

## MOTIF PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2019 UNIVERSITAS MULAWARMAN

Nazrah Kamilah <sup>1\*</sup>, Silviana Purwanti <sup>2</sup>.

<sup>1\*,2</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman Samarinda, Kabupaten Paser, Provinsi Kalimantan Timur, Indonesia.

*Email:* nazrahkamilah22@gmail.com <sup>1\*</sup>, silvianapurwanti@fisip.unmul.ac.id <sup>2</sup>

### Histori Artikel:

*Dikirim* 7 Juni 2023; *Diterima dalam bentuk revisi* 17 Juni 2023; *Diterima* 1 Juli 2023; *Diterbitkan* 10 September 2023. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

### Abstrak

Kemampuan teknologi pada era sekarang ini sudah sangat maju sebagai akibat dari adanya perkembangan zaman. Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi yang saat ini banyak dimanfaatkan oleh seluruh kalangan termasuk mahasiswa ialah aplikasi TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana motif penggunaan aplikasi TikTok pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Mulawarman. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan menggunakan teori Uses and Gratification. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data yakni dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Terdapat tiga orang informan yang didapat melalui teknik purposive sampling. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data dari Matthew B. Miles dan Michael Huberman. Berdasarkan hasil penelitian, motif yang mendorong penggunaan aplikasi TikTok oleh mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman ini relevan dengan teori motif penggunaan media yang diungkapkan oleh McQuail, bahwa terdapat empat motif yang menjadi alasan dan dorongan mahasiswa memilih menggunakan aplikasi TikTok, yaitu motif pengalihan, motif hubungan personal, motif identitas personal, dan motif pengawasan. Dengan hasil yang menunjukkan motif penggunaan yang dominan dalam menggunakan aplikasi TikTok ialah sebagai motif pengalihan yang berkaitan dengan hasrat untuk melarikan diri dari masalah sehari-hari, melepaskan kepenatan kerja, dan hasrat untuk mencari hiburan atau pengalihan.

**Kata Kunci:** TikTok; Motif; Teori Uses and Gratification.

### Abstract

Technological capabilities in the current era are very advanced as a result of the times. One form of technological development that is currently widely used by all groups including students is the TikTok application. This study aims to determine how the motives for using the TikTok application in students of the Communication Science Study Program Class of 2019, Mulawarman University. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach and uses the Uses and Gratification theory. The techniques used in collecting data are observation, interviews, and documentation. There are three informants obtained through purposive sampling technique. Data processing in this study used data analysis techniques from Matthew B. Miles and Michael Huberman. Based on the results of the study, the motives that encourage the use of the TikTok application by students of the Mulawarman University Communication Science study program are relevant to the theory of media use motives expressed by McQuail, that there are four motives that become the reasons and encouragement of students choosing to use the TikTok application, namely diversion motives, personal relationship motives, personal identity motives, and surveillance motives. With the results showing that the dominant motive for using the TikTok application is as a diversionary motive related to the desire to escape from daily problems, release work fatigue, and the desire to seek entertainment or diversion.

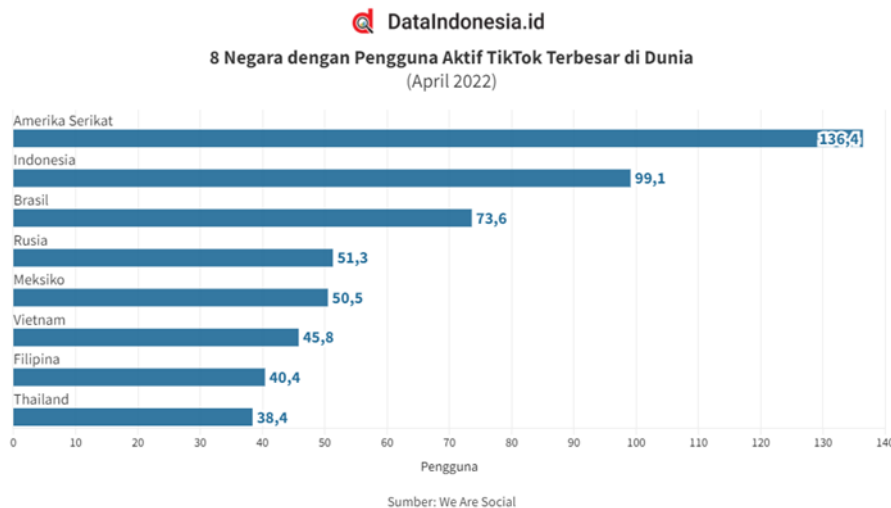
**Keyword:** TikTok; Motives; Uses and Gratification Theory.

## 1. Pendahuluan

Kemampuan teknologi pada era sekarang telah mengalami perkembangan yang sangat pesat sebagai hasil dari perkembangan zaman [1]. Begitu pula dengan bidang teknologi informasi yang semakin kompleks dan canggih. Hal ini telah memfasilitasi aksesibilitas komunikasi dan informasi. Internet telah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat dan melahirkan media sosial [2]. Media sosial hadir sebagai platform untuk membantu berinteraksi dengan orang lain, dengan menciptakan identitas dalam aplikasi media sosial tertentu. Salah satu aplikasi media sosial yang sedang populer saat ini adalah TikTok, yang digunakan oleh anak-anak, remaja, dan orang dewasa [3]. TikTok adalah platform media sosial yang berasal dari Tiongkok, di mana pengguna dapat memposting video berdurasi 15 detik hingga 3 menit yang mencakup gerakan tari yang disertai musik [4]. TikTok semakin populer seiring berjalannya waktu karena kontennya yang memungkinkan pengguna untuk berbagi kehidupan dan informasi pribadi mereka dalam bentuk video pendek [5].

Menurut sumber dari katadata.co.id, TikTok mulai hadir di Indonesia pada bulan September 2017 dan dikenal oleh publik pada tahun 2018. Penggunaan TikTok meningkat secara signifikan selama pandemi COVID-19. Hal ini disebabkan oleh kebijakan pemerintah yang mendorong orang untuk tinggal di rumah dan mengurangi jumlah kasus COVID-19 pada saat itu. Dukungan yang kuat terhadap individu untuk mengakses internet juga turut berperan dalam peningkatan penggunaan TikTok. Belakangan ini, video yang populer di aplikasi TikTok adalah video yang berisi curahan emosi pengguna dengan iringan lagu dan kata-kata. Video ini dapat berisi pengalaman hidup pribadi, sindiran, atau masalah pribadi yang dimaksudkan untuk menyinggung perasaan orang lain. Salah satu contoh akun TikTok yang terkenal adalah akun @unusedaceve. Konten yang diunggah oleh akun tersebut sebagian besar berisi tentang pengalaman hidup pribadi dengan pengemasan yang menarik. Dengan berbagi pengalaman pribadi tersebut, tayangan kontennya dapat mencapai 9,5 juta penonton.

TikTok juga digunakan untuk menciptakan konten video menarik yang menyediakan berbagai jenis konten, termasuk yang lucu, dengan tampilan yang sangat menarik bagi masyarakat umum. Meskipun terlihat sederhana, aplikasi ini menggunakan konsep yang sangat populer. Indonesia sendiri merupakan negara dengan pengguna TikTok teraktif yang menempati peringkat kedua dari delapan negara di dunia [6].



Gambar 1. Delapan Negara Dengan Pengguna Aktif TikTok Terbesar di Dunia (2022)  
Sumber : We Are Social

Menurut laporan *We Are Social*, TikTok memiliki 1,4 miliar pengguna aktif bulanan (*monthly active users/MAU*) di atas usia 18 tahun per kuartal pertama 2022. Dibandingkan dengan 1,2 miliar pengguna kuartal sebelumnya, jumlah ini meningkat 15,34%. Berdasarkan negara, Amerika Serikat memiliki pengguna TikTok paling aktif di dunia. Pada April 2022, tercatat 136,4 juta orang. Jumlah pengguna aktif TikTok di Indonesia mencapai 99,1 juta, menempatkannya di posisi kedua. Pengguna TikTok Indonesia menghabiskan rata-rata 23,1 jam per bulan di aplikasi.

Kesuksesan pengembangan aplikasi TikTok diawali dengan perjalanan panjang. Dimulai sejak tahun 2017 aplikasi TikTok telah hadir di Indonesia, namun saat itu dianggap berdampak buruk terhadap sebagian besar orang karena aplikasi TikTok dinilai sebagai aplikasi yang negatif dan bodoh karena kontennya yang berbau pornografi dan asusila. Bahkan membuat Kementerian Komunikasi dan Informatika memblokir aplikasi TikTok. Namun keadaan ini berbanding terbalik dengan awal tahun 2020, ketika aplikasi ini menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak diminati, terutama di masa pandemi Covid-19 [7] Sempat diasumsikan bahwa penggunaan aplikasi TikTok hanyalah tren musiman. Namun kenyataannya, eksistensi TikTok masih tetap ada di jiwa masyarakat hingga sekarang.

Dalam memenuhi kebutuhannya, umumnya para pengguna media sosial TikTok memiliki motif yang berbeda-beda, beberapa hanya mengikuti tren, ingin menunjukkan sikap, kreativitas dan kemampuan tertentu, serta ingin memberikan informasi mengenai topik tertentu. Video TikTok juga dianggap lebih praktis daripada video YouTube karena durasinya yang lebih pendek. Video dengan jumlah penayangan, komentar netizen, dan berbagi yang tinggi memiliki peluang yang layak untuk menjadi viral atau disaksikan oleh banyak orang, akibatnya hal tersebut sering kali menjadi ukuran popularitas sebuah akun TikTok [8]. Akan tetapi penggunaan aplikasi TikTok yang berlebihan juga tidak baik karena dapat mengarah pada arah yang negatif bagi penggunaannya, seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh [9] menunjukkan bahwa tiktok berdampak negatif diantaranya ialah pemborosan waktu dan penurunan produktivitas kerja, jika tidak diatur dengan baik, penggunaan TikTok yang meluas dapat berdampak pada manajemen waktu setiap individu..

Banyak dari mereka yang terlalu berkonsentrasi untuk melihat dan memikirkan pembuatan konten FYP (For You Page) atau konten yang selalu muncul di TikTok, tanpa mempertimbangkan dan membuang-buang waktu. Akibatnya, pekerjaan menjadi tertunda dan orang lain terlupakan. Banyak anak muda yang menggunakan TikTok untuk eksis dan menunjukkan perbedaan status sosial, yang dapat menimbulkan kecemburuan sosial. Dalam aplikasi TikTok jika pengguna menerapkannya dengan benar akan menjadi nilai positif dan sumber kekayaan bagi mereka, adapun dampak positif dari penggunaan aplikasi TikTok antara lain banyaknya edukasi baru dan luas yang didapatkan, berkembangnya inovasi, pengetahuan, dan skill, selain itu juga dapat menambah relasi dan timbulnya semangat berkompetisi dan tampil didepan umum. Jika akun pengguna mendapat banyak perhatian dari pengguna lain dan menjadi inspirasi bagi masyarakat, itu akan menjadi salah satu sumber pendapatan mereka. Dengan membuat konten-konten seru sebagai influencer seperti artis, selebriti, dan lain-lain.

Penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa tidak dapat dilepaskan dari berbagai alasan yang mendorong para mahasiswa untuk menggunakan TikTok. Setiap orang pasti memiliki alasan untuk menggunakan TikTok. Meningkatnya jumlah penggemar TikTok di kalangan mahasiswa menimbulkan pertanyaan tentang faktor apa yang memotivasi pelajar untuk menggunakan TikTok dalam kehidupan sehari-hari.

Mahasiswa sebagai makhluk sosial yang selalu ingin tahu tentang perkembangan teknologi, sebagaimana penggunaan aplikasi TikTok telah menjadi sebuah fenomena di kalangan Mahasiswa Universitas Mulawarman khususnya pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Mulawarman. Melalui hasil observasi, penulis menemukan bahwa banyak mahasiswa yang menggunakan aplikasi TikTok. Hal ini terlihat dari banyaknya di lingkungan sekitar yang menggunakan aplikasi TikTok dan seringnya konten mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman yang masuk ke laman FYP (*For You Page*) TikTok dengan menggunakan hastag #unmul.

Prevalensi penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa cukup menarik untuk diketahui karena mahasiswa menempati posisi yang strategis di tengah-tengah kehidupan bermasyarakat. anak-anak yang menghabiskan sebagian besar waktunya di TikTok tidak diragukan lagi akan menghabiskan lebih sedikit waktu untuk hal-hal penting lainnya, tetapi jika TikTok digunakan untuk tujuan yang baik dan konstruktif, maka hal itu akan memberikan manfaat yang positif bagi mahasiswa tersebut.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menganalisis dan menyelidiki suatu fenomena dari sudut pandang subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya. Wawancara dengan informan, utamanya Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Mulawarman, digunakan penulis untuk memperoleh sumber data. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yang mana merupakan metode atau cara dalam menentukan sumber data, dengan melihat kriteria utama yang disampaikan oleh penulis berdasarkan tujuan penelitian [10]. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini akan dipaparkan hasil penelitian yang telah diperoleh oleh penulis melalui wawancara mendalam mengenai motif penggunaan aplikasi TikTok pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Mulawarman. Berdasarkan fokus penelitian yang sebelumnya sudah ditetapkan oleh penulis, motif penggunaan media sosial terdiri dalam 4 elemen, diantaranya yaitu Pengalihan (*diversion*), Hubungan Personal, Identitas Personal, Pengawasan (*surveillance*). Dalam pembahasan ini penulis juga mencoba untuk mendeskripsikan dan menganalisis dengan dukungan dari teori *Uses and Gratification* (UAG). Teori *Uses and Gratification* (UAG) yang dijelaskan oleh Herbert & Blummer, memiliki keterkaitan dengan motif penggunaan media sosial yang terjadi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Mulawarman, yang mana teori tersebut memfokuskan bahwa khalayak secara aktif memilih media mana yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

### Motif Penggunaan Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Angkatan 2019 Universitas Mulawarman

#### Motif pengalihan (*diversion*)

Motif penggunaan media yang pertama yaitu pengalihan (*diversion*). Seseorang dianggap memiliki motif pengalihan (*diversion*) jika menetapkan media sebagai pelarian dari rutinitas atau masalah sehari-hari, mereka yang sudah beraktifitas seharian membutuhkan media sebagai pengalih perhatian dan rutinitas, dimana media menjadi sebagai pengisi waktu luang dalam mencari hiburan dan dapat digunakan untuk menyalurkan emosi sehingga dapat memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis[11]. Sebagaimana diungkapkan Azizah Aghniya Zain mengenai motif pengalihan (*diversion*) dalam menggunakan aplikasi TikTok bahwa:

“Iya aku sering banget menggunakan TikTok ketika ada waktu luang, hampir setiap hari sih pasti buka, biasanya gunain TikTok dalam waktu sehari bisa 1 sampai 2 jam, kadang sampai ada pemberitahuan yang biasanya ada di TikTok, yang jangan lama-lama bermain TikTok. Selain itu, ga hanya waktu luang juga sih, jadi ketika aku butuh referensi, aku juga cari-cari nya di TikTok. Kalau untuk unggah konten di TikTok sih dalam seminggu aku bisa 2 sampai 3 kali karena ada kerjasama dengan brand di TikTok, kontenku sendiri kan emang konten menggambar, jadi selain karena hobi, aku juga memang nyari duit disitu.” (Wawancara, 4 April 2023).

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Hidayatul Muhtadin. Hidayatul mengatakan bahwa: “Iya, biasanya aku buka TikTok di waktu luang sih, awal-awal gunain TikTok sih intensitas penggunaannya cukup tinggi pas masa pandemi cuman sekarang udah mulai rendah, karena ada kerjaan offline, jadi dalam sehari paling durasi buka TikTok bisa 30-60 menit. Kalau untuk unggah konten sih sekarang agak jarang ya, karena udah mulai kerja, jadi kadang kalau lagi ada waktu luang atau pengen buat konten baru deh bikin, ya paling seminggu bisa 3 sampai 4 kali” (Wawancara, 7 April 2023). Nella Alexandria juga mengatakan hal serupa dalam wawancara sebagai berikut:

“Kalau untuk mengisi waktu luang, bisa dibilang gitusih tapi ga yang freetime sih tapi bisa jadi, karena aku punya banyak hobi ya contoh baca buku, olahraga, dan semacamnya, jadi kalau tiktok untuk mengisi waktu luang itu sekarang udah lumayan minim sih ga terlalu sering banget, tapi pasti ada, kalau aku mager mageran otomatis males ngelakuin hobi, jadi disitu aku luangin waktu aku buat buka tiktok. Karena di TikTok sendiri lumayan bantu naikin mood, kadang biasanya kan kalau orang lagi sedih pas buka tiktok biasanya fyp nya sedih-sedih juga, kalau aku kebalikannya, nah tapi aku nyari yang bisa naikin mood, aku cari sisi positif dari tiktok karena kalau nyari yang sesuai mood kita yang lagi sedih itu bisa bikin tambah sedih lagi, jadi kayak tadi, di tiktok itu luas kan pencariannya mau nyari konten apa aja itu ada di tiktok jadi aku gunainnya seperti itu. Kalau untuk unggah konten sekarang sih gak nentu ya, sesuai mood aja, kalau lagi mood pengen bikin video itu bisa setiap hari sih, tapi kalau emang lagi males itu bisa yang seminggu paling cuman sekali.” (Wawancara, 1 April 2023).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dapat dilihat bahwa motif pengalihan (*diversion*), TikTok menjadi aplikasi yang digunakan sebagai pengisi waktu luang dalam mencari hiburan, tidak hanya sebagai media di waktu luang, penggunaan TikTok ini cukup efektif dalam memperbaiki mood dan sebagai pelarian dari rutinitas pekerjaan atau masalah sehari-hari. Sebagaimana diungkapkan oleh Hidayatul Muhtadin:

“Menurutku sih efektif untuk mengisi waktu luang, kalau misal lagi cape kerja, terus buka TikTok nemu video-video lucu itu lumayan mengurangi kepenatan kerja, selain itu karena kerjaan ku kan juga sebagai sosial media spesialis jadi kadang tuh nemu aja referensi baru yang lagi rame di TikTok, jadi ya cukup nyaman dan efektif si untuk pakai aplikasi TikTok buat isi waktu luang.” (Wawancara, 7 April 2023).

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Azizah Aghniya Zain. Azizah mengatakan bahwa: “Menurut aku TikTok efektif banget sih ngebantu baikin mood aku, karena kan ada aja tuh di *For Your Page* (fyp) yang lucu-lucu, jadi bisa bikin ketawa, naikin mood aku lagi gitu.” (Wawancara, 4 April 2023).

Berbeda dengan informan lainnya, informan bernama Nella Alexandria merasa bahwa penggunaan aplikasi TikTok kurang efektif dalam mengisi waktu luang, karena dapat menimbulkan efek stress bagi penggunaannya, berikut penjelasannya:

“Kurang efektif deh buat aku kalau mengisi waktu luang, karena kadang bisa menimbulkan stress juga, karena di depan handphone doang, tapi ini tergantung juga sih karena aku orang yang lumayan produktif jadi kalau scrolling yang berlebihan itu bisa buat aku stress.” (Wawancara, 1 April 2023).

Menurut hasil wawancara, tingkat emosional yang didapatkan di TikTok cukup dicapai dengan mengunggah barang sesuai dengan kondisi hati, atau mencari informasi sesuai dengan kondisi hati. Selain itu, TikTok menjadi salah satu aplikasi pilihan untuk menghabiskan waktu luang disela kesibukan dan kepenatan kerja.

### Motif Hubungan Personal

Motif penggunaan media yang kedua yaitu hubungan personal, yaitu ketika seseorang menggunakan media sebagai pengganti teman, maksudnya ialah ketika seseorang menggunakan media untuk berinteraksi sosial seperti memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain dan empati sosial, memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi keluarga, teman, dan masyarakat serta memungkinkan seseorang memperoleh teman baru [11]. Selain itu, penggunaan media juga dapat digunakan untuk memperoleh pengetahuan tentang keadaan dalam lingkungan masyarakat.

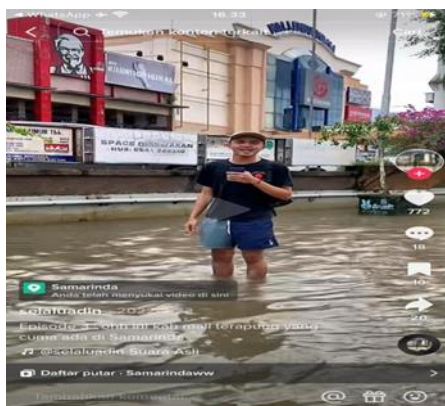
Sebagaimana diungkapkan Azizah Aghniya Zain mengenai motif Hubungan Personal dalam menggunakan aplikasi TikTok:

“Jadi dari TikTok aku nemu banyak teman-teman online, malah orang-orang di real life baru tau kalau aku aktif di TikTok, jadi kalau mereka ketemu di fyp baru deh mereka follow, selain itu TikTok juga ngebantu aku banget untuk tau hal-hal yang terjadi di masyarakat, aku jadi tau ternyata disana tuh ada begini ya, atau yang lagi viral-viral biasanya di TikTok duluan tuh, jadinya aku tau, terus tuh juga kadang kalau ada yang viral aku filterisasi dulu, yang bagus nya gimana, kalau misalnya ini cocok untuk konten aku, aku masukin gitu, aku kombinasikan sama konten menggambar aku, contoh nya waktu rame-rame nya tentang squid game, nah disitu aku buat konten terkait squid game, disitu aku ngegambar dalgona candy.” (Wawancara, 04 April 2023).



Gambar 2. Konten TikTok @azizahaghiya  
Sumber : TikTok

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Hidayatul Muhtadin. Hidayatul mengatakan bahwa: “Ya cukup ngebantu sih untuk mengetahui keadaan lingkungan sekitar, karena biasanya yang lagi viral-viral rame tuh di tiktok, di For Your Page (fyp) tuh sering banget keulang-ulang, selain itu juga aku lumayan banyak nemu teman-teman baru di TikTok, karena aku sendiri kan biasanya ngebuat konten yang relate sama anak-anak samarinda , kayak misalnya masalah banjir atau yang lagi trend di samarinda, biasa nya juga ngadaptasi yang lagi ramai diluar terus dimasukkan atau direleatekan ke samarinda, kayak apa yang lagi rame di Jakarta terus diikuti pake konsep apa gitu yang cocok di samarinda.” (Wawancara, 07 April 2023).



Gambar 3. Konten TikTok @selaluadin  
Sumber : TikTok

Nella Alexandria juga mengatakan hal serupa dalam wawancara sebagai berikut:

“Lumayan ngebantu sih untuk mengetahui lingkungan sekitar, tapi biasanya yang rame di *For Your Page* (fyp) aja sih yang lagi viral atau tren aja, karena aku orang nya kurang suka nyari-nyari gosip atau drama gitu, jadi biasa kalau ada sesuatu yang tren contoh nya kayak lagi waktu covid dulu, itukan banyak info maupun edukasi, jadi menurut aku itu lumayan sih. Kalau untuk mencari teman baru, aku engga terlalu sih, karena aku ga yang terlalu aktif banget di TikTok tapi konten-konten yang aku buat di TikTok kan aku up juga di Instagram jadi paling biasanya dari temen-temen aku sih banyak yang kasih support dan pujian.” (Wawancara, 01 April 2023).

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa motif Hubungan Personal, TikTok menjadi aplikasi yang digunakan untuk memperoleh pengetahuan tentang keadaan dalam lingkungan masyarakat serta memungkinkan seseorang memperoleh teman baru. Selain itu, penggunaan TikTok juga dapat membantu untuk memudahkan seseorang untuk berinteraksi sosial, memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi keluarga, teman, dan masyarakat luas. Sebagaimana diungkapkan oleh Hidayatul Muhtadin:

“Bentuk interaksi yang biasanya dilakukan sih balas-balas komen, terus tuh konten yang rame gitu kan biasanya banyak yang komen lucu-lucu nah itu biasa nya ku react pakai video juga biar nambah lagi engagement nya, selain itu aku juga pernah live sih di TikTok, itu ya paling sih aku interaksi nya nge jokes receh, ngobrol-ngobrol, jawabin pertanyaan dari audiens.” (Wawancara, 07 April 2023).

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Nella Alexandria. Nella mengatakan bahwa:

“Biasanya sih lebih interaksi yang kayak ngasih like gitu sih pasti, jadi kalau aku suka sama konten tersebut pasti aku like, apalagi aku suka cari konten tentang olahraga jadi kalau ada konten yang bisa bantu aku itu pasti aku like atau save, kalau untuk duet atau komen gitu jarang sih. Sama kadang juga lebih interaksi ke sesama teman di tiktok sih kayak share-share video gitu, kalau dari konten yang aku upload sih ga jarang juga aku terima banyak support dan pujian dari followers maupun temen-temen.” (Wawancara, 01 April 2023).

Azizah Aghniya Zain juga mengatakan hal serupa dalam wawancara sebagai berikut:

“Iya sering berinteraksi sih di TikTok, kayak bertukar video melalui grup di tiktok, ngebagiin video-video lucu sama temen-temen, interaksi juga kalau misalnya audiens komen di video TikTok aku, biasanya aku balasin. Jadi kalau ada yang komen aku balasin pakai komen aja, tapi kadang ada yang komennya minta digambarin sesuatu dan terus aku ngerasa oke juga nih buat digambar, nanti aku balas pakai video baru, jadi masuk di konten baru aku. Aku juga pernah nyoba live di TikTok sih, kalau live TikTok tuh biasanya memang aku lagi nyeritain nih tentang gambar yang aku buat, kadang-kadang ada request yang minta dibuatin gambar ini, ya kadang aku buatin kalau misal emang yang simple gitu ajasih, tapi tetap lanjut ke fokus awalku, aku gambar yang aku ceritain dari awal. Kalau untuk responnya sih Alhamdulillah banyak yang support dan suka sama gambaran aku.” (Wawancara, 04 April 2023).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat dilihat TikTok dapat membantu mempermudah pengguna nya untuk berinteraksi dengan teman dan masyarakat luas melalui fitur-fitur yang disediakan oleh TikTok. Selain itu respon dari pengguna TikTok lainnya sedikitnya menumbuhkan dorongan bagi pengguna TikTok untuk semakin terpacu membuat konten yang lebih menarik lagi. Kesenangan atas support dan sanjungan yang didapatkan dari followers maupun teman-teman sekitar dijadikan sebagai bagian dari bentuk penghargaan pada diri sendiri.

### Motif Identitas Personal

Motif penggunaan media yang ketiga yaitu identitas personal, seseorang dianggap memiliki motif identitas personal jika menggunakan media sebagai wadah untuk memperkuat nilai-nilai individu seperti menemukan penunjang nilai-nilai individu, mengidentifikasi diri, meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri serta untuk membangun personal branding dirinya di media sosial. Sebagaimana diungkapkan Azizah Aghniya Zain mengenai motif Identitas Personal dalam menggunakan aplikasi TikTok:

“Iya, aku sering gunain TikTok untuk membangun personal branding aku, jadi emang TikTok ini menurut aku bantu ngebangun banget personal branding, malah tiktok aku tuh bisa jadi portofolio aku.” (Wawancara, 04 April 2023).

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Hidayatul Muhtadin. Hidayatul mengatakan bahwa: “Iya aku sering banget sih gunain TikTok buat ngebangun personal branding, TikTok cukup ngebantu sih untuk personal branding, karena tiktok sekarang kan cukup punya power ya apalagi di lingkungan sosial media spesialis tuh TikTok tu cukup punya power jadi aku ngerasa aku berhasil nih buat ngelola akun pribadi ku apalagi entar akun lain yang aku bantu untuk kelola, jadi cukup ngebantu untuk membangun personal branding.” (Wawancara, 07 April 2023).

Berbeda dengan informan lainnya, informan bernama Nella Alexandria menggunakan Aplikasi TikTok tidak berfokus kepada membangun personal branding, ia merasa bahwa penggunaan aplikasi TikTok tidak membentuk personal branding yang ia inginkan, berikut penjelasannya:

“Kalau untuk bangun branding sih gak terlalu fokus kesitu, tapi secara ga langsung itu bisa ngebangun branding juga sih walaupun ga sesuai branding yang aku mau, jadi kayak contoh di ig aku harus yang lebih positif tapi di tiktok karena jangkauan audiens nya luas dan ga mesti harus ada spesifik yang pengen aku sebari atau target sasaran ku sendiri jadi aku lebih bebas aja, jadi untuk branding tadi secara umum aja sih jadi sesuai konten yang di upload, karena aku gak ngasih jejak digital lewat komen-komen, itu kan juga bisa menyebabkan personal branding juga ya dari gimana kita komen, karena aku gak kesitu jadi lebih ke pembuatan konten aja untuk support ke branding nya tadi.” (Wawancara, 01 April 2023).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat dilihat aplikasi TikTok dapat digunakan untuk membantu menmbangun personal branding bagi para penggunanya. TikTok dikatakan dapat membantu penggunanya dalam menampilkan identitas mereka, bagaimana mereka, kepribadian mereka, apa yang mereka sukai, minat mereka, dan hal-hal terbaik yang mereka kirimkan. Pengguna TikTok menjadikan unggahan sebagai bagian pribadi yang mencerminkan diri mereka sendiri, sehingga apa yang ingin mereka tampilkan semuanya terkonspek pada kepribadian pemiliknya, meskipun fakta dari hal-hal yang mereka unggah tidak diketahui.

### **Motif Pengawasan (*surveillance*)**

Alasan keempat untuk menggunakan media adalah pengawasan, yang terjadi ketika seseorang menggunakan media untuk mencari pengetahuan yang dapat digunakan untuk belajar atau memproses dirinya sendiri. Informasi yang dimaksud adalah tentang peristiwa dan keadaan terkini di lingkungan, masyarakat, dan dunia, serta mencari bantuan untuk berbagai masalah praktis, opini, dan topik yang relevan untuk membuat keputusan, dan memuaskan keingintahuan dan minat umum. Sebagaimana diungkapkan Azizah Aghniya Zain mengenai motif pengawasan dalam menggunakan aplikasi TikTok:

“Iya jadi aku sering banget gunain TikTok ini untuk mencari suatu informasi, kayak cari referensi atau kayak sekarang kan lagi ngerjain skripsi nih, jadi aku bisa cari konten creator yang ngebahas hal tentang itu, karena sekarang banyak dan gampang kan kalau mau cari informasi di TikTok gitu.” (Wawancara, 04 April 2023).

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Hidayatul Muhtadin. Hidayatul mengatakan bahwa:

“Cukup sering mencari informasi melalui tiktok, karena ngerasa lebih nyaman cari di tiktok karena kalau kita cari dari keyword nya tuh bisa langsung otomatis paham gitu, gak harus yang detail banget, dia udah bisa baca keyword kita meskipun agak-agak gantung, bisa dibilang jadi pilihan prioritas aku juga sih untuk mencari infomasi. Informasi yang biasanya aku cari sih lebih ke referensi yang lagi rame di media sosial, terus konten-konten apa yang bisa digunain buat kebutuhan kerjaan ku juga.” (Wawancara, 07 April 2023).

Nella Alexandria juga mengatakan hal serupa dalam wawancara sebagai berikut:

“Menurut aku iya banget, misal mau cari referensi, tips and trik, atau informasi apa aja itu pasti ada, contohnya aku suka olahraga nge-gym nih, jadi kalau misal aku nemu gerakan yang aku suka, pasti bakalan aku save untuk aku praktekkn ntar, yang aku seneng juga, yang dikemas dari konten yang aku cari itu rata-rata dari berbagai macam orang, dan biasa orang yang mager buat blog kalau

kita cari di google kan lebih terbatas maksudnya karena lumayan rumit juga kan prosedurnya nya untuk ke blog atau semacamnya untuk nyari informasi tapi kalau di tiktok orang lebih bebas kan ya mau upload konten, jadi menurut aku sangat efektif sih untuk nyari informasi cuman di sesuaikan lagi selanjutnya kalau informasi itu valid ata engga, tapi sejauh ini sangat ngebantu aku banget sih.” (Wawancara, 01 April 2023).

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa motif pengawasan (*surveillance*), TikTok menjadi aplikasi yang digunakan sebagai sumber informasi bagi penggunanya. Dimana informasi yang disajikan di TikTok dapat dengan mudah dicari maupun diakses, dan juga penyampaian informasi dari TikTok dinilai lebih simple, praktis dan lebih menarik dibanding media sosial lainnya. Akan tetapi kemudahan dalam mencari informasi dan berita di TikTok, tidak serta merta dapat langsung di percaya, karena tidak sedikit informasi yang ada di TikTok merupakan hoax. Sebagaimana diungkapkan oleh Azizah Aghniya Zain:

“Iya, jadi belum tentu semua informasi yang disajikan di tiktok itu valid ya, jadi biasanya kalau aku cara filterisasinya liat dari videonya sih, kalau videonya blur gajelas, wah ini bisa jadi video nya udah diterusin berapa kali gitu terus diubah-ubah jadinya bisa hoax, juga kadang biasanya kalau yang hoax gitu video nya udah ngeblur terus tuh sumber nya juga gajelas.” (Wawancara, 04 April 2023).

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Hidayatul Muhtadin. Hidayatul mengatakan bahwa:

“Cara filterisasi nya kalau aku sih biasanya lihat dari konten kreator nya, misal kita lihat dari satu konten kreator yang ngebahas masalah A tapi yang aku trusted nya ke yang B, jadi aku lihat dulu kalau misal dia ngebahas yang sama pembahasannya aku bisa katakan itu valid sih.” (Wawancara, 07 April 2023).

Selain pemenuhan kebutuhan informasi atau berita yang terkini, pemenuhan kebutuhan yang terkait dengan minat atau hobi seperti tips-tips yang disajikan secara menarik oleh konten kreator dapat mencuri perhatian pengguna TikTok. Serta dapat menambah pengetahuan kepada pengguna TikTok.

Dari semua informan, semua menjawab ketika mereka mendapatkan informasi atau berita melalui TikTok, mereka tidak akan menelan secara mentah-mentah atas informasi yang mereka dapatkan, akan tetapi mereka akan memfilterisasi terlebih dahulu atas kebenaran berita tersebut. Berbeda dengan informasi terkait tips-tips atau tutorial mereka cenderung langsung mempraktekkan apa yang di tontonnya, contohnya tutorial gerakan olahraga.

## Pembahasan

Tujuan dalam penelitian ini ialah untuk menganalisis, mendeskripsikan, dan mengetahui bagaimana motif penggunaan aplikasi TikTok pada mahasiswa Ilmu komunikasi Angkatan 2019 Universitas Mulawarman. Hal tersebut akan dijelaskan lebih mendalam berdasarkan indikator-indikator terciptanya sebuah motif dari penggunaan media sosial yaitu pengalihan, hubungan personal, identitas personal, dan pengawasan. Sedangkan untuk data-data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara yang telah dilakukan penulis terhadap tiga informan yang merupakan mahasiswa Ilmu komunikasi Angkatan 2019 Universitas Mulawarman yang aktif dalam menggunakan aplikasi TikTok. Motif adalah sekumpulan kepentingan seseorang; akibatnya, orang memanfaatkan media sosial untuk memenuhi kepentingan dan kebutuhan mereka. Konsumsi media akan terus berlanjut selama media tersebut dapat memenuhi kebutuhan individu [12]. Akibatnya, pilihan media audiens disesuaikan dengan kebutuhan dan motivasi mereka. Motifnya sangat banyak dan beragam. Salah satunya diungkapkan oleh [12], yang membagi kesenangan khalayak ke dalam empat alasan kebutuhan menggunakan media sosial, yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengalihan (*diversion*)
- 2) Hubungan personal
- 3) Identitas personal
- 4) Pengawasan (*surveillance*)

### Motif Pengalihan (*diversion*)

Motif pengalihan atau *diversion* adalah orang-orang menggunakan media untuk melarikan diri dari rutinitas dan masalah, serta untuk mengurangi tekanan emosional. Mereka yang telah bekerja untuk waktu yang lama bergantung pada media untuk mendapatkan inspirasi dan keteraturan [13].

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat dilihat TikTok sebagai salah satu media yang memiliki fungsi hiburan, dimana konten-konten yang disajikan oleh TikTok dikemas secara menarik untuk menarik pengguna TikTok lainnya. Ketika seseorang berada pada titik jenuh tertentu, ia akan cenderung mencari pengalihan. Pengalihan yang dimaksud disini dapat dimaknai sebagai tindakan menghindari sejenak dari suatu kegiatan atau tindakan mengisi waktu luang di sela-sela kepenatan. Para informan memberi respon yang mengarah pada fakta bahwa penggunaan aplikasi TikTok dapat dijadikan sebagai salahsatu media yang tepat digunakan untuk melepas lelah atau mengistirahatkan pikiran sejenak.

Menurut teori *Uses and Gratification* dari Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, fokus utama dari teori ini adalah konsumsi media [13]. Blumler dan Katz selanjutnya mengatakan bahwa orang yang menggunakan media adalah partisipan aktif dalam proses komunikasi. Orang yang menggunakan media mencari konten media terbaik untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut teori ini, konsumen media memiliki kemampuan untuk memahami mengapa mereka menggunakan media dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi mereka, di mana media digunakan dalam kaitannya dengan target dan tujuan yang ingin mereka capai, dan bagaimana media digunakan dalam kaitannya dengan motivasi, tujuan, dan kebutuhan pribadi lainnya.

Hal ini sesuai dengan para informan yang secara sadar memilih aplikasi TikTok sebagai media yang digunakan untuk mencari hiburan dan menyalurkan emosi. Di mana informan bebas memilih media dan informasi terbaik untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini terbukti ketika informan bebas untuk membuat atau melihat konten apa pun yang mereka inginkan untuk meningkatkan suasana hati mereka.

Salah satu asumsi dari teori *Uses and Gratification* menekankan bahwa media bukanlah satu-satunya sarana yang dapat digunakan untuk memenuhi keinginan audiens. Di mana media bersaing dengan bentuk komunikasi lainnya dalam hal variasi, kegunaan, dan fokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan [13]. Dimana khalayak dapat memuaskan kebutuhannya tanpa media, seperti yang dirasakan oleh salahsatu informan yang mengatakan bahwa penggunaan TikTok yang berlebihan dapat memicu stress, sehingga ia lebih menyukai kegiatan yang dilakukan secara langsung tanpa media seperti olahraga dan sebagainya, dan menggunakan TikTok hanya di waktu luang saja. Hampir sama dengan para informan lainnya, mereka mengatakan menggunakan aplikasi TikTok di waktu luang untuk mencari hiburan dan melepas kepenatan kerja. Selain itu berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan juga terlihat bahwa aplikasi TikTok dapat menjadi sebuah sumber penghasilan bagi para informan, dimana mereka mendapat kepercayaan dari *brand* maupun *online shop* untuk mempromosikan produk mereka atau biasanya disebut *endorse* kepada informan karena memiliki *insight* yang cukup tinggi. *Insight* sendiri ialah salahsatu fitur yang tersedia di TikTok yaitu alat analisis asli yang menyediakan data tentang demografi dan pengikut (*followers*), karena itu para informan berusaha untuk tetap konsisten dalam menjalani dan memberikan konten-konten terbaik agar kepercayaan itu tetap terjaga. Alhasil, semakin marak dan terkenalnya sebuah akun TikTok, maka semakin banyak pula manfaat yang dapat diberikan kepada pengguna TikTok, sehingga hal ini menjadikan salahsatu dampak dari informan mengeksistensikan dirinya. Sehingga hal ini berkaitan dengan motif pengalihan McQuail, dimana alasan menggunakan media TikTok untuk tujuan yang berkaitan dengan kesenangan dan pengalaman yang menyenangkan, dan juga kebutuhan ini dibarengi dengan kebutuhan untuk melarikan diri, menyalurkan emosi, dan kebutuhan untuk mencari hiburan atau pengalihan. Dimana fungsi TikTok dalam memberikan pengalaman baru yang membuat pengguna semakin tertarik untuk menggunakan TikTok juga berkaitan dengan fitur-fitur TikTok yang muncul untuk memberikan ruang bagi pengguna untuk membuat dan berbagi konten. Kemampuan TikTok yang kuat memungkinkan pengguna untuk menghasilkan konten yang meningkatkan pengalaman menggunakan TikTok di atas platform media sosial lainnya.

### **Motif Hubungan Personal**

Kemudian motif berikutnya ialah hubungan personal yaitu ketika seseorang menggunakan media sebagai pengganti teman, maksudnya ialah ketika seseorang menggunakan media untuk berinteraksi sosial seperti memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain dan empati sosial, memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi keluarga, teman, dan masyarakat serta memungkinkan seseorang memperoleh teman baru [13].

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat dilihat TikTok dapat membantu para informan untuk mengetahui tentang keadaan sekitar mengenai gambaran ataupun informasi yang sedang terjadi pada saat ini yang biasanya sedang populer di kalangan masyarakat, atau sesuatu yang sedang banyak dibicarakan oleh banyak orang saat ini dan kejadiannya berdasarkan fakta. Sehingga tidak jarang mereka mengikuti atau mengadopsi tren-tren yang viral kedalam konten yang mereka buat. Dalam hal ini yang merupakan dampak dari TikTok pada sarana mengikuti *trend update* yaitu dimana para pengguna media sosial menjadikan TikTok sebagai salahsatu sarana salahsatu sarana untuk mengikuti segala hal yang sedang dibicarakan atau sedang terjadi dan menjadi *trending* pada aplikasi TikTok. Berdasarkan hasil wawancara, para informan memanfaatkan TikTok tidak hanya sebagai penonton tetapi juga sebagai partisipan dalam berbagi berbagai informasi. Tidak hanya informasi mengenai citra diri mereka, tetapi juga informasi mengenai lingkungan dan pengalaman mereka. Hal ini juga memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri mereka melalui konten yang mereka bagikan kepada orang lain.

Kekayaan fitur TikTok yang berlimpah telah mendorong para penggunanya untuk secara aktif dan kreatif saling mempengaruhi satu sama lain, dengan setiap pengguna akar didorong untuk terus meningkatkan tampilan konten TikTok sekaligus mempengaruhi pengguna lainnya. TikTok harus diakui sebagai alat media sosial yang berhasil menciptakan tren sekaligus mendorong ketergantungan pada penggunanya, terbukti dengan banyaknya hal-hal viral yang berasal dari TikTok. Konten TikTok yang kaya juga membuatnya menjadi sumber yang lebih terpercaya untuk berbagi pengalaman, membuatnya menjadi aplikasi media sosial yang lebih terpercaya dan menarik. TikTok juga memungkinkan pengguna untuk berbagi dan berinteraksi satu sama lain, sehingga tidak jarang juga bahwa Instagram menghasilkan bentuk pertalian pertemanan baru yang semakin memperkaya pengalaman penggunanya. Hal ini didukung dengan jawaban para informan yang mengatakan bahwa mereka dapat menjalin interaksi yang lebih luas dan mendapatkan teman-teman baru melalui aplikasi TikTok.

Materi TikTok dianggap dapat memberikan kontribusi satu sama lain agar para penggunanya dapat saling mempengaruhi, di mana setiap pengguna dapat memberikan pengalaman sekaligus mengadopsi pengalaman orang lain. TikTok juga memiliki alat berbagi yang memungkinkan pengguna untuk berbagi pengalaman dengan orang lain, yang bisa berupa apa saja. Hal ini terlihat ketika informan sering berinteraksi bersama teman-temannya dengan membagikan konten-konten lucu dan menarik satu sama lain. Hal ini sesuai dengan konsep hubungan personal menurut McQuail terkait kebutuhan sosial, yakni adanya penenguhan kontak dengan keluarga maupun teman untuk berafisiliasi. Di dalam media sosial TikTok mereka tidak selalu menunjukkan diri mereka semata. Adanya afiliasi mereka dengan teman-teman yang tidak lain adalah keperluan untuk menunjukkan diri kepada khalayak dan lingkungan sekitar mereka. Tidak hanya dengan teman saja, para informan pun juga melakukan bentuk interaksi lainnya kepada pengikut (*followers*) mereka dengan menggunakan fitur-fitur yang ada di aplikasi TikTok. Berdasarkan Teori *Uses and Gratification* dan motif hubungan personal menurut McQuail terlihat dari inisiatif para informan yang memilih menggunakan TikTok sebagai media untuk mengikuti keadaan lingkungan yang sedang trending dan mengadopsinya kedalam konten yang akan mereka buat dan sebagai media untuk berinteraksi, dimana hal ini terlihat ketika para informan sering mengirim pesan kepada teman-temannya dan bahkan tak jarang mereka juga melakukan interaksi kepada pengikut (*followers*) mereka melalui fitur yang disediakan oleh TikTok seperti memberikan like, membalas komen, menstitch video orang lain, dan bahkan berinteraksi melalui siaran langsung (*live*) Tiktok.

TikTok memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri mereka dengan konten seperti video, komentar, caption, atau cerita pendek yang akan hilang setelah 24 jam. Reaksi dari pengguna

lain mendorong informan untuk lebih terlibat dalam pembuatan konten. Rasa senang menerima respon berupa like, komentar, atau bentuk respon lainnya dari teman atau pihak lain pada konten TikTok merupakan salah satu contoh konkret dari upaya menerima respon, rasa senang dari respon pengguna lain terhadap konten TikTok yang diunggah mendorong pengguna TikTok untuk semakin tekun bahkan mengkonsep konten yang diunggah dengan lebih terencana. Pengguna TikTok tidak bisa lepas dari alasan mencari perhatian yang berlebihan karena respon orang lain menjadi salah satu tujuan utama yang diharapkan. Bukan hal yang aneh jika pengguna TikTok didorong untuk lebih aktif dan tampil dengan kesan tertentu untuk mendapatkan reaksi. Respon pengguna TikTok yang paling umum terhadap konten yang diposting adalah dalam bentuk view, like, dan komentar. Nilai *like* tampaknya dianggap penting dalam menunjukkan seberapa besar respon orang terhadap pemilik akun TikTok dan menjadikannya sebagai tolak ukur performa dan keindahan akun TikTok seseorang. Hal tersebut juga kemudian dipertegas dengan banyaknya juga jumlah *like* dan *followers* (pengikut) para informan yang kemudian menjadi tolak ukur lanjutan dari kemenarikan akun TikTok mereka dan bahkan mendorong pengguna TikTok lainnya untuk berlomba memperbanyak *followers*, *like* dan komentar menjadi pesan kuat dari respon yang didapatkan pengguna TikTok.

Pengguna TikTok memposting *views*, *likes*, dan reaksi positif sebagai gambaran respon yang diharapkan dari mereka yang melihat konten yang diunggah, namun pada kenyataannya, respon tersebut tidak sepenuhnya positif karena pengguna TikTok selalu dapat memposting komentar yang tidak menguntungkan. Meskipun sekarang ini menimbulkan reaksi negatif dalam upaya untuk meningkatkan lalu lintas TikTok, yang berpotensi meningkatkan popularitas. Seperti yang dirasakan salahsatu informan, dimana ia mengaku dirinya pernah mendapatkan *bate speech* pada konten yang pernah ia buat. Terlihat konten yang mendapatkan banyak komentar negatif tersebut banyak mendapatkan jumlah tayangan dan komentar pada kontennya tersebut. Dimana dari hasil wawancara yang didapatkan menunjukkan bahwa para informan merasa senang apabila seseorang memberikan respon positif seperti dukungan dan pujian terhadap dirinya, namun juga merasa kurang senang apabila seseorang memberikan komentar negatif terhadap dirinya.

Berdasarkan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kesenangan menerima respon yang baik dianggap dapat memberikan kemampuan yang lebih besar bagi pengguna TikTok untuk lebih terbuka pada kehidupannya, oleh karena itu tidak dapat dipungkiri bahwa produksi konten terus berlanjut karena kesenangan yang diberikan.

### Motif Identitas Personal

Motif berikutnya ialah identitas personal yaitu kebutuhan untuk penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu. TikTok dapat digunakan sebagai salahsatu wadah bagi penggunaannya untuk menunjukkan citra diri mereka. Pencitraan diri lebih terkait kepada kegiatan yang dilakukan untuk membentuk citra seseorang sesuai keinginan atau harapan publik guna mendapat simpati. Citra diri sebagai gambaran seseorang terhadap diri sendiri, terkait dengan bagaimana cara seseorang memandang dirinya dan bagaimana berpikir tentang penilaian orang terhadap dirinya. Citra diri meliputi perangkat penampilan, pola pikir, emosi dan kepribadian secara keseluruhan [7]

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, para informan menjadikan TikTok sebagai salahsatu sarana yang digunakan untuk menunjukkan diri, dengan berbagai citra yang ingin diperlihatkan pada pengguna TikTok lainnya. Dimana para informan menyatakan bahwa TikTok dapat membuat orang lain lebih mengetahui identitas personal seseorang sebenarnya seperti apa, hal ini terlihat melalui akun TikTok para informan yang menunjukkan sosok mereka dan kepribadian yang mereka miliki. Mereka tidak perlu bersusah payah untuk berkenalan dll, orang lain yang melihat akun TikTok mereka dapat menyimpulkan sendiri kepribadiannya melalui konten-konten yang di upload. Mulai dari hobi, pakaian yang dikenakan, tempat yang sering di kunjungi, aktivitas rutin yang dijalani, bahkan beberapa dari informan juga menunjukkan perasaan yang mereka alami melalui konten-konten yang diunggah. Dimana hal tersebut dapat terlihat dari hasil konten postingannya. Tidak bisa dipungkiri seseorang mengunggah berbagai konten pada postingan pada akunnya bertujuan agar dilihat dan diketahui oleh publik tentang keadaan dirinya dan bagaimana dirinya.

Selain itu, berdasarkan observasi yang dilakukan terlihat setiap informan memiliki keunikan tertentu pada setiap unggahannya, tentu hal ini dapat membuat mereka menjadi semakin menarik bagi orang lain, dan tentunya akan semakin *famous* (terkenal) di dunia maya, dimana tidak bisa dipungkiri pula TikTok juga menjadi salahsatu ajang unjuk diri untuk membuat seseorang semakin dikenal akan keberadaannya.

Dari berbagai respon dari infoman dapat disimpulkan bahwa aplikasi TikTok difungsikan untuk menunjukkan dirinya, dengan cara masing-masing, sesuai dengan apa yang ingin mereka perlihatkan kepada publik. Pencitraan diri yang mereka tampilkan pada TikTok memiliki *feedback* pula atas tindakan mereka dimana mereka dapat lebih dikenal sehingga memiliki jumlah pengikut (*followers*) yang banyak pada akunnya. Selain itu, hal ini pula dapat membantu mempromosikan diri mereka dengan menunjukkan bakat-bakat yang mereka punya, dan tentunya hal tersebut memiliki nilai plus tersendiri dimana keberadaan dan bakat mereka di akui dan ada. Berdasarkan Teori *Uses and Gratification* dan motif hubungan personal menurut McQuail terlihat dari inisiatif para informan yang memilih menggunakan TikTok sebagai media untuk memenuhi kebutuhan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu, atau untuk menunjukkan citra diri mereka. Dimana *personal branding* yang kuat akan membangun *brand personality* yang kuat di benak masyarakat. Dalam penggunaan aplikasi TikTok terlihat para informan memanfaatkan media untuk membangun citra diri melalui postingannya dalam akun TikTok, sehingga dapat langsung dilihat oleh followersnya dan dapat menjadi penilaian bagi orang yang menyaksikan tayangan kontennya tersebut. Para informan juga memiliki personal branding yang kuat, terbukti dengan banyaknya jumlah pengikut, like, komen, dan share pada setiap unggahannya, sehingga mereka dipercaya untuk mengambil tawaran *endorsement* dari beberapa produk online yang ingin bekerja sama.

### Motif Pengawasan (*surveillance*)

Motif berikutnya ialah motif pengawasan (*surveillance*) yaitu motif individu untuk mencari informasi, hal ini terlihat dari upayanya mencari informasi didorong oleh kebutuhan terhadap informasi yang dapat digunakannya untuk belajar atau memproses diri, selain itu untuk memperoleh kejelasan tentang sesuatu hal. Informasi itulah yang memberi kejelasan tentang sesuatu yang digunakan untuk mengurangi keragu-raguannya terhadap lingkup sosial atau lingkungan pergaulannya [13]

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, para informan menyatakan bahwa TikTok dapat menjadi tempat untuk mencari dan berbagi informasi. Secara tidak sadar hal ini menjadi kebutuhan akan informasi lingkungan sekitar dan eksplorasi realitas yang dapat disalurkan dari bermain TikTok. Hal ini juga menjadi dorongan bagi para informan untuk mencari informasi yang mudah ditemukan melalui TikTok. Seperti berita-berita yang viral, suatu peristiwa yang terjadi di berbagai daerah, bahkan *trend* yang sedang ramai dapat dengan mudah viral melalui TikTok. Informasi-informasi yang ada dalam TikTok bukan hanya bersifat berita saja tetapi berbagai hal yang diunggah oleh pengguna TikTok lainnya juga menjadi sumber informasi yang dinilai menarik dalam TikTok. TikTok banyak menyediakan informasi terkait dengan cara seseorang merepresentasikan dirinya melalui postingan yang disajikan dalam unggahan akunnya. Dimana informasi yang didapat para informan dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang dapat dibagikan kepada teman-temannya yang dikirim melalui DM (*direct messages*). Pemenuhan kebutuhan informasi dalam TikTok juga terlihat berkaitan dengan minat para informan pada hal-hal yang dianggap memenuhi hobi atau minatnya seperti olahraga, menggambar, dll. Dimana informasi yang disediakan oleh TikTok dinilai menarik karena dikemas dalam foto atau video yang telah melalui serangkaian pemilihan. Terlebih informasi yang deiberikan langsung oleh orang-orang yang bersangkutan. Kebutuhan akan informasi terjadi ketika seseorang menyadari adanya kekurangan dalam pemenuhan pengetahuannya tentang situasi atau topik yang ada dan berkeinginan untuk mengatasi kekurangan tersebut.

Berbagai asumsi yang mendasari keberadaan Teori *Uses and Gratification* pada dasarnya mengacu pada sisi khalayak sebagai pengguna media yang aktif dalam memanfaatkan isi pesan media dan cara penggunaan media untuk kebutuhannya. Berkaitan dengan motif pengawasan, terlihat bahwa para informan dinilai sebagai upaya khalayak dalam mencari informasi yang tidak didapatkannya dalam

media massa konvensional. Media sosial menjadi sumber rujukan informasi sekaligus media aktualisasi diri yang dinilai lebih menguntungkan untuk dipilih dan dipergunakan oleh para informan.

Selain mencari informasi melalui TikTok, berbagai konten yang diunggah pengguna TikTok dapat menjadi sumber informasi bagi pengguna TikTok lainnya dengan meinterpretasikan sumber informasi. Dampak positif yang terjadi tentu saja dimana penyebaran dan umpan balik yang didapat lebih cepat untuk diterima. Namun informasi yang diterima melalui TikTok tidak selalu bersifat positif, informasi yang diterima dapat berupa informasi negatif. Hal ini harus diawasi karena berpotensi banyaknya beredar penyebaran kabar bohong (hoax), dimana tentunya para informan memiliki cara untuk mengatasi permasalahan tersebut yakni dengan tetap selalu kritis dalam menerima informasi dimana informasi yang diterima harus selalu diteliti asal dan sumber berita serta kebenarannya.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis menarik kesimpulan bahwa motif yang mendorong penggunaan aplikasi TikTok oleh mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman ini relevan dengan teori motif penggunaan media yang diungkapkan oleh McQuail. Pertama motif pengalihan, dimana para informan membutuhkan sarana penyaluran emosi serta untuk mengisi waktu luang, dimana dalam hal ini informan mengatasi kejenuhan dan rasa bosan dengan menggunakan aplikasi TikTok. Kedua motif hubungan personal, dimana para informan memiliki keinginan untuk menjalin interaksi sosial dengan individu lainnya dengan menggunakan perantara aplikasi TikTok. TikTok memenuhi kebutuhan pengguna dengan menyediakan fitur-fitur pendukung terjadinya interaksi seperti *direct message (DM)*, *like*, *comment*, *share*, *live*, *stitch* dan juga *duet*. Ketiga adalah motif identitas personal, dimana informan memiliki kebutuhan untuk menemukan dan mengidentifikasi diri sendiri. Keempat yaitu motif pengawasan, dimana informan menjadikan TikTok sebagai sarana untuk pencarian informasi dan kebutuhan akan informasi tersebut kemudian terpenuhi dengan menggunakan aplikasi TikTok. Keempat motif tersebut dimiliki oleh semua informan, akan tetapi dari hasil penelitian yang telah dilakukan, terlihat para informan lebih dominan menggunakan aplikasi TikTok sebagai motif pengalihan yang berkaitan dengan hasrat untuk melarikan diri dari masalah sehari-hari, melepaskan kepenatan kerja, dan hasrat untuk mencari hiburan atau pengalihan. Selain itu adanya dorongan dalam diri mahasiswa untuk menunjukkan sisi emosional, pengalaman menyenangkan saat menggunakan aplikasi TikTok yang ditunjukkan melalui kebebasan ruang berekspresi dalam membuat konten yang mereka inginkan.

#### 5. Daftar Pustaka

- [1] Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- [2] Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kepercayaan diri remaja di kabupaten sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135-148. DOI: 10.21107/ilkom.v14i2.7504.
- [3] Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan media sosial. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 34-44.
- [4] C. Fanaqi, (2021). Tiktok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi Covid-19, 2021. [Online]. Available: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi->



- [5] Safitri, A. A., Rahmadhany, A., & Irwansyah, I. (2021). Penerapan teori penetrasi sosial pada media sosial: Pengaruh pengungkapan jati diri melalui TikTok terhadap penilaian sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 1-9. DOI: 10.47233/jteksis.v3i1.180.
- [6] Fitri, A. N., Pertiwi, L. B., & Sary, M. P. (2021). Pengaruh media sosial tiktok terhadap kreativitas mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 13(1), 37-46.
- [7] Sari, D., Madyan, M., & Mahendra, A. (2021). *Penggunaan aplikasi tik tok sebagai ajang eksistensi diri (fenomenologi penggunaan tik tok pada mahasiswa UIN Shultan Thaha Saifuddin Jambi)* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- [8] I. N. Sari, (2023). Sejarah TikTok dari Aplikasi Negeri Panda hingga Mendunia., *katadata*.
- [9] Fauzan, A. (2021). *Dampak Aplikasi Tik Tok Pada Interaksi Sosial Remaja “Studi Di Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar “* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- [10] Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- [11] E. Ardianto, (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rektama Media.
- [12] D. McQuail, (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [13] Humaizi, (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.