

ANALISIS MOTIF DAN PERILAKU PENGGUNA MEDIA SOSIAL

“TIK TOK”

(Studi Analisis Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



OLEH

JEFRINO RICHARDUS SUSAR

NIM 2017230032

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI**

MALANG

2022

Jefrino R. Susar, FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK, 2021
ANALISIS MOTIF DAN PERILAKU PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIK TOK
(Studi Analisis Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi)

Dosen Pembimbing Utama : Fathul Qorib, S.I.Kom., M.I.Kom

Dosen Pembimbing Pendamping: Latif Fianto, S.I.Kom., M.I.Kom

RINGKASAN

Penggunaan media sosial Tik Tok berkembang dengan pesat dan banyak dikenal masyarakat Indonesia termasuk mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi dalam kehidupan sosialnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta memahami motif dan perilaku pengguna media sosial Tik Tok pada kalangan mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi. Hal ini dalam kaitanya dengan mengetahui tujuan dan aktivitas dalam pemanfaat media sosial Tik Tok oleh penggunanya terutama mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi.

Jenis penelitian yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Informan penelitian merupakan mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi yakni pengguna aktif media sosial Tik Tok dan berlokasi di Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang. Fokus penelitian pada motif dan yakni dalam menggunakan media sosial Tik Tok. Jenis serta sumber data yakni primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data terdiri dari wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yakni reduksi data, analisis data dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data terdiri dari *credibility*, *dependability*, dan *transferability*.

Hasil penelitian yaitu sebagai berikut: berdasarkan hasil analisis data menggunakan teori *uses and gratification*, alasan informan untuk menggunakan media sosial Tik Tok adalah motif hiburan dan motif informasi serta untuk mengikuti trend masa kini. Selain itu juga menggunakan media sosial Tik Tok untuk berinteraksi dan menjalin serta memperluas pertemanan di media sosial Tik Tok. Sedangkan motif identitas pribadi yakni terdapat mahasiswa yang merasa bahwa menggunakan media sosial Tik Tok dapat menambah nilai diri tetapi sebagian mahasiswa juga yang merasa Tik Tok tidak memberikan dampak terhadap dirinya, karena Tik Tok hanya sebagai media hiburan lewat informasi dan untuk berinteraksi saja. Sedangkan perilaku mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi dalam menggunakan media sosial Tik Tok terdapat beberapa perilaku mahasiswa yakni utilitas yang berkaitan dengan mereka menggunakan tik tok untuk mencapai tujuan spesifik seperti mencari hiburan dan informasi. Kemudian intensionalitas yakni mereka menggunakan fitur tik tok untuk memenuhi motivasi awal pada utilitas. Selanjutnya selektivitas yakni berkaitan dengan mereka memilih isi dari media sosial tik tok. Terakhir adalah pengaruh untuk bertahan yakni mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi bertahan dengan pemaknaan

terhadap pilihannya terkait isi media Tik Tok untuk memenuhi kebutuhan personal identitasnya.

Kata Kunci: Motif, Perilaku, Media Sosial, Tik Tok

BAB I

PENDAHULUAN

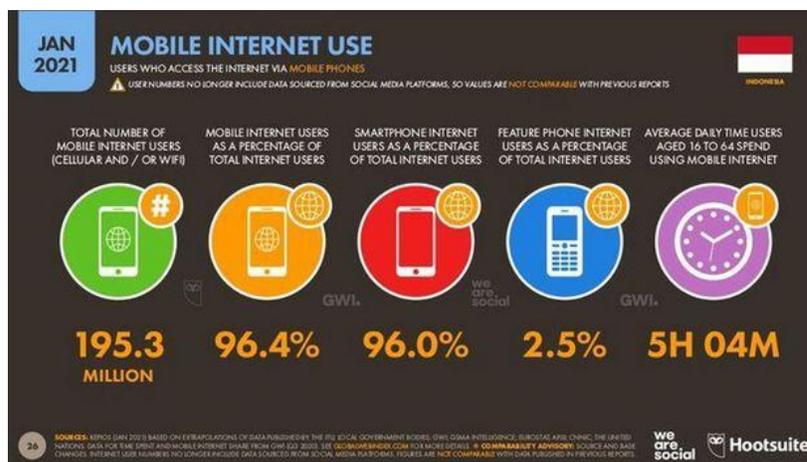
1.1 Latar Belakang

Salah satu bentuk dan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ditandai munculnya media-media baru yang menyesuaikan kebutuhan masyarakat dari masa ke masa. Seiring berubahnya zaman semakin juga meningkat kebutuhan masyarakat dalam berbagai bidang termasuk bidang komunikasi. Semua orang dapat menyampaikan informasi dan menerima informasi dengan jangkauan yang luas dan cepat. Peningkatan inovasi data telah membawa berbagai jenis latihan berbasis inovasi, misalnya e-education, e-commerce, e-laboratory, e-government, e-medicine, yang semuanya merupakan basis teknologi elektronika yang dapat diakses dan digunakan dengan mudah. Perkembangan teknologi tersebut banyak memunculkan berbagai jenis akses jejaring sosial yang mempermudah proses komunikasi dalam interaksi sosial masyarakat.

Pada zaman modern internet adalah hal-hal yang tidak dapat dipisahkan dari rutinitas rutin individu. Kehadiran web atau internet memberikan banyak keuntungan dalam berbagai bidang seperti di sekolah. Menurut Alyusi (2016: 1) web merupakan salah satu inovasi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar. Sebagai hasil dari inovasi, web mengarah ke jenis komunikasi sosial baru yang tidak persis sama dengan koneksi ramah di masa lalu. Karena kemajuan inovasi dan data internet memberikan penawaran baru untuk berinteraksi. Jika sebelum kemunculan internet masyarakat perlu bertatap muka untuk melakukan interaksi sekarang dengan kemunculan internet masyarakat dapat melakukan interaksi dan bertukar informasi tanpa ada batasan ruang dan waktu.

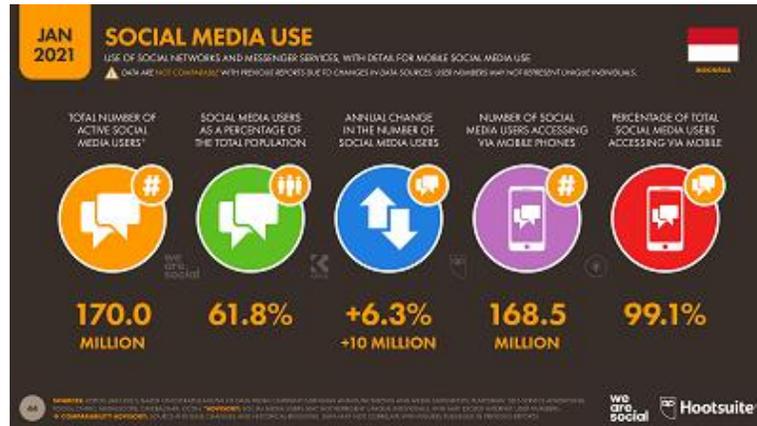
Jumlah klien web dinamis di Indonesia berkembang secara konsisten. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Hubungan Penyedia Akses Jaringan Indonesia (APJII), informasi terbaru dari tinjauan umum tentang masuk dan perilaku klien web di Indonesia pada tahun 2018 sebesar 64,8% (datareportal.com, 2018). Angka ini

meningkat dari tahun sebelumnya, dimana pada tahun 2017 tingkat masuk dan perilaku klien web di Indonesia adalah 54,86%. Dari hasil tersebut cenderung terlihat bahwa tingkat masuk dan perilaku klien web di Indonesia meningkat sebesar 10,12% (datareportal.com, 2017). Dari informasi review APJII, terlihat bahwa klien web di Indonesia telah berkembang dari satu tahun ke tahun lainnya. Hal ini didukung oleh sebuah penelitian yang dipimpin oleh We Are Social, sebuah media yang berlokasi di Inggris. Berikut adalah gambar informasi web client di Indonesia pada tahun 2021:



Gambar 1. Pengguna Internet Indonesia (datareportal.com, 2021)

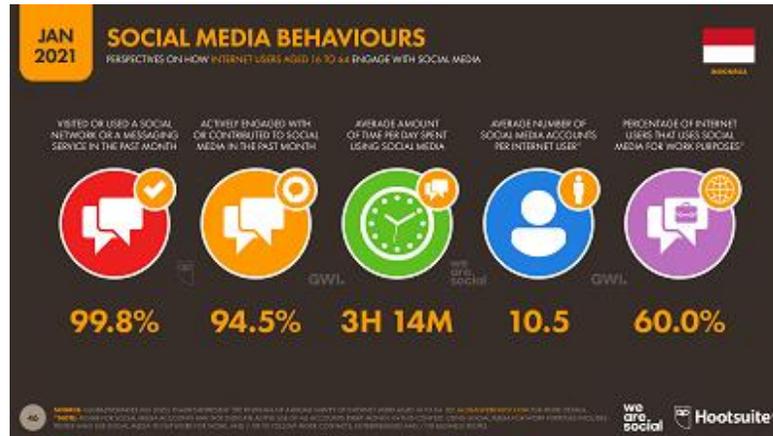
Mengingat konsekuensi dari studi yang diarahkan oleh We Are Social dari 2019 hingga 2021, pada Januari, cara berperilaku klien web di Indonesia telah berkembang. Pada Januari 2019 We Are Social membagikan informasi tentang klien dinamis hiburan virtual di Indonesia lebih dari 150 juta orang. Dari jumlah populasi penduduk Indonesia sebesar 268,2 juta orang. Sedangkan pada tahun 2020 bulan Januari data terbaru yang dibagikan oleh We Are Social, pengguna aktif media sosial sebesar 59% atau dengan jumlah sebanyak 160 juta orang yang aktif menggunakan media sosial. Dari populasi masyarakat Indonesia sebesar 272,1 juta orang. Dan kemudian pada bulan Januari 2021 dalam postingan di halamannya We Are Social menyampaikan bahwa terdapat 202,6 juta klien web dinamis dan 170 juta klien hiburan online dinamis dari 274,9 juta individu dalam populasi absolut Indonesia (datareportal.com, 2021). Berikut adalah gambaran informasi melalui klien hiburan online di Indonesia:



Gambar 2. Data pengguna media sosial (datareportal.com, 2021)

Salah satu jenis korespondensi baru yang disajikan di dunia web adalah hiburan virtual. Dengan hiburan virtual di web, klien dapat mengembangkan kata-kata mereka untuk pengalaman yang pasti. Peningkatan hiburan online telah berubah dan berkembang dengan cepat. Berdasarkan informasi dari We Are Social, menunjukkan bahwa jumlah klien hiburan online di Indonesia terus meningkat. Sebagian besar klien hiburan online di Indonesia kewalahan dengan usia milenial, khususnya anak muda dengan rentang usia hampir 18 tahun hingga 34 tahun dan hampir semua klien media mengakses melalui telepon seluler atau telepon seluler dengan tingkat 64,8%. Sedangkan sisanya 35,2% adalah klien berusia di bawah 18 tahun dan di atas 34 tahun (datareportal.com, 2021).

Pada umumnya, orang Indonesia menghabiskan waktu tiga jam 14 menit menggunakan hiburan virtual setiap hari. Mengingat penggunaan jangka panjang secara konsisten, hiburan berbasis web dengan klien terbanyak di Indonesia adalah WhatsApp dengan rentang 30,8 jam per bulan, Facebook 17 jam per bulan, Instagram 17 jam per bulan. , kemudian, pada saat itu, Tik Tok dengan durasi 13,8 jam dan Twitter di posisi kelima dengan durasi 8,1 jam dalam sebulan (Stephanie, 2021).



Gambar 3. Perilaku penggunaan media sosial (datareportal.com, 2021)

Menurut Bungin (Alyusi, 2016:25) audience memiliki persyaratan kompleks yang harus dipenuhi dalam pemanfaatan media. Ada beberapa tujuan di balik kepuasan seseorang yang perlu dipuaskan dalam memanfaatkan media, yaitu kebutuhan mental khusus, kebutuhan emosional, kebutuhan campuran individu, kebutuhan bergabung sosial dan kebutuhan keberangkatan. Hiburan virtual dewasa ini telah menjadi salah satu kebutuhan manusia sebagai bahan diskusi untuk kolaborasi sosial dan memperluas organisasi informal persahabatan. Bukan cuma demikian, perilaku pengguna dalam memanfaatkan media sosial untuk mencapai tujuan atau motif tersendiri yakni mencari ketenaran atau popularitas.

Aplikasi Tik Tok termasuk salah satu deretan media sosial selain Facebook, Instagram dan Twitter. Tik Tok adalah sebuah aplikasi jejaring sosial serta platform video pendek yang dilengkapi dan didukung dengan audio atau musik. Tik Tok adalah panggung sosial video singkat yang dipadukan dengan musik. Musik untuk tarian, gaya inventif, atau pertunjukan kemampuan, klien didorong untuk berimajinasi tanpa batas dan mengekspresikan penampilan mereka tanpa hambatan (Irwansyah, 2021).

Aplikasi Tik Tok memungkinkan penggunaannya untuk dapat membuat konten-konten dalam bentuk video didukung dengan efek yang menarik ditambah dengan suara dan musik. Setiap klien dapat membuat rekaman singkat imajinasi dengan cepat. Durasi video yang dapat dibuat pengguna dalam aplikasi Tik Tok ini mulai dari 15 detik, 60

detik dan 3 menit. Pengguna dapat membagikan video serta berinteraksi di kolom komentar ataupun bisa berinteraksi di chat pribadi. Aplikasi Tik Tok juga memberikan fitur live kepada penggunanya, namun untuk fitur live ini tidak semua pengguna bisa menggunakannya, hanya pengguna dengan followers minimal 1000 pengikut yang dapat menggunakan fitur live ini.

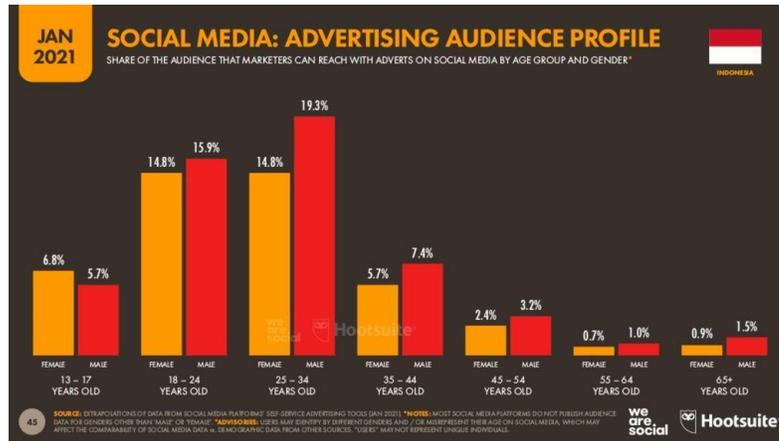
Aplikasi Tik Tok merupakan salah satu aplikasi dengan rating satu di pemutar dan editor video. Hal ini dibuktikan dengan rating aplikasi Tik Tok 4,5 bintang dari 5 bintang terbaik dan Secara internasional, klien Tik Tok adalah sekitar 35,28 juta klien baik di Android dan iOS dan aplikasi Tik Tok juga mungkin merupakan aplikasi paling populer selama tahun 2020 (Playstore, 2021). Sementara itu, berdasarkan informasi dari We Are Social pada Januari 2021, aplikasi Tik Tok menempati urutan keempat sebagai hiburan online yang paling banyak digunakan dan populer setelah WhatsApp, Facebook, dan Instagram yang menempati posisi pertama, kedua, dan ketiga secara terpisah.



Gambar 4. Sosial media paling sering digunakan (dataportal.com, 2021)

Organisasi riset aplikasi Sensor Pinnacle menghadirkan aplikasi non-game yang paling banyak diunduh, dan menobatkan Tik Tok sebagai aplikasi berperingkat teratas dengan jumlah lebih dari 64,3 juta unduhan di gadget iOS dan Android. Seperti yang ditunjukkan Sensor Pinnacle, negara yang paling banyak mengunduh aplikasi ini

adalah Indonesia, yaitu mewakili 11% dari total unduhan aplikasi Tik Tok (Pertiwi, 2020).



Gambar 5. Data usia rata-rata pengguna media sosial (dataportal.com, 2021)

Berdasarkan informasi dari We Are Social, klien Tik Tok di Indonesia sebagian besar kalangan remaja dan mahasiswa dengan rentan usia sekitar 18 tahun sampai dengan 34 tahun. Tik Tok menjadi wadah yang tepat untuk menyalurkan inspirasi, aspirasi, karya, ide, dan pendapat serta kreativitas dari pengguna. Dari interview kecil terhadap beberapa pengguna sebagai pra penelitian, peneliti menemukan bahwa penggunaan media sosial Tik Tok untuk media hiburan, untuk mengisi waktu luang dan bahkan untuk narsisme demi mencari popularitas dalam lingkup pergaulannya bahkan masyarakat luas. Jangkauan media sosial sangat luas, dengan berbagai jenis aktivitas yang beragam sehingga dapat membentuk pemahaman yang berbeda dari setiap penggunanya.

Dilihat dari penyebaran informasi organisasi gambaran umum We Are Social, perbaikan cara berperilaku klien hiburan virtual di atas dari tahun 2017 ke tahun 2021 mengalami peningkatan yang cepat, sesuai dengan informasi perkembangan hiburan online di Indonesia pada tahun-tahun mendatang. informasi gambar realistis diperkenalkan sebelumnya. Salah satu hiburan online yang berkembang pesat dan akhir-akhir ini populer di kalangan masyarakat Indonesia, termasuk di kalangan mahasiswa Tribhuwana Tunggaladewi, adalah hiburan berbasis web Tik Tok.

Bagaimanapun, itu juga memiliki efek sosial yang besar. Di antara konsekuensi buruk yang diciptakan oleh Tik Tok, kecenderungan ini didasarkan pada kesenangan tetapi tidak signifikan. Masyarakat umum kita kadang-kadang menempatkan masyarakat arus utama ini di atas standar ketidaksenonohan, dengan kedok mengurangi kelelahan bekerja sepanjang hari, banyak orang dan bahkan perkumpulan melakukan perkembangan sensual cabul yang jauh dari kecenderungan umum kita. publik (Batubara, 2020).

Mempelajari proses berpikir dalam memanfaatkan hiburan online dipengaruhi oleh dua maksud. Secara khusus proses pemikiran pengalihan dan alasan kepribadian individu. Siswa merasa terlibat dengan memanfaatkan hiburan berbasis web dengan melihat substansi melalui hiburan virtual dan saat menggunakan hiburan berbasis web mereka sangat ingin menunjukkan realitas mereka melalui hiburan online. Kebutuhan akan data antar mahasiswa memacu mereka untuk menggelar melakukan perbaikan. Memenuhi kebutuhan mahasiswa dalam memanfaatkan hiburan virtual adalah pemenuhan kebutuhan surat menyurat dan data lokal. Pemenuhan kebutuhan data sangat penting untuk proses berpikir mental yang juga diingat untuk itu, meskipun hiburan online tidak bisa dianggap sebagai sumber utama data, mengingat masih ada banyak media yang berbeda seperti media TV, media cetak, bahkan media transmisi (Hidayat, 2021: 56).

Penggunaan media sosial Tik Tok sudah banyak dikenal dalam kehidupan sosial masyarakat terutama mahasiswa. Pada penelitian yang dilakukan ini sendiri bertempat di kota Malang. Kota Malang merupakan salah satu daerah yang termasuk menjadi kota pendidikan, yang dimana terdapat banyak perguruan tinggi negeri dan swasta yang tersebar di Kota Malang. Berdasarkan data Badan Pusat Statistika (BPS) Provinsi Jawa Timur bahwa pada tahun 2019 jumlah perguruan tinggi negeri sebanyak 3 perguruan tinggi dan terdapat 50 perguruan tinggi swasta. Berdasarkan data statistika tersebut juga menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa aktif pada tahun 2019 sebanyak 247.027 mahasiswa (Jatim.bps.go.id). Dengan demikian Kota Malang termasuk dalam salah satu daerah yang banyak mendatangkan mahasiswa yang ingin menempuh

pendidikan dari berbagai daerah di Indonesia dan bahkan mahasiswa asing dari negara-negara tetangga seperti Timor Leste dan negara tetangga lainnya. Salah satu perguruan tinggi yang menjadi pilihan adalah Universitas Tribhuwana Tunggaladewi. Perguruan tinggi ini dikenal sebagai kampus kerakyatan dikarenakan mahasiswanya yang berkuliah di Universitas Tribhuwana Tunggaladewi berasal dari berbagai daerah di Indonesia seperti Papua, Nusa Tenggara, Sumatra, Kalimantan, Jawa, Sulawesi dan daerah lainnya serta terdapat juga mahasiswa asing dari negara tetangga seperti Timor Leste.

Mahasiswa Tribhuwana Tunggaladewi College dikenang sebagai kelas klien hiburan berbasis web Tik Tok yang dinamis. Kami menyadari bahwa mahasiswa Perguruan Tinggi Tribhuwana Tunggaladewi menurut informasi We Are Social dikenang untuk kelas usia 18 tahun ke atas sebagai yang paling memanfaatkan hiburan online Tik Tok. Hiburan berbasis web Tik Tok, yang mengisi dengan cepat aktivitas publik individu, pasti memengaruhi latihan sehari-hari dan cara berperilaku sosial mereka. Berdasarkan ulasan yang diarahkan oleh Demmy Deriyanto mengenai kesan mahasiswa di Perguruan Tinggi Tribhuwana Tunggaladewi dalam pemanfaatan hiburan online Tik Tok, terungkap bahwa ada dua pengertian terkait pemanfaatan hiburan berbasis web Tik Tok, untuk menjadi penegasan positif dan wawasan negatif yang spesifik. Wawasan positifnya adalah pemanfaatan hiburan berbasis web dapat memberikan keuntungan hiburan dan data kepada kliennya. Sementara itu, pemahaman negatif dalam pemanfaatan hiburan virtual Tik Tok, khususnya dalam pemanfaatannya, sangat mempengaruhi klien hiburan berbasis web Tik Tok karena banyaknya konten video negatif dalam hiburan online Tik Tok (Deriyanto, 2018). Kemudian terkait dengan hasil kajian yang dipimpin oleh Demmy Deriyanto, peneliti tertarik untuk mengarahkan penelitian lebih lanjut terkait dengan proses berpikir dan perilaku mahasiswa Tribhuwana Tunggaladewi dalam memanfaatkan hiburan virtual Tik Tok. Dengan tujuan agar dalam review yang akan dilakukan, mahasiswa Perguruan Tinggi Tribhuwana Tunggaladewi dipilih sebagai subyek dalam review ini. Dalam pemanfaatan hiburan berbasis web Tik Tok, diharapkan akan berdampak buruk bukan positif.

Fenomena ini sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut, terutama mengenai bagaimana perilaku dan tujuan menggunakan media sosial *Tik Tok*. Dap Hal tersebut maka peneliti mengambil judul “**Analisis Motif dan Perilaku Pengguna Media Sosial Tik Tok**” (studi analisis mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi).

1.2 Rumusan Masalah

Dilihat dari gambaran masalah tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah: “Bagaimana perilaku dan motif pengguna media sosial Tik Tok pada kalangan mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan definisi masalah diatas, motivasi di balik penelitian ini adalah untuk mengetahui motif dan perilaku pengguna media sosial Tik Tok pada kalangan mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

Dari hasil tinjauan ini, dipercaya dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi para ahli logika khususnya di bidang ilmu media dan komunikasi dalam mengkaji pemanfaatan hiburan online sebagai inovasi teknologi dan komunikasi sosial.

b. Manfaat Teoritis

Tinjauan ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan informasi bagi para ilmuwan dalam melibatkan hiburan online sebagai inovasi korespondensi. Lebih lanjut, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah tulisan sekaligus sumber wawasan bagi para mahasiswa yang akan melakukan penelitian terkait pemanfaatan hiburan virtual.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, S. D. 2016. *Media Sosial: Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*. Jakarta: Prenada Media Group
- Batoebara, M. U. 2020. Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan Atau Kebodohan. *Jurnal Network Media*, Vol. 3, No. 2, 1–7.
- Darmawan, D. 2012. *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- Deriyanto, D., & Fathul, Q. 2018. Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol. 7, No. 2, 83
- The Graphic, Visualization & Usability Center, the Georgia Institute of Technology. 2008. http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys/ diakses pada 30 September 2021
- Hidayat, S. 2021. Motif Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri. Skripsi thesis. IAIN Purwokerto
- Irwansyah. 2021. Tik Tok Instrumen Media Sosial Baru dalam Politik. *Media Indonesia*.
<https://mediaindonesia.com/opini/387394/tiktok-instrumen-media-sosial-baru-dalam-politik> (diakses pada 11 September 2021 pukul 22:16 WIB)
- BPJS Propinsi Jawa Timur. 2019.
https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/dnF4TTdwbEcwbTFHazAwZUtOMVRBQT09/da_04/2 (diakses pada 20 Maret 2022 pukul 20:19)

Pertiwi, K. 2020. Indonesia Sumbang Angka Unduhan Terbanyak di Dunia. Tekno Kompas.

<https://tekno.kompas.com/read/2020/09/11/15010037/indonesia-sumbang-angka-unduh-tiktok-terbanyak-di-dunia> (diakses pada 11 September pukul 22:30 WIB)

Stephanie, C. 2021. Induk Tik Tok Beli Perusahaan Headset VR Terbesar Ketiga di Dunia. Tekno Kompas.

<https://tekno.kompas.com/read/2021/09/03/08030017/induk-tiktok-beli-perusahaan-headset-vr-terbesar-ketiga-di-dunia> (diakses pada 28 Agustus pukul 22:16 WIB).