti ini sebenarnya sudah lama terjadi, pada masa-masa sebelum internet menjadi penyebar informasi skala besar, *tren* yang sedang bergulir yang tidak diikuti oleh seorang remaja bisa saja membuat remaja tersebut dikatakan kuper (kurang pergaulan) atau cupu.

Tidak sepenuhnya hal ini memiliki dampak positif, karena pada dasarnya nilai eksistensi yang didasarkan pada hal-hal di atas, sebenarnya tidak bisa dikatakan sepenuhnya benar. Walau pun demikian, pola seperti ini sudah benar-benar diadopsi oleh generasi muda sejak lama. Eksistensi diri banyak dikaitkan dengan seberapa cakap seseorang dapat mengikuti perkembangan zaman dengan mengikuti *tren* berpakaian, cara bergaul dan cara berbicara.

Hasil wawancara dengan akun TikTok @sindybela milik mahasiswi KPI Angkatan 2020, memberikan penjelasan tentang bagaimana motif menggunakan Tiktok dapat menjadi wahana untuk belajar hal-hal baru dari akun-akun Tik Tok yang diikutinya:

Sebagai seorang remaja kita kan harus mengikuti *tren* yang sedang berkembang saat ini, kalau tidak nanti pasti akan dianggap kurang *gaul* dan tidak memiliki banyak bahan untuk diobrolkan dengan teman-teman. Selain itu, banyak video-video lainnya juga yang dapat dijadikan *referensi* untuk melakukan suatu hal, tidak semuanya video Tik Tok itu isinya lucu-lucuan saja, ada juga yang isinya tentang cara melakukan suatu hal dengan cepat, kata

mutiara, atau video-video bermanfaat lainnya, yang pasti bisa membuat wawasan kita bertambah.⁷⁷

Konten di dalam Tik Tok memang sangat beragam, seperti yang diungkapkan oleh @sindybela, pengguna Tik Tok bisa dengan leluasa mencari topik seperti apa yang disukai dan mengikuti akun yang membuat video tersebut. Video-video tutorial pendek, kata-kata motivasi, dan bahkan video tentang pengetahuan juga ada di dalam TikTok, terkadang berita tentang sebuah kejadian juga banyak diunggah di TikTok, dan begitu cepat menyebar dan diketahui oleh banyak orang. Mengikuti akun-akun populer yang memiliki konten-konten positif secara tidak langsung merupakan sebuah keputusan untuk belajar hal-hal positif pula.

Adapun motif menggunakan aplikasi tiktok yang dilakukan oleh akun TikTok @tiara_safatri24 dari mahasiswa KPI Angkatan tahun 2020 mengatakan bahwasanya:

“Banyak yang bisa kita pelajari dari Tik Tok, contohnya kalau untuk perempuan, banyak akun yang menjelaskan tentang *make up*, tentang bagaimana cara memakai jilbab, dan hal-hal menarik lainnya. Ini bisa jadi *referensi* yang menarik untuk diikuti, dan pastinya kita juga bisa belajar bagaimana cara video itu dibuat, jadi kita bisa ikut membuat video yang temanya sama, tetapi pakai cara yang berbeda.”⁷⁸

TikTok memiliki banyak ruang untuk mengembangkan diri ke arah positif, mengikuti video-video tutorial, dan mempelajari hal-hal yang

⁷⁷ Sindi okta Bela, pemilik akun tiktok @sindybela, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 12 Mei 2023, Pukul 15.04 WIB

⁷⁸ Tiarasafitri, pemilik akun tiktok @tiara_safatri24, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 05 Mei 2023, Pukul 15.06 WIB

bermanfaat. TikTok memberikan banyak dampak bagi para penggunanya, baik dampak positif maupun dampak negatif. Salah satu dampak positifnya adalah bahwa akun Tik Tok yang menyediakan konten-konten tutorial yang bermanfaat bisa dijadikan media pembelajaran bagi banyak pengguna Tik Tok. Remaja yang sedang berupaya menemukan eksistensi diri, dapat menggali pengetahuan dari konten-konten yang bermanfaat.

TikTok merupakan aplikasi yang memberikan *special effects* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan untuk menjadi suatu *trend* bagi penggunalainnya. *Trend* TikTok biasanya dibuat oleh para pengguna yang pertama kali memulai suatu konten atau tindakan tertentu dan mendapatkan banyak interaksi dari pengguna lainnya. Sebagai contoh beragam trend yang terdapat pada TikTok seperti konten *challenge, rekomendasi*, bahkan hingga konten berjoget *atau jedag-jedug* yang banyak digandrungi pengguna lainnya. Tiktok memiliki fitur yang memberikan wadah bagi penggunanya untuk mudah viral yaitu *for Your Page (FYP)* atau yang dapat dengan mudah kita mengerti berupa beranda yang ada pada aplikasi Tiktok.

Beranda tersebut sering membagikan beragam video yang sedang ramai di tonton oleh pengguna Tiktok lainnya, dengan hal itu akan membuat para pengguna Tiktok berlomba-lomba untuk membuat video

yang bagus dan menarik agar konten tersebut muncul di beranda pengguna lainnya. Selain kualitas video yang bagus, pengguna juga akan menggunakan *hashtag* (#) agar video yang dibuat akan dengan mudah viral. Adapun wawancara bersama informan dengan pengguna @Sintia_monika09 yang mendasari motif bermain aplikasi Tiktok sebagai berikut:

“saya sering membuat video TikTok kak, *konten* yang saya *Upload* itu video yang sedang viral di TikTok, contoh nya saya menirukan joget ataupun video *jedag-jedug* yang lagi viral. Sehingga mempunyai peluang untuk jangkauan penonton yang luas dengan *hashtag* video yang viral agar mudah dalam pencarian.⁷⁹

Berdasarkan wawancara tersebut, alasan narasumber menggunakan media sosial TikTok karena sedang trend di kalangan masyarakat, sehingga ia ingin menggunakan media sosial TikTok. Menurut narasumber, TikTok menarik untuk digunakan karena dengan mengunggah konten yang sedang trend maka akan dengan mudah dikenali oleh pengguna lainnya.

d. Kebutuhan Media Sosial dalam Maslow

Dalam penelitian terhadap ke empat informan memperlihatkan bahwa informan memiliki kebutuhan dalam menggunakan tiktok baik dari kebutuhan akan aktualisasi diri, kebutuhan akan harga diri, kebutuhan akan cinta dan rasa memiliki, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan-kebutuhan dasar fisiologis.

⁷⁹ Sintia Monika pemilik akun tiktok @sintia_monika09, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 11 Mei 2023, Pukul 15.35 WIB

1. Kebutuhan Akan Aktualisasi Diri

Remaja ini mengatakan bahwa tiktok dapat membuat orang lain lebih tahu identitas personal seseorang sebenarnya seperti apa. Melalui akun tiktok para remaja ini dapat menunjukkan sosok mereka dan kepribadian yang mereka miliki. Mereka tidak perlu bersusah payah untuk perkenalan dll, orang lain yang melihat akun instagram kita akan bisa menyimpulkan sendiri kepribadian kita melalui foto-foto yang kita upload. Mulai dari hobi, pakaian yang kita kenakan, tempat yang sering kita kunjungi, makanan yang kita sukai, aktivitas rutin yang kita jalani. Bahkan terkadang beberapa orang ada yang sengaja menunjukkan seperti apakah dirinya. Seperti dia sedang sedih, sedang bahagia, sedang stress, sedang galau atau dia sebenarnya sedang menutupi kesedihannya. Itu semua akan bisa terlihat dari hasil postingannya

2. kebutuhan akan harga diri

Tiktok memiliki banyak fungsinya, kita bisa melakukan apa saja yang ingin kita lakukan, pada dasarnya adalah bebas berekspresi. Tiktok ini bukan media sosial yang kaku, satu dari 4 remaja ini ada yang memiliki 4 akun tiktok yang memiliki fungsi yang berbeda. Akun yang ketiga untuk mengupload hobi nya dalam fotografi. Pengalaman yang

melihatkan emosi senang, marah atau bahkan sedih dapat dialami pengguna tiktok. Kebutuhan afektif seseorang bisa didapat dari tiktok, dengan tujuan memuaskan batinnya sendiri. Salahsatu remaja pengguna tiktok ada yang menyukai keindahan alam, ia akan mencari konten-konten terkait sesuai kebutuhan batinnya.

3. kebutuhan akan cinta dan rasa memiliki

empat informan sama-sama menyatakan bahwa tujuan pertama mereka membuat akun instagram ini karena ingin berkomunikasi dan berbagi cerita kepada orang-orang terdekatnya, baik itu keluarga atau pun teman yang juga memiliki akun tiktok. Bahkan dari tiktok ini mereka pun bisa mendapatkan teman baru seperti masuk kedalam komunitas, Sehingga mereka bisa melakukan banyak hal selain mendapat teman baru dan berbagi pengalaman, merekapunbisa mendapatkan pengetahuan baru dari tiktok ini.

4. kebutuhan akan rasa aman

Empat informan ini menyatakan bahwa tiktok sangat menghiburan. Mereka bisa berbagi pengalaman mereka dengan share foto dan video yang disertai caption yang mendeskripsikan apa yang terjadi di foto dan video tersebut. Tidak hanya itu, mereka juga bisa saling berkomentar bahkan

berbagi cerita dan bercanda. Remaja membutuhkan banyak hiburan di tengah padatnya kesibukan mereka sehari-hari.

5. kebutuhan-kebutuhan dasar fisiologis.

ternyata dapat menambah pengetahuan remaja mengenai dunia. Bukan hanya remaja yang memiliki akun instagram tapi media dan para tokoh politik dan agama pun memiliki akun di tiktok. Dengan menggunakan tiktok, kebutuhan dasar fisiologis pengguna sedikit banyak terpenuhi. Keingintahuan pengguna atas beragam hal dapat terpenuhi dengan melihat konten-konten yang ada di dalamnya. Jika pengguna membutuhkan informasi teraktual terkait situasi terkini di dalam dan luar negeri, tentu dia akan mengikuti akun media massa yang belakangan mulai bermunculan di tiktok. Jika ingin mengetahui lebih mendalam mengenai sosok spesifik, semisal pejabat atau selebritas, tentu dia akan mengikuti akun-akun tertentu. Hasrat mengetahui beragam hal ini dapat terpuaskan dengan mengakses instagram dan melihat konten-konten yang pengguna inginkan.

C. Pembahasan

Pengertian motif mengacu pada beberapa pendapat menurut para ahli. Motif atau dalam bahasa Inggris "*motive*" berasal dari kata *movere* atau *motion*, yang berarti gerakan atau sesuatu yang bergerak. Dalam

psikologis, istilah motif erat hubungannya dengan “gerak”, yaitu gerakan yang dilakukan oleh manusia atau disebut juga perbuatan atau perilaku.⁸⁰

Menurut Rochman Natawijaya, motif adalah setiap kondisi atau keadaan seseorang atau suatu *organisme* yang menyebabkan atau kesiapannya untuk memulai atau melanjutkan suatu serangkaian tingkah laku atau perbuatan.⁸¹ Sedangkan menurut Alex Sobur, mengartikan motif sebagai suatu set yang dapat atau mudah menyebabkan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu (berbuat sesuatu) dan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu.⁸²

Media sosial merupakan sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa batas ruang dan waktu. Pada media sosial yang dilakukan secara online, disana mereka bisa berkomunikasi, networking, berbagi dan banyak kegiatan lainnya. Menurut Sar dan Murni D media sosial (social media) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet). Para pengguna (user) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan dan saling berbagi (sharing), dan membangun jaringan (networking).⁸³

⁸⁰Sarwono, Sarlito W. & Eko A. Meinarno. (2009). Psikologi Sosial. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika. HAL 137

⁸¹ Rochman Natawidjaja. (1980). Psikologi Pendidikan. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Hal 78

⁸² Alex, Sobur. 2003. Psikologi Umum. Bandung: Pustaka Setia. Hal 267

⁸³ Maisa EA, Andrial A, Murni D, Sidaria S. Hubungan Stres Akademik dengan Kualitas Tidur Mahasiswa Keperawatan Tingkat Akhir Program Alih Jenjang. *Jurnal Ilm Univ Batanghari Jambi*. 2021;21(1):Hal 438.

Aplikasi Tik Tok merupakan sebuah aplikasi yang menyajikan berbagai fitur lengkap dengan musik yang beraneka ragam untuk merekam video dan dapat di edit dengan sesuka hati kemudian dapat membagikannya kepada teman-teman, keluarga ataupun kepada publik. Menurut Dewanta, tiktok merupakan sebuah aplikasi jaringan sosial dan platform video musik asal Tiongkok yang diluncurkan pada September tahun 2016. Aplikasi tersebut dipergunakan para penggunanya untuk membuat video musik berdurasi pendek mereka sendiri.⁸⁴

Dari hasil penelitian yang telah penulis jabarkan sebelumnya, terdapat kesimpulan bahwa timbul pengungkapan diri dari informan yang memiliki tujuan membagikan kemampuan bakat dan minat agar merasakan puas atau kelegaan karena telah mampu mengungkapkan suatu hal mengenai dirinya.

Penelitian ini menggunakan teori Hirarki Abraham Maslow yang menyatakan bahwa walaupun tidak ada satu pun kebutuhan yang terpenuhi secara penuh, kebutuhan pada dasarnya telah terpenuhi tidak akan lagi memotivasi. Aktualisasi diri (*self actualization*) sebagai kebutuhan dan pencapaian tinggi seorang manusia. Teori ini terdiri dari 5 kebutuhan-kebutuhan tersebut yakni, kebutuhan *fisiologis* (*physiological*), kebutuhan keamanan dan keselamatan (*safety*), kebutuhan rasa memiliki sosial dan kasih sayang (*social*), kebutuhan

⁸⁴ Dewanta, AANBJ. 2020. Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia Vol. 9, No. 2 (Oktober 2020)* 79-85. Dwinito, Rangga. 2020. *Strategi Pemasaran Kopi Janji Jiwa*. Hal 79

terhadap penghargaan (*esteem*), dan kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization*). Dalam konteks ini yang dilakukan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam ini menjadi bentuk *self actualization* yang dapat dikaitkan dengan teori Hirarki Abraham Maslow sebagai berikut.

- Aktualisasi Diri (*self actualization*)

Aktualisasi diri adalah suatu kebutuhan untuk mengungkapkan diri yaitu merupakan kebutuhan manusia yang paling tinggi.⁸⁵ Kebutuhan ini akan muncul apabila kebutuhan-kebutuhan yang ada di bawahnya telah terpuaskan dengan baik.⁸⁶ Kebutuhan aktualisasi ditandai dengan hasrat individu dengan menjadi orang yang sesuai dengan keinginan dan potensi yang dimilikinya atau hasrat dari individu untuk menyempurnakan dirinya melalui pengungkapan segenap potensi yang dimilikinya.

Apabila dilihat dari aktualisasi diri yang dilakukan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang terjadi adalah individu secara berani membagikan minat dan kegiatannya sehari-hari dalam tiktok yang termasuk ke dalam ruang *public*.

Pada hal ini yang dilakukan oleh informan, mengekspresikan dirinya melalui media sosial TikTok. Informan hanya ingin *berkreasi*, menunjukkan *keaktifitas* dan menyampaikan apa yang

⁸⁵ Galih Puji Kurniawan et al., "Psikologi Humanistik Abraham Maslow," *Jurnal Tana Mana* 2, no. 1 (2021).

⁸⁶ Mukhtar Gojali, "Konsep Dasar Psikologi Transpersonal," *Jurnal Syifa Al-Qulub* 2 (2017): 36–4

ada di dalam isi hatinya. Dengan menggunakan media sosial TikTok informan juga menjadi bisa menunjukkan bakat terpendam seperti *editing* video misalnya, yang berarti media sosial TikTok bukan hanya media untuk joget-joget saja melainkan membagikan konten video positif juga hiburan dengan tetap menjadi diri sendiri.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bab ini merupakan bagian akhir dari skripsi, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka peneliti akan mengemukakan beberapa kesimpulan dan juga saran yang berhubungan dengan penelitian ini. Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian yang dilakukan ini tentang “*PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL APLIKASI TIKTOK SEBAGAI EKSISTENSI DIRI MAHASISWA (Studi Fenomenologi Pengguna Tiktok Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan tahun 2020 Institut Agama Islam Negeri Curup)* yaitu:

- a. Berdasarkan pembahasan dalam bab sebelumnya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penggunaan Media Sosial Aplikasi Tiktok Terhadap eksistensi diri yaitu: (1) adanya Penggunaan tiktok sebagai media untuk *Followers* Dan *Like* Yang Mendukung. kemudian ke (2) adanya menggunakan *fashion* yang menarik ketika menggunakan tiktok sehingga tiktok dimanfaatkan sebagai salah satu tempat untuk mencari serta membagi *referensi fashion*, dan juga berbagi *outfit* melalui postingan tiktok. (3) adanya Penggunaan tiktok sebagai media untuk menuangkan perasaan emosi, sedih serta sebagai curhatan mereka kedalam tiktok dan teraplikasikan pada kehidupan didunia maya maupun pada *real life*.

- b. Motif penggunaan aplikasi Tik Tok pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan tahun 2020 Institut Agama Islam Negeri Curup sebagai Memenuhi Identitas Pribadi Pengguna Tiktok, Wadah sebagai Media Hiburan, Tiktok Sebagai Sarana Mengikuti *Trend*.

B. Saran

Peneliti ingin menyampaikan beberapa saran berkaitan dengan penggunaan aplikasi Tik Tok, khususnya yang berhubungan dengan proses aktualisasi diri dengan yang bertujuan meningkatkan eksistensi diri:

1. Mengikuti perkembangan zaman orang tua, guru, dan dosen harus bisa turut serta mengontrol kegiatan-kegiatan anak-anaknya di media sosial, agar tidak terkesan mengintimidasi proses pemantauan ini sebaiknya dilakukan dengan memantau menggunakan akun lain.
2. Proses pemantauan ini juga sebaiknya dilakukan oleh pemerintah, sebagai media yang memiliki banyak pengguna, Tik Tok harus benar-benar dipantau konten-kontennya, sehingga tidak membuat gaduh ketika ada konten yang tidak sesuai norma-norma lolos dari pantauan dan dilihat oleh banyak orang.

DAFTAR PUSTAKA

- AANBJ, Dewanta. 2020. Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia Vol. 9, No. 2 (Oktober 2020) 79-85*. Dwinito, Ranga. 2020. *Strategi Pemasaran Kopi Janji Jiwa*.
- Abraham H. Maslow. 1970. *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row Publisher.
- Agus Sugiarto. 2015. *Manajemen Kearsipan Modern dari Konvensional ke Basis Komputer*. Yogyakarta: Gava Media.
- Alex, Sobur. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Annur, C. (2021). *Masyarakat Indonesia Paling Banyak Akses Youtube Pada Semester 1-2021*. Databook. Katadata. Co.id
- Arventine, C . V . (2021). *Pemnafaatan Aplikasi Tiktok Pada Remaja di Madiun Sebagai Media Eksistensi diri*.
- Bagus, Lorens, 2005. *Kamus Filsafat*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Bagus Prianbodo, “Pengaruh Tik Tok terhadap Kreativitas Remaja Surabaya”, Skripsi, (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi, 2018).
- Bagus Prianbodo, “Pengaruh Tik Tok terhadap Kreativitas Remaja Surabaya”, Skripsi, (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi, 2018).
- Briggs, Asa; Peter Burke (2000). *SEJARAH SOSIAL MEDIA: Dari Gutenberg sampai Internet*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Depdiknas RI, “Kamus Besar Bahasa Indonesia”, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002),
- Dwi Anggi Novianti, Dkk, *Covid-19 Catatan Linimasa pada Analisis Muda*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020).

- E. Koeswara, *Motivasi Teori dan Penelitiannya*, (bandung; angkasa, 1989)
- Eko Nur Syahputro, “Melejitkan Pemasaran UMKM melalui Media Sosial”, (Gresik:Caremedia Communication, 2020).
- Erwin Jusuf Thai b, *Problematika Dakwah Di Media Sosial*, (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021).
- Gabriel Amin Silalahi, *Metode Penelitian dan Studi Kasus*. (Sidoarjo: CV. Citra Media, 2003)
- Gojali Mukhtar, “Konsep Dasar Psikologi Transpersonal,” *Jurnal Syifa Al-Qulub 2 (2017)*.
- Iswarani Putri Melisa,”Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Remaja (Studi Kasus Siswa SMAN 5 Bukittinggi Kelas XI IPS)”*Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan, Universitas Negeri Padang Vol 5 No 1 (2022)*
- Jalaludin Rakmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2001),
- Kristo, F. (2018). Tiktok Aplikasi Fenomenal Yang Kini Tejadi. <https://inet.detik.com/cyberlife/>
- Kurniawan et al Galih Puji., “Psikologi Humanistik Abraham Maslow,” *Jurnal Tana Mana 2, no. 1 (2021)*.
- Lira Alifah, *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Prestasi Belajar PAI Terhadap Tingkat Religiusitas*, Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, (Bandung, 2020).
- Lister, Martin. 2009. *New Media: A Critical Introduction*. London & New York: Routledge
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Muchlis dan Sandi Marga Pratama “Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020”, *Jurnal Komunikasi, Vol.01 No.2 (Agustus 2020)*
- Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.

- Rachmania novia dwi, “Penggunaan Aplikasi TIK-TOK Dalam Menunjang Eksistensi Diri Pada Remaja (Studi Fenomenologi Pada Remaja Griya Besuki Mulya Desa Besuki Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo). UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER,2021.
- Resti,Yuliani. Fauziah. (2019). Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Kota Bandung. Unikom, [Http://Elibrary.Unikom.Ac.Id/Id/Eprint/2048](http://Elibrary.Unikom.Ac.Id/Id/Eprint/2048). *Jurnal Ilmiah Pranata Edu Volume 2 No.2, December 2020*.
- Rochman Natawidjaja. (1980). Psikologi Pendidikan. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Sarwono, Sarlito W. & Eko A. Meinarno. (2009). Psikologi Sosial. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Sidaria S, Maisa EA, Andrial A, Murni D. Hubungan Stres Akademik dengan Kualitas Tidur Mahasiswa Keperawatan Tingkat Akhir Program Alih Jenjang. *Jurnal Ilm Univ Batanghari Jambi. 2021;21(1)*.
- Sugiarto, Eko. 2015. Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis. Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D Bandung.
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta,Bandung.
- Susilowati, Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo_allpennliebe), *Jurnal Komunikasi, 2018, vol.9 no.2*.
- Umaimah Wahid dan Rezki Pratami dalam *Jurnal Kajian Komunikasi Metakom 2020 Vol.4 No.1*

INTERNET:

<https://www.medcom.id/amp/eN4R2P5k-orang-indonesia-rata-rata-nonton-100-video-tiktok-sehari>

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20201210145006-185-580569/kisah-kejayaan-tiktok-di-2020/2>

<https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>

<https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-fashion>

JURNAL:

AANBJ, Dewanta. 2020. Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia Vol. 9, No. 2 (Oktober 2020) 79-85.* Dwinito, Rangga. 2020. *Strategi Pemasaran Kopi Janji Jiwa.*

Gojali Mukhtar, "Konsep Dasar Psikologi Transpersonal," *Jurnal Syifa Al-Qulub 2 (2017).*

Iswarani Putri Melisa,"Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Remaja (Studi Kasus Siswa SMAN 5 Bukittinggi Kelas XI IPS)" *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan, Universitas Negeri Padang Vol 5 No 1 (2022).*

Kurniawan et al Galih Puji., "Psikologi Humanistik Abraham Maslow," *Jurnal Tana Mana 2, no. 1 (2021).*

Muchlis dan Sandi Marga Pratama "Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020", *Jurnal Komunikasi, Vol.01 No.2 (Agustus 2020).*

Resti, Yuliani. Fauziah. (2019). Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Kota Bandung. Unikom, <Http://Elibrary.Unikom.Ac.Id/Id/Eprint/2048>. *Jurnal Ilmiah Pranata Edu Volume 2 No.2, December 2020.*

Sidaria S, Maisa EA, Andrial A, Murni D. Hubungan Stres Akademik dengan Kualitas Tidur Mahasiswa Keperawatan Tingkat Akhir Program Alih Jenjang. *Jurnal Ilm Univ Batanghari Jambi*. 2021;21(1).

Susilowati, Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo_allpennliebe), *Jurnal Komunikasi*, 2018, vol.9 no.2.

Umaimah Wahid dan Rezki Pratami dalam *Jurnal Kajian Komunikasi Metakom 2020 Vol.4 No.1*

WAWANCARA:

Yona dia putri pemilik akun tiktok @byasal wawancara dengan subjek penelitian Tanggal 19 April 2023, Pukul 14.15 WIB.

Tiarasafitri, pemilik akun tiktok @tiara_safatri24, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 9 Mei 2023, Pukul 15.12 WIB.

Sindi okta Bela, pemilik akun tiktok @sindybela, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 12 Mei 2023, Pukul 14.28 WIB.

Sintia Monika pemilik akun tiktok @sintia_monika09, wawancara dengan subjek penelitian, Tanggal 15 Mei 2023, Pukul 15.20 WIB

L
A
M
P
I
R
A
N



KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
 Nomor: 024 Tahun 2023
 Tenlang

PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II DALAM PENULISAN SKRIPSI
 DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
- b. bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut;
- Mengingat : 1. Undang – undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Peraturan Presiden RI Nomor 24 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Islam Curup;
3. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2019 tentang STATUTA Institut Agama Islam negeri Curup;
4. Peraturan Menteri Agama Nomor 30 Tahun 2018 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Curup;
5. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 184/U/2001 Tentang Pedoman Pengawasan Pengendalian dan pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 019558/B.11/3/2022 tanggal 18 April 2022 Tentang Pengangkatan Rektor IAIN Curup Periode 2022-2026;
7. Keputusan Rektor IAIN Curup Nomor : 0316/In.34/2/KP.07.6/05/2022 tanggal 13 Mei 2022 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Istitut Agama Islam Negeri Curup;
- Memperhatikan : Berita acara seminar proposal Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam tanggal 21 Nopember 2022

MEMUTUSKAN :

- Menetapkan
 Pertama : Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah Menunjuk Saudara :
1. Anrial, MA : 16080216
2. Intan Kurnia Syaputri, M.A : 19920831 202012 2 001
- Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa :
- Nama : Sepriando Saragih
- Nim : 19521060
- Judul Skripsi : Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagi Ajang Eksistensi Diri Mahasiswa (Studi Fenomenologi Pada Penggunaan Tiktok pada Mahasiswa KPI 2019)
- Kedua : Proses bimbingan dilakukan sebanyak 8 kali pembimbing I dan 8 kali pembimbing II dibuktikan dengan kartu bimbingan skripsi ;
- Ketiga : Pembimbing I bertugas membimbing dan mengarahkan hal-hal yang berkaitan dengan substansi dan kontens skripsi. Untuk pembimbing II bertugas dan mengarahkan dalam penggunaan bahasa dan metodologi penulisan;
- Keempat : Kepada masing-masing pembimbing diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Kelima : Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya;
- Keenam : Surat keputusan ini berlaku sejak ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai 1 tahun sejak SK ini ditetapkan;
- Ketujuh : Apabila terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini, akan diperbaiki sebagaimana mestinya sesuai peraturan yang berlaku;



- Tembusan :
1. Bendahara IAIN Curup;
 2. Kasubbag AKA FUAD IAIN Curup;
 3. Dosen Pembimbing I dan II;
 4. Prodi yang Bersangkutan;
 5. Layanan Satu Atap (L1);



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
 FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
 Jalan Dr. AK Gani No. 1 Kotak Pos 108 Curup-Bengkulu Telp. (0732) 21010-7003044
 Fax. (0732) 21010 Homepage <http://www.iaincurup.ac.id> E-mail: -

Nomor : 353 /In.34/FU/PP.00.9/04/2023
 Sifat : Penting
 Lampiran : Proposal dan Instrumen
 Perihal : Rekomendasi Izin Penelitian
 14 April 2023

Yth. Rektor IAIN Curup

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dalam rangka penyusunan Skripsi S.I pada Institut Agama Islam Negeri Curup :

Nama : Sepriyando Saragih
 NIM : 19521060
 Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
 Judul Skripsi : Penggunaan Media Sosial Aplikasi Tiktok Sebagai Eksistensi Diri Mahasiswa (Studi Fenomenologi Pengguna Tiktok Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020 Institut Agama Islam Negeri Curup)
 Waktu Penelitian : 14 April s.d 14 Juli 2023
 Tempat Penelitian : IAIN Curup

mohon kiranya Bapak memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikianlah, atas kerjasama dan izinnya diucapkan terima kasih.

Dekan.

 Dr. Nelson, M.Pd.I
 NIP. 19690504 199803 1 006

IAIN ELURUP

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing II	Paraf Mahasiswa
1	28/12/2022	Arc Bab I	[Signature]	[Signature]
2	20/01/2023	Perbaikan Bab I	[Signature]	[Signature]
3	17/02/2023	Perbaikan BAB II lanjut BAB III	[Signature]	[Signature]
4	06/03/2023	Perbaikan BAB I & Perbaikan BAB II	[Signature]	[Signature]
5	28/03/2023	Perbaikan BAB III lanjut BAB IV	[Signature]	[Signature]
6	24/05/2023	Perbaikan BAB IV	[Signature]	[Signature]
7	05/06/2023	Perbaikan BAB IV	[Signature]	[Signature]
8	20/06/2023	Acc BAB V dilanjutkan & skidanger	[Signature]	[Signature]

IAIN ELURUP

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
1	28/12/2022	ACC BAB I	[Signature]	[Signature]
2	20/01/2023	Perbaikan Bab I	[Signature]	[Signature]
3	17/02/2023	perbaikan Bab II lanjut Bab III	[Signature]	[Signature]
4	06/03/2023	perbaikan Bab II dan perbaikan Bab III	[Signature]	[Signature]
5	28/03/2023	Perbaikan Bab III lanjut Bab IV	[Signature]	[Signature]
6	24/05/2023	Perbaikan Bab IV	[Signature]	[Signature]
7	05/06/2023	Perbaikan Bab IV	[Signature]	[Signature]
8	20/06/2023	ACC Bab V dilanjutkan & sidanger	[Signature]	[Signature]



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
 FAKULTAS USHULUDDIN, ADA' DAN DAKWAH
 PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (KPI)
 JL. Dr. A.K. Gani No. 1 Kotak Pos 108 Curup-Bengkulu Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21759

SURAT KETERANGAN CEK SIMILARITY

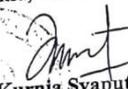
Admin turnitin program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam menerangkan bahwa telah dilakukan pemeriksaan *similarity* terhadap proposal/skripsi/tesis berikut:

JUDUL : ~~PENGUNAAN MEDIA SOSIAL APLIKASI TIKTOK~~ ^{EKSISTENSI} ~~SEBAGAI MAHASISWA~~
 DIRI MAHASISWA < Studi penomendologi pengguna tiktok pada mahasiswa
 komunikasi dan penyiaran islam angkatan 2020 Institut Agama Islam Negeri
 Curup >
 NAMA : SEPRİYANDO SARAGIH
 NIM : 19521060

Dengan tingkat kesamaan sebesar 2A %

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

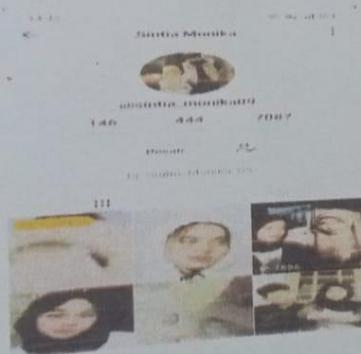
Curup, 03 Juli 2023
 Pemeriksa, Admin Turnitin Prodi KPI


 Intan Kurnia Syaputri, M.A.

LAMPIRAN



(Wawancara bersama informan Sindi Okta Bela di depan ruang Prodi KPI)



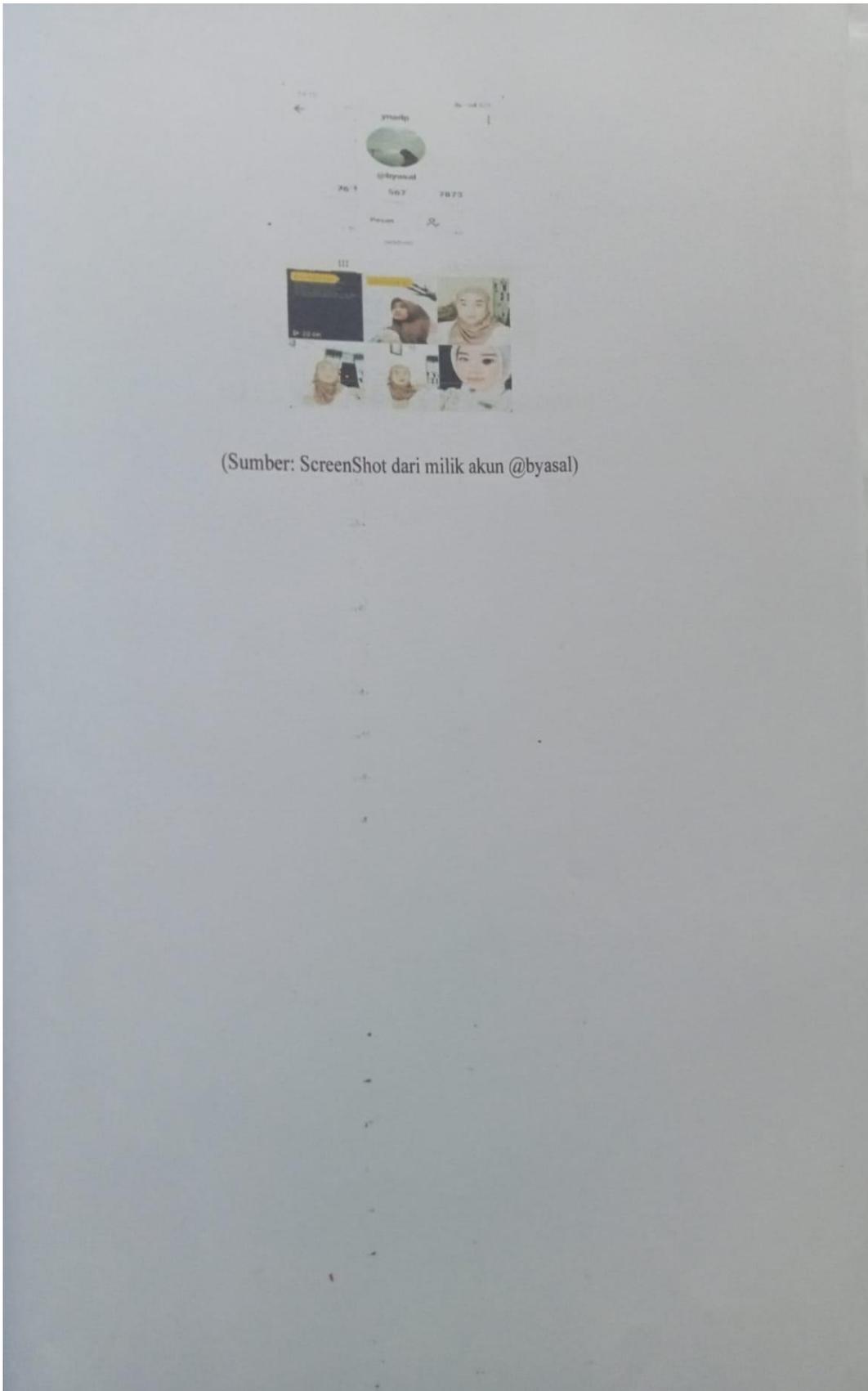
(Sumber: ScreenShot dari milik akun @sintia_monika09)



(Wawancara bersama informan Tiara Safitri di dalam ruang lobi di Prodi)



(Sumber: ScreenShot dari milik akun @tiara_safitri24)



(Sumber: ScreenShot dari milik akun @byasal)

