

**TESIS**

**ANALISIS KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA TIKTOK  
DIKALANGAN REMAJA DI KECAMATAN MATTIROBULU  
KABUPATEN PINRANG**



**PASCASARJANA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) PAREPARE**

**2022**

**ANALISIS KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA TIKTOK  
DIKALANGAN REMAJA DI KECAMATAN MATTIROBULU  
KABUPATEN PINRANG**



**Tesis diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam  
memperoleh gelar Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam  
(M.Sos.) pada Pascasarjana IAIN Parepare**

**TESIS**

Disusun oleh:

**MALIK FAJAR**

**NIM 2020203870133002**

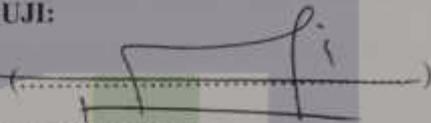
**PASCASARJANA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) PAREPARE**

**2022**

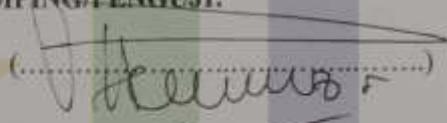
## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Tesis dengan judul "*Analisis Kepuasan Penggunaan Media Tiktok dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang*" yang disusun oleh saudara **Malik Fajar**, NIM : 2020203870133002, telah diujikan dan dipertahankan dalam Sidang Ujian Tutup atau Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Senin, 13 Juni 2022, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam program studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** pada Pascasarjana IAIN Parepare.

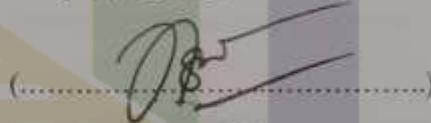
### KETUA/PEMBIMBING UTAMA/PENGUJI:

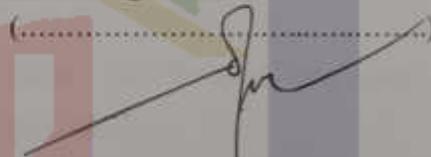
1. Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I. (..... )

### SEKRETARIS/PEMBIMBING PENDAMPING/PENGUJI:

1. Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I. (..... )

### PENGUJI UTAMA:

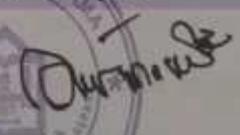
1. Prof. Dr. Ahmad Sultra Rustam, M.Si. (..... )

2. Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I. (..... )

Parepare, 24 Juli 2022

Dikeluarkan oleh:  
Direktur Program Pascasarjana  
IAIN Parepare



Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd.   
NIP. 19720703 199803 2 001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda dan Ayahanda tercinta dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I. dan Bapak Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I. selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd. sebagai Direktur Program Pascasarjana atas pengabdianannya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I. sebagai Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
4. Bapak/Ibu Dosen yang mengajar di Pascasarjana Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah mendidik dan mengajar selama proses perkuliahan.

5. Bapak/Ibu Staff Program Pascasarjana yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian selama studi di IAIN Parepare.
6. Teman-teman seperjuangan di Pascasarjana 2020 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang banyak membantu dan memberikan semangat, semoga sukses ki' semua.

Penulis tak lupa sampaikan mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebijakan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan secara konstruktif demi kesempurnaan tesis ini.

Parepare, 9 Mei 2022  
8 Sya'wal 1443 H

Penyusun

  
MALIK FJAR  
NIM 2020203870133002

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

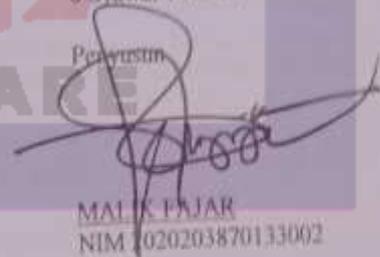
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : MALIK FAJAR  
NIM : 2020203870133002  
Tempat/Tgl.lahir : Bulu, 2 April 1999  
Program Studi : Pascasarjana Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Tesis : Analisis Kepuasan Penggunaan Media *Tiktok* dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinarang

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa tesis ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka tesis dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 9 Mei 2022  
8 Syawal 1443 H

Penyusun



MALIK FAJAR  
NIM 2020203870133002

## ABSTRAK

Malik Fajar, NIM : 2020203870133002, *Analisis Kepuasan Penggunaan Media Tiktok dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang*. Tesis. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana IAIN Parepare

Munculnya media baru di Indonesia memberikan dampak bagi perubahan masyarakat. Khususnya remaja, tidak sedikit yang memanfaatkan media baru sebagai ajang untuk mencari kepopuleran dan pengakuan diri. Salah satu bentuk media baru saat ini yaitu aplikasi *Tiktok*. Aplikasi *Tiktok* merupakan sebuah jaringan sosial dan *platform* video music Tiongkok yang digunakan untuk membuat video kemudian dibagikan kepada pengguna aplikasi *Tiktok* lainnya. Salah satu dampak perubahan perilaku yang bisa ditimbulkan dari penggunaan aplikasi *Tiktok* ini adalah kepuasan dari remaja tersebut. Dikarenakan dukungan dari fitur-fitur menarik serta pilihan lagu yang beragam di dalam aplikasi. Kepuasan masing-masing remaja berbeda tergantung pada tingkat intensitas remaja dalam menggunakan aplikasi *Tiktok*. Semakin tinggi intensitas menggunakan aplikasi *tiktok*, maka dampak yang ditimbulkan juga akan tinggi begitu pun sebaliknya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Bagaimana Intensitas dan Kepuasan Penggunaan Media *Tiktok* Dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang”. Teori yang digunakan adalah Teori *Uses and Gratification* yakni teori yang menjelaskan tentang sifat khalayak yang aktif dalam mengkonsumsi media sehingga mereka dapat selektif dalam memilih media yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan audiensi. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan. Penelitian ini sasarannya pada remaja yang ada di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang sebagai pengguna aplikasi media *Tiktok*. Peneliti memfokuskan penelitian di wilayah Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang karena banyaknya remaja yang menggunakan aplikasi *Tiktok* terkhusus di masa Covid-19. Alasan peneliti memilih pengguna *Tiktok* dikarenakan media *Tiktok* adalah salah satu platform yang paling digemari oleh remaja masa kini. Apalagi di tengah pandemi Covid-19, aplikasi *Tiktok* semakin disuguhi berbagai fitur khususnya dalam bentuk audio visual.

**Kata Kunci:** Intensitas dan Kepuasan Penggunaan Aplikasi *Tiktok* dan Teori *Uses and Gratification*.

## ABSTRAK

Nama : Malik Fajar  
 NIM : 2020203870133002  
 Judul Tesis : Analisis Kepuasan Penggunaan Media Tiktok dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang.

Munculnya media baru di Indonesia memberikan dampak bagi perubahan masyarakat. Khususnya remaja, tidak sedikit yang memanfaatkan media baru sebagai ajang untuk mencari kepopuleran dan pengakuan diri. Salah satu bentuk media baru saat ini yaitu aplikasi Tiktok. Aplikasi Tiktok merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang digunakan untuk membuat video kemudian dibagikan kepada pengguna aplikasi Tiktok lainnya. Salah satu dampak perubahan perilaku yang bisa ditimbulkan dari penggunaan aplikasi Tiktok ini adalah kepuasan dari remaja tersebut. Dikarenakan dukungan dari fitur-fitur menarik serta pilihan lagu yang beragam di dalam aplikasi. Kepuasan masing-masing remaja berbeda tergantung pada tingkat intensitas remaja dalam menggunakan aplikasi Tiktok. Semakin tinggi intensitas menggunakan aplikasi tiktok, maka dampak yang ditimbulkan juga akan tinggi begitu pun sebaliknya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "Bagaimana Intensitas dan Kepuasan Penggunaan Media Tiktok Dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang". Teori yang digunakan adalah Teori Uses and Gratification yakni teori yang menjelaskan tentang sifat khalayak yang aktif dalam mengkonsumsi media sehingga mereka dapat selektif dalam memilih pesan media yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan audiensi. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan. Penelitian ini sasarannya pada remaja yang ada di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang sebagai pengguna aplikasi media Tiktok. Peneliti memfokuskan penelitian di wilayah Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang karena banyaknya remaja yang menggunakan aplikasi Tiktok terkhusus di masa Covid-19. Alasan peneliti memilih pengguna Tiktok dikarenakan media Tiktok adalah salah satu platform yang paling digemari oleh remaja masa kini. Apalagi di tengah pandemi Covid-19, aplikasi Tiktok semakin disugahi berbagai fitur khususnya dalam bentuk audio visual.

**Kata kunci:** Intensitas dan Kepuasan Penggunaan Aplikasi Tiktok dan Teori Uses and Gratification

## ABSTRACT

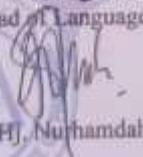
Name : Malik Fajar  
 NIM : 2020203870133002  
 Title : Analysis of Satisfaction with the Use of Tiktok Media in Adolescents in Mattirotulu District, Pinrang Regency.

The emergence of new media in Indonesia affects the changing society. Especially teenagers, not a few who use new media as a place to seek popularity and self-recognition. One form of new media today is the Tiktok application. The Tiktok app is a Chinese social network and music video platform that is used to create videos and then share them with other Tiktok app users. One of the behavioral changes that can result from using the Tiktok application is the satisfaction of the teenager. Due to the support of interesting features and a variety of song choices in the application. The satisfaction of each teenager is different depending on the intensity level of the teenager in using the Tiktok application. The higher the intensity of using the Tiktok application, the impact will also be high and vice versa.

This study aims to find out How is the intensity and satisfaction of using Tiktok media among adolescents in Mattirotulu District, Pinrang Regency? The theory used was the Uses and Gratification Theory, which is a theory that explains the nature of audiences who are active in consuming media so that they can be selective in sorting out media messages that aim to meet the needs of the audience. The author used qualitative research method and the type of research was field research. This research was targeted at teenagers in Mattirotulu District, Pinrang Regency as users of the Tiktok media application. Researchers focused on research in the Mattirotulu Subdistrict, Pinrang Regency because of the large number of teenagers who use the Tiktok application, especially during the Covid-19 period. The reason of choosing Tiktok users is that the Tiktok media is one of the most popular platforms for teenagers today. Especially amid the Covid-19 pandemic, the Tiktok application is increasingly being treated to various features, especially as audio visuals.

Keywords: Intensity and Satisfaction of Using Tiktok Application and Uses and Gratification Theory.

Has been legalized by  
 The Head of Language Center



HJ. Nurhamdah

## تجريد البحث

الإسم : ملك فجر  
رقم التسجيل : ٢٠٠٣٣١٠٧٨٣٠٢٠٢٠٢  
موضوع الرسالة : تحليل الرضا عن استخدام الوسائط تيك توك بين المراهقين في منطقة ماتيربول بنرانج

ظهور وسائل الإعلام الجديدة في إندونيسيا له تأثير على تغيير المجتمع. لا سيما المراهقين ، وليس قلة ممن يستخدمون وسائل الإعلام الجديدة كمكان للعثور على الشعبية والاعتراف بالنفس حد أشكال الوسائط الجديدة اليوم هو تطبيق تيك توك. تطبيق تيك توك هي شبكة اجتماعية صينية ومنصة فيديو موسيقية والتي تُستخدم لإنشاء مقاطع فيديو ثم مشاركتها مع مستخدمي تطبيق تيك توك الآخرين. أحد التغييرات السلوكية التي يمكن أن تنتج عن استخدام تطبيق تيك توك هو إرضاء المراهق. بسبب دعم الميزات الشيقة ومجموعة واسعة من الأغاني في التطبيق. إرضاء كل مراهق يختلف باختلاف مستوى الشدة لدى المراهق في استخدام تطبيق تيك توك كلما زادت كثافة استخدام تطبيق تيك توك عندها سيكون التأثير أيضًا كبيرًا والعكس صحيح.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد "كيف كثافة ورضا استخدام وسائط تيك توك بين المراهقين" النظرية المستخدمة هي نظرية الاستخدامات والإشباع وهي نظرية تُشرح طبيعة الجمهور النشط في استهلاك الوسائط بحيث يمكن أن تكون انتقائية في فرز رسائل الوسائط الذي يهدف إلى تلبية احتياجات الجمهور. يستخدم المؤلف طرق البحث النوعي يستهدف هذا البحث المراهقين في منطقة ماتيربول الفرعية، بنرانج ريجنسي كمستخدم لتطبيق الوسائط تيك توك يركز الباحثون على البحث في منطقة ماتيربول، بنرانج ريجنسي بسبب كثرة المراهقين الذين يستخدمون تطبيق تيك توك خاصة في زمن كوفيد ٩١ سبب

اختيار الباحثين لمستخدمي تيك توك لأن تيك توك هي واحدة من أكثر المنصات شعبية للمراقبين اليوم. خاصة في خضم جائحة كوفيد ١٩، يتم التعامل مع تطبيق تيك توك بشكل متزايد مع العديد من الميزات ، لا سيما في شكل مرئيات صوتية.

الكلمات الراسية : شدة ورضا استخدام تطبيقات تيك توك واستخداماته ونظرية الإشباعاتفق عليها :



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KATA PENGANTAR .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	xii
BAB IPENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus .....	12
C. Rumusan Masalah .....	13
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Manfaat Penelitian.....	14
F. Definisi Istilah atau Pengertian Judul.....	15
BAB IITINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	17
B. Referensi yang Relevan.....	20
C. Landasan Teori.....	24
D. Kerangka Pikir.....	43
BAB IIIMETODE PENELITIAN.....	44
A. Jenis Penelitian.....	45
B. Pendekatan Penelitian .....	47
C. Paradigma Penelitian.....	50

D. Sumber Data.....	52
E. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	53
F. Instrumen Penelitian.....	54
G. Tahapan Pengumpulan Data.....	54
H. Teknik Pengumpulan Data.....	55
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	55
J. Keabsahan Penelitian .....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	61
B. Hasil Penelitian .....	65
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>109</b>
A. Simpulan.....	109
B. Saran.....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>I</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>BIODATA PENULIS</b>	

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan teknologi, maka banyaknya media yang dapat digunakan manusia untuk dijadikan alat dalam berkomunikasi, demikian pula dengan media sosial yang dapat dengan mudah diakses melalui jaringan internet. Pada umumnya fungsi dari media sosial di antaranya untuk berbagi pesan dengan banyak pengguna media sosial itu sendiri, yaitu berupa berita (informasi), gambar (foto) dan juga tautan video. Media sosial tidak hanya dapat di akses di perangkat komputer, tetapi dengan adanya aplikasi di *smartphone* atau telepon pintar, maka semakin memudahkan masyarakat untuk mengakses media sosial secara *mobile* sehingga dapat diakses kapan pun dan di mana pun.<sup>1</sup>

Hadirnya media sosial tentunya dapat memudahkan penggunanya dalam mendapatkan informasi sekaligus hiburan dari penjuru dunia tanpa harus terbatas oleh jarak dan waktu, selain itu penggunaan media sosial dianggap sebagai salah satu wadah yang bisa membantu penemuan identitas diri, melalui media sosial semua dapat memiliki komunitas yang memberikan kesempatan untuk melakukan interaksi secara sosial dengan orang lain, hal ini dilakukan agar mendapatkan umpan balik tentang dirinya. Umpan balik inilah yang dijadikan pedoman dalam membentuk konsep diri.

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan

---

<sup>1</sup>Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi", Jurnal AMJK BSI Karawang, I, No.1 (2012), h. 344.

ilmu pengetahuan. Teknologi yang sebenarnya merupakan alat bantu ekstensi kemampuan diri manusia, telah menjadi sebuah kekuatan otonom yang justru membatasi perilaku dan gaya hidup manusia. Perkembangan teknologi memang sangat diperlukan, setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia serta memberikan cara baru dalam melakukan aktivitas. Di era digital saat ini, media sosial menjadi kebutuhan primer bagi setiap orang.<sup>2</sup>

Kehadiran media sosial memudahkan orang-orang untuk mengakses apa pun dan di mana pun serta mempermudah memenuhi kebutuhan hidup. Fungsi utama media sosial adalah memudahkan orang untuk berkomunikasi tanpa batas ruang dan waktu, memberikan informasi dari belahan dunia manapun. Media sosial yang berkembang serta digemari oleh manusia saat ini. Perkembangan industri pada sosial media saat ini sangat melonjak tajam. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan pengembang aplikasi yang bermunculan sehingga membuat persaingan semakin kompetitif. Banyaknya hal yang mengharuskan masyarakat Indonesia khususnya di kota-kota besar untuk dengan berbagai kelebihan. Begitu pula dengan salah satu aplikasi sosial media yang saat ini sedang populer kemunculannya di Indonesia yakni *Tiktok*.<sup>3</sup>

Di Era kemajuan teknologi dan informasi seperti saat ini khususnya para remaja saat ini sudah banyak mengenal teknologi untuk menggunakannya dalam hal-hal yang positif, diantara untuk mempermudah dalam berbagi informasi, menumbuhkan sifat kritis, serta menjalin hubungan baik antara pengguna media

---

<sup>2</sup>Setiawan, "Pemanfaatan Teknologi dalam Pembelajaran Secara Bijaksana," "The Save Way of Using ICT For Student Learning", *Talk Show Westjava NextGent Education*, (Bandung, 20 Mei 2016) h. 12.

<sup>3</sup>Abdul Kadir dkk, "Pengantar Teknologi Informasi"(Yogyakarta : Andi Offset, 2003), h.3.

sosial. Dari seluruh pengakses internet di Indonesia disebutkan didominasi oleh pengguna remaja, menurut survey lembaga APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) remaja usia 15-20 tahun disebut mencakup 64 persen dari pengguna internet di Indonesia dan Aplikasi media terpopuler ditempati oleh *Facebook* pada tempat pertama, lalu disusul oleh *Instagram* pada peringkat kedua di Indonesia. Beberapa peneliti mengungkapkan rata-rata remaja di Asia maupun Amerika Serikat mengakses media sosial lebih dari lima jam sehari mencakup untuk keperluan menonton sampai melakukan interaksi di dunia maya . Oleh karena itu banyak remaja yang menggunakan media sosial sebagai ajang kepuasan diri khususnya dalam media sosial pada aplikasi *Tiktok*.<sup>4</sup>

Lebih lanjut dijelaskan bahwa komunikasi saat ini seperti Blog, Wikipedia, dan jejaring sosial adalah bentuk media sosial yang paling umum di gunakan oleh manusia karena merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial di antaranya adalah *Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Tiktok* dan lain-lain, namun pada penelitian ini peneliti akan fokus pada satu media sosial yaitu aplikasi *Tiktok*.

Perkembangan teknologi informasi menyebabkan perubahan pada kehidupan masyarakat dalam segala peradaban dan kebudayaan. Haag dan Keen mendefinisikan teknologi informasi sebagai seperangkat alat yang membantu dalam bekerja dengan informasi dan melakukan tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi.<sup>5</sup> Semakin bertambahnya zaman, inovasi teknologi semakin bervariasi. Terlebih dengan kebutuhan internet yang terus meningkat sebagai

---

<sup>4</sup>Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII). Survey Internet Aplikasi Tiktok APJII 2016 (Diakses di [http://www. Apji.or jd/survei2016](http://www.Apji.or.id/survei2016) pada 29 April 2022)

<sup>5</sup>AbdulKadirddkk.,*PengantarTeknologiInformasi*(Yogyakarta:Andioffset,2013), h.3.

sarana untuk pertukaran dan penyebaran informasi. Berdasarkan data lembaga riset emarketer, populasi netter di tanah air terus meningkat setiap tahunnya.<sup>6</sup> Indonesia menempati urutan ke enam dengan presentasi pengguna internet di tahun 2018 sebanyak 123 juta jiwa.<sup>7</sup> Hal ini bisa terlihat dari grafik berikut.

Gambar 1.1

## Presentasi Pengguna Internet di Dunia

**Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018**  
millions

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3

Teknologi yang semakin canggih tentu sangat diperlukan untuk inovasi sesuatu yang diciptakan guna memberikan manfaat positif bagi kehidupan. Namun, tentu saja setiap hal yang baru memberikan dampak positif dan negative dari adanya kecanggihan ini. Khususnya remaja, tidak sedikit yang menggunakan kecanggihan teknologi sebagai ajang untuk mencari kepopuleran atau perhatian banyak orang. Munculnya berbagai *platform* aplikasi, membuat kecanggihan teknologi semakin sempurna. Seiring berkembangnya digital, beberapa *platform*

<sup>6</sup>Arya Pitaloka, *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam*, <https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam/Osorotanmedia> diakses pada 20 Februari 2022 pukul 15:44 wita.

<sup>7</sup>Dwi Hadya Jayani, *Presentasi Pengguna Internet di Dunia*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/26/presentase-pengguna-internet-di-dunia/0#> diakses pada tanggal 12 Februari 2022 pukul 16:14 wita.

aplikasi menyediakan dukungan pembuatan video yang dilengkapi dengan fasilitas fitur-fitur yang menarik. Salah satunya terdapat pada aplikasi “Tiktok” yang berasal dari perusahaan teknologi asal Tiongkok.

Pada aplikasi *Tiktok* pengguna dapat membuat video yang hanya berdurasi kurang lebih 30 detik dengan memberikan *special effects* yang unik dan menarik serta memiliki dukungan musik yang banyak sehingga pengguna nya dapat melakukan performa dengan beragam gaya atau pun tarian, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas pengguna nya menjadi *content creator*. Selain itu aplikasi *Tiktok* juga dapat memberikan pengguna nya menggunakan beragam *special effect*, dan juga *music background* dari berbagai artis terkenal berbagai kategori dan juga *special effect* lain nya yang digunakan secara instan, sehingga dapat membuat video menarik serta memiliki alunan lagu yang disesuaikan dengan situasi video tersebut.<sup>8</sup>

Platform media sosial *Tiktok* merupakan media sosial yang memberikan banyak kebebasan pada pengguna nya untuk berkreasi dengan membuat video pendek dimana pengguna dapat menari dan bergaya bebas dengan aplikasi ini, mendorong para pembuat konten untuk dapat meningkatkan imajinasi agar meningkatkan kreatifitas dan membebaskan ekspresi mereka. *Tiktok* menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Berdurasi kurang lebih 15 detik, aplikasi ini menghadirkan *special effects* yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah. Didalamnya terdapat *Special effects* seperti *efek shaking and shivering* pada video

---

<sup>8</sup>Devri Aprilian, “Hubungan antara Pengguna Aplikasi Tik Tok dengan Perilaku Narsisme Siswa Kelas VIII SMPN 8 Bengkulu”, Jurnal Ilmiah Bimbingan dan Konseling, II, No.3, (2019), 222.3.

dengan electronic music, merubah warna rambut, 3D stickers, dan properti lainnya.

Aplikasi *Tiktok* memungkinkan pengguna untuk secara cepat dan mudah membuat video-video pendek yang unik untuk kemudian dibagikan ke teman-teman dan dunia. Memberdayakan pemikiran-pemikiran yang kreatif sebagai bentuk revolusi konten, menjadikan aplikasi ini sebagai sebuah wujud tolak ukur baru dalam berkreasi bagi para *online content creators* di seluruh dunia, terutama Indonesia. Aplikasi *mobile Tiktok* (versi berbahasa Inggris) kini telah bisa diunggah di *Google Play (Android)* dan *App Store*. *Tiktok* didukung oleh perusahaan yang bergerak dalam teknologi kecerdasan buatan, ByteDance. Algoritma rekomendasi yang dipersonalisasi dari ByteDance membuat *Tiktok* memahami preferensi pengguna dan meningkatkan *engagement*.<sup>9</sup>

*Tiktok* merupakan salah satu aplikasi yang paling terpopuler dan diminati di dunia. *Tiktok* memungkinkan penggunanya membuat video berdurasi lima belas detik disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Aplikasi ini diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok, China. ByteDance pertama kali meluncurkan aplikasi yang memiliki durasi pendek yang bernama Douyin. Hanya dalam waktu satu tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan satu miliar tayangan video setiap hari. Popularitas Douyin yang tinggi membuatnya melakukan perluasan ke luar China dengan nama *Tiktok*. Menurut laporan dari Sensor Tower, aplikasi ini diunduh 700 juta kali sepanjang tahun 2019. Hal ini membuat *Tiktok* dapat mengungguli sebagian aplikasi yang berada dibawah

---

<sup>9</sup>Susilowati,(2018), *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram* (Studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo\_allpennliebe), Jurnal Komunikasi,2018),h. 176.

naungan *Facebook Inc* aplikasi ini menempati peringkat ke dua setelah *Whatsapp* yang memiliki 1,5 miliar pengunduh.<sup>10</sup>

Di Indonesia, pada tahun 2018 aplikasi ini dinobatkan sebagai aplikasi terbaik di *Play store* yang dimiliki oleh *Google*. Tidak hanya itu, *Tiktok* juga menjadi kategori aplikasi paling menghibur.<sup>11</sup> Aplikasi buatan China ini sempat diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) di pertengahan 2018, alasannya karena adanya konten-konten yang negatif, terutama bagi anak-anak. Pemblokiran pada aplikasi ini hanya berlangsung seminggu, mulai 3-10 Juli 2018.

Aplikasi ini banyak digemari oleh para remaja, anak kecil, bahkan sampai pada orang dewasa yang merasa membutuhkan hiburan. Konon, aplikasi ini memiliki nama lain aplikasi “*goblok*”. Banyaknya anak muda maupun dewasa yang membuat dan memposting video diberbagai *platform* media sosialnya membuat tidak hanya aplikasi ini semakin populer namun orang yang menggunakan aplikasi “*goblok*” ini ikut populer.<sup>12</sup> *Tiktok* memiliki ciri khas sendiri. Video yang diunggah oleh *Tiktok* memiliki “*watermark*” berupa *username* yang membedakannya dengan aplikasi lainnya.

Selain itu penggunaan aplikasi *Tiktok* dapat digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri di kalangan remaja. Eksistensi diri merupakan suatu usaha manusia untuk mencari dan memahami arti kehidupan bagi dirinya yang diyakini sebagai

---

<sup>10</sup>Kusuma, P. W. *Di Balik Fenomena Ramainya TikTok di Indonesia*, <https://tekno.kompas.com/read/2021/09/21/diaksespada21September2021pukul14.39Wita>.

<sup>11</sup>Imron, R. M. *TikTok Jadi Aplikasi Terbaik di Play Store*. <https://inet.detik.com/mobileapps/d4329137/tiktok-jadi-aplikasiterbaik-di-play-store>. diakses pada 21 September 2021 pukul 14.57 Wita.

<sup>12</sup>Hariansyah. *Millenials “Bukan Generasi Micin”*. (Jakarta: Guepedia, 2018), h.33.

sebuah bentuk dari nilai batiniah yang paling utama, 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.<sup>13</sup>

Apabila orang lain menganggap individu eksis, maka keberadaan individu tersebut sudah dianggap dan dapat diperhitungkan oleh orang-orang di sekitarnya. Maka dari itu, eksistensi biasanya dijadikan acuan sebagai ajang pembuktian diri bahwa kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan dapat berguna dan mendapat nilai yang baik dimata orang lain. Begitu juga yang rasakan oleh pengguna aplikasi *Tiktok*, mereka akan membentuk konsep diri yang sesuai dengan keinginannya untuk membentuk eksistensi diri kepada orang lain.

Keinginan untuk menjadi eksis ini identik dengan orang yang memiliki kepribadian narsisme. Narsisme dapat dikonseptualisasikan sebagai kemampuan seseorang untuk mempertahankan citra diri yang relatif positif melalui berbagai proses pemahaman diri dan pengaturan diri. Hal ini berarti narsisme berhubungan dengan citra diri seseorang yang terlampau positif, yang memandang bahwa dirinya sangat baik, optimis, dan positif terhadap dirinya sendiri.<sup>14</sup>

Setiap orang harus benar-benar mempunyai kontrol atas perilaku eksis, karena jika berlebihan tentu dapat mengarah kepada perilaku *ujub* atau takjub kepada diri sendiri, yang di dalam agama Islam sangat jelas ditentukan sebagai akhlak tercela.

---

<sup>13</sup>Afrizal Nur Islami, “*Media Sosial dan Eksistensi Diri Remaja Berprestasi di Kota Palu*”, Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tadulako, V, No.3, (2018), h.4.

<sup>14</sup>Ayu Purnamasari, “*Hubungan Citra Diri dengan Perilaku Narsisme pada Remaja Putri Pengguna Instagram di Kota Prabumulih*”, Jurnal Psibernetika, XI, No. 2 (2018), h, 117.

Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. Luqman/31: 18.

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ

Terjemahnya :

”Dan janganlah kamu memalingkan wajah dari manusia (karena sombong) dan janganlah berjalan di bumi dengan angkuh. Sungguh Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membanggakan diri”.<sup>15</sup>

Berdasarkan ayat di atas, dapat di ketahui bahwa Allah swt memerintahkan manusia untuk tidak berlaku sombong, baik perasaan, sikap, perkataan, maupun perbuatan. Karena hal itu dapat mengundang kemurkaan Allah Swt dan dia tidak menyenangi orang-orang yang bersikap sombong dan angkuh di muka bumi sekecil apapun itu.

Perilaku eksis yang berlebihan memiliki kecenderungan untuk mengarah pada perilaku membanggakan diri sendiri, karena merasa lebih baik dari pada yang lainnya. Tujuan proses unggah video di *Tiktok* juga tentu bervariasi, hanya sekadar mengikuti tren saja, ingin menunjukkan gaya, kreativitas atau kemampuan tertentu, atau untuk menunjukan kepada orang lain mengenai suatu hal. Durasi video *Tiktok* yang pendek juga dirasakan lebih praktis dari pada Youtube yang lebih cenderung berisi video-video dengan durasi yang panjang. Video-video dengan jumlah tayang yang baik, memiliki peluang untuk viral atau dilihat oleh banyak orang, sehingga jumlah tayang ini kerap kali menjadi tolak ukur popularitas sebuah akun *Tiktok*.

Menurut Bytedance, Indonesia sendiri memiliki pengguna aktif aplikasi

<sup>15</sup>Kementrian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2000), h.171.

*tiktok* sebanyak 10 juta setiap bulannya.<sup>16</sup> Hal ini didukung dengan beragamnya aplikasi *tiktok* seperti *khmer tiktok*, *full dj tiktok*, *duet tiktok parah*, *dj tiktok remix*, *tiktok meme soundboard*, *hot video for tiktok* dan lain sebagainya. Semua aplikasi *tiktok* tersebut dapat dengan mudah didownload melalui *google playstore*.

Sebagian besar pengguna aktif aplikasi *tiktok* ini adalah para remaja. Masa remaja adalah masa transisi dan pencarian jati diri. Dalam masa transisi dan pencarian jati diri, remaja mengalami perubahan yang mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik.<sup>17</sup> Masa remaja menurut Mappiare berlangsung antara umur 12-21 tahun bagi wanita dan 13-22 tahun bagi pria.<sup>18</sup>

Aplikasi *tiktok* yang digunakan oleh remaja tidak menutup kemungkinan terdapat konten yang mengandung unsur negatif di dalamnya. Adanya konten-konten negatif tersebut tentunya dapat membahayakan untuk perkembangan mental penggunanya yang rata-rata remaja yang berusia di bawah 18 tahun karena belum stabilnya dari segi pendirian maupun pemikiran.

Masa remaja merupakan masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa dalam hal ini terdapat perkembangan baik itu secara fisik maupun mental. Terdapat batasan usia yang umumnya digunakan oleh ahli antara 12 sampai 21 tahun, dapat dikelompokkan antara lain, remaja awal memiliki rentang usia 12-15 tahun, remaja pertengahan 15-18 tahun dan remaja akhir yang memiliki rentang usia 18- 21 tahun.<sup>19</sup>

Masa remaja sangat penting terhadap masa perkembangan yang akan

---

<sup>16</sup>[www.kompas.com](http://www.kompas.com) edisi 5 Juli 2021, diakses pada 21 September 2021.

<sup>17</sup>Rita L. Atkinson, dkk., *Pengantar Psikologi. Edisi VIII. Terj. Nurjannah dan Rukmini* judulasli *Introduction to psychology*. (Jakarta : Erlangga, 1999), h. 135.

<sup>18</sup>Andi Mappiare, *Psikologi Remaja* (Surabaya: Usaha Nasional, 1982), h. 27.

<sup>19</sup>Desmita. *Psikologi Perkembangan*. (Bandung: Rosdakarya, 2010), h. 55.

dilewati oleh individu. Sedangkan masa perkembangan remaja adalah masa ketika mencapai kematangan mental, emosional, sosial, fisik, yang merupakan periode perkembangan individu pada masa peralihan dari masa anak-anak menuju dewasa. Hal ini mengakibatkan perbedaan karakteristik antara satu dengan yang lain. Perubahan baik secara fisik maupun psikis serta kehidupan sosial yang mendatangkan berbagai persoalan dan tantangan.

Dalam hal ini terdapat beberapa hal tugas perkembangan remaja, yang salah satunya mengenai kepercayaan diri.<sup>20</sup> Kepercayaan diri (*self confidence*) merupakan percaya pada kemampuan dan penilaian diri sendiri untuk dapat melakukan suatu pekerjaan serta mencari keefektifan pendekatan yang diperlukan.

Kepercayaan diri yang mengarah pada hal-hal positif, ketika seorang individu atau remaja memiliki sifat optimisme dan menerima kemampuan diri sendiri dalam menghadapi segala hal baik oleh dirinya maupun lingkungannya secara bebas dan yakin.

Remaja yang ada di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang menggunakan aplikasi *tiktok* dengan berbagai alasan. Pertama, remaja ingin mengekspresikan dirinya agar kepuasan dalam menggunakan media dapat dirasakan. Kedua, kontrol dan kebebasan berekspresi merupakan dua variable yang dipuja dikalangan remaja, hal ini karena keduanya identik dengan kemadirian dan kedewasaan. Ketiga, adanya rekomendasi dari teman, sebagai remaja, tentunya pertemanan dan kelompok memiliki peran yang sangat signifikan dalam pemenuhan identitas diri. Remaja terbiasa berkelompok dan

---

<sup>20</sup>Singgih, Yulia. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2008), h.43.

mengerjakan tugas berbagai hal bersama-sama, penawaran *tiktok* dapat menjadi media untuk mengasah kemampuan dan berpeluang menunjukkannya kepada remaja lainnya yang ada di media sosial.

Untuk itu remaja yang ada di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang memberikan kehadiran *tiktok* menjadi jalan pintas bagi para remaja untuk mengambil kontrol penuh dan mengekspresikan diri sebebas-bebasnya. Belum lagi, iming-iming bonus mencapai ketenaran dan menjadi *micro-celebrities* membuat banyak orang berekspektasi akan pengetahuan yang akan diberikan pengguna lain atas aksi yang dilakukan.

## **B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus**

### 1. Fokus penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti memfokuskan penelitiannya pada analisis kepuasaan penggunaan media *tiktok* dikalangan remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang.

### 2. Deskripsi fokus

Menghindari adanya kesalahan penafsiran pembaca terhadap penelitian ini, maka peneliti memberikan focus pemakaian yang lebih rinci agar tidak memunculkan penafsiran yang bermakna ganda. Dalam hal ini peneliti memberikan batasan judul dalam bentuk deskripsi focus dengan menyederhanakan pemakaian. Deskripsi fokus penelitian ini adalah analisis kepuasaan penggunaan media *tiktok* dikalangan remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang.

### C. Rumusan Masalah

#### 1. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah perlu diberikan identifikasi jelas sehingga identifikasi bertujuan agar menentukan permasalahan di latar belakang permasalahan yang ada pada sebelumnya, penulis perlu mengidentifikasi dan menemukan permasalahan yang ada pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Intensitas penggunaan media *tiktok* dikalangan remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang.
- b. Kepuasan penggunaan media *tiktok* dikalangan remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang.

#### 2. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana intensitas penggunaan media *tiktok* dikalangan remaja Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang?
- b. Bagaimana kepuasan penggunaan media *tiktok* dikalangan remaja Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang?

### D. Tujuan Penelitian

*Tiktok* merupakan aplikasi yang sering digunakan oleh remaja, tentu memiliki tujuan dari tiap remaja sendiri. Penelitian ini bertujuan, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui intensitas penggunaan media *tiktok* dikalangan remaja Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang.

2. Untuk mengetahui kepuasan penggunaan media *tiktok* dikalangan remaja Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari karya ilmiah pada umumnya ditinjau dari kegunaan praktis dan teoretis, penelitian ini bermanfaat, sebagai berikut:

1. Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan masukan bagi pihak yang berkepentingan seperti pemerintah, masyarakat, terkhusus remaja yang ada di Kabupaten Pinrang sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Selain itu, penelitian juga dapat memberikan masukan terkait penelitian yang akan dilakukan. Penelitian akan berpedoman pada hal yang akan diteliti seperti secara praktis akan ada pihak yang berkepentingan dalam hal ini pemerintah, masyarakat terkhusus remaja yang akan diteliti.

2. Manfaat teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, atau sebuah penggambaran khusus mengenai teori-teori yang dimunculkan dalam penelitian ini, tujuannya agar pembaca lebih tertarik dan memudahkan mereka dalam menemukan literatur teori yang berkaitan dengan analisis kepuasan penggunaan *tiktok*, khususnya yang berkaitan dengan kajian analisis kepuasan penggunaan media *tiktok* dikalangan remaja Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang.

## F. Definisi Istilah atau Pengertian Judul

Definisi istilah atau pengertian judul berisi mengenai penjelasan tentang variabel penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian. Dalam proposal penelitian ini, peneliti mengangkat judul analisis kepuasan penggunaan media *tiktok* dikalangan remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang.

### 1. Definisi analisis

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.<sup>21</sup> Analisis bukan hanya sekadar penelusuran dan penyelidikan, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan dilakukan secara sungguh-sungguh dengan menggunakan pemikiran yang kritis untuk memperoleh kesimpulan dari apa yang ditaksir.

### 2. Definisi Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersiapkan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

### 3. Definisi *Tiktok*

*Tiktok* merupakan salah satu aplikasi yang paling populer dan diminati di dunia. *Tiktok* memungkinkan penggunanya membuat video berdurasi lima belas detik disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya.

Aplikasi ini diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok, China.<sup>22</sup> Menurut

---

<sup>21</sup>Ahmad D Marimba, *Pengantar Filsafat Pendidikan Islam*, (Bandung, PT. Al. Maarif , 2018), h.25.

<sup>22</sup>Kusuma, P. W. *Di Balik Fenomena Ramainya TikTok di Indonesia*, <https://tekno.kompas.com/read/2021> diakses pada 21 September 2021 pukul 14.39 Wita.

Bytedance, Indonesia sendiri memiliki pengguna aktif aplikasi *tiktok* sebanyak 10 juta setiap bulannya.<sup>23</sup> *Tiktok* merupakan aplikasi yang sering digunakan oleh remaja, tentu memiliki tujuan dari tiap remaja sendiri.

#### 4. Definisi remaja

Masa remaja merupakan masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa dalam hal ini terdapat perkembangan baik itu secara fisik maupun mental. Terdapat batasan usia yang umumnya digunakan oleh ahli antara 12 sampai 21 tahun, dapat dikelompokkan antara lain, remaja awal memiliki rentang usia 12-15 tahun, remaja pertengahan 15-18 tahun dan remaja akhir yang memiliki rentang usia 18- 21 tahun.<sup>24</sup> Masa remaja sangat penting terhadap masa perkembangan yang akan dilewati oleh individu. Sedangkan masa perkembangan remaja adalah masa ketika mencapai kematangan mental, emosional, sosial, fisik, yang merupakan periode perkembangan individu pada masa peralihan dari masa anak-anak menuju dewasa.

---

<sup>23</sup>[www.kompas.com](http://www.kompas.com) edisi 5 Juli 2021, diakses pada 21 September 2021.

<sup>24</sup>Desmita. *Psikologi Perkembangan*. (Bandung: Rosdakarya, 2010), h.55.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka penelitian berpusat pada analisis penggunaan dan pemanfaatan media *tiktok* dikalangan remaja kabupaten Pinrang. Ada beberapa penelitian sebelumnya yang telah membahas mengenai analisis kepuasaan penggunaan media *tiktok* dikalangan remaja Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang. Namun, objek yang dilakukan pada penelitian sebelumnya berbeda dengan penelitian saat ini.

Jurnal yang ditulis Frederick Gerhard Sitorus, dengan judul : “Pengaruh Penggunaan Aplikasi *Tiktok* terhadap perilaku Anak (Studi pada Pengguna Aplikasi *Tiktok* pada Remaja di Kota Medan)”. Dengan dapatnya aplikasi *tiktok* membuat kreator video yang menarik, membuat segala jenis kalangan masyarakat mengapresiasi diri dan gaya mereka dengan membuat video lucu, video unik, video menarik dan berbagai macam lainnya. Melalui pengamatan penulis, yang paling banyak menggunakan aplikasi *tiktok* dan selalu aktif membuat video adalah para remaja. Mereka mengapresiasi apa yang ada dalam diri mereka melalui video-video yang mereka buat. Ada yang membuat video perorangan, duo bahkan *squad* atau beramai-ramai dengan teman-teman, keluarga dan lain sebagainya.<sup>25</sup> Namun, miris banyak juga yang menyalahgunakan aplikasi *tiktok* dan membuat video yang tidak pantas menjadi tontonan. Seperti yang viral beberapa bulan

---

<sup>25</sup>Frederick Gerhard Sitorus, *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap perilaku Anak (Studi pada Pengguna Aplikasi Tiktok pada Remaja di Kota Medan)*, Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 35.3 (2020), 254-44.

terakhir ini adalah video beberapa remaja yang memperagakan gaya salat umat muslim sambil berjoget. Perbedaan penelitian terletak pada penggunaan aplikasi *tiktok* pada remaja, di penelitian Frederick meneliti tentang pengaruh penggunaan aplikasi sedangkan yang peneliti yakni analisis kepuasan penggunaan media *tiktok*.

Kemudian penjelasan lain di penelitian Frederick bahwa dengan seringnya beredarnya video-video yang nantinya tidak pantas ditonton dan dilihat, sudah pasti sedikit banyaknya merusak moral dan perilaku anak-anak remaja yang masih dalam masa pubertas dan belum bias menentukan mana yang baik dan yang buruk. Tidak jarang mereka mengikuti apa yang mereka lihat dalam video tersebut. Sedangkan di penelitian membahas perubahan pola perilaku yang terjadi adalah para remaja tidak dapat membedakan apakah video-video *tiktok* yang menjadi viral dan banyak ditonton adalah video yang bermanfaat, bermoral, dan bersifat edukasi. Jika video tersebut menjadi viral dan banyak diikuti, maka mereka juga akan membuat video tersebut dengan versi mereka tersendiri. Kemudian aplikasi *tiktok* juga dapat menambah tingkat kepercayaan diri mereka dalam mengekspresikan diri mereka untuk menjadi tampil berani.<sup>26</sup>

Penelitian oleh Siska Rahmawati yang berjudul “Fenomena Pengguna Aplikasi *tiktok* di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung”, penelitian ini dibuat pada tahun 2018, dan membahas tentang fenomena pengguna aplikasi *tiktok* yang ada di kalangan mahasiswa Universitas Pasundan, bagaimana

---

<sup>26</sup>Frederick Gerhard Sitorus, *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap perilaku Anak (Studi pada Pengguna Aplikasi Tiktok pada Remaja di Kota Medan)*, Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 35.3 (2020), 254-44.

motif penggunaan aplikasi *tiktok*, tindakan penggunaan aplikasi *tiktok* serta bagaimana makna penggunaan aplikasi *tiktok* di kalangan mahasiswa Universitas Pasundan.<sup>27</sup> Juga membicarakan fenomena pada aplikasi *tiktok* namun terdapat perbedaan pada subjek yang akan diteliti, dalam penelitian yang akan diteliti oleh penulis yakni mengkaji tentang penggunaan aplikasi *tiktok* sebagai ajang eksistensi diri pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saiduddin Jambi. Perbedaan penelitian yakni penelitian Siska membahas tentang fenomena aplikasi *tiktok* sedangkan peneliti membahas tentang analisis kepuasan penggunaan media *tiktok*.

Penelitian oleh Bagus Prianbodo dengan judul “Pengaruh *tiktok* terhadap Kreativitas Remaja Surabaya”, penelitian ini dibuat pada tahun 2018, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya. Penelitian tersebut membahas tentang Pengaruh *tiktok* terhadap kreativitas remaja di Surabaya. Penelitian ini juga membicarakan tentang aplikasi *tiktok*.<sup>28</sup> Namun terdapat perbedaan pada subjek yang akan diteliti, dalam penelitian yang akan diteliti yakni mengkaji tentang penggunaan aplikasi *tiktok* sebagai ajang eksistensi diri pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saiduddin Jambi. Perbedaan penelitian terletak pada penelitian Bagus Prianbodo yang membahas tentang kreativitas remaja sedangkan peneliti membahas tentang kepuasan penggunaan media *tiktok* remaja sehingga letak penelitian ini sangat berbeda satu meneliti mahasiswa terkait kreativitasnya, peneliti membahas kepuasannya.

---

<sup>27</sup>Siska Rahmawati, “Fenomena Pengguna Aplikasi Tik Tok di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung”,(Bandung: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Bandung, 2018).

<sup>28</sup>Bagus Prianbodo, “Pengaruh Tik Tok terhadap Kreativitas Remaja Surabaya”, (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi, 2018).

Jurnal oleh Anak Agung Ngurah Bagus Janitra Dewanta dengan judul “Pemanfaatan Aplikasi *Tiktok* sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia”. Hasil penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pemanfaatan aplikasi *tiktok* sebagai media dalam pembelajaran Bahasa Indonesia. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah aplikasi *tiktok*, dengan objek penelitian adalah pemanfaatan aplikasi *tiktok* sebagai media pembelajaran Bahasa Indonesia. Perbedaan penelitian yakni penelitian Anak Agung Ngura Bagus Janitra Dewanta meneliti tentang pemanfaat aplikasi *tiktok* sebagai media pembelajaran sedangkan peneliti membahas tentang kepuasan penggunaan media *tiktok* dikalangan remaja.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, aplikasi *tiktok* bersamaan dengan penggunaan dan metode yang tepat dapat bermanfaat sebagai media dalam pembelajaran bahasa Indonesia yang menarik dan interaktif. Pengaplikasiannya yang mudah dan fitur yang beragam, maka aplikasi *tiktok* dapat diimplementasikan dalam pembelajaran Bahasa Indonesia. Untuk mengetahui keefektivan aplikasi *tiktok* dalam meningkatkan hasil belajar siswa pada mata pelajaran Bahasa Indonesia.<sup>29</sup>

## **B. Referensi yang Relevan**

Referensi urgen dikemukakan sebagai sumber rujukan utama dalam penelitian tesis. Referensi utama yang dikutip adalah relevan dengan variabel atau subyek penelitian. Referensi yang dirujuk boleh berbentuk buku ilmiah, karya

---

<sup>29</sup>Anak Agung Ngurah Bagus Janitra Dewanta, *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 9.2 (2020), 133–48.

ilmiah tesis atau disertasi, dan yang paling dianjurkan adalah hasil penelitian jurnal terakreditasi.<sup>30</sup> Untuk penelitian ini, referensi yang menurut peneliti sesuai adalah sebagai berikut :

Buku oleh Fadia Nur Ardini dengan judul “Pengaruh Media Tiktok” buku ini menjelaskan bahwa *tiktok* merupakan salah satu aplikasi paling populer dan paling diminati di seluruh dunia. Aplikasi digunakan untuk membuat video yang durasinya 15 detik sampai 3 menit. Selain itu, pada *tiktok* juga mempunyai fitur *live* seperti *Instagram*. Aplikasi *tiktok* disertai dengan filter, stiker pada wajah, *timer*, music, dan fitur-fitur kreatif lainnya. Aplikasi diluncurkan oleh perusahaan asal China. Hanya dalam satu tahun, aplikasi ini mendapat 100 juta pengguna dan satu miliar tayangan setiap harinya. Hal ini membuat aplikasi *tiktok* lebih unggul dari pada aplikasi musik yang lain. Perbedaan referensi pada peneliti terletak pada judul yakni Fadia Nur Ardini dalam bukunya membahas tentang pengaruh media *tiktok* sedangkan peneliti membahas tentang analisis kepuasan penggunaan media *tiktok* dikalangan remaja.

Jurnal oleh Tony Wibowo dengan judul “Analisis Fenomena Sosial Media dan Kaum Milenial Studi Kasus *Tiktok*”. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai aplikasi yang sedang diminati oleh banyak anak muda yaitu *tiktok*, khususnya selama pandemi ini, kegiatan dalam bentuk kontak fisik sudah mulai dilarang, sehingga banyak yang menganggap aplikasi ini dapat membantu dalam hal memberikan hiburan, namun disini peneliti tidak hanya akan membahas mengenai manfaat *tiktok*

---

<sup>30</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Program Pascasarjana IAIN Parepare : 2015) h.54.

sebagai sarana hiburan. Saat ini aplikasi *tiktok* menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak diunduh. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dan meta analisis untuk mempermudah proses penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah informasi mengenai manfaat aplikasi *tiktok* yang bisa dirasakan tidak hanya bagi anak muda tetapi juga semua kalangan.<sup>31</sup>

Jurnal oleh Dwi Putri Robiatul Adawiyah, dengan judul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi *Tiktok* terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang”. Penelitian ini bertujuan untuk menghitung banyaknya pengguna media sosial *tiktok* pada remaja di Indonesia tentu akan berpengaruh terhadap salah satu tahap perkembangan remaja yakni mengenai kepercayaan diri. Memiliki kepercayaan diri sangat penting hal ini dikarenakan seorang remaja akan mampu untuk menilai diri sendiri dan melakukan suatu pekerjaan secara efektif di dalam kehidupannya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan paradigma positivistik. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner sesuai dengan kriteria sampel yang telah ditentukan. Sampel pada penelitian kali ini yakni remaja dengan usia 15-19 tahun di Kabupaten Sampang. Tinjauan pustaka ini dimulai mengenai penggunaan media sosial *tiktok* sampai pengaruhnya terhadap kepercayaan diri remaja yang kemudian berhubungan dengan teori *uses and gratification*. Teori ini menjelaskan mengenai konsekuensi keterlibatan individu secara aktif maupun kurang aktif dalam media. Setiap

---

<sup>31</sup>Tony Wibowo, *Analisis Fenomena Sosial Media dan Kaum Milenial Studi Kasus Tiktok*, 1.1 (2020), 236, <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbsit>.

individu memiliki tingkat kebutuhan yang berbeda dalam menggunakan media. Salah satu kebutuhan yang ingin dipenuhi seseorang yakni mengenai peningkatan kepercayaan diri. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari penggunaan media sosial *tiktok* terhadap kepercayaan diri remaja.<sup>32</sup>

Jurnal oleh Diah Ayu Candraningrum dengan judul “Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru *Tiktok* terhadap *Personal Branding* Generasi Milenial di *Instagram*”. Aplikasi *Tiktok* merupakan suatu bentuk media baru yang berfungsi untuk menyediakan dukungan berupa fitur edit seperti lagu dan efek pada wajah dalam pembuatan video berdurasi 30-60 detik. Sedangkan media sosial *Instagram* merupakan media sosial yang bertujuan untuk mempublikasi foto dan video. Seiring dengan meningkatnya popularitas *tiktok* di tahun 2019, seorang remaja bernama Prabowo Mondardo atau lebih dikenal dengan akun *Instagram* @bowo\_allpennliebe menjadi viral di Indonesia. Konten video yang dipublikasi di akun *Instagram*nya berasal dari *Tiktok*. Berdasarkan fenomena tersebut, kini generasi muda ikut mengikuti *tren* tersebut, anak-anak muda menciptakan video dari *Tiktok* dan mengunggahnya di *Instagram*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara motif penggunaan aplikasi *tiktok* terhadap faktor yang paling efektif dalam pembentukan *personal branding* generasi milenial di *Instagram*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dibantu dengan pengolahan data dari *Statistical Package for Social Science* versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa generasi milenial cenderung menggunakan

---

<sup>32</sup>Dwi Putri Robiatul Adawiyah, *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang*, 14.2, (2020), 132.

*tiktok* untuk memenuhi kebutuhan hiburan. Faktor yang paling efektif dalam pembentukan personal branding di *Instagram* adalah dimensi standar yaitu ketika pengguna menganut nilai moral dan kepercayaan yang setara dengan pengikut mereka, hal tersebut dapat membuat mereka lebih dikenal di *Instagram*.<sup>33</sup>

### C. Landasan Teori

#### 1. Teori *Uses and Gratification*

Teori ini mulai berkembang pada tahun 1940, yakni ketika sejumlah peneliti mencoba mencari tahu motif yang melatarbelakangi *audiens* mendengarkan radio dan membaca surat kabar. Mereka meneliti siaran radio dan mencari tahu mengapa orang tertarik terhadap program yang disiarkan seperti kuis dan serial drama radio. Kepuasan apa yang diperoleh sehingga mereka senang mendengarkan program tersebut. Herzog dipandang sebagai orang pertama yang mengawali riset penggunaan dan kepuasan. Kemudian mencoba mengelompokkan berbagai alasan mengapa orang memilih mengonsumsi surat kabar daripada radio. Ia mempelajari peran keinginan dan kebutuhan *audiens* terhadap pilihan media.<sup>34</sup>

Teori *uses and gratification* merupakan pengembangan dari teori atau model jarum hipodermik. Teori ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communication : Current Perspectives on Gratification Research*. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and*

---

<sup>33</sup>Diah Ayu Candraningrum, *Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram*, 4.2, (2020),14.

<sup>34</sup>Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia, 2013), h. 82.

*gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhan.<sup>35</sup>

Menurut Elihu Katz dan Herbert Blumer, teori ini meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan-harapan tertentu dari media. Hal inilah yang membawa pada pola terpaan mediating berlainan atau keterlibatan pada kegiatan lain dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.<sup>36</sup>

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

- a. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
- b. Inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan akan kepuasan terhadap pilihan media tertentu bergantung pada anggota khalayak.
- c. Orang memiliki kesadaran diri yang cukup akan penggunaan media mereka, sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat pada peneliti.
- d. Keputusan pada nilai mengenai bagaimana khalayak menghubungkan kebutuhannya dengan media atau isi tertentu seharusnya ditunda.<sup>37</sup>

Teori *uses and gratification* ini menjelaskan tentang sifat khalayak yang aktif dalam mengkonsumsi media sehingga mereka dapat selektif dalam memilih milah pesan media yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan audiensi. Pemilihan media yang dilakukan oleh *audiens* merupakan salah satu cara pemenuhan

---

<sup>35</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Rajagrafindi Persada, 2020), h. 191-192.

<sup>36</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017), h. 191.

<sup>37</sup>Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa Edisi 5*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2018), h. 298-299.

kebutuhan mereka dalam menerima informasi. Khalayak mengkonsumsi suatu media didorong oleh motif tertentu guna memenuhi kebutuhan mereka. Inti teori *uses and gratification* sebenarnya adalah pemilihan media pada khalayak berdasarkan kepuasan, keinginan, kebutuhan, atau motif. Pada dasarnya komunikasi terutama pada media massa tidak memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Teori ini menganggap bahwa khalayak aktif dan selektif dalam memilih media, sehingga menimbulkan motif-motif dalam menggunakan media dan kepuasan terhadap motif-motif tersebut.<sup>38</sup>

Khalayak memiliki sejumlah alasan dan usaha untuk mencapai tujuan tertentu ketika menggunakan media. Mcquail dan rekannya mengemukakan empat alasan mengapa *audiens* menggunakan media, yaitu:

- a. Pengalihan (*disersion*), yaitu melarikan diri dari rutinitas atau aktivitas sehari-hari.
- b. Hubungan personal, terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti teman.
- c. Identitas personal, sebagai cara memperkuat nilai-nilai individu.
- d. Pengawasan (*surveillance*), yaitu informasi mengenai bagaimana media membantu individu mencapai sesuatu.<sup>39</sup>

Efek yang timbul dari diri khalayak seperti emosi dan perilaku dapat dioperasionalisasikan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberi kepuasan. Pendekatan *uses and gratification* tertuju pada khalayak yang berperan

---

<sup>38</sup>Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa Edisi 5*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2018), h. 299.

<sup>39</sup>Richard West dan Lynn H. Tunner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Buku 1 Edisi 3*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), h.105.

aktif dan selektif dalam memilih dan menggunakan media sesuai kebutuhannya. Khalayak sudah menentukan media mana yang sesuai dengan kebutuhannya, merupakan gambaran nyata dari upaya pemenuhan kebutuhan sesuai dengan motif. Khalayak aktif memilih media karena masing-masing pengguna berbeda tingkat pemanfaatan medianya.<sup>40</sup> Pendekatan ini jelas bertujuan untuk menggali motif pendorong bagi seseorang dalam menggunakan media.

## 2. Kepuasan

Kepuasan berarti terpenuhinya semua kebutuhan khalayak pengguna media massa berdasarkan motif dan tujuannya. Penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia. Efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi. Orang-orang memiliki kesadaran dan kemampuan diri yang memadai ketika mereka memilih dan menggunakan media tertentu dalam memenuhi kebutuhan yang dicari. Kepuasan yang diperoleh seseorang dari media ditentukan oleh sikap khalayak pada suatu media, yaitu evaluasi dan kepercayaan yang diberikan dari isi media. Jika khalayak percaya bahwa suatu tayangan dapat memenuhi kebutuhannya, maka khalayak akan tetap bertahan menonton. Sebaliknya, jika kebutuhan tidak terpenuhi maka ia akan menghindari atau meninggalkan tayangan tersebut.

Penjelasan mengenai teori *uses and gratification* menunjukkan bahwa setiap orang selalu memiliki kebutuhan yang memerlukan pemenuhan. Menurut Harzog, jenis kepuasan tertentu yang diinginkan khalayak dapat menentukan perhatian terhadap isi pesan media. Individu memiliki penilaian dan kepercayaan

---

<sup>40</sup>Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h.65.

terhadap salah satu media massa yang dianggap mampu memenuhi kebutuhannya. Motif akan mendukung penilaian dan kepercayaan individu terhadap media sehingga terdorong untuk mengkonsumsinya. Setelah dikonsumsi, akan terlihat apakah media dapat memenuhi motif awal menonton atau tidak.<sup>41</sup>

Philip Palmgreen mengembangkan riset terkait *uses and gratification*. Riset *uses and gratification* yang dikembangkannya memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Namun, konsep yang diteliti oleh model Palmgreen tidak berhenti sampai disitu, dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak itu telah dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain, model Palmgreen ini meneliti apakah khalayak puas dengan setelah menggunakan media atau tidak. Konsep mengukur kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*gratification obtained*).<sup>42</sup>

*Gratification sought* merupakan kepuasan yang diharapkan akan diterima seseorang jika menggunakan suatu media, biasa disebut juga dengan motif. Sedangkan *Gratification obtained* merupakan kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah ia menggunakan media massa. *Gratification sought* lebih banyak dipengaruhi oleh harapan-harapan khalayak yang diabstraksikan dari pengalamannya dengan berbagai bentuk dan jenis media massa.<sup>43</sup>

Individu memiliki orientasi atau kebutuhan berdasarkan harapanharapan dan evaluasi yang mereka lakukan. Umumnya riset *uses and gratifications* fokus

---

<sup>41</sup>Morissan, *Teori Pengantar Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), h.514.

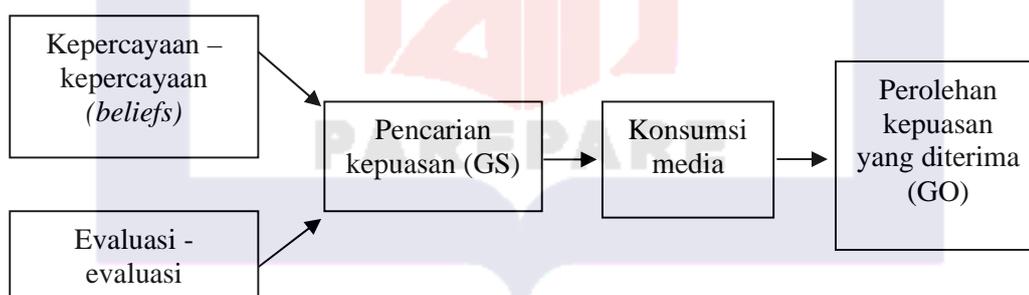
<sup>42</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), h.211.

<sup>43</sup>Winda Hardyanti, "Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs *eramuslim.com* di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang", *Jurnal Sospol*, Vol. 3 No. 1 (Januari-Juni 2017), h.187.

pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Dari beberapa model *uses and gratification* yang muncul, model yang dikemukakan oleh Palmgreen adalah yang paling sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini. Palmgreen juga menggunakan dasar yang sama yaitu orang menggunakan media didorong oleh motif-motif tertentu.

Namun konsep yang diteliti Palmgreen tidak berhenti sampai disitu, dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak itu telah dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain, apakah khalayak puas setelah menggunakan media. Konsep mengukur kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*). Penggunaan konsep-konsep baru ini memunculkan teori yang merupakan varian dari teori *uses and gratification*, yaitu teori *expectancy-values* (nilai pengharapan).

Bagan 1  
Model Expectancy Values



Sumber: Rachmat Kriyantono, 2006: 212

Berdasarkan gambar tersebut, Palmgreen menjelaskan bahwa individu memiliki kepercayaan dan penilaian (*beliefs and evaluation*) terhadap salah satu media massa yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan bermedianya. Menurut Palmgreen, orang mengarahkan diri pada dunia (misalnya media) berdasarkan

pada kepercayaan dan evaluasi-evaluasi mereka tentang dunia tersebut. *Gratification sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang tentang apa yang media dapat berikan dan evaluasi seseorang mengenai isi media. Selanjutnya, *gratification obtained* mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau rubrik tertentu secara spesifik.

Untuk mengukur kepuasan penggunaan media, pertama penulis akan mengukur motif dan kepuasan. Setelah motif dan kepuasan diketahui maka kepuasan dapat terlihat berdasarkan kesenjangan antara motif dan kepuasan. Dengan kata lain, kesenjangan kepuasan (*discrepancy gratifications*) adalah perbedaan perolehan kepuasan yang terjadi antara skor motif dan kepuasan dalam mengonsumsi media tertentu. Semakin kecil *discrepancy*-nya, semakin memuaskan media tersebut.<sup>44</sup> Adanya pencarian kepuasan (motif) yang mendukung penilaian dan kepercayaan terhadap suatu media akan mendorong seseorang mengonsumsi media tersebut.

Indikator terjadinya kesenjangan kepuasan atau tidak adalah sebagai berikut:

- a. Jika *mean* skor (rata-rata skor) GS lebih besar dari *mean* GO (*mean* skor  $GS > \textit{mean}$  skor GO), maka terjadi kesenjangan kepuasan. Jika demikian, kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Artinya, media tidak memuaskan khalayaknya.

---

<sup>44</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), h.210.

- b. Jika *mean* skor (rata-rata skor) GS sama dengan *mean* skor GO (*mean* skor GS = *mean* skor GO), maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan, karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanya terpenuhi.
- c. Jika *mean* skor (rata-rata skor) GS lebih kecil dari *mean* skor GO (*mean* skor GS < *mean* skor GO), maka terjadi kesenjangan kepuasan, karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Artinya, media tersebut memuaskan khalayaknya.<sup>45</sup>

Semakin besar kesenjangan *mean* skor yang terjadi, maka semakin tidak memuaskan media tersebut bagi khalayaknya. Sebaliknya, semakin kecil kesenjangan *mean* skor yang terjadi, maka makin memuaskan media tersebut bagi khalayaknya.

Menurut Mc.Quail, terdapat empat kategori motif pengkonsumsian media:

- a. Motif Informasi Pengguna dikatakan memiliki motif informasi, apabila ingin mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar.
- b. Motif Identitas Pribadi Pengguna dikatakan memiliki motif identitas pribadi, apabila ingin menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi diri sendiri.
- c. Motif Integrasi dan Interaksi sosial Pengguna dikatakan memiliki motif integrasi dan interaksi apabila ingin memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial.

---

<sup>45</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), h.217.

- d. Motif Hiburan Pengguna dikatakan memiliki motif hiburan apabila ingin melepaskan diri dari permasalahan.<sup>46</sup>

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kebutuhan khalayak yang dipenuhi oleh media didasari oleh motif-motif tertentu. Komunikasi massa memiliki motif informasi, identitas pribadi, integrasi interaksi, dan fungsi hiburan. Terpenuhinya motif tersebut menciptakan kepuasan atau tidak kepuasan khalayak setelah kebutuhan mereka terpenuhi. Kepuasan diukur berdasarkan terpenuhinya motif awal yang mendasari individu memilih suatu media.<sup>47</sup>

Dapat disimpulkan bahwa kategori kepuasan yang diperoleh dalam penelitian ini dikategorikan sebagai pengguna yang dikatakan memiliki kepuasan informasi apabila dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar. Kemudian, pengguna dikatakan memiliki kepuasan identitas pribadi apabila dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi diri sendiri. Selanjutnya, kepuasan Integrasi dan Interaksi sosial adalah pengguna yang dikatakan memiliki kepuasan integrasi dan interaksi apabila memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial. Terakhir, kepuasan hiburan diartikan sebagai pengguna yang dikatakan memiliki kepuasan hiburan apabila dapat melepaskan diri dari permasalahan.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), h.215-216.

<sup>47</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), h.217.

<sup>48</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), h.220.

Tentu ini menjadi penting ketika kepuasan dalam beberapa kategori sangat penting di aplikasikan, seperti kepuasan informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan integrasi, dan kepuasan hiburan.

### 3. Intensitas Penggunaan Media Sosial

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, penggunaan memiliki arti proses, cara perbuatan memakai sesuatu, atau pemakaian.<sup>49</sup>Penggunaan merupakan kegiatan dalam menggunakan atau memakai sesuatu seperti sarana atau barang. Menurut Ardianto Elvinaro dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Massa, tingkat penggunaan media dapat dilihat dari frekuensi dan durasi dari penggunaan media tersebut.<sup>50</sup>

Media sosial merupakan sebuah platform dengan konten informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama khalayak umum. Saat ini, praktik pemasaran melalui media sosial telah berkembang bahkan dipilih menjadi salah satu marketing channel untuk mempromosikan merek dan brand suatu perusahaan. Media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran yang mudah digeneralisasikan.<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup>Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h,852.

<sup>50</sup>Ardianto Elvinaro, *Komunikasi Masa: Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004), h,125.

<sup>51</sup>Eko Nur Syahputro, *Melejitkan Pemasaran UMKM melalui Media Sosial*, (Gresik: Caremedia Communication, 2020), h, 41-42 .

Sosial media menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: *Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, Wikipedia* dan *Tiktok*. Definisi lain dari sosial media juga di jelaskan oleh Van Dijk media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.<sup>52</sup>

a. Karakteristik media sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding dengan media lainnya. Adapun karakteristik media sosial yaitu:

1) Jaringan (*network*)

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau tablet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas, contohnya seperti *Facebook, Twitter* dan lain-lain.

---

<sup>52</sup>Ruli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), h. 11.

## 2) Informasi (*information*)

Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring.

## 3) Arsip (*archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Setiap informasi apa pun yang diunggah di Facebook informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan bahkan sampai tahun.

## 4) Interaktif (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.<sup>53</sup>

### b. Motif Penggunaan Media

Motif berasal dari kata “*Motive*” yang berarti secara objektif merupakan dorongan dari individu untuk menentukan pilihannya dari berbagai perilaku tertentu,

---

<sup>53</sup>Ruli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), h. 19.

sesuai dengan tujuan. Sedangkan defenisi 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.<sup>54</sup>

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

#### 4. Aplikasi *TikTok*

*TikTok* merupakan aplikasi yang dikenal sebagai Douyin di Cina, yang secara harfiah berarti “teknik musik pendek”. Di luncurkan pada bulan september 2016 oleh Zhang Yiming, dan di kembangkan menggunakan kecerdasan buatan buatan ByteDance, dan aplikasi ini di patenkan di bawah naungan BYTEMOD. Para pengguna di dorong untuk berimajinasi sebebaskan-bebasnya dan menyatakan

---

<sup>54</sup>Jalaludin Rakmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 34.

ekspresinya dengan bebas dan nantinya bisa dibagikan ke teman atau ke seluruh dunia. Fenomena aplikasi *Tiktok* berkaitan erat dengan citra yang dipersepsikan seseorang atas dirinya sendiri. Karena melalui aplikasi *Tiktok* setiap orang ingin menampilkan sisi terbaiknya kepada orang lain. Sehingga, kesan yang dimiliki orang lain terhadap dirinya dapat bernilai positif apabila aplikasi *Tiktok* dilakukan dengan cara yang benar.<sup>55</sup> Hal tersebut akan menciptakan dorongan dari dalam dirinya untuk berbuat dan mencapai sesuatu yang ia inginkan agar dapat memenuhi kebutuhannya. Selain itu, melalui aplikasi *Tiktok* seseorang dapat lebih mengutarakan apa yang dipikirkannya.

ByteDance, perusahaan induk *Tiktok*, mengakuisisi Musical.ly pada 2018 dan meleburnya dengan aplikasi lain untuk melahirkan *Tiktok*. *Tiktok* menunjukkan pertumbuhan pengguna aplikasi yang signifikan sejak diperkenalkan, dan sebagai salah satu alternatif hiburan selama pembatasan sosial menuai pertumbuhan pengguna yang fenomenal di masa pandemi. Selama triwulan pertama 2020, *Tiktok* mencatat rekor sebagai aplikasi terbanyak yang diunduh di telepon seluler, yakni 315 juta instalasi. *Tiktok* 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.<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup>Tekno Raden, *Aplikasi Tiktok*, <https://www.mastekno.com/id/apa-itu-tik-tok/>, diakses 23 April 2022, pukul 19.24 Wita.

<sup>56</sup>Dwi Anggi Novianti, Dkk, *Covid-19 Catatan Linimasa pada Analisis Muda*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020), h. 121-122.

*Tiktok* 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 dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi *Tiktok* adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016.<sup>57</sup> Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak di bawah umur. *Tiktok* merupakan aplikasi berbasis audio visual berupa video musik.

Aplikasi dan jejaring sosial *Tiktok* berasal dari Tiongkok yang merupakan besutan ByteDance yang kini menjadi aplikasi paling banyak diunduh di dunia. Aplikasi *Tiktok* menyediakan layanan yang memungkinkan penggunanya membuat video pendek yang disertai dengan lagu, membuat video *lipsync* lalu mengunggahnya. Pengguna sekadar menggunakan aplikasi ini. Setidaknya ada beberapa manfaat *Tiktok*, pertama sebagai media penayangan showcase kreativitas pengguna yang unik dan spesifik baik dari kreator media sosial profesional maupun orang biasa. Kedua, *Tiktok* sebagai media sosial pencari bakat talent dan kreator atau pencipta. Ketiga, sebagai ajang mencari popularitas.<sup>58</sup>

Pencarian popularitas inilah yang bisa membuat banyak remaja terpacu untuk mendapatkan jumlah tayang video, karena jumlah tayang video tentu menjadi standar popularitas dalam komunitas *Tiktok*. Semakin banyak jumlah

---

<sup>57</sup>Wisnu Nugroho Aji, "Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia," Jurnal Proceeding Unikal, IV, N0.7, (2012), h, 44.

<sup>58</sup>Sitti Nurhalimah, *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*, (Sleman: Deepublish, 2019), h, 36.

tayang video dan tanda suka, maka secara tidak langsung sudah dapat menggambarkan kepada publik bahwasanya pemilik akun adalah seseorang yang populer. Prioritas untuk mendapatkan popularitas inilah yang menimbulkan sisi positif dan negatif yang dapat menimpa mahasiswa.

Proses pembuatan konten yang hanya mempertimbangkan jumlah tayang dan tanda suka bisa saja tidak mempertimbangkan aspek norma dan etika yang dapat menjerumuskan mahasiswa pada pembuatan konten-konten yang tidak berkualitas dan cenderung mengarah pada konten yang tidak baik.

Merebaknya penggunaan aplikasi ini membuat kekhawatiran sebagian pihak, baik pengguna maupun sekadar penikmat. Salah satu kekhawatiran ini muncul karena aspek popularitas *Tiktok* baik dikalangan anak-anak, remaja, maupun dewasa. Hal ini dinilai cukup meresahkan.

Pertama, konten kreatif atau sekadar jiplak atau salin. *Tiktok* menciptakan fitur *buble* pada jenis video yang disaksikan. Dampaknya, muncul kecenderungan pengguna *Tiktok* untuk meniru. Kecenderungan lainnya pengguna dapat membuat video hanya untuk mencari popularitas.

Kedua, banyak orang yang sekadar ikut-ikutan tren tanpa memahami konten yang diunggah atau dinikmatinya.

Ketiga, terjadi *bubble* pada generasi muda masa kini, yang sering juga menyebut dirinya sebagai *kids zaman now*, yang gagap dunia nyata. *Bubble* bermakna gelembung, namun dalam konteks ini memuat makna sebagai suatu kebiasaan yang meluap-luap tanpa terkendali. Efek *bubble* menimbulkan adiksi terhadap *Tiktok* dan adiksi pada konten *Tiktok* seolah menjauhkan seseorang dari

dunia nyata, karena mereka pikir dengan *Tiktok* dunia sudah ada dalam genggamannya. Dampaknya, adiksi ini mengaburkan dunia nyata. Para pengguna akan kehilangan jam bersosialisasi dengan lingkungan karena waktu mereka bisa saja dihabiskan untuk membuat video *Tiktok*.<sup>59</sup>

Dalam aplikasi media sosial *Tiktok* banyak berbagai konten video yang ingin mereka buat dengan mudah. Tidak hanya melihat dan menirukan, mereka juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Mereka dapat menuangkan berbagai video-video yang kreatif sesuai dengan ide-ide mereka. Tidak hanya mengenai video-video menarik, joget, *lipsync* dan kreativitas dalam bentuk video lainnya, mereka juga bisa ikut tantangan-tantangan yang dibuat pengguna lain.

Usaha-usaha yang dilakukan oleh orang tersebut secara tidak langsung membuat ia berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Saat ini aplikasi *Tiktok* di Indonesia semakin dihargai eksistensinya. Bahkan aplikasi *Tiktok* terpopuler nomor dua di *Google Play* Indonesia dan menjadi salah satu aplikasi yang paling cepat pertumbuhannya. Pengguna aplikasi *Tiktok* di media sosial paling tinggi di Indonesia sendiri didominasi oleh anak-anak dan remaja. Waktu yang dihabiskan remaja saat ini sebagian besar adalah untuk bermain media sosial dibandingkan untuk belajar dan berkumpul bersama keluarga. Sedangkan untuk alasan mereka menggemari media sosial adalah untuk mendapat perhatian, meminta pendapat, dan ajang eksistensi diri.

---

<sup>59</sup>Sitti Nurhalimah, *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*, (Sleman: Deepublish, 2019), h.37.

Lebih lanjut bahwa nilai inti dari remaja adalah untuk berkomunikasi dan didengar. Sementara remaja mengeluh bahwa mereka hanya memiliki sedikit ruang publik untuk *hang-out*, mereka membuat duniaonline lingkungan mereka, domain mereka dimana mereka mengembangkan hubungan pribadi dengan orang lain dan lebih dekat dengan orang-orang yang mereka kagumi dan hormati. Seseorang yang asalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan media sosial. Apabila kita dapat memanfaatkan media sosial, banyak sekali manfaat yang didapatkan, sebagai media pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan, dan lain lain. Tapi apabila kita yang di manfaatkan oleh media sosial baik secara langsung ataupun tidak langsung, tidak sedikit pula kerugian yang akan didapatkan seperti kecanduan, sulit bergaul di dunia nyata. Untuk ada ada yang yang menjelaskan betapa pentingnya menjaga hak yang kita miliki seperti jangan menampakkan anggota tubuh yang bukan termasuk mahrom atau lawan jenis, Allah telah berfirman pada Q.S Al Ahzab/33: 33.

وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُمْ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَىٰ وَأَقِمْنَ الصَّلَاةَ وَآتِينَ الزَّكَاةَ  
وَأَطِعْنَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ إِنَّمَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيُذْهِبَ عَنْكُمُ الرِّجْسَ أَهْلَ الْبَيْتِ وَيُطَهِّرَكُمْ  
تَطْهِيرًا ﴿٣٣﴾

Terjemahnya :

“dan hendaklah kamu tetap di rumahmu dan janganlah kamu berhias dan bertingkah laku seperti orang-orang Jahiliyah yang dahulu dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan taatilah Allah dan Rasul-Nya. Sesungguhnya Allah bermaksud hendak menghilangkan dosa dari kamu, hai ahlul bait dan

membersihkan kamu sebersih-bersihnya”.<sup>60</sup>

Ayat ini menjelaskan menampakkan anggota tubuhnya kepada yang bukan mahrom, memperlihatkan perhiasan, berlenggak lenggok ketika berjalan, ketika berbicara mendayu-dayu. Ayat ini berkaitan sejalan dengan pengguna aplikasi *Tiktok* saat ini. Dimana banyak wanita yang berjoget, menggoyangkan anggota tubuhnya dan menjadi tontonan para lelaki. Hal ini memicu dampak pembunuhan, dan hal negatif lainnya yang terjadi bagi para pengguna aplikasi *Tiktok*. Maka larangan *tabarruj* saat menggunakan aplikasi *Tiktok* juga memberikan hikmah supaya seorang perempuan terjaga dari syahwat laki-laki yang melihatnya.

Terlepas dari *Tiktok* memiliki sisi positif bagi dunia hiburan diri. Bahwa di dalamnya kita bisa melepas penat dengan relaksasi bernuansa hiburan. Namun hal ini juga membawa dampak-dampak sosial yang besar. Di antara efek negatif yang dihasilkan oleh *Tiktok* adalah kebiasaan ini dibangun berdasarkan kesenangan namun tidak substansial, meminjam istilah Ben Agger, yaitu masyarakat kita kadang kala menempatkan budaya populer ini di atas norma-norma ketidakwajaran, dengan dalih mengentaskan kejenuhan kerja sepanjang hari, banyak individu bahkan kelompok masyarakat melakukan goyangan-goyangan erotis tak senonoh yang jauh dari kebiasaan-kebiasaan masyarakat kita.<sup>61</sup>

Dalam aplikasi media sosial tik tok banyak berbagai konten video yang ingin mereka buat dengan mudah. Tidak hanya melihat dan menirukan, mereka juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Mereka dapat

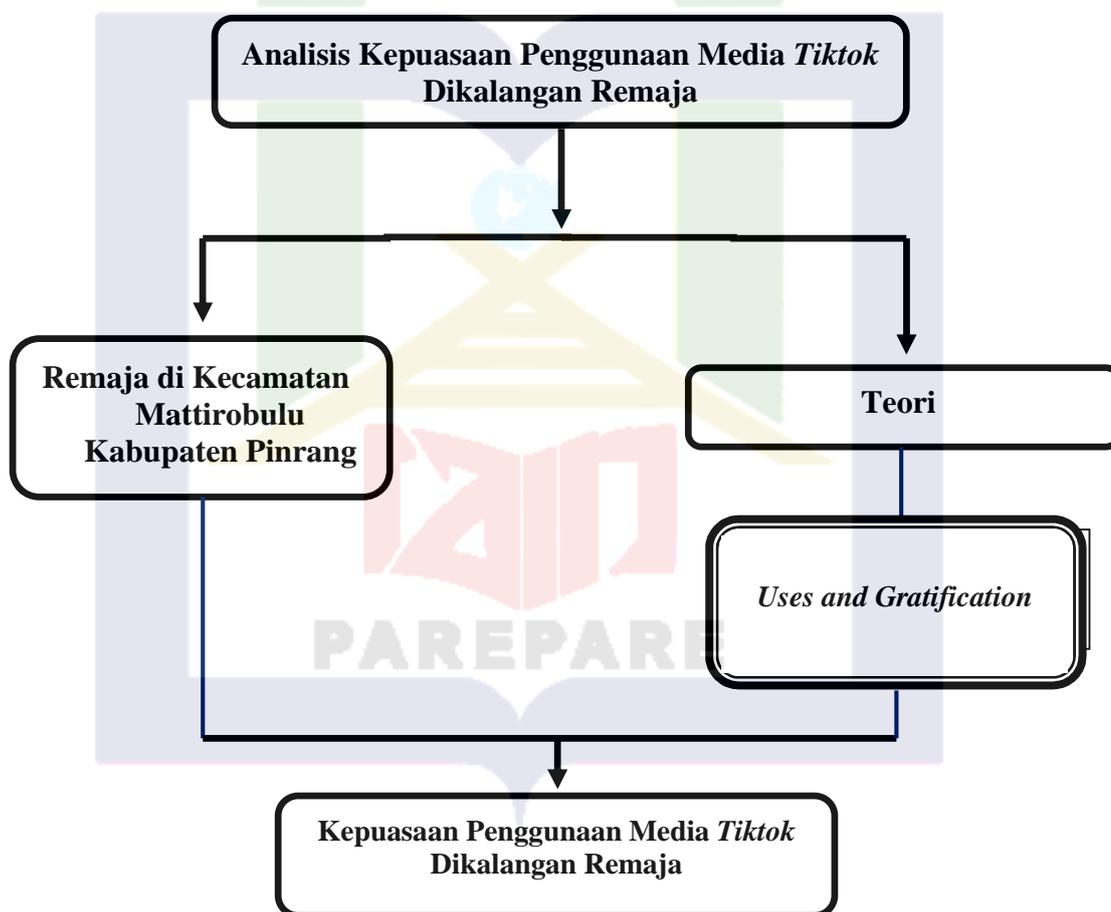
---

<sup>60</sup>Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2000), h.276.

<sup>61</sup>Mahyuddin, *Masyarakat dan Gejala Problematika Sosial: Persilangan Dinamika Politik, Budaya, Agama dan Teknologi*, (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020), 172.

menuangkan berbagai video-video yang kreatif sesuai dengan ide-ide mereka. Tidak hanya mengenai video-video menarik, joget, lipsync dll, mereka juga bisa ikut tantangan-tantangan yang dibuat pengguna lain.

#### D. Kerangka Pikir



### BAB III

## METODE PENELITIAN

Secara umum metode penelitian didefinisikan sebagai suatu kegiatan ilmiah yang terencana, terstruktur, sistematis dan memiliki tujuan tertentu baik praktis maupun teoretis. Dikatakan sebagai kegiatan ilmiah karena penelitian dengan aspek ilmu pengetahuan dan teori. Terencana karena penelitian harus direncanakan dengan memperhatikan waktu, dana, dan kredibilitas terhadap tempat sebuah data.<sup>62</sup>

Cara menemukan informasi bervariasi, baik dengan menggunakan metode kuantitatif, kualitatif, maupun menggabungkan dari kedua metode tersebut. Setiap metode yang diambil memerlukan rancangan atau prosedur penelitian. Penelitian kualitatif memiliki dua ciri utama, yaitu: Pertama, data tidak berbentuk angka, lebih banyak berupa narasi, deskripsi, cerita, dokumen tertulis dan tidak tertulis. Kedua, penelitian kualitatif tidak memiliki rumus atau aturan absolut untuk mengolah dan menganalisis data. Pada riset kualitatif, eksplorasi permasalahan, identifikasi faktor dan penyusunan teori menjadi ciri-khas utama. Riset kuantitatif berciri khas menstrukturkan hubungan antar faktor atau mengklarifikasi hubungan antar faktor. Karena itu, riset kuantitatif sering dikatakan membuktikan hipotesis atau teori, bukan menyusun teori.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup>Cony R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif, Jenis karakteristik dan keunggulannya*, (Jakarta: Grasindo, 2010) h.5.

<sup>63</sup>Bidang Bimbingan and D A N Konseling, 'Metode Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Bimbingan Dan Konseling', *Jurnal Fokus Konseling*, 2.2(2016) <<http://ejournal.stkipmpringsewu-lpg.ac.id/index.php/fokus/a>>.

## A. Jenis Penelitian

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan. Menurut Pohan, penelitian ini bertujuan mengumpulkan data dan informasi ilmiah, berupa teori-teori, metode, atau pendekatan yang pernah berkembang dan telah di dokumentasikan dalam bentuk buku, jurnal, naskah, catatan, rekaman sejarah, dokumen-dokumen, dan lain-lain yang terdapat di perpustakaan. Selain itu, kajian ini dilakukan dengan tujuan menghindarkan terjadinya pengulangan, peniruan, dan plagiat.<sup>64</sup>

Penelitian ini sasarannya pada remaja yang ada di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang sebagai pengguna aplikasi media *Tiktok*. Peneliti memfokuskan penelitian di wilayah Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang karena banyaknya remaja yang menggunakan aplikasi *Tiktok* terkhusus di masa Covid-19.

Alasan peneliti memilih pengguna *Tiktok* dikarenakan media *Tiktok* adalah salah satu platform yang paling digemari oleh remaja masa kini. Apalagi di tengah pandemi Covid-19, aplikasi *Tiktok* semakin disugahi berbagai fitur khususnya dalam bentuk audio visual.

Pengguna akun *Tiktok* biasa disebut sebagai *Tiktokers*. Umumnya seorang *Tiktokers* memiliki keahlian yang akan menunjang dalam pembuatan konten *Tiktok* sehingga banyak menarik perhatian publik, keahlian tersebut dapat berupa :

---

<sup>64</sup>Ridwan Karim, *Kajian Pustaka: Pengertian, Manfaat, Jenis dan Contoh*, [Kajian Pustaka: Pengertian, Manfaat, Jenis dan Contoh - Buku Deepublish \(penerbitbukudeepublish.com\)](#) diakses pada tanggal 08 Desember 2021 pukul 18.49 wita.

a. Berpikir kritis

*Tiktokers* yang suka berpikir kritis cenderung akan membuat konten yang membahas topik-topik yang akan dikritisinya. Seperti kebijakan pemerintah, persimpangan perilaku masyarakat, kriminal, degradasi moral maupun hal-hal yang kadang luput dari pikiran viewers. Umumnya, berpikir kritis didapatkan dari hasil kebiasaan membaca buku ataupun melalui diskusi dengan orang lain.

b. Komunikasi yang Baik

*Tiktokers* yang memiliki komunikasi yang baik seperti kemampuan komunikasi interpersonal cenderung akan menyajikan konten yang menarik perhatian publik. Sebelum memiliki komunikasi yang baik, youtuber seharusnya terlebih dahulu memiliki kemampuan untuk mendengarkan. *The best speaker is the best listener.*

c. Mengakses, menganalisis, mensintesis informasi

Beberapa *Tiktokers* menyajikan konten berdasarkan hasil akses, analisis dan mensintesis sebuah informasi. *Tiktokers* akan melakukan dubbing suara atau tampil secara langsung di depan camera (*showing face*) mengungkapkan hasil analisisnya terhadap topik tertentu.

d. Rasa ingin tahu, kreatif, dan inovatif

Rasa ingin tahu tentang hal-hal baru memacu *Tiktokers* untuk menelusuri hal-hal baru. Pengetahuan baru yang didapatkan viewers cenderung akan dijadikan sebagai konten. Selain itu, kreativitas dalam mengambil gambar atau editing video serta inovasi yang berbeda akan

menarik viewers untuk menonton video yang diunggah.

## B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif dilaksanakan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan. Pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia.<sup>65</sup> Penelitian ini berupaya menekankan makna.

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara wawancara mendalam baik secara daring maupun luring. Peneliti menggunakan metode ini agar memberikan ruang bicara yang luas bagi informan (*Tiktokers*) dalam memberikan jawaban sesuai dengan *frame of reference* mereka.

Metode kualitatif lebih berdasarkan pada filsafat fenomenologis yang mengutamakan penghayatan (*verstehen*). Metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri.<sup>66</sup> Jadi peneliti merupakan kunci instrumen (*key instrument*) dalam mengumpulkan data peneliti harus secara aktif mengamati *Tiktokers* dan kontennya.

Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis

---

<sup>65</sup>Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Gaung Persada, 2009), h. 11.

<sup>66</sup>Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Cet. VI; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h. 81.

atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.<sup>67</sup>

Penelitian kualitatif memiliki ciri dominan terutama jika dibandingkan dengan penelitian kuantitatif. Beberapa ciri utama yang menonjol dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Sumber data langsung berupa tata situasi alami dan peneliti adalah instrumen kunci. Peneliti dalam proses penelitian kualitatif menghabiskan waktunya cukup lama dalam situasi (setting) penelitian, apakah mereka berada di lingkungan keluarga, sekolah, rumah tetangga dan tempat-tempat tertentu saat data yang berhubungan dengan penelitian tersebut dikumpulkan. Meskipun beberapa peneliti menggunakan alat bantu dalam pengumpulan data, data-data yang dikumpulkan perlu ditunjang oleh pemahaman yang mendalam tentang makna data-data yang diperoleh. Materi yang direkam kemudian dikaji ulang oleh peneliti dengan melibatkan wawasan pribadinya sebagai instrumen kunci untuk menganalisisnya.<sup>68</sup> Alat perekam sangat bermanfaat bagi peneliti agar tidak melewatkan sedikitpun informasi dari seorang informan. Apabila wawancara dilakukan dalam bentuk daring, aplikasi screen recorder dapat digunakan untuk merekam video saat wawancara.
- b. Bersifat Deskriptif Pada penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan umumnya berbentuk kata-kata, gambar-gambar dan kebanyakan bukan angka-angka. Kalaupun ada angka-angka, sifatnya hanya sebagai

---

<sup>67</sup>Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008), h. 21.

<sup>68</sup>Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), h. 60.

penunjang. Ketika mengumpulkan data deskriptif, peneliti mengadakan pendekatan terhadap situasi kehidupan di tempat penelitian dengan cara sabar (with picking way). Paradigma penelitian kualitatif menganjurkan bahwa masalah-masalah kehidupan ini harus didekati dengan menggunakan asumsi bahwa tidak ada satu hal pun yang sifatnya sepele, melainkan bermakna.<sup>69</sup> Jadi peneliti harus mengamati secara detail dan cermat agar tidak mengabaikan hal-hal yang penting untuk manfaat hasil penelitian.

- c. Lebih menekankan pada makna proses ketimbang hasil Data, perilaku, gambar dan sebagainya hanya bermakna jika diberi tafsiran secara akurat oleh peneliti. Translasi data menjadi makna sangat ditentukan oleh dari perpektif data, perilaku, atau gambar itu dimaknai. Bagaimana orang memberi makna? Bagaimana istilah-istilah simbol-simbol tertentu digunakan? dan berbagai pertanyaan lainnya. Kemudian peneliti mempelajari bagaimana sikap itu berlangsung pada proses interaksi sehari-hari.<sup>70</sup> Makna proses yang dimaksud disini adalah saat pembuatan video baik itu pra produksi, produksi maupun pasca produksi.
- d. Analisis data bersifat induktif Masalah penelitian umumnya dibuat dalam dua rumusan yang bermuara pada uji hipotesis dan bersifat ingin membangun hipotesis. Penelitian kualitatif memiliki ciri dominan kedua, yaitu membangun hipotesis. Pengembangan teori dengan cara seperti ini muncul dari bawah ke atas, bukan dari atas ke bawah. Beberapa bukti

---

<sup>69</sup>Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, h. 61

<sup>70</sup>Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, h. 62

yang pada awalnya tampak terpisah-pisah akhirnya dikumpulkan menjadi satu. Dengan kerangka berpikir tertentu, data itu dihubungkan dan dengan cara inilah kesimpulan dirumuskan.<sup>71</sup> Data-data yang berasal dari hasil wawancara, pengamatan secara mendalam terkait konten juga dikaitkan dengan referensi pendukung.

### C. Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan perspektif riset yang digunakan peneliti yang berisi bagaimana cara pandang (*worldviews*) peneliti melihat realita, bagaimana mempelajari fenomena, cara cara yang digunakan dalam penelitian dan cara cara yang digunakan dalam menginterpretasikan temuan. Dalam konteks desain penelitian, pemilihan paradig penelitian menggambarkan pilihan suatu kepercayaan yang akan mendasari dan member pedoman seluruh proses penelitian. Paradigma penelitian menentukan masalah apa yang dituju dan tipe penjelasan apa yang dapat diterimanya.<sup>72</sup>

Dalam paradig penelitian kualitatif, ada tiga asumsi yang perlu dikaji lebih dalam. Asumsi penelitian pertama dari segi ontologi yaitu apakah hakikat dari realitas itu sendiri? Kedua, dari segi Epistemologis. Apakah hubungan antara peneliti dan yang diteliti? Dan ketiga dari segi Aksiologi. Membahas apa peran nilai-nilai dari hasil penelitian yang telah dilakukan.<sup>73</sup>

Paradigma berkaitan dengan cara memandang terhadap realitas. Realitas yang sama akan tampak berbeda jika dilihat dengan paradigma yang berbeda.

---

<sup>71</sup>Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, h. 63.

<sup>72</sup>Juliana Batubara, 'Paradigma Penelitian Kualitatif Dan Filsafat Ilmu Pengetahuan Dalam Konseling', *Jurnal Fokus Konseling*, 3.2(2017),95 <<https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>>.

<sup>73</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Program Pascasarjana STAIN Parepare :2015) h.64.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis ialah paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka.<sup>74</sup> *Social meaningful action* dapat diartikan sebagai tindakan bermakna secara sosial.

Paradigma ini menyatakan bahwa pertama, dasar untuk menjelaskan kehidupan, peristiwa sosial dan manusia bukan ilmu dalam kerangka positivistik, tetapi justru dalam arti *common sense*. Menurut mereka, pengetahuan dan pemikiran awam berisikan arti atau makna yang diberikan individu terhadap pengalaman dan kehidupannya sehari-hari, dan hal tersebutlah yang menjadi awal penelitian ilmu-ilmu sosial. Kedua, pendekatan yang digunakan adalah induktif, berjalan dari yang spesifik menuju yang umum, dari yang konkrit menuju yang abstrak. Ketiga, ilmu bersifat idiografis bukan nomotetis karena ilmu mengungkap bahwa realitas tertampilkan dalam simbol-simbol melalui bentuk-bentuk deskriptif. Keempat, pengetahuan tidak hanya diperoleh melalui indra karena pemahaman mengenai makna dan interpretasi adalah jauh lebih penting. Kelima, ilmu tidak bebas nilai. Kondisi bebas nilai tidak menjadi sesuatu yang dianggap penting dan tidak pula mungkin

---

<sup>74</sup>Dedy N. Hidayat, *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*, (Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia, 2003), h. 3.

dicapai.<sup>75</sup> Ilmu tidak bebas nilai arti suatu ilmu selalu terikat dengan nilai dimana harus dikembangkan dengan mempertimbangan aspek nilai lain seperti nilai-nilai ekonomis, sosial, religius dan nilai-nilai lainnya.

Pada penelitian ini, asumsi penelitian Ontologisnya berpusat pada hakikat remaja dalam menggunakan *tiktok*. Peneliti akan membahas poin di atas secara terperinci dan terstruktur. Untuk asumsi Epistemologisnya, berpusat pada bagaimana analisis penggunaan dan pemanfaatan media *tiktok* di kalangan remaja. Adapun untuk asumsi aksiologisnya, nilai yang akan dicapai dari penelitian ini adalah metode yang tepat agar penggunaan media *tiktok* di kalangan remaja bisa digunakan dengan baik. Semua tergambar dengan jelas dalam analisis penggunaan media *tiktok* di kalangan remaja. Tulisan ini juga diharapkan menjadi rujukan bahwa diperlukan strategi remaja dalam menggunakan dan memanfaatkan media *tiktok* dengan baik.

#### **D. Sumber Data**

Dikarenakan jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif sehingga peneliti membagi sumber data untuk mempermudah dalam penelitian yakni, data primer dan sekunder. Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Ada dua sumber data, sebagai berikut:

- a. Data primer yaitu data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.
- b. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain

---

<sup>75</sup>E. Kristi Poerwandari, *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia* (Depok: LPSP3, 2007), h. 22.

menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.<sup>76</sup> Data primer yang telah didapatkan kemudian diolah lebih lanjut misalnya dalam bentuk paragraf, tabel-tabel ataupun diagram kemudian dikaitkan dengan data sekunder.

#### E. Waktu dan Lokasi Penelitian

##### a. Waktu Penelitian

Menurut Sugiyono tidak ada cara yang mudah untuk menentukan berapa lama penelitian dilaksanakan. Tetapi lamanya penelitian akan tergantung pada keberadaan sumber data dan tujuan penelitian. Selain juga akan tergantung cakupan penelitian, dan bagaimana peneliti mengatur waktu yang digunakannya.<sup>77</sup> Adapun alokasi waktu yang digunakan sekitar 30 hari. Dikarenakan sumber data seperti konten video telah tersedia di platform *Tiktok*.

##### b. Lokasi Penelitian

Peneliti akan melakukan penelitian melalui platform *Tiktok.com* dengan memperhatikan kesesuaian konten video *Tiktok* yang dibuat pada masa pandemi Covid-19. Selain itu, dikarenakan lokasi pemilik akun yang tersebar di berbagai wilayah Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang, maka peneliti akan mewawancarai secara daring dan luring (*offline*).

---

<sup>76</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet. VIII, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 137

<sup>77</sup>Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 24

## F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat atau fasilitas untuk memudahkan dalam mengumpulkan data. Instrumen penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Peneliti akan mengumpulkan data dengan cara bertanya, mendengar baik secara daring maupun luring. Peralatan yang digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian seperti pedoman wawancara yang berisikan daftar informasi yang perlu dikumpulkan yang dilengkapi pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada informan. Selain itu, untuk mengantisipasi kehilangan pernyataan-pernyataan yang penting dari informan maka akan digunakan catatan, recorder, dan kamera foto.

## G. Tahapan Pengumpulan Data

Menurut Dr. Endang S Sedyaningsih Mahamit, tahapan penelitian kualitatif meliputi menentukan permasalahan masalah, melakukan studi literatur, penetapan lokasi, studi pendahuluan, penetapan metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dokumen, diskusi terarah, analisa data selama penelitian, analisa data setelah validasi dan reliabilitas dan terakhir hasil seperti cerita, personal, deskripsi tebal, naratif.<sup>78</sup> Terdapat tiga tahap pengumpulan data. Pertama, tahap awal dimana peneliti melakukan studi literatur serta peneliti mengidentifikasi konten-konten yang diupload remaja pada masa pandemic Covid-19 lalu meminta kesediaan pemilik akun *Tiktok* dalam hal ini *Tiktokers*. Kedua, tahap pengumpulan dan

---

<sup>78</sup>Asep Suryana, *Tahap-Tahapan Penelitian Kualitatif*, <http://file.upi.edu/>, diakses pada tanggal 21 Februari 2022.

analisis data. Peneliti melakukan wawancara terkait kepuasan penggunaan media *Tiktok*. Ketiga tahap akhir, peneliti melakukan penarikan kesimpulan.

#### H. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti disesuaikan dengan jenis penelitian yang digunakan. Maka teknik pengumpulan data yang dilakukan seperti:

- a. Melakukan wawancara mendalam (*in depth interview*) yang sifatnya informal terhadap narasumber dan terus menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi dari subjek.
- b. Melakukan observasi, ketika peneliti mengumpulkan data untuk tujuan penelitian ilmiah, peneliti perlu memerhatikan sendiri berbagai fenomena, atau juga menggunakan pengamatan orang lain. Observasi atau pengamatan dapat didefinisikan sebagai perhatian yang terfokus terhadap kejadian, gejala, atau sesuatu.<sup>79</sup> Peneliti melakukan pencatatan selama penelitian untuk mendukung data yang akurat.
- c. Penelitian Pustaka, dengan cara mempelajari dan mengkaji literatur literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat peneliti untuk mendukung asumsi sebagai landasan permasalahan yang dikaji.

#### I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data merupakan proses pencandraan (description) dan penyusunan transkrip interview serta material lain yang telah terkumpul.

---

<sup>79</sup>Emzir, Metodologi *Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Cet. II, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 37

Maksudnya, agar peneliti dapat menyempurnakan pemahaman terhadap data tersebut untuk kemudian menyajikannya kepada orang lain dengan lebih jelas tentang apa yang telah ditemukan atau didapatkan dari lapangan.<sup>80</sup> Dari analisis data inilah nantinya peneliti dapat memberikan suatu kesimpulan dari hasil penelitian.

Dalam melakukan penelitian komunikasi, tahap analisis data memegang peranan yang penting. Analisis data berarti berupaya mencari dan menata secara sistematis catatan observasi, wawancara dan lain sebagainya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikan sebagai temuan bagi orang lain.<sup>81</sup> Mencari dan menata secara sistematis artinya harus berurutan.

Analisis data dilakukan pada saat dilakukannya penelitian. Hal ini bertujuan agar fokus penelitian lebih ditekankan pada wawancara mendalam yang selanjutnya akan dianalisis secara kualitatif sesuai dengan jenis penelitian yang digunakan serta berpedoman pada teori yang digunakan dalam penelitian ini.

Data yang diperoleh dari lapangan kemudian dipelajari dan ditelaah. Kemudian dibuat abstraksi dari semua hasil wawancara mendalam yang akan merupakan rangkuman. Abstraksi berguna untuk memberikan penyempurnaan pemahaman terhadap data yang diperoleh. Kemudian disajikan kepada orang lain.<sup>82</sup> Hal ini dilakukan agar pembaca

---

<sup>80</sup>Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), h. 210.

<sup>81</sup>Noeng. Muhajir, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosda Karya, 1998), h. 183.

<sup>82</sup>Firmansyah, *Skripsi Peranan Mitra Citra Televisi (MNCTV) Ajatappareng dalam Meningkatkan Layanan Informasi Publik di Kota Parepare*, (STAIN Parepare, 2015), h. 33

dapat memahami dengan jelas apa yang telah diperoleh peneliti di lapangan.

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data tematik. Artinya hasil temuan diproses berdasarkan tema-tema yang sesuai dengan kerangka pemikiran. Dalam melakukan proses analisis data tematik, peneliti melakukan:

- a. Menelaah seluruh data yang tersedia dari sumber, yaitu data primer dari transkrip setiap informan yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan pengamatan yang ditulis dalam catatan wawancara serta sumber data sekunder seperti melalui referensi buku, data internet, video konten. Setelah itu penulis melakukan inventaris data seperti mengecek kualitas dari data yang telah didapat untuk kemudian dibaca dan dipelajari.<sup>83</sup> Pengecekan kualitas data perlu dilakukan untuk menyesuaikan rumusan masalah penelitian.
- b. Mereduksi data, dilakukan dengan membuat abstraksi yaitu rangkuman sehingga inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang diperlukan dapat diambil, sedangkan data yang tidak dibutuhkan dapat direduksi agar tidak mengaburkan fokus penelitian.<sup>84</sup> Ini lah pentingnya ada fokus penelitian agar pembahasan tidak meluas dan tidak ambigu.
- c. Setelah mereduksi data, tahap selanjutnya adalah menyusun data-data tersebut ke dalam satuan-satuan. Menurut Guba dan Lincoln,

---

<sup>83</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), h. 135

<sup>84</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, h. 135.

tipologi satuan dan unit adalah satuan informasi yang berfungsi untuk menentukan atau mendefinisikan kategori. Setelah itu penulis berusaha menemukan dan memberi label sesuai dengan pernyataan yang diberikan oleh para informan untuk kemudian digunakan untuk menemukan ciri, atribut, atau karakteristik yang membedakan sesuatu dengan sesuatu yang lain.<sup>85</sup> Penyusunan data-data dilakukan berdasarkan kategori rumusan masalah penelitian.

- d. Setelah menentukan tipologi satuan, tahap selanjutnya adalah penyusunan satuan. Ada dua karakteristik menurut Guba dan Lincoln. Pertama satuan itu harus heuristic, yaitu mengarah kepada satu pengertian atau satu tindakan yang diperlukan oleh penulis dan satuan itu hendaknya menarik. Kedua, satuan itu hendaknya “sepotong” informasi terkecil yang dapat berdiri sendiri artinya satuan itu harus dapat ditafsirkan tanpa informasi tambahan selain pengertian umum dalam konteks data penelitian.<sup>86</sup> Tanpa informasi artinya sepenuhnya menggunakan analisis peneliti berdasarkan informasi dari informan.
- e. Tahap selanjutnya adalah kategorisasi dengan melakukan koding. Kemudian membuat format transkrip untuk koding data, setelah itu membaca transkrip lalu membuat kode untuk unit data pada transkrip dan merumuskan data kode ke dalam masing-masing kategori.<sup>87</sup>
- f. Setelah melakukan kategorisasi dengan koding, selanjutnya yang

---

<sup>85</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, h. 135

<sup>86</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, h. 135

<sup>87</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, h. 135

harus dilakukan adalah menemukan pola atau tema. Pola atau tema seolah tampil secara acak maka penulis harus melakukan proses mengkode informasi yang akan menghasilkan daftar tema. Tema minimal dapat mendeskripsikan fenomena dan secara maksimal memungkinkan menginterpretasi fenomena. Tahap terakhir adalah pemeriksaan keabsahan data dengan melihat kesinambungan data antara satu informan dengan informan lain.<sup>88</sup> Tema-tema inilah nantinya dapat dijadikan sebagai subsub pembahasan penelitian yang akan memperkaya penjelasan secara rinci dari hasil pengamatan di lapangan. Kecermatan peneliti sangat dibutuhkan agar tidak ada informasi penting yang terlewatkan. Selain itu, ketajaman analisis berdasarkan teori dan fenomena di lapangan juga sangat dibutuhkan oleh peneliti.

#### **J. Keabsahan Penelitian**

Ada lima kriteria yang terpenuhi untuk menjadikan penelitian kualitatif ini dapat dinilai baik diantaranya keterbukaan yaitu intensitas peneliti dalam mendiskusikan hasil temuannya ini dengan orang lain yang dianggap menguasai bidangnya. Disini peneliti telah mendiskusikan hasil temuannya dengan informan, juga dengan ahli media dan pakar komunikasi.<sup>89</sup> Seperti mendiskusikan hasil peneliti dengan dosen pembimbing dan para pengamat sosial media *Tiktok*.

Kriteria lain adalah konformabilitas, yaitu kesediaan peneliti

---

<sup>88</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, h. 135

<sup>89</sup>Poerwandari, *Pendekatan Kualitatif untuk Peneliti Perilaku Manusia* (Jakarta: LPSP3 Universitas Indonesia, 2001), h. 102

mengungkap secara terbuka proses dan elemen-elemen penelitiannya sehingga memungkinkan pihak lain melakukan penelitian. Selanjutnya adalah kebenaran, maksudnya kebenaran yang sebagian besar tergantung pada perspektif orang yang terlibat di dalamnya, dan oleh karenanya tergantung pada konteks situasi sekaligus internal pemberi definisi. Karena itu, untuk mendapatkan kebenaran ini maka peneliti kembali kepada informan untuk mendapatkan persetujuannya bahwa kesimpulan yang diambil peneliti dan pemahamannya tentang berbagai istilah yang digunakan oleh informan sudah sesuai dengan yang dimaksudkan oleh mereka. Demikian juga pada kriteria kredibilitas yang terletak pada keberhasilan mencapai maksud, kemampuan mengeksplorasi masalah, mendeskripsikan setting, proses, kelompok sosial atau pola interaksi yang kompleks. Peneliti berhasil menggali semua informasi yang dibutuhkan dalam beberapa kali wawancara mendalam. Kriteria terakhir adalah transfabilitas, sejauh mana penelitian yang dilakukan oleh suatu kelompok dapat diaplikasikan ke dalam kelompok lain dengan memperhatikan setting atau konteks dalam studi haruslah relevan atau memiliki kesamaan.<sup>90</sup> Artinya tidak semua hasil penelitian dapat digeneralisasi jika tidak memiliki kesamaan konteks yang relevan.

---

<sup>90</sup>Prabowo Sri Hayuningrat, *Media Literacy Khalayak*, <http://lib.ui.ac.id/>, diakses pada tanggal 10 Juli 2020.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Keadaan Geografis Kecamatan Mattirobulu

Kecamatan Mattirobulu merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. Kecamatan Mattirobulu memiliki bentang wilayah dataranrendah 132,49 km<sup>2</sup>. Jarak tempuh Kecamatan Mattirobulu dengan Ibu Kota Kabupaten 8 Km,Kecamatan Mattirobulu berada<500.00 mdpl.

##### 2. Wilayah Kecamatan Mattirobulu

Kecamatan Mattirobulu terletak di Kabupaten Pinrang dengan luas wilayah132,49 km<sup>2</sup>. Kecamatan Mattirobulu memiliki sembilan desa/kelurahan dengan luaswilayahsebagai berikut:

Makkawaru	: 16,31Km <sup>2</sup>
Alitta	: 45,00Km <sup>2</sup>
Pananrang	: 14,73Km <sup>2</sup>
Padaidi	: 13,33Km <sup>2</sup>
Manarang	: 7,89Km <sup>2</sup>
Padakkalawa	: 12,65Km <sup>2</sup>
Marannu	: 5,91Km <sup>2</sup>
Bunga	: 10,65Km <sup>2</sup>

##### 3. Keadaan Topografi

Kecamatan Mattirobulu salah satu kecamatan yang terletak di dataran rendah, kecamatan yang menghubungkan Kabupaten Pinrang dengan Kota

Parepare. Sehingga mempermudah aktivitas masyarakat banyak. Kecamatan Mattirobulu terbagi atas 7 desa dan 2 kelurahan, setiap desa/kelurahan mempunyai Kepala Desa dan Lurah beserta staff untuk mengatur sistem pemerintahan yang ada di masing-masing desa/kelurahan.

#### 4. Penduduk

Penelitian ini menggunakan manusia sebagai subjek penelitian di Kecamatan Mattirobulu, sehingga penting untuk memasukkan data jumlah penduduk di Kecamatan Mattirobulu. Berdasarkan judul penelitian yang memfokuskan pada remaja sebagai subjek penelitian, Desa Makkawaru terdapat 2894 penduduk, Desa Alitta 2825 penduduk, Desa Pananrang sebanyak 3696 penduduk, Kelurahan Padaidi terdapat 4436 penduduk, Kelurahan Manarang sebanyak 4292 penduduk, Desa Padaelo terdapat 3305 penduduk, Desa Padakkalawa terdapat 3938 penduduk, Desa Marannu sebanyak 1552 penduduk dan Desa Bunga terdapat 1313 penduduk.<sup>91</sup>

#### 5. Mata Pencaharian

Mata pencaharian masyarakat Kecamatan Mattirobulu beragam mulai dari petani, buruh, pegawai, dan sebagainya. Kecamatan Mattirobulu memiliki wilayah yang luas sehingga sebagian wilayah merupakan lahan persawahan. Jumlah petani sebanyak 2042 orang menjadikan mata pencaharian sebagai petani mendominasi, mata pencaharian yang lainnya adalah sebagai buruh tani yaitu sebanyak 731 orang. Terdapat banyak masyarakat menjadikan peternak sebagai mata pencaharian yaitu sebanyak 418 orang. Sama halnya dengan wilayah lain yang

---

<sup>91</sup>Supriadi, *Kecamatan Mattirobulu Dalam Angka 2018* (BPS Kota Kabupaten Pinrang, 2018), h.15.

ada di Indonesia memilih mengabdikan diri untuk negara yaitu sebanyak 83 orang berprofesi sebagai pegawai negeri sipil. Secara umum jumlah pegawai yang terdapat di Kecamatan Mattirobulu sebanyak 166 pegawai laki-laki dan 128 pegawai perempuan yang terdapat di Instansi Pemerintahan dan BUMN. Tak hanya sebagai petani, buruh atau PNS masyarakat kecamatan Mattirobulu ada juga yang memilih membuka usaha baik usaha kecil, menengah dan besarnya itu sebanyak 53 orang yang memilih untuk menjadi pengusaha. Di setiap wilayah sedikitnya memiliki 1 orang yang memiliki keahlian dibidang kesehatan. Kecamatan Mattirobulu memiliki 9 orang yang bekerja di Puskesmas. Berprofesi sebagai aparat keamanan nampaknya masih sedikit di Kecamatan Mattirobulu yaitu sebanyak 11 orang TNI dan 21 orang Polisi.<sup>92</sup>

#### 6. Fasilitas Bangunan

Fasilitas yang disediakan disetiap wilayah bertujuan mempermudah aktivitas masyarakat dan memenuhi kebutuhannya, begitupun dengan Kecamatan Mattirobulu memiliki fasilitas disetiap sudut wilayahnya untuk menunjang aktivitas masyarakat. Kecamatan Mattirobulu setidaknya memiliki 29 bangunan Sekolah Dasar (SD) yang tersebar disetiap desa/kelurahan, untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) Kecamatan Mattirobulu memiliki 5 bangunan SMPN, 1 bangunan terdapat di Alitta, 1 bangunan SMPN di Padaidi, 1 bangunan SMPN di Padakkalawa, 1 bangunan SMPN di Bunga dan 1 bangunan MTs di Bunga. Selanjutnya untuk melanjutkan kejenjang SMA/SMK/MA, terdapat 1 bangunan sekolah SMKN di Pananrang dan 1

---

<sup>92</sup>Supriadi, *Kecamatan Mattirobulu Dalam Angka 2018* (BPS Kota Kabupaten Pinrang, 2018), h.8.

bangunan SMAN di Manarang. Setiap individu yang mengalami gangguan kesehatan pasti membutuhkan pengobatan atau demi menjaga kesehatan sehingga diperlukan pusat-pusat kesehatan untuk mendukung pengobatan masyarakat. Terdapat 32 pusat kesehatan masyarakat di kecamatan Mattitobulu yang tersebar disetiap kelurahan/desa. Di Makkawaru terdapat 1 puskesmas, 4 posyandu dan 2 poskesdes, di Alitta terdapat 1puskesmas dan 2 posyandu, di Pananrang 4 posyandu, di Padaidi 1 puskesmas dan 6 posyandu, di Manarang 4 posyandu, di Padaelo 1 poskesdes dan 4 posyandu, di Padakkalawa terdapat 1 puskesmas, 1 poskesdes dan 4 posyandu, di Marannu 1 puskesmas, 1 poskesdes dan 2 posyandu, sedangkan di Bunga terdapat 1 poskesdes dan 2 posyandu.

Islam memerlukan masjid untuk menunjang aktifitas peribadatnya, sehingga banyak masjid yang tersebar di kelurahan/desayang ada di kecamatan Mattiobulu. Di Makkawaru terdapat 2 masjid sebagai tempat peribadahan masyarakat, di Alittaterdapat 3 masjid dan 2 musholah, di Pananrang terdapat 3 masjid dan 3 musholah, di Padaidi terdapat 4 masjid dan 1 musholah, di Manarang terdapat 6 masjid, di Padaeloterdapat 4 masjid dan 1 musholah, di Padakkalawa terdapat 5 masjid dan 1 musholah, di Marannu terdapat 1 masjid dan 1 musholah, sedangkan di Bunga terdapat 3 masjid. Dari 40 jumlah tempat ibadah yang ada di kecamatan mattiobulu membuktikan masyarakat merupakan mayoritas Islam.

Aktivitas masyarakat juga tidak lepas dari menyehatkan fisik, sehingga dengan adanya fasilitas olahragadi setiap desa dari kelurahan yang terdapat di kecamatan mattiobulu dapat menunjang aktivitas olahraga masyarakat. Di Makkawaru terdapat 1 lapangan sepak bola dan 2 lapangan volly, di Alitta

terdapat 1 lapangan sepak bola, 2 lapangan volley dan 1 lapangan tenis meja, di Pananrang terdapat 1 lapangan sepakbola, 4 lapangan bola volley, 1 lapangan bulu tangkis dan 5 lapangan tenis meja, di Padaidi terdapat 2 lapangan sepak bola dan 1 lapangan bulutangkis, di Manarang terdapat 1 lapangan sepak bola, 3 lapangan bola volley, 1 lapangan tenis meja, 2 lapangan bulutangkis dan 1 tenis lapangan, di Padaelo terdapat 1 lapangan sepak bola, 2 lapangan bola volley, 1 lapangan bulu tangkis dan 1 tenis lapangan, di Padakkalawa terdapat 2 lapangan sepak bola, 2 lapangan bola volley dan 1 lapangan tenis meja, di Marannu terdapat 1 lapangan sepak bola, 2 lapanganbola volley, 1 lapangan bulu tangkis dan 4 lapangan tenis meja, sedangkan di Bungaterdapat1 lapangan tenismeja.<sup>93</sup>

## **B. Hasil Penelitian**

Kehadiran media sosial seakan tidak dapat dilepaskan dari kehidupan remaja, karena pada saat ini hampir setiap hari jam menit bahkan detik tidak berhenti untuk *update* status. Biasanya jejaring sosial digunakan remaja untuk berbicara tentang kehidupan mereka sehari-hari bahkan menunjukkan eksistensi diri dengan menunjukkan ke mana mereka pergi atau tempat-tempat yang mereka sukai dan memposting foto-foto. Hal seperti ini sangat jelas terlihat peran media sosial dalam pencarian kepuasan penggunaan bagi remaja yang dapat terjadi jika remaja tersebut tidak bisa mengatur atau menggunakan aplikasi atau media sosial dengan baik.

Kepuasan penggunaan remaja yang ada di Kecamatan Mattirobulu

---

<sup>93</sup>Supriadi, *Kecamatan Mattirobulu Dalam Angka 2018* (BPS Kota Kabupaten Pinrang, 2018), h.29-46.

Kabupaten Pinrang dapat dijelaskan melalui penjelasannya mengenai tiga elemen dimensional dari konsep diri individu yaitu yang pertama ialah dimensi penunjukan (*display*), kedua berkaitan dengan realisasi atau sumber yaitu tingkatan atau derajat pada bagian atau wilayah dari diri yang dipercaya berasal dari dalam diri individu atau dari luar, ketiga disebut sebagai agen (*agency*) yaitu derajat atau tingkatan dari kekuatan aktif yang ditimbulkan oleh diri.

Remaja merasa puas dalam bermedia sosial ketika eksistensi dipenuhi dan penting dalam pergaulan. Eksistensi untuk remaja juga menjadi simbol bahwa seorang remaja itu dapat bergaul dan memilih koneksi terhadap orang lain. Menjadi eksis bagi seorang remaja adalah suatu kenikmatan sendiri. Karena eksis sering dikonotasikan dengan hal-hal yang menyenangkan. Contohnya memiliki banyak teman dan koneksi, menjadi orang penting dan beberapa kenikmatan dari eksistensi lainnya seorang remaja seperti dapat mengekspresikan dirinya secara bebas dan melakukan hal-hal yang sudah menjadi tren para remaja lain. Hal inilah yang membuat gaya hidup remaja pada umumnya berubah. Mereka berusaha untuk selalu eksis sehingga terkadang mereka terlalu berlebihan dan salah dalam mencari keeksistensian dirinya.

Penjelasan terkait kepuasan remaja mengenai diri yang diuraikan di atas memiliki tiga elemen yang sama yaitu aspek kesadaran diri (*self consciousness*) yang berkaitan dengan eksistensi diri secara personal, serta dua aspek lain yaitu agen yang memiliki kemampuan berkehendak dan tindakan,

serta autobiography yang berperan ketika individu menceritakan dirinya kepada orang lain.

Remaja dikatakan mempunyai kepuasan ketika mereka merasa eksis. Eksistensialisme juga menolak positivisme, materialisme, dan pragmatisme, serta menentang konsep Newtonian tentang dunia yang tertib, bisa diramalkan, dan yang diatur oleh hukum-hukum yang tidak bisa di ubah suatu konsep yang mengabaikan pribadi manusia dan masalah-masalahnya yang spesifik. Pada saat yang sama, eksistensialisme menyangkal scientisme, yang mengonsepsikan dunia sebagai terdiri dari bagian-bagian yang bisa dikenali dan di analisis secara terpisah-pisah serta menjadi subjek hukum sebab-akibat.

Lebih dari itu, eksistensialisme mengarahkan perhatiannya bukan terhadap esensi berbagai hal, melainkan pada keberadaan, dalam hal ini keberadaan individual manusia. Dalam upaya memahami apa yang menjadi pusat perhatiannya itu.

Definisi secara sederhana, bahwa remaja tentu merasa dirinya puasa bermedia sosial ketika perasaan eksisnya terpenuhi. Eksistensi adalah bagaimana keberadaan seseorang yang bergaul dalam lingkungan masyarakat, yang dalam kata lain ingin diakui keberadaannya khususnya dalam lingkungan sosial tempat individu tersebut berinteraksi dengan individu lainnya. Banyak usaha yang dilakukan seseorang untuk membentuk, mempertahankan dan menunjukkan eksistensi dirinya. Salah satunya dengan menggunakan media sosial. Jika diaplikasikan dalam eksistensi diri yang digunakan dalam diri remaja menggunakan media sosial sebagai cara untuk menunjukkan eksistensi

diri, maka eksistensi diri diartikan sebagai usaha individu dalam mendapatkan pengakuan oleh orang lain tentang keberadaan dirinya dengan menggunakan media sosial.

1. Intensitas penggunaan media *tiktok* dikalangan remaja Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang.

Media sosial merupakan sebuah platform dengan konten informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama khalayak umum. Saat ini, praktik pemasaran melalui media sosial telah berkembang bahkan dipilih menjadi salah satu *marketing channel* untuk mempromosikan merek dan brand suatu perusahaan. Media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran yang mudah digeneralisasikan.

Media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: *Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, Wikipedia* dan *Tiktok*. Definisi lain dari sosial media adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Aplikasi *Tiktok* yang sangat populer di kalangan generasi muda memberikan kepuasan tersendiri, terlebih pada masa pandemi yang dimulai sejak awal tahun 2020. Masa-masa pandemi yang menyebabkan banyak aktivitas yang dikerjakan di rumah, memberikan banyak kesempatan kepada mahasiswa melakukan hal-hal yang berhubungan dengan akses internet/*online*. Intensitas penggunaan media sosial untuk bersosialisasi dan melepas penat karena banyak aktivitas di luar yang mulai dibatasi untuk mengurangi angka penularan virus Corona.

Pembatasan aktivitas sosial di luar ruangan yang ditetapkan oleh pemerintah juga tentu berlaku pada dunia pendidikan, sistem pendidikan yang dilakukan secara daring secara langsung mengurangi aktivitas di sekolah.

Pola kebiasaan baru yang ditetapkan pemerintah ini tentu mempunyai sisi positif dan negatif. Sisi positifnya, setiap remaja akan lebih banyak mempunyai waktu yang lebih berkualitas dengan keluarga. Jika sebelumnya aktivitas bersama dengan keluarga hanya ketika hari libur saja, saat ini intensitas kebersamaan dengan anggota keluarga lainnya akan lebih terasa karena banyak aktivitas yang berhubungan dengan dunia pendidikan dilakukan secara daring. Sayangnya, dampak positif itu juga diikuti dengan beberapa dampak negatif yang tentu akan dialami oleh remaja yang terpaksa beradaptasi dengan pola kegiatan pembelajaran yang baru secara daring dari rumah. Bagi remaja yang memang menyukai kegiatan-kegiatan pembelajaran dilakukan dari rumah, dan lebih suka melakukan segala sesuatu dari rumah tentu tidak akan mengalami persoalan yang signifikan. Tetapi, bagi remaja

yang suka aktivitas secara langsung, berkumpul dengan teman-teman sekolah, melakukan aktivitas-aktivitas di luar ruangan, tentu akan memberikan tekanan tersendiri bagi mereka.

Pada akhirnya, sosial media dan kanal hiburan dalam bentuk audio video di internet menjadi tempat baru untuk menyegarkan suasana setelah disibukkan dengan aktivitas pembelajaran daring atau kegiatan menyelesaikan tugas yang diberikan dari sekolah.

Remaja pada masa pandemi ini memiliki waktu kosong yang lebih banyak dari biasanya, karena intensitas kegiatan belajar yang berganti menjadi pembelajaran daring menjadi lebih fleksibel. Bahkan bisa saja menjalani kegiatan pembelajaran dengan melakukan aktivitas lainnya, tugas-tugas yang diberikan dan dikumpulkan secara daring juga banyak memberikan kelonggaran bagi remaja. Sehingga, aktivitas daring saat ini menjadi aktivitas yang paling sering dilakukan remaja. Kedekatan dengan perangkat digital seperti *smartphone* (ponsel pintar) dan *notebook*/komputer menjadi lebih intens dari biasanya.

Penggunaan media sosial juga meningkat, baik untuk keperluan akademis maupun untuk saling sapa dengan teman-teman yang sebelumnya bisa dilakukan secara nyata, kini lebih sering dilakukan lewat sosial media. Bersamaan dengan hal ini, media-media untuk aktualisasi diri makin marak digunakan, aplikasi-aplikasi yang sebelumnya jarang digunakan, kini untuk mengisi waktu luang dan berekspresi dapat menjadi sebuah pilihan baru.

*Tiktok* sebagai aplikasi berbagi video pendek dan unik, menjadi salah

satu aplikasi yang digemari terkhusus remaja yang ada di kecamatan Mattirobulu.<sup>94</sup>

Berdasarkan hasil wawancara peneliti melalui pesan *Tiktok* dengan akun *Tiktok* remaja di Kelurahan Padaidi, @ahmadfaridjunaid memberikan penjelasan kepada peneliti bahwa:

“Sebenarnya kalau saya saat ini memang jadi lebih sering menggunakan *smartphone*, untuk keperluan belajar di sekolah, juga untuk keperluan komunikasi dengan teman-teman sekolah atau teman-teman yang biasa berkumpul bersama-sama. Jadi, sering menggunakan aplikasi-aplikasi baru untuk mengurangi kebosanan mengerjakan tugas atau mengikuti kegiatan sekolah *online*.”<sup>95</sup>

Selain wawancara diatas, peneliti juga melakukan wawancara dengan remaja yang memiliki akun @nurkhalisask22, yang merupakan akun *Tiktok* remaja Kelurahan Manarang, menjelaskan kepada peneliti bahwa:

“Awalnya saya cuman iseng download aplikasi *Tiktok* karena lihat cerita atau story teman –teman. Pertamanya sih biasa saja pakai aplikasi *Tiktok* tapi kelamaan jadi asyik juga. Dari dulu sebenarnya mau download aplikasi *Tiktok*, tapi ketika pandemi seperti ini malah jadi sering pakai *Tiktok*, soalnya lebih punya banyak waktu kosong. Lumayanlah buat mengekspresikan diri, buat video-video kreatif, siapa tahu jadi viral hahaha. Terlebih aplikasi ini juga mudah digunakan dan tanpa ribet, kesannya kalau kumpul sama teman-teman itu wajib pakai aplikasi *Tiktok* menyenangkan banget, seru juga karena banyak hal baru yang ditampilkan dan videonya yang kami buat mudah sekali editnya. Intinya adalah aplikasi ini rekomendasi untuk anak remaja hehe. Selain itu, aplikasi *Tiktok* juga memberikan kepuasan tersendiri bagi kita yang butuh healing hehe”<sup>96</sup>

Pendapat lain yang peneliti wawancara dengan Nurul Mardhatillah remaja dari Desa Padaelo yang mempunyai akun *Tiktok* @illahgirls

<sup>94</sup>Observasi, Pengamatan Akun *Tiktok* Subjek Penelitian, 22 Maret 2022.

<sup>95</sup>Ahmad Farid Junaid, Remaja Kelurahan Padaidi dan Pemilik Akun *Tiktok* @ahmadfaridjunaid, *Wawancara* dengan Subjek Penelitian, tanggal 23 Maret 2022.

<sup>96</sup>NurkhalisaSK, Remaja Kelurahan Manarang dan Pemilik Akun *Tiktok* @nurkhalisask22, *Wawancara* dengan Subjek Penelitian, tanggal 23 Maret 2022.

menjelaskan kepada peneliti bahwa:

“Saya menggunakan aplikasi *Tiktok* dengan rekomendasi dari teman, awalnya saya tidak begitu tertarik dengan aplikasi ini karena terlalu banyak konten yang menurut saya tidak baik untuk ditiru. Akan tetapi saya mulai untuk melihat sisi baik dari aplikasi *Tiktok* ini ternyata banyak juga kebaikan yang ditampilkan aplikasi ini. Misalnya banyak status dakwah yang berdurasi 30 detik yang lebih mudah untuk dipahami. Selain itu, aplikasi ini juga memberikan manfaat yang begitu banyak bagi saya terutama ketika saya lagi galau hehe apalikasi ini rekomendasi sekali buat teman yang lagi butuh hiburan, juga aplikasi ini memberikan kepuasan tersendiri bagi saya ketika saya menggunakan haha. Banyak hal yang perlu diperhatikan dalam aplikasi ini, misalnya ketika ada status yang memberikan ketenangan hati, bisa kita screen untuk dijadikan status ulang supaya lebih memberikan keasn yang baik untuk teman-teman yang melihat status saya hehe”<sup>97</sup>

Aplikasi *Tiktok* memang begitu digemari remaja sekarang, terlebih aplikasi ini memudahkan remaja untuk mengekspresikan dirinya. Ada kepuasan tersendiri ketika menggunakan aplikasi *Tiktok* yang dapat membuat perasaan lebih terhibur. Remaja juga dapat lebih mudah menggunakan aplikasi *Tiktok* ini karena memudahkan penggunaanya untuk menggunakan aplikasi tersebut. Berbagai banyak alasan remaja mengapa menggunakan aplikasi *Tiktok* ada yang beranggapan bahwa aplikasi *Tiktok* ini sangat menghibur, memberikan kepuasan tersendiri bagi pemakaianya terlebih ketika aplikasi ini digunakan bersama teman- teman sangat memberikan hiburan.

Peneliti juga menemukan ada remaja yang tidak begitu tertarik menggunakan aplikasi *Tiktok*, dengan alasan bahwa merasa canggung untuk melakukan suatu hal di depan kamera. Selain karena canggung remaja juga

---

<sup>97</sup>Nurul Mardhatillah, Remaja Desa Padaelo dan Pemilik Akun *Tiktok* @illahgirls, Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 23 Maret 2022.

merasa bahwa dirinya masih merasa malu ketika menggunakan aplikasi *Tiktok* tersebut. Terlebih aplikasi ini memang untuk remaja yang butuh akan hiburan dan untuk kepuasan tersendiri bagi penggunanya. Aplikasi *Tiktok* juga memberikan kesempatan bagi penggunanya bukan hanya untuk membuat video semata, tetapi juga memberikan kesempatan kepada pengguna aplikasi *Tiktok* untuk melihat status orang lain sehingga remaja yang canggung untuk menggunakan aplikasi *Tiktok* ini bisa lebih menggunakan dengan aplikasi tersebut. Kepuasan remaja tergantung dari cara menggunakan aplikasi *Tiktok* ketika remaja menggunakan dengan hanya sekadar hiburan dirinya akan merasa puas dengan apa yang dilihat.

Berikut penjelasan dari @fauzanalfathserakah11 remaja di Desa Padaelo yang juga memiliki akun *Tiktok* tapi hanya untuk sekadar melihat teman-temannya yang mengunggah video di *Tiktok*, berikut penjelasannya:

“Saya menggunakan aplikasi *Tiktok* hanya sekadar punya akun saja, karena saya kurang begitu percaya diri membuat video dan membagi-bagikan dengan orang lain di internet. Lagi pula, bingung mau membuat video seperti apa yang mau diunggah. *Tiktok* juga memberikan kesan yang kurang baik untuk saya karena banyaknya konten-konten yang tidak sesuai menurut saya pribadi, terlebih ketika saya mengupload video di aplikasi *Tiktok* nanti video saya disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.”<sup>98</sup>

Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan remaja Desa Alitta Ummy Zahra yang mempunyai akun *Tiktok*@ummyz2 memberikan penjelasan kepada peneliti:

“Kalau dibilang tertarik atau tidak menggunakan aplikasi *Tiktok*, sebenarnya saya tertarik akan tetapi saya belum percaya diri untuk mengupload video saya di aplikasi *Tiktok*. Aplikasi ini juga memberikan dampak negatif yang begitu banyak bagi saya ketika

---

<sup>98</sup>Fauzan Al Fath, Remaja Desa Padaelo dan Pemilik Akun *Tiktok* @fauzanalfathserakah11, Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 23 Maret 2022.

saya salah upload video karena akan mengundang banyak komentar dari pengguna *Tiktok*. Untuk itu, saya merasa belum siap untuk mengupload video saya di aplikasi tersebut.”<sup>99</sup>

Lain halnya dengan remaja yang ada di Desa Makkawaru Nurafika Mulya dengan akun tiktok @fikacu memberikan penjelasan kepada peneliti:

“Kalau saya tidak terlalu menggunakan aplikasi *Tiktok* karena tidak terlalu tertarik. Mengingat banyak hal yang membuat saya tidak tertarik. Pertama, terlalu banyaknya konten atau video yang tidak terlalu baik untuk dilihat. Kedua, ketika mengupload video baik itu video yang kita sudah anggap baik akan tetapi banyak komentar buruk netizen terkait video tersebut. Untuk itu, saya menggunakan aplikasi *Tiktok* sesuai kebutuhan saya saja.”<sup>100</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti himpun dari remaja yang ada di Kecamatan Mattirobulu, terdapat tiga jenis intensitas penggunaan aplikasi *Tiktok* oleh remaja, yaitu:

a. Sering menggunakan aplikasi *Tiktok* untuk mengekspresikan diri

*Tiktok* sebagai sebuah aplikasi berbagi video dengan durasi yang pendek sangat memungkinkan untuk dibuat dalam waktu singkat dan segera dibagikan kepada sesama pengguna. Kepraktisan ini memberikan nilai tersendiri bagi para penggunanya, kemudahan dalam mengekspresikan diri ke dalam sebuah bentuk video memberikan pengalaman penggunaan yang tentu berbeda dari kebanyakan aplikasi berbagi video lainnya. Kepraktisan dan kemudahan inilah yang menjadi pertimbangan penting dalam pemilihan aplikasi berbagi video untuk mengunggah ekspresi diri, selain itu intensitas penggunaan juga bisa

<sup>99</sup>Ummy Zahra, Remaja Desa Alitta dan Pemilik Akun *Tiktok* @ummyz2, Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 23 Maret 2022.

<sup>100</sup>Nurafikah Mulya, Remaja Desa Makkawaru dan Pemilik Akun *Tiktok* @fikacu, Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 23 Maret 2022.

meningkat karena mudah digunakan dan tidak memiliki banyak pengaturan yang rumit sehingga memudahkan penggunanya untuk mengakses aplikasi *Tiktok* ini.

Selain itu penggunaan aplikasi *Tiktok* dapat digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri dikalangan lingkungan pergaulannya. Mengekspresikan diri remaja merupakan suatu usaha remaja untuk mencari dan memahami arti arti kehidupan bagi dirinya yang diyakini sebagai bentuk dari nilai batiniah yang paling utama, dimana tidak satu orang individu pun atau sesuatu yang dapat memberi pengertian tentang arti dan maksud dari kehidupan remaja tersebut, jadi setiap remaja harus menemukan cara sendiri untuk menghadapi kondisi dan lingkungan sekitar.

Pencarian popularitas yang bisa membuat banyak membuat remaja terpacu untuk mendapatkan jumlah tayang video, karena jumlah tayang video tentu menjadi standar dalam popularitas dalam komunitas *Tiktok* remaja. Semakin banyak jumlah tayang video dan tanda suka, maka secara tidak langsung sudah dapat menggambarkan kepada publik bahwasannya pemilik akun adalah seseorang populer.

Prioritas untuk mendapatkan popularitas inilah yang menimbulkan sisi positif dan negatif yang dapat menimpa remaja. Proses pembuatan konten yang hanya mempertimbangkan jumlah tayang dan tanda suka bisa saja tidak mempertimbangkan aspek norma dan etika yang dapat menjerumuskan remaja pada pembuatan konten-konten yang tidak

berkualitas dan cenderung mengarah pada konten yang tidak baik.

Peneliti memberikan beberapa gambaran permasalahan yang dihadapi. Hasil wawancara dengan @pacarnya.akyu akun *Tiktok* remaja yang berasal dari Desa Alitta memberikan penjelasan kepada peneliti bahwa:

“Saya sering menggunakan aplikasi *Tiktok*, kalau unggah video memang tidak setiap hari, karena memang harus benar-benar bisa meluangkan waktu untuk memikirkan konsepnya biar videonya menarik dan bagus buat dikenang dikemudian hari. Kalau di awal-awal android ada kan hanya Youtube saja, sekarang pilihannya banyak, dan saya juga lebih suka menggunakan *Tiktok* dibandingkan aplikasi berbagi video yang lain.”<sup>101</sup>

Selain wawancara diatas pendapat lain juga dari remaja Kelurahan Padaidi Ahmad Farid Junaid dengan akun @ahmadfaridjunaid dia menegaskan kepada peneliti bahwa:

“*Tiktok* memang memberikan kenyamanan bagi penggunanya, saya pribadi banyak diuntungkan dengan aplikasi *Tiktok* ini terlebih ketika saya merasa bosan dengan keadaan atau tidak ada teman yang ditemani bercanda maka pilihan saya adalah menggunakan aplikasi ini. Saya merasa nyaman menggunakan aplikasi karena bisa membuat saya merasa senang, misalnya ketika saya membuat status atau membuat video di *Tiktok* saya selalu merasa puas dengan hal itu, terlebih ketika jumlah *like* yang diberikan oleh teman sesama pengguna aplikasi juga ketika ada komentar yang baik akan memberikan pujian terkait video yang saya unggah. Tapi ketika ada komentar yang tidak baik itu yang membuat rasa mood ini dating hahaha.”<sup>102</sup>

Wawancara dengan @pacarnya.akyu dan @ahmadfaridjunaid ini memberikan deskripsi bahwa memang aplikasi *Tiktok* saat ini menjadi ikon baru dalam dunia berbagi video. Banyak fitur-fitur menarik yang ada

---

<sup>101</sup>Nur Eni Wulandari, Remaja Desa Alitta dan Pemilik Akun *Tiktok* @pacarnya.akyu, *Wawancara* dengan Subjek Penelitian, tanggal 24 Maret 2022.

<sup>102</sup>Ahmad Farid Junaid, Remaja Kelurahan Padaidi dan Pemilik Akun *Tiktok* @ahmadfaridjunaid, *Wawancara* dengan Subjek Penelitian, tanggal 24 Maret 2022.

di dalam *Tiktok*, dan komunitas penggunanya sampai dengan saat ini juga tidak perlu diragukan lagi jumlahnya. Munculnya *Tiktok* membawa tren baru, dan dapat menyita perhatian banyak generasi muda sebagai generasi yang sangat dekat dengan perangkat telepon pintar dan teknologi.

Merebaknya penggunaan aplikasi ini membuat kekhawatiran sebagian pihak, baik pengguna maupun sekadar penikmat saja. Salah satu kekhawatiran ini muncul karena aspek popularitas *Tiktok* dikalangan remaja. Hal ini dinilai cukup meresahkan. Pertama, konten kreatif atau sekadar jiplak atau salin. *Tiktok* menciptakan fitur *bubble* pada jenis video yang disaksikan. Dampaknya muncul kecenderungan pengguna dapat membuat video hanya untuk mencari popularitas. Kedua, banyak orang yang sekadar ikut-ikutan tren tanpa memahami konten yang diunggah atau dinikmatinya. Ketiga, terjadi *bubble* pada generasi muda atau remaja masa kini, yang sering menyebut dirinya sebagai *kidz zaman now* yang gagap dunia nyata. *Bubble* bermakna gelembung, namun dalam konteks ini memuat makna sebagai suatu kebiasaan yang meluap-luap tanpa terkendali.

Efek *bubble* menimbulkan adiksi terhadap *Tiktok* dan adiksi terhadap konten *Tiktok* seolah menjauhkan seorang diri dari dunia nyata, karena mereka pikir dengan *Tiktok* dunia sudah dalam genggamannya. Dampaknya, adiksi ini mengaburkan dunia nyata. Para pengguna akan kehilangan jam bersosialisasi dengan lingkungan karena waktu mereka bisa saja dihabiskan untuk membuat video *Tiktok* yang bisa jadi tidak

memiliki keuntungan berarti bagi penggunanya atau sebaliknya.

Wawancara dengan @nurulismisyahputri remaja asal Desa Makkawaru menerangkan kepada peneliti bahwa:

“Saya menjadi lebih sering menggunakan aplikasi *Tiktok* sejak pandemi Corona, karena memang lebih banyak punya waktu luang dan lebih banyak berada di rumah. Bosan juga menjalankan semua aktivitas di rumah, *Tiktok* ini bisa sangat menghibur, bisa berkenalan dengan teman baru yang sama-sama menggunakan aplikasi *Tiktok*, belajar kreatif membuat video untuk diunggah dan masih banyak lagi yang bisa dilakukan. Walaupun menggunakan *Tiktok* secara intens, tetapi saya pikir ini tetap masih dalam batas yang normal. Tentu dengan waktu yang saya atur akan lebih memudahkan saya untuk menggunakan aplikasi *Tiktok* ini dengan baik dan sesuai dengan waktu yang saya atur.”<sup>103</sup>

Dari penjelasan Nurul Ismi Syahputri bahwa dalam aplikasi media sosial *Tiktok* banyak berbagai konten video yang ingin mereka buat dengan mudah. Tidak hanya melihat dan menirukan, mereka juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Mereka dapat menuangkan berbagai video kreatif yang sesuai dengan ide-ide mereka. Tidak hanya mengenai video-video menarik, joget, *lipsync*, dan kreatifitas dalam bentuk video lainnya, mereka juga bisa ikut tantangan-tantangan yang dibuat pengguna lain sehingga kreativitas remaja tentulah sangat dibutuhkan dalam penggunaan aplikasi *Tiktok* yang bisa menguntungkan bagi penggunanya.

Intensitas penggunaan aplikasi *Tiktok* di kalangan remaja juga dipengaruhi adanya *Work from Home* (WFH) pada masa-masa pandemi Covid-19, karena banyaknya aktivitas yang dilakukan dengan

---

<sup>103</sup>Nurul Ismi Syahputri, Remaja Desa Makkawaru dan Pemilik Akun *Tiktok* @nurulismisyahputri, Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 24 Maret 2022.

menggunakan *smartphone*. Kegiatan-kegiatan di luar rumah yang berkurang mengakibatkan interaksi dengan perangkat-perangkat digital untuk saling terhubung dengan dunia luar menjadi lebih intens digunakan.

Penggunaan *Tiktok* sebagai sarana untuk melakukan hal-hal sebagai pengganti ruang untuk menjalin keakraban dengan teman-teman remaja sebagaimana ketika sebelum adanya pandemi, mempunyai arti tersendiri bagi remaja.

Hal ini seperti apa yang disampaikan oleh @asmanjhie, akun *Tiktok* remaja Desa Padakkalawa, yang mengatakan bahwa:

“Pada masa-masa pandemi seperti ini, *Tiktok* menjadi media yang tepat untuk membuat sesuatu dan dibagikan kepada teman-teman. Jadi sering menggunakan aplikasi ini untuk membuat video dan membagikan kepada teman-teman, setidaknya agar bisa menjadi pelepas kangen sama mereka. Banyaknya pembatasan-pembatasan membuat kita jarang ketemu, nah pakai aplikasi ini bisa melakukan sesuatu hal yang seru, dengan saling membagikan video lucu atau unik. Selain membagikan video yang menarik tentu jumlah *like* dan komentar teman di video atau akun kita membuat kita makin terhibur ketika menggunakan aplikasi *Tiktok* ini hahaha”<sup>104</sup>

Hasil wawancara dengan @asmanjhie ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan aplikasi *Tiktok* ini juga menjadi lebih tinggi dari sebelumnya karena adanya pandemi, dan sebagai tempat pengganti untuk saling berbagi di dunia maya, ketika interaksi remaja dibatasi karena banyaknya tatanan yang berubah selama pandemi masih berlangsung. Tidak semua remaja terfokus menyukai satu hal yang sama, seperti halnya aplikasi *Tiktok* ini, karena banyak aplikasi serupa yang sekarang ini terus berkembang. Nama besar dan popularitas *Tiktok* di *Play Store* tetap

---

<sup>104</sup>Asman, Remaja Desa Padakkalawa dan Pemilik Akun *Tiktok* @asmanjhie Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 24 Maret 2022.

memberikan dampak bagi terus bertambahnya penggunaan aplikasi *Tiktok* dan intensitas pemakaiannya.

Terlepas dari aplikasi *Tiktok* memiliki sisi positif bagi dunia hiburan diri. Bahwa didalamnya kita bisa melepas penat dengan relaksasi bernuansa hiburan. Hal ini juga membawa dampak-dampak sosial yang yang besar. Diantara efek negatif yang dihasilkan *Tiktok* adalah kebiasaan ini dibangun berdasarkan kesenangan namun tidak substansial. Aplikasi *Tiktok* ini pun dapat membuat si pengguna dikenal atau terkenal. Dikenal atau terkenal video-video yang mereka buat, ada video yang terkenal karena kreativitasnya, ada yang terkenal karena videonya yang lucu, dan ada juga yang terkenal karena keunikan video yang dibuat. Semua sesuai pandangan dari setiap penonton atau pengguna lain yang bisa menilai sesuai pandangannya.

b. Menggunakan aplikasi *Tiktok* untuk mencari hiburan.

*Tiktok* 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 dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi *Tiktok* adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik yang sangat digemari oleh anak-anak ataupun remaja.

Aplikasi *Tiktok* menyediakan layanan yang memungkinkan

penggunanya membuat video pendek yang disertai dengan lagu, membuat video *lipsync* lalu mengunggahnya. Bisa juga, pengguna sekadar menggunakan aplikasi ini. Setidaknya ada beberapa manfaat *Tiktok*. Pertama, sebagai media penayangan *showcase* kreativitas pengguna yang unik spesifik baik dari creator media sosial profesional maupun orang biasa. Kedua, *Tiktok* sebagai media sosial pencari bakat *talent* dan kreator atau pencipta. Ketiga, sebagai ajang mencari popularitas.

Tidak semua pengguna *Tiktok* 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 artinya pengguna aplikasi *Tiktok* ini hanya sekadar memberikan waktu luangnya untuk menggunakan aplikasi *Tiktok* ini.

Wawancara dengan akun @fathurfahmi01 remaja Desa Pananrang, memberikan penjelasan kepada peneliti bahwa:

“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 lainnya, yang bisa benar-benar membuat kita bisa melepaskan penat dan bosan dengan aktivitas kita selama

*Work From Home.*”<sup>105</sup>

Video-video yang ada di dalam aplikasi *Tiktok* 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 *Tiktok* juga mudah diaplikasikan, video-video yang pada mulanya biasa saja, bisa diedit dengan mudah menggunakan pengaturan video yang ada pada aplikasi ini.

Selain akun Fahmi Faturrahman juga akun @raihanarana, milik remaja Desa Bunga menerangkan bahwa:

“Pada awalnya menjalankan semua kegiatan akademik di rumah itu menyenangkan karena selain bisa memiliki waktu yang lebih banyak bersama keluarga, juga karena jadi lebih banyak punya waktu untuk bersantai. Tapi, setelah melewati beberapa bulan, jadi mulai terasa sangat membosankan. Beruntung kita hidup di zaman yang sudah canggih seperti saat ini, banyak media sosial yang bisa dimanfaatkan untuk mencari hiburan, dan menurut saya *Tiktok* ini menjadi salah satu media yang penuh dengan konten-konten yang lucu, menarik, dan apik yang sangat menghibur”.<sup>106</sup>

Konten-konten dalam aplikasi *Tiktok* menyajikan berbagai bentuk video dengan keunikannya masing-masing. Semakin banyak penggunaannya, maka platform ini semakin banyak menghasilkan video atau konten baru, sehingga semakin banyak pula pilihan untuk mengikuti kanal atau akun tertentu yang menyajikan video sesuai dengan preferensi pemakainya.

Video-video yang menarik dapat menjadi topik perbincangan

---

<sup>105</sup>Fahmi Faturrahman, Remaja Desa Pananrang dan Pemilik Akun *Tiktok* @fathurfahmi01 Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 25 Maret 2022.

<sup>106</sup>Raihana Rana, Remaja Desa Bunga dan Pemilik Akun *Tiktok* @raihanarana Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 25 Maret 2022.

dalam grup-grup pesan di media sosial, *Tiktok* menyediakan fitur untuk dapat mengunduh video milik kita sendiri dan video yang sudah diunggah oleh orang lain, setelah diunduh video bisa dibagikan tanpa membuka aplikasi *Tiktok*. Walaupun sebenarnya ketika menggunakan aplikasi *Tiktok*, opsi *share* bisa membagikannya secara langsung, tetapi mengunduh video yang mungkin bagi pengguna adalah video yang menarik, memungkinkan untuk dapat diputar atau ditonton walaupun sedang tidak terhubung dengan internet.

Remaja yang hanya menggunakan aplikasi *Tiktok* untuk mencari dan menonton video-video yang menurut mereka menarik, tidak seintens remaja yang memang memiliki ketertarikan berkarya dan berkontribusi pada komunitas *Tiktok* melalui akunya. Bagi remaja yang hanya menggunakan aplikasi *Tiktok* untuk mencari hiburan dan menghilangkan stres, *Tiktok* hanya sebatas aplikasi untuk dinikmati saja, mereka tidak memiliki kecenderungan untuk terlibat dan ikut serta dalam komunitas *Tiktok* secara lebih mendalam. Sehingga, jika pun mengunggah konten atau video, remaja yang hanya memprioritaskan *Tiktok* sebagai pelepas penat ini hanya mengunggah beberapa video saja.<sup>107</sup>

- c. Hanya mempunyai akun tetapi tidak intens menggunakan dan tidak mengunggah konten video

Kelompok berikutnya adalah remaja yang benar-benar hanya menggunakan *Tiktok* untuk sekadar mencoba dan melihat-lihat saja,

---

<sup>107</sup>Observasi, Pengamatan Akun *Tiktok* Subjek Penelitian, 26 Maret 2022.

kelompok ini hanya melakukan registrasi, mencoba-coba fitur-fitur aplikasi dan menghapusnya atau hanya menggunakan aplikasi *Tiktok* untuk mencoba layanannya saja. Meski terkesan ringkas, video-video di dalamnya juga berdurasi pendek, tetapi sebenarnya proses pembuatan video agar benar-benar menarik tentu membutuhkan upaya lebih. Oleh sebab itu, tidak semua remaja memiliki kemampuan untuk membuat video *Tiktok* yang menarik.

Peneliti melakukan wawancara dengan akun @jhierusnaeni, remaja asal Desa Marannu yang hanya mendownload aplikasi *Tiktok* sebagai hiburan semata, Rusnaeni menjelaskan bahwa:

“Walaupun banyak teman yang menggunakan *Tiktok*, tapi saya merasa kurang tertarik dengan aplikasi ini. Sesekali saya juga membuka dan melihat-lihat, tapi kalau membuat video, saya masih merasa canggung dan tidak percaya diri. Rasanya masih sungkan ketika membuat video dan dilihat oleh orang lain, belum lagi nanti kalau menjadi bahan obrolan teman-teman di grup kelas, ataupun teman SMA.”<sup>108</sup>

Tingkat percaya diri seseorang tentu berbeda-beda, berada di depan kamera untuk memperagakan sesuatu hal, pasti memiliki efek tersendiri bagi seseorang. Ini masih bagian kecil dari bagaimana sebuah video menarik dibuat oleh seorang *content creator*. Meniru gerakan-gerakan yang lucu, menyelaraskan suara ketika ingin menggunakan efek suara tertentu agar sesuai dengan video yang dibuat, memerankan suatu peran yang jauh berbeda dengan karakter yang dimiliki, tindakan-tindakan seperti ini membutuhkan rasa percaya diri yang tinggi.

---

<sup>108</sup>Rusnaeni, Remaja Desa Marannu dan Pemilik Akun *Tiktok* @jhierusnaeni Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 27 Maret 2022.

Eksistensi diri sangat berkaitan erat dengan bagaimana kepercayaan diri seseorang, tingkat rasa percaya diri yang kecil akan membuat seseorang sulit mengekspresikan diri, yang pada akhirnya akan memiliki sedikit kemungkinan untuk dapat menunjukkan eksistensi dirinya.

Wawancara dengan @ranggaselae, akun *Tiktok* Remaja Kelurahan Manarang memberikan gambaran kepada peneliti tentang bagaimana sulitnya membuat konten yang menarik di aplikasi *Tiktok*:

“Saya sudah lama memasang aplikasi *Tiktok* ini di *smartphone* saya, tapi ya hanya sekedar untuk melihat-lihat saja. Saya masih kurang nyaman untuk melakukan sesuatu hal di depan kamera, masih merasa malu dan canggung. Walaupun sedang sendiri, kalau sadar bahwa apa yang kita lakukan itu di rekam, tetap saja merasa tidak nyaman. Sehingga saya hanya menggunakan aplikasi *Tiktok* ini sebagai bahan hiburan saya ketika waktu saya sedang kosong”<sup>109</sup>

Rasa percaya diri menjadi modal utama bagi para pembuat konten video, tidak hanya di *Tiktok*, semua media berbagi video menuntut seseorang untuk cakap dalam memerankan sesuatu, meniru, dan melakukan hal-hal unik dan sulit. Daya tarik video adalah keunikan, keaslian (orisinalitas), dan bagaimana mengemasnya menjadi video yang membuat penikmatnya penasaran.

### 3. Kepuasan Penggunaan Aplikasi *Tiktok* pada Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang.

Kepuasan berarti secara objektif merupakan dorongan dari individu untuk menentukan pilihannya dari berbagai perilaku tertentu, sesuai dengan

---

<sup>109</sup>Rangga Nurdiansyah, Remaja Kelurahan Manarang dan Pemilik Akun *Tiktok* @ranggaselae Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 27 Maret 2022.

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

Setiap individu pasti memiliki kepuasan yang berbeda dalam memilih media, perbedaan kepuasan ini kemudian menimbulkan perbedaan dalam tingkat kepuasan yang didapat individu dalam menggunakan media. Kepuasan di hubungkan dengan konsumsi media berarti segala faktor dan pendorong dalam diri manusia yang menyebabkan orang menggunakan media dan tujuan nya menggunakan media tersebut. Seleksi terhadap media yang dilakukan oleh khalayak yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kepuasan. Seleksi terhadap media ini berlaku untuk semua jenis media, baik media cetak maupun media elektronik. Penggunaan media disebabkan oleh adanya kebutuhan yang timbul dari lingkungan sosial dan psikologis dan khalayak menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan. Adapun penyebab atau dorongan tersebut disebut kepuasan.

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*. Remaja yang berada dalam fase ingin eksis, 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.

Kepuasan remaja menggunakan aplikasi *Tiktok* tentu sangat beragam, tetapi berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan, setidaknya terdapat tiga motif yang paling menonjol yang melatarbelakangi penggunaan aplikasi *Tiktok* di kalangan remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang, yaitu:

a. Media untuk mengekspresikan diri

Pada era digital seperti saat ini, karya-karya dalam bentuk elektronik menjadi bagian penting dalam perjalanan masyarakat menuju zaman yang serba elektrik. Setiap zaman memiliki karakteristik tersendiri dalam meninggalkan jejak untuk generasi berikutnya, sesuai dengan apa yang terjadi dan dominan dalam perjalanan zaman tersebut. Bentuk-bentuk konten dalam sebuah aplikasi, secara tidak langsung merupakan produk dari budaya, yang selalu berkembang dan mengalami perubahan dari masa ke masa.

Seperti banyak sosial media lainnya, *Tiktok* menyimpan data bagaimana setiap tren saling berganti. Topik yang pada saat ini sedang tren, pasti tidak akan bertahan lama, karena akan terus ada tren-tren baru yang mengubah bagaimana cara kita memandang suatu hal. Akun-akun yang produktif akan menghasilkan banyak konten, dan konten-konten

yang menarik akan memberikan banyak dampak bagi komunitas *Tiktok*.

Terlepas dari apakah nanti sebuah konten akan populer atau tidak, upaya untuk mengekspresikan diri dengan cara menuangkannya dalam sebuah video, adalah cara tepat untuk memfasilitasi bagaimana cara pikiran kita menerjemahkan setiap tindakan sehingga kepopuleran akan menjadi sesuatu yang diinginkan.

Hasil wawancara dengan @amiliaputri\_3, salah satu akun *Tiktok* remaja Kelurahan Padaidi yang memiliki cukup banyak follower, yaitu sebanyak 9487 follower, menerangkan kepada peneliti bahwa:

“*Tiktok* menjadi media yang cukup penting dalam proses mengekspresikan diri. Saat ini kita diberikan banyak ruang untuk berkarya, selama tidak bertentangan dengan norma-norma sosial dan agama, setiap konten yang diciptakan akan terus ada selama platform *Tiktok* masih ada. *Tiktok* sebagai media untuk mengekspresikan diri memberikan kita banyak kesempatan untuk membuat karya-karya yang memberikan manfaat bagi yang lain. Selain itu, bisa menguntungkan bagi saya pribadi ketika banyak hal positif yang saya sampaikan di video tersebut. Tentu menjadi kepuasan tersendiri bagi saya.”<sup>110</sup>

Makin berkembangnya akses internet dan proses editing video menjadi lebih mudah dan praktis memungkinkan kreativitas dalam membuat konten video juga berkembang. *Tiktok* yang menyediakan beragam jenis efek yang mudah digunakan untuk membuat video yang menarik dalam waktu yang relatif singkat, hal ini juga didukung dengan durasi video yang juga tidak panjang. Kemudahan inilah yang kemudian memberi banyak kesempatan bagi orang yang awam sekalipun mengenai edit video untuk bisa turut serta meramaikan komunitas pengguna

---

<sup>110</sup>Amilia Putri, Remaja Kelurahan Padaidi dan Pemilik Akun *Tiktok* @amiliaputri\_3 Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 28 Maret 2022.

*Tiktok*.<sup>111</sup>

Wawancara dengan @cakycaky12, remaja Desa Padaelo memberikan deskripsi kepada peneliti tentang kemudahan-kemudahan yang didapatkan dalam proses menyiapkan video agar dapat menarik perhatian pengguna *Tiktok* lainnya. Zaky Sukur yang termasuk remaja yang aktif di media sosial memberikan pendapatnya bahwa :

“Proses edit video di *Tiktok* sangat mudah, bahkan bagi yang sebelumnya belum pernah mengerti sekali pun dalam mengedit video. Jadi dalam menggunakan *Tiktok*, yang penting kita berpikir mau membuat video yang seperti apa, memikirkan konsepnya. Walaupun efek-efeknya terkesan instan, tapi hasilnya cukup untuk membuat video menjadi lebih menarik”.<sup>112</sup>

Tidak hanya kemampuan memahami efek-efek video saja, kemampuan akting di depan kamera dengan teknik *dubbing* atau memeragakan adegan sesuai dengan dialog atau bunyi-bunyi yang sudah disiapkan juga merupakan tantangan tersendiri. Tidak semua orang memiliki kemampuan *dubbing* ini, walau hanya mengikuti atau memeragakan ulang sesuai dengan dialog kegiatan ini memiliki tingkat kesulitan tersendiri, karena harus benar-benar tepat dengan *timing* bunyi audio yang sudah ada.

Wawancara dengan akun *Tiktok* remaja Desa Marannu @Im.sakina, memberikan penjelasan tentang proses *dubbing* ini:

“Saya paling suka membuat video menggunakan metode *lypsync* atau ada juga yang menyebutnya dengan *dubbing*, yang pada intinya adalah menyesuaikan gerakan bibir dengan suara yang mau di *dubbing*. Sebenarnya, agar videonya lebih menarik yang harus

<sup>111</sup>Observasi, Pengamatan Akun *Tiktok* Subjek Penelitian, 29 Maret 2022.

<sup>112</sup>Zaky Sukur, Remaja Desa Padaelo dan Pemilik Akun *Tiktok* @cakycaky12 Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 30 Maret 2022.

serasi bukan hanya gerakan bibirnya saja, jika kita bisa membuat ekspresi yang sesuai, gerakan tubuh yang sesuai pula, maka video kita akan terlihat sangat menarik sehingga teknik *dubbing* ini harus menyesuaikan dengan gerakan-gerakan yang kita sudah atur sebelumnya. Teknik ini menuntut penggunanya agar bisa membuat yang sesuai dengan video yang sudah tersedia dala fitur aplikasi *Tiktok* tersebut.”<sup>113</sup>

Selain teknik *dubbing* ada metode *lypsync*.metode *lypsync* ini merupakan metode pembuatan konten *Tiktok* yang populer karena banyak dipakai oleh para pengguna *Tiktok*. Jika pengguna jeli untuk memilih suara yang tepat dan sedang hits, dan dilanjutkan dengan dapat menyesuaikan gerak bibir dan ekspresi, maka dapat dipastikan video yang akan dihasilkan akan disukai oleh komunitas pengguna *Tiktok*. Ada banyak jalan untuk mengekspresikan diri melalui aplikasi *Tiktok*, di sinilah terlihat begitu kreatifnya pembuat konten/video di *Tiktok*. Semakin sering melakukannya, maka seseorang akan semakin mengenal bahwa ia berbakat mengolah video yang sudah ada, membuat video baru dengan suara yang sudah disediakan, dan untuk yang memiliki kreativitas yang tinggi, bisa membuat konten yang audio dan videonya di buat sendiri.

b. Mengisi waktu luang

Rutinitas remaja dalam masa pandemi menyita banyak waktu di hadapan komputer dan *smartphone* untuk mengikuti kegiatan akademik melalui pertemuan *online*. Walau semua kegiatan pembelajaran banyak yang berubah ke arah daring, akan tetapi adanya tugas-tugas yang diberikan oleh guru tetap membuat remaja menjalani rutinitas sekolah

---

<sup>113</sup>Sakina Mawaddah, Remaja Desa Marannu dan Pemilik Akun *Tiktok* @Im.sakina Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 30 Maret 2022.

seperti sedia kala. Tugas-tugas yang diberikan guru bisa saja justru lebih banyak dari masa-masa normal sebelumnya. Mengingat mode pembelajaran yang berubah, dan tidak adanya interaksi secara langsung, tentunya membuat suasana juga berubah. Pada saat jeda jam pelajaran yang biasanya bisa dimanfaatkan remaja untuk berinteraksi dengan teman-teman sekolah, saat ini menjadi berbeda karena remaja belajar dari rumahnya sendiri-sendiri. Waktu seakan-akan malah menjadi lebih padat pada saat-saat jam belajar, sehingga memanfaatkan waktu luang untuk hal-hal yang dapat meredakan rasa penat dengan aktivitas menjadi suatu hal yang harus benar-benar digunakan.

Hasil wawancara dengan akun *Tiktok* @puttenone, remaja Desa Bunga juga menyatakan hal demikian:

“Saat-saat seperti sekarang ini memang membuat kita menjadi lebih mudah merasa bosan, karena semuanya dilakukan di rumah. Aplikasi-aplikasi Android dalam bentuk berbagi video bisa menjadi pilihan untuk menghilangkan stres dan rasa penat mengikuti pembelajaran *online* atau mengerjakan tugas-tugas yang diberikan oleh guru. 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.”<sup>114</sup>

Durasi video dalam *Tiktok* 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

---

<sup>114</sup>Putri Sentia, Remaja Desa Bunga dan Pemilik Akun *Tiktok* @puttenone Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 31 Maret 2022.

dengan internet. Durasi yang pendek juga bisa dilihat dan dinikmati pada sela-sela menunggu waktu mengikuti sekolah *online*. 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.

Wawancara dengan @sarusaputra, remaja Desa Padaelo yang memberikan keterangan bahwa:

“Aktivitas pembelajaran di sekolah yang diganti dengan pertemuan secara daring, terkadang merasa membosankan, jika ada waktu luang memang lebih asyik untuk digunakan mencari hal-hal baru di internet, misalnya menonton video-video di *Tiktok*. Tidak hanya menonton juga sih, kalau ada kesempatan untuk membuat video dan mengunggah, waktu luang bisa dimanfaatkan untuk itu, dari pada hanya bengong.”<sup>115</sup>

Pemanfaatan waktu luang dengan berkreasi memang akan lebih baik dari pada hanya terbuang sia-sia, terlebih jika diisi dengan kegiatan yang menyenangkan dan menghibur, tentu akan memberikan rasa puas tersendiri. Jika pada kondisi normal, waktu istirahat sebelum berganti jam mata pelajaran dapat dimanfaatkan untuk berkumpul bersama teman-teman sekolah, saling bertukar pikiran saling bercanda, sedangkan pada masa pandemi ini kegiatan sekolah untuk sementara dilakukan melalui proses tatap muka menggunakan perangkat telepon pintar.

Sekolah secara *online* dan tugas-tugas yang diberikan oleh guru untuk diselesaikan dan dikumpulkan secara *online* pula, menyita banyak waktu remaja. Meski demikian, kegiatan sekolah yang dilakukan secara

---

<sup>115</sup>Nasruddin, Remaja Desa Padaelo dan Pemilik Akun *Tiktok* @sarusaputra Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 1 April 2022.

nonformal ini memiliki banyak waktu tenggang, yang bisa dimanfaatkan oleh remaja untuk kegiatan-kegiatan positif, tetapi setelah menyelesaikan semua tugas yang diberikan oleh guru tentunya.

Pada masa pandemi aktivitas di sekolah memang tidak seperti biasanya, pembatasan sosial yang ditetapkan pemerintah membuat kegiatan pembelajaran di sekolah juga untuk sementara dihentikan.

c. Belajar untuk menjadi percaya diri dan membuat video yang menarik

Tingkat percaya diri memberikan efek tersendiri dalam menghasilkan konten-konten video *Tiktok* yang menarik. Mengekspresikan diri di depan kamera membutuhkan kemampuan yang tidak dimiliki oleh semua orang, walaupun demikian tidak semua video *Tiktok* harus berisi video dari pemilik akun. Video-video menarik tentang suatu tempat, atau kejadian lucu, hal-hal unik juga dapat dijadikan video yang bisa saja setelah diunggah di *Tiktok* akan disukai oleh banyak pengguna lainnya.

Tanda sebuah video mendapatkan respon yang baik dari pengguna *Tiktok* lainnya adalah mendapatkan tanda *like*/suka dan komentar yang banyak. Tidak semua video bisa mendapatkan dua hal tersebut. Akun yang memiliki video-video yang menarik, dan jumlah pengikut yang banyak, merupakan dua komponen penting agar mendapatkan video dengan jumlah *like* dan komentar yang baik.

Membuat video yang baik dan menarik akan mengundang pengguna lain untuk mengikuti, jika pengguna lain mengikuti sebuah

akun maka setiap akun *Tiktok* tersebut mengunggah konten baru, pengguna yang telah mengikuti tersebut akan mendapatkan notifikasi atau pemberitahuan, sehingga kemungkinan besar video baru yang diunggah tersebut akan dilihat oleh akun yang mengikuti.<sup>116</sup>

Akun-akun yang menampilkan video yang menarik akan bisa mendapatkan jumlah pengikut dan jumlah *like* yang banyak. Seperti akun @alwanRK milik remaja Desa Alitta yang memiliki 4.6M pengikut, dan mendapatkan jumlah suka dari seluruh video yang diunggah sebanyak 200.8M suka. Akun besar seperti ini tentu tidak lepas dari jumlah konten yang banyak dan juga harus memiliki mutu yang baik, berikut hasil wawancara dengan akun @alwanRK:

“Membuat sebuah karya dan dipublikasikan tentu akan dilihat oleh banyak orang, apa pun itu, termasuk video, seorang creator (pembuat konten) itu harus berani, harus percaya diri, sebuah video yang menurut kita bagus belum tentu bagus menurut orang lain. Jadi, pada dasarnya, yang terpenting adalah percaya diri untuk membuat sesuatu, selama video itu santun dan tidak bertentangan dengan norma-norma agama maka teruskan berkarya, karena setiap yang diunggah tentulah punya makna atau kesan tersendiri yang bisa memuaskan diri kita, terlebih ketika video yang kita unggah menarik perhatian orang banyak”.<sup>117</sup>

Hasil wawancara dengan @alwanRK ini mendeskripsikan kepada peneliti tentang bagaimana rasa percaya diri itu perlu dibangun dan dilatih agar seseorang itu dapat terus produktif. Terlalu fokus pada bagaimana respons orang lain yang nanti akan menonton video yang diunggah hanya akan menghambat kemauan untuk membuat karya. Selama video yang

---

<sup>116</sup>Observasi, Pengamatan Akun *Tiktok* Subjek Penelitian, 2 April 2022.

<sup>117</sup>Alwan Rukman, Remaja Desa Alitta dan Pemilik Akun *Tiktok* @alwanRK Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 2 April 2022.

dibuat tidak mengandung unsur-unsur yang provokatif terhadap hal-hal buruk atau terlarang, tetap mengedepankan kesopanan dan tidak bertentangan dengan norma-norma agama, maka akun-akun media berbagi video seperti *Tiktok* tidak dilarang untuk memproduksi atau membuat video. Akan lebih baik jika video-video yang dibagikan (*dishare*) adalah video yang berkualitas dan memiliki pesan-pesan yang baik di dalamnya.

Memang membuat konten yang berbobot dan memiliki pesan-pesan baik yang kuat tidaklah mudah, tetapi sesuai dengan prinsip bahwa setiap hal besar itu dimulai dari hal-hal kecil.

#### 4. Dampak Penggunaan Aplikasi *Tiktok* terhadap Kepuasan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang.

Manusia menjadi dasar latar belakang dalam masalah ini. Permasalahan manusia sangat kompleks ketika dibahas, mulai penciptaannya sampai akhirnya pada ujung dampak dan eksistensinya. Manusia sebagai sebuah persoalan. "Siapakah manusia itu?" merupakan pertanyaan yang paling mendasar dan paling utama dalam sejarah manusia. Dalam kajian ilmu, manusia sebagai individu terdiri dari sel-sel daging, tulang, saraf, darah dan lain-lain (materi) yang memberontak jasad. Pertemuan zat ayah dan ibu membentuk janin atau embrio dalam rahim ibu, yang tumbuh secara evolusi. Setelah janin tersebut sempurna, ia lahir sebagai bayi. Secara jasmaniah tak ada bedanya proses pertumbuhan antara janin manusia dari pada hewan tingkat tinggi. Perbedaannya hanya terletak saat janin itu lahir ke permukaan bumi. Proses menjadi dewasa

lebih cepat hewan dari pada manusia.

Proses penciptaan manusia secara ilmiah, menjelaskan bahwa jasmani atau badan merupakan bagian elemen yang mendasar dalam membentuk pribadi manusia. Tubuh atau badan adalah dimensi yang paling nyata.

Kepuasan remaja merupakan sesuatu yang penting bagi kebanyakan remaja, bagaimana dirinya diakui dalam kelompok merupakan suatu hal yang banyak diupayakan untuk terealisasi.

Jejaring sosial dan segala bentuk platform berbagi di internet, adalah salah satu bentuk media untuk mengaktualisasikan diri menunjukkan bagi remaja tersebut dalam menggunakan media sosial. Banyak media, dan juga banyak cara yang bisa dilakukan, tetapi satu hal yang pasti adalah bahwa citra diri dapat terbentuk melalui aktivitas-aktivitas berbagi ini. Bagaimana seseorang melihat orang lain dapat dengan mudah dilakukan dengan mengamati foto-foto pemilik akun, video-video yang diunggahnya, dan bagaimana akun tersebut merespons peristiwa-peristiwa yang terjadi.

Data digital seperti ini dimiliki oleh semua orang yang memiliki akun terbuka (dapat diakses atau dilihat oleh orang lain) di internet. Dari pengamatan yang peneliti lakukan, akun-akun *Tiktok* remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang yang dikelola dengan baik oleh pemiliknya, memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak. Jumlah pengikut ini dipengaruhi oleh bagaimana sebuah konten terlihat menarik

dan pada akhirnya setiap orang yang mengunjungi sebuah akun merasa ingin mendapatkan notifikasi setiap ada video baru dari seseorang yang memiliki akun dengan video menarik tersebut.

Jumlah video yang diunggah juga bisa mempengaruhi bagaimana sebuah akun *Tiktok* dapat diikuti oleh banyak pengguna *Tiktok*. Sebuah akun yang hanya memiliki beberapa video saja tentu tidak akan bisa menarik perhatian, dan alasan seseorang untuk menjadi follower dari sebuah akun *Tiktok* adalah karena ingin mendapatkan pemberitahuan dari setiap *update* video dari akun favoritnya, itulah jika hanya ada beberapa video saja dalam sebuah akun dan tidak ada update maka akan sangat kecil kemungkinan memiliki banyak follower.<sup>118</sup>

Dari hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan, setidaknya peneliti menemukan beberapa dampak penggunaan aplikasi *Tiktok* terhadap kepuasan remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang yaitu memiliki banyak teman dan penggemar, belajar hal-hal baru dari akun-akun yang disukai, dan berusaha untuk ikut menyuarakan hal-hal baik di dunia maya. Secara lebih detail, hal-hal yang berhasil peneliti himpun tersebut dapat dijelaskan dalam penjelasan berikut ini:

a. Memiliki banyak teman dan penggemar

Penggemar atau follower memiliki nilai tersendiri dalam menggambarkan eksistensi sebuah akun *Tiktok*, semakin banyak *follower* akun *Tiktok* maka dapat dikatakan akun tersebut memiliki muatan

---

<sup>118</sup>Observasi, Pengamatan Akun Tik Tok Subjek Penelitian, 5 April 2022.

atau nilai-nilai yang banyak disukai oleh pengguna lainnya. Memiliki jumlah *follower* yang banyak tidak bisa didapatkan dengan mudah. Setiap pengguna *Tiktok* dengan karakteristiknya masing-masing tentu akan sangat sulit dikondisikan agar menyukai akun tertentu, terlebih akun-akun yang tidak memiliki popularitas dalam kehidupan nyata. Sebuah akun yang dibangun oleh seorang artis, model terkenal, pemain film dan figur-figur lain yang sudah memiliki popularitas sebelumnya memang dapat mudah mencapai angka *follower* yang tinggi. Sementara itu, akun-akun yang dibangun oleh orang biasa tentu tidak akan mendapatkan hal tersebut dengan mudah.

Hasil wawancara dengan salah satu akun remaja Desa Pananrang Muhammad Adnan dengan akun, @adnanreal, mengatakan bahwa:

“Salah satu keuntungan menggunakan *Tiktok* adalah bisa menambah teman, atau terkadang ada juga yang tidak kita kenal, tetapi mem-*follow* akun kita. Ya, ini bisa dinamakan penggemar, karena kita tidak kenal tetapi mereka berusaha mendapatkan informasi setiap kita mengunggah video baru. Tapi, tetap saja tidak mudah mendapatkan teman baru atau penggemar baru, karena kita harus terus *update* video, dan videonya juga harus bagus. Memang sangat membanggakan kalau bisa punya akun dengan jumlah *follower* yang banyak.”<sup>119</sup>

Korelasi jumlah *follower* dengan konten yang dimuat, jumlah konten video, konsistensi mengunggah video dalam rentang waktu tertentu, dan kualitas video tentu tidak dapat dipungkiri. Semakin baik hal-hal yang mendukung popularitas itu bisa diupayakan oleh sebuah akun, maka kemungkinan untuk memiliki jumlah teman baru dan penggemar

---

<sup>119</sup>Muhammad Adnan, Remaja Desa Pananrang dan Pemilik Akun *Tiktok* @adnanreal Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 6 April 2022.

akan semakin terbuka.

Akun-akun yang memiliki jumlah *follower*, suka, dan komentar yang banyak dapat dipastikan adalah akun yang populer dan dapat membuktikan eksistensi dirinya dalam komunitas *Tiktok*. Tidak hanya itu, dalam skala yang lebih luas, seseorang yang menjadi populer dalam dunia maya pada akhirnya bisa juga akan menjadi populer dalam kehidupan nyata.

Hasil wawancara dengan Muh Fiqri dengan akun @fiqri55, akun *Tiktok* remaja Desa Pananrang , memberikan penjelasan kepada peneliti tentang salah satu dampak penggunaan aplikasi *Tiktok* terhadap eksistensi diri remaja yang memberikan pendapat kepada peneliti terkait dampak penggunaan tersebut adalah bahwa:

“Internet memiliki jangkauan yang tidak terbatas, dengan menggunakan internet kita bisa mengenal banyak teman baru dan mendapatkan hal-hal menarik lainnya yang dulu tentu tidak bisa banyak dilakukan sebelum internet bisa diakses bebas oleh semua orang seperti sekarang ini. Dengan aplikasi *Tiktok*, kita bisa menambah teman, menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman yang bisa saja tidak kita dapatkan di tempat lain, atau sebelumnya tidak bisa didapatkan dengan mudah. Memiliki banyak teman di *Tiktok* membuktikan bahwa seseorang populer dalam komunitas *Tiktok*.”<sup>120</sup>

Dunia remaja yang sangat dekat dengan internet dan sosial media, mengubah banyak hal yang sebelumnya memiliki banyak batasan. Seperti, hubungan pertemanan dengan seseorang yang secara fisik berada sangat jauh, tren atau budaya baru yang sangat mudah tersebar karena semakin banyaknya media untuk berbagi, dan bagaimana seseorang menjadi

<sup>120</sup>Muh. Fiqri, Remaja Desa Pananrang dan Pemilik Akun *Tiktok* @fiqri55 Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 6 April 2022.

populer seakan-akan menjadi lebih mudah diukur dengan melihat seberapa populer seseorang dalam dunia sosial media dan platform digital lainnya.

b. Belajar hal-hal baru dari akun-akun yang disukai

Banyaknya pengguna *Tiktok* 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. *Tiktok* menjadi wahana yang baik untuk belajar memilah-milah mana hal-hal yang positif dan mana hal-hal yang akan membawa dampak buruk bagi para penggunanya.

Dalam rentang usia sebagai seorang remaja, yang telah belajar banyak hal tentang norma-norma sosial dan norma-norma agama, ruang *Tiktok* yang luas dan menyediakan banyak jenis video, seorang remaja seharusnya sudah bisa menyaring akun-akun *Tiktok* dengan karakteristik seperti apa yang pantas untuk di-*follow*.<sup>121</sup>

Eksistensi diri remaja juga dilihat dari bagaimana seorang remaja dapat mengikuti tren yang sedang banyak digemari oleh teman-teman sebayanya. *Tiktok* 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

---

<sup>121</sup>Observasi, Pengamatan Akun *Tiktok* Subjek Penelitian, 5 April 2022.

tersebut dikatakan kuper (kurang pergaulan) atau *cupu*.

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

Hasil wawancara dengan Andi Afnan Agasahi @afnanque, akun *Tiktok* milik remaja Kelurahan Manarang, memberikan penjelasan tentang bagaimana *Tiktok* dapat menjadi wahana untuk belajar hal-hal baru dari akun-akun *Tiktok* 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.”<sup>122</sup>

Konten di dalam *Tiktok* memang sangat beragam, seperti yang diungkapkan oleh @afnanque, pengguna *Tiktok* 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

---

<sup>122</sup>Andi Afnan Agasahi, Remaja Desa Alitta dan Pemilik Akun *Tiktok* @afnanque Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 6 April 2022.

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.

Akun @arnanselalu yang merupakan akun *Tiktok* Arnan Muhammad dari remaja Desa Makkawaru mengatakan bahwasanya:

“Banyak yang bisa kita pelajari dari *Tiktok*, 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.”<sup>123</sup>

*Tiktok* memiliki banyak ruang untuk mengembangkan diri ke arah positif, mengikuti video-video tutorial, dan mempelajari hal-hal yang bermanfaat. *Tiktok* memberikan banyak dampak bagi para penggunanya, baik dampak positif maupun dampak negatif.

Salah satu dampak positifnya adalah bahwa akun *Tiktok* yang menyediakan konten-konten tutorial yang bermanfaat bisa dijadikan media pembelajaran bagi banyak pengguna *Tiktok*. Remaja yang sedang berupaya menemukan eksistensi diri, dapat menggali pengetahuan dari konten-konten yang bermanfaat.

c. Berusaha untuk ikut menyebarkan hal-hal baik di dunia maya

Sebagai platform yang luas, *Tiktok* memberikan kesempatan yang luas pula kepada para penggunanya untuk berkreasi dan menyampaikan pesan dan kesan melalui kreasi video. Eksistensi seseorang di dalam

---

<sup>123</sup>Arnan Muhammad, Remaja Desa Makkawaru dan Pemilik Akun *Tiktok* @arnanselalu Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 6 April 2022.

*Tiktok* juga dapat dilihat dari bagaimana sebuah akun *Tiktok* berusaha membuat konten yang menarik dan bermanfaat. Perkembangan dunia digital, semakin memudahkan setiap informasi untuk dapat disampaikan oleh seseorang dan diterima oleh banyak orang.

Setiap media sosial yang ada dalam jaringan internet, memiliki konten yang bervariasi, tidak sedikit konten-konten yang beredar adalah konten-konten yang tidak bermutu dan memiliki muatan-muatan negatif. Konten-konten tersebut sebenarnya telah melewati proses filter, tetapi pada dasarnya jika muatan-muatan itu tidak melebihi apa yang ditetapkan oleh *Tiktok* maka tentu akan tetap dapat masuk dalam database video *Tiktok*. Sementara batasan yang diberikan *Tiktok* tidak semuanya selaras dengan norma-norma agama dan norma-norma sosial dan norma-norma agama.

Peneliti melakukan wawancara dengan salah satu remaja yang di Kecamatan Mattirobulu yang cukup memiliki banyak pengikut dan tanda suka dari pengguna *Tiktok*. Remaja ini bernama Alwan Rukman dengan akun *Tiktok* remaja Desa Alitta @alwanRK, menjelaskan kepada peneliti bahwa:

“Di internet, meskipun ada banyak kebijakan tentang bagaimana sebuah aplikasi harus mengutamakan konten-konten yang baik dan berguna, akan tetapi tetap saja ada banyak pengguna-pengguna aplikasi tersebut mengunggah konten-konten yang mengandung unsur-unsur negatif, seperti ras, menjelekkan etnis tertentu, dan pornografi. Meski konten-konten seperti itu kadang-kadang justru menjadi viral tetapi itu bukanlah contoh yang baik, kita tetap harus bisa membuat konten yang original dan memiliki pesan yang positif. Jika kita justru malah mengikuti membuat konten yang serupa, berarti secara tidak langsung kita telah mendukung sikap



pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. dan janganlah mereka memukulkan kakinyua agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, Hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung”.<sup>125</sup>

Sebenarnya, untuk akun-akun pemula yang baru berusaha untuk mendapatkan *follower* di *Tiktok*, bisa dimulai dengan konsisten membuat konten-konten yang menarik dan memiliki manfaat bagi komunitas *Tiktok*. Setelah dapat menjaga ritme unggah video dengan baik, tentu selain akan menambah jumlah video yang diunggah juga akan menambah kemampuan meracik (membuat) video yang bermutu dan disukai oleh banyak pengguna *Tiktok*.

Membuat konten yang menarik tentu menjadi tersendiri bagi pengguna aplikasi *Tiktok*. Akun *Tiktok* remaja Desa Marannu dengan akun @imsakinah, memberikan penjelasan kepada peneliti:

“Memang video-video yang mengandung unsur-unsur negatif itu mudah sekali viral, akan tetapi kita tidak boleh melakukan itu, terlebih konten-konten yang mengandung unsur pornografi. *Tiktok* justru harus menjadi media seseorang untuk menyebarkan konten-konten yang baik dan memberikan manfaat bagi orang lain. Sehingga *Tiktok* bisa menjadi wahana yang baik untuk saling mengingatkan dan berbagi pengetahuan.”<sup>126</sup>

Kemudahan untuk membagikan video maupun foto saat ini dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan kebaikan dan nilai-nilai religius dalam kehidupan. Dimulai dari hal-hal kecil, video-video pendek *Tiktok* yang dibuat dengan baik dapat saja mengubah banyak persepsi orang tentang

<sup>125</sup>Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2000), h.227.

<sup>126</sup>Sakinah Mawaddah, Remaja Desa Marannu dan Pemilik Akun *Tiktok* @imsakinah Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 6 April 2022.

suatu hal, setiap konten yang beredar di internet akan mempengaruhi persepsi orang-orang yang melihatnya, dan lebih jauh lagi sikap dan ideologi seseorang bisa saja berubah jika secara terus menerus disuguhkan konten-konten yang dapat mengubah hal-hal tersebut.

d. Hilangnya Rasa Malu

Aplikasi *Tiktok* memberikan tawaran bagi penggunanya untuk memenuhi kebutuhan hiburan yang mana dengan mengupload video yang telah dibuat dengan editan latar belakang lagu atau musik yang kemudian dengan video tersebut banyak orang yang menonton, memberikan komentar dan memberikan tanda suka terhadap video tersebut. Sebagian orang menganggap hal ini adalah bagian dari hiburan, memiliki banyak teman dan penggemar namun saat ini banyak yang menggunakan aplikasi tiktok sebagai ajang mempertontonkan diri yang kebanyakan digunakan oleh remaja wanita tak ketinggalan remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang untuk mengikuti tren masa kini, yang mana konten didalamnya ialah banyak mengandung unsur mengumbar aurat, syahwat, atau cenderung memamerkan lekuk tubuh. Allah telah berfirman pada Q.S. Al-Ahzab/33: 33.

وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُمْ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَىٰ وَأَقِمْنَ الصَّلَاةَ وَآتِينَ  
الزَّكَاةَ وَأَطِعْنَ اللَّهَ ۗ إِنَّمَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيُذْهِبَ عَنْكُمُ الرِّجْسَ أَهْلَ  
الْبَيْتِ وَيُطَهِّرَكُمْ تَطْهِيرًا ﴿٣٣﴾

Terjemahnya :

“Dan hendaklah kamu tetap di rumahmu dan janganlah kamu berhias dan bertingkah laku seperti orang-orang Jahiliyah yang

dahulu dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan taatilah Allah dan Rasul-Nya. Sesungguhnya Allah bermaksud hendak menghilangkan dosa dari kamu, dan membersihkan kamu sebersih-bersihnya.”<sup>127</sup>

Berdasarkan ayat diatas maka makna kesimpulan dari tabarruj ialah manampakkan anggota tubuhnya kepada yang bukan mahram, memperlihatkan perhiasan, berlenggak lenggok ketika berjalan, ketika berbicara mendayu-dayu, berpakaian tapi menampakan lekuk tubuh maka larangan tabarruj juga memberikan hikmah supaya perempuan terjaga dari syahwat laki-laki yang melihatnya dan tidak menjadikannya fitnah.

Ketika ditinjau dari konten yang ada di aplikasi tersebut memang banyak tampilan video yang memberikan kesempatan bagi lawan jenis untuk memertontonkan auratnya seperti wawancara yang dilakukan dengan akun tiktok @ranggaselae milik remaja Kelurahan Manarang Kabupaten Pinrang menerangkan bahwa:

“Yang saya lihat dampak negatifnya dari penggunaan *Tiktok* yaitu hilangnya rasa malu dengan beredarnya video *Tiktok*, *DjTiktok*, *Tiktok* kekinian dan sebagainya membuat para pengguna *Tiktok* semakin tenggelam dengan keasikanya untuk bergoyang, contohnya remaja bergoyang *dj Tiktok* tanpa menghiraukan busana yang sedang dipakai seperti jilbab ini menyebabkan hilangnya rasa malu yang seharusnya dimiliki oleh remaja Kelurahan Manarang Kabupaten Pinrang”.<sup>128</sup>

Maka dalil di atas menjawab permasalahan bagi pengguna untuk lebih bijak dalam pemakaian aplikasi ini hanya untuk sekadar hiburan dan konsumsi sendiri tidak dipublikasikan untuk umum, walaupun begitu juga

<sup>127</sup>Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2000), h.298.

<sup>128</sup>Nurdiansyah, Remaja Kelurahan Manarang dan Pemilik Akun *Tiktok* @ranggaselae Wawancara dengan Subjek Penelitian, tanggal 6 April 2022.

setidaknya tidak menampakkan hal-hal yang disebut dengan *tabarruj*



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Dari seluruh penjelasan yang ada, dapat ditarik kesimpulan mengenai tesis sebagai berikut:

1. Intensitas penggunaan aplikasi *Tiktok* pada remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang dapat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu menggunakan aplikasi *Tiktok* setiap hari di waktu senggang untuk mengekspresikan diri, menggunakan aplikasi *Tiktok* untuk mencari hiburan dan melepas rasa penat/bosan, dan hanya mempunyai akun tetapi tidak intens menggunakan dan tidak mengunggah konten video.
2. Kepuasan penggunaan aplikasi *Tiktok* pada remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang adalah sebagai media untuk mengekspresikan diri, mengisi waktu luang dan belajar untuk menjadi percaya diri dan membuat video yang menarik.
3. Dampak positif penggunaan aplikasi *Tiktok* terhadap eksistensi diri remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang adalah memiliki banyak teman dan penggemar, belajar hal-hal baru dari akun-akun yang disukai, dan berusaha untuk ikut menyebarkan hal-hal baik di dunia maya. Sedangkan dampak negatifnya adalah hilangnya rasa malu dengan beredarnya video *tiktok*, *djtiktok*, *tiktok* kekinian dan sebagainya membuat para pengguna *tiktok* semakin tenggelam dengan keasikanannya untuk bergoyang.

## B. Saran

Peneliti ingin menyampaikan beberapa saran berkaitan dengan penggunaan aplikasi *Tiktok*, khususnya yang berhubungan dengan proses kepuasan penggunaan *Tiktok* di kalangan remaja Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang:

1. Mengikuti perkembangan zaman orang tua, guru, dan masyarakat harus bisa turut serta mengontrol kegiatan-kegiatan anak remaja 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, *Tiktok* 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.
3. Remaja sebaiknya tetap menggunakan jilbab, adab dan etika saat menggunakan akun *Tiktok*. Akan sangat disayangkan jika banyak khalayak tahu jika sebuah akun itu milik remaja tetapi tidak menggunakan jilbab.

## DAFTAR PUSTAKA

*Al Qur'an al Karim*

Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2002.

Aji, Wisnu Nugroho, "Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia," *Jurnal Proceeding Unikal*, IV, N0.7, 2012, 24-35.

Aprilian, Devri, "Hubungan antara Pengguna Aplikasi Tik Tok dengan Perilaku Narsisme Siswa Kelas VIII SMP Negeri 8 Bengkulu", *Jurnal Ilmiah Bimbingan dan Konseling*, II, No.3, (2019), 220-232. Anitah, Sri, 'Strategi Pembelajaran', dalam softcopy PDF.

Arikunto Suharsimi, 2014, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta).

Arsyad Azhar, 2015, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo)

Basrowi, Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Batubara, Juliana, 'Paradigma Penelitian Kualitatif Dan Filsafat Ilmu Pengetahuan Dalam Konseling', *Jurnal Fokus Konseling*, 3.2 (2017).

Cangara, Hafied, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia

Denis Mcquail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1996.

Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2008.

Ermayani, Agus Elly, "Teori Eksistensi Sosial dan Personal dan Teori Social Accountability", *Jurnal Sastrawan STKIP Singkawang*, III, No.4, 2004, 57-69. Elvinaro, Ardianto, *Komunikasi Masa: Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004.

Firmansyah. 2015. *Skripsi Peranan Mitra Citra Televisi (MNCTV) Ajatappareng dalam Meningkatkan Layanan Informasi Publik di Kota Parepare*, (STAIN Parepare).

Fitri Sulidar, 2017, *Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Anak*, *Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*

Universitas Muhammadiyah Tasikmalaya

- Karyaningsih, RR Ponco Dewi, *Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta : Penerbit SamudraBiru,2018.
- Kuncoro, Mudrajad. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga.
- Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Jakarta: Pelita III, 1980.
- Islami, Afrizal Nur, “*Media Sosial dan Eksistensi Diri Remaja Berprestasi di Kota Palu*”, *Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tadulako*, V, No.3, (2018), 1-15.
- Jalaludin Rakmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001).
- Juliansyah Noor, 2012, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertai, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana).
- Mahendra, Bimo, “*Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)*”, *Jurnal Visi Komunikasi*, XVI, No.1, 2017, 151-160.
- Mahyuddin, *Masyarakat dan Gejala Problematika Sosial: Persilangan Dinamika Politik, Budaya, Agama dan Teknologi*, Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020.
- Munir. 2015. *Multimedia*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Muhajir, Noeng. 1998. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya.
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Morissan, *Teori Komunikasi dari Individu hingga Massa*, Jakarta: Prenada Media Group, 2013.
- N. Hidayat, Dedy. 2003. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Nasrullah, Ruli, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Nawawi, Hadari, *Hakikat Manusia Menurut Islam*, Surabaya: Al-Ikhlas, 1993.
- Novianti, Dwi Anggi, Dkk, *Covid-19 Catatan Linimasa pada Analisis Muda*,

- Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020.
- Nurhalimah, Sitti, *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*, Sleman: Deepublish, 2019.
- Prianbodo, Bagus, “*Pengaruh Tik Tok terhadap Kreativitas Remaja Surabaya*”, Skripsi, Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi, 2018.
- Purnamasari, Ayu & Veby Agustin, “*Hubungan Citra Diri dengan Perilaku Narsisme pada Remaja Putri Pengguna Instagram di Kota Prabumulih*”, *Jurnal Psibernetika*, XI, No. 2, 2018, 115-132.
- Poerwandari, E. Kristi. 2007. *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3.
- Rahmawati, Siska, “*Fenomena Pengguna Aplikasi Tik Tok di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung*”, Skripsi, Bandung: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Bandung, 2018.
- Rahmawati, Alfiana Yuniar, “*Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi Tik Tok terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad*”, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2019.
- Rosyid Moh.Zaiful,dkk, 2019, *Prestasi Belajar*, (Malang:CV.Literasi Nusantara)
- Saleh,Sirajuddin.*AnalisisDataKualitatif*,Bandung:PustakaRamadhan,2017.
- Schutz, Duane, *Psikologi Pertumbuhan: Model-model Kepribadian Sehat*, Yogyakarta: Kanisius, 1991. Setiadi, Ahmad “*Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi*”, *Jurnal AMIK BSI Kerawang*, I, No.1 (2012), 340-351.
- Sitorus, Fredrick Gerhad, “*Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok terhadap Perilaku Anak (Studi pada Pengguna Aplikasi Tik Tok pada Remaja di Kota Medan)*”, Skripsi, Medan: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018.
- Smith H. W., *What Matters Most: Hal-hal yang Paling Utama*, Jakarta: Binarupa Aksara, 2003.
- Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet. VIII. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan : Kuantitatif,*

*Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi*, Bandung: Alfabeta, 2015.

Suryabrata, Sumadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: CV Rajawali, 1983.

Syahputro, Eko Nur, *Melejitkan Pemasaran UMKM melalui Media Sosial*, Gresik: Caremedia Communication, 2020.

Tafsir, Ahmad, *Filsafat Akal dan Hati Sejak Thales sampai Capra*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.

Anak Agung Ngurah Bagus Janitra Dewanta, *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 9.2 (2020), 133–48.

Diah Ayu Candraningrum, *Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram*, 4.2, (2020), 14.

Dwi Putri Robiatul Adawiyah, *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang*, 14.2, (2020), 132.

Frederick Gerhard Sitorus, *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap perilaku Anak (Studi pada Pengguna Aplikasi Tiktok pada Remaja di Kota Medan)*, *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35.3 (2020), 254-44.

Susilowati, *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding di Instagram (studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo\_allpennliebe)*, *Jurnal Komunikasi*, 9(2).

Siska Rahmawati, *“Fenomena Pengguna Aplikasi Tik Tok di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung”*, (Bandung: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Bandung, 2018).

Nugroho Aji Wisnu, *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*, ISBN: 978-602-679-21-2.

Tony Wibowo, *Analisis Fenomena Sosial Media dan Kaum Milenial Studi Kasus Tiktok*, 1.1 (2020), 236, <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>.

Yuzarion, (2017), *Faktor Yang Mempengaruhi Prestasi Belajar Peserta Didik*, *Jurnal Ilmu Pendidikan* Vol 2 No 1 Juni

## PEDOMAN WAWANCARA RESPONDEN

Nama :  
Umur :  
Pekerjaan :  
Waktu Wawancara :  
Tempat Wawancara :

1. Bagaimana pendapat Anda (remaja) tentang kepuasan penggunaan aplikasi *Tiktok* yang ada di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pnrang?
2. Menurut Anda (remaja) apakah aplikasi *Tiktok* ini dibutuhkan oleh remaja?
3. Apakah ada pengaruh terkait aplikasi *Tiktok* bagi remaja?
4. Usaha apa yang Anda (remaja) lakukan agar kepuasan penggunaan aplikasi *Tiktok* dapat terpenuhi?
5. Menurut Anda (remaja) apa yang menjadi kendala dalam penggunaan aplikasi *Tiktok* tersebut?
6. Ketika Anda (remaja) sudah tidak mampu/jenuh menggunakan aplikasi *Tiktok*, apakah Anda ingin menghapus aplikasi tersebut?
7. Apa saja yang Anda (remaja) rasakan saat menggunakan aplikasi *Tiktok*, apakah memberi kepuasan?
8. apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi Anda (remaja) menggunakan aplikasi *Tiktok* itu dengan baik?
9. Setelah menggunakan aplikasi *Tiktok*, menurut Anda (remaja) apakah sudah merasa puas dengan menggunakan aplikasi tersebut?
10. Apa saja yang menjadi pertimbangan Anda (remaja) menggunakan aplikasi *Tiktok* tersebut.

Lampiran : -  
Perihal : Izin Melaksanakan Penelitian

Parepare, 4 Maret 2022

yth. Bapak Bupati Pinrang  
Cc. Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan  
Terpadu Satu Pintu

Di

Tempat

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan rencana penelitian untuk Tesis mahasiswa Program Pascasarjana IAIN Parepare tersebut di bawah ini :

Nama : MALIK FAJAR  
NIM : 2020203870133002  
Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam  
Judul Tesis : Analisis Kepuasan Penggunaan Media Tiktok Dikalangan Remaja Di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang.

Untuk keperluan Pengurusan segala sesuatunya yang berkaitan dengan penelitian tersebut akan diselesaikan oleh mahasiswa yang bersangkutan. Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Maret Tahun 2022 Sampai Selesai.

Sehubungan Dengan Hal tersebut Diharapkan kepada bapak/ibu kiranya yang bersangkutan dapat diberi izin dan dukungan seperlunya.

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

An. Rektor  
Direktur,  
  
H. Mahsyar.



**KABUPATEN PINRANG**  
**KECAMATAN MATTIRO BULU**  
 Alamat: Jl. Poros Pinrang Pare, 8 Telp. 0421 3910336  
 PINRANG 91271

**SURAT KETERANGAN**  
 Nomor : 070/233 / KMT/ 2022

yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ANDI HASWIDY RUSTAM, S.STP, M.SI  
 NIP : 198307262001121001  
 Pangkat : Pembina Tk. I  
 Jabatan : Camat Mattiro Bulu

Menegaskan dengan sebenar-benarnya bahwa Mahasiswa IAIN Pare-pare dibawah ini :

Nama : MALIK FAJAR  
 Nomor Induk : 2020203870133002  
 Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
 Fakultas : Pascasarjana  
 Pekerjaan : Mahasiswa  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Alamat : Ungkungan Bulu Kelurahan Manarang

Telah menyelesaikan Penelitian dengan Judul : " ANALISIS KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA TIKTOK DIKALANGAN REMAJA DI KECAMATAN MATTIRO BULU KABUPATEN PINRANG " di wilayah Kecamatan Mattiro Bulu Kabupaten Pinrang selama kurang lebih 1 (satu) Bulan.  
 Demikian surat Keterangan Penyelesaian Penelitian ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagai mana mestinya.

DI KELUARKAN DI : B U A  
 PADA TANGGAL : 30 April 2022



ANDI HASWIDY RUSTAM, S.STP, M.SI  
 Pangkat: Pembina Tk. I  
 NIP : 19830726 200112 1 001



- Tertibunan :
1. Bupati Pinrang sebagai laporan di Pinrang
  2. Rektor IAIN di Pare-Pare
  3. Yang bersangkutan untuk diketahui
  4. Peringgal.



**PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
**UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
Jl. Jend. Sukawati Nomor 60. Telp/Fax : (0411)821595 Pinrang 81111

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL**  
**DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**  
Nomor : 503/0086/PENELITIAN/DPMPTSP/03/2022

Tentang

**REKOMENDASI PENELITIAN**

**Membina** : untuk melaksanakan penelitian terhadap permasalahan yang dikehut tanggal 08-01-2022 atas nama MALIK FAJAR, mengingat telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Rekomendasi Penelitian.

**Mengingat**

1. Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2003
  2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002,
  3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007,
  4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009,
  5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014,
  6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014,
  7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 04 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 4 Tahun 2014,
  8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016, dan
  9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2018.
- Mengperhatikan** :
1. Rekomendasi Tls Teknis PTSP : 0163/VT-Teknis/DPMPTSP/03/2022, Tanggal : 08-03-2022
  2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0087/BAPPENELITIAN/DPMPTSP/03/2022, Tanggal : 08-03-2022

**Menetapkan**

**MEMUTUSKAN**

**KESATU**

1. Memberikan Rekomendasi Penelitian kepada :
- |                              |  |
|------------------------------|--|
| 1. Nama Lembaga              | : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE  |
| 2. Alamat Lembaga            | : JL. AMAL BAKTI NO. 06 SOBANG PAREPARE  |
| 3. Nama Peneliti             | : MALIK FAJAR  |
| 4. Judul Penelitian          | : ANALISIS KEPuasan PEMERIKSAAN MEDIA TIKET DITALANGAN REMAJA DI KECAMATAN MATIRO BULO KABUPATEN PINRANG |
| 5. Jangka waktu Penelitian   | : 1 Bulan  |
| 6. Sasaran/target Penelitian | : REMAJA DI KECAMATAN MATIRO BULO  |
| 7. Lokasi Penelitian         | : Kecamatan Matiro Bulo  |

**KEDUA**

1. Rekomendasi Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 08-09-2022.

**KETIGA**

1. Peneliti wajib menanti dan melakukan kemajuan dalam Rekomendasi Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.

**KEEMPAT**

1. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kebalikannya, dan akan diadakan perubahan sebagaimana mestinya.

Ditentukan di Pinrang Pada Tanggal 08 Maret 2022



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :  
**ANDI MIRANI, AP., M.SI**  
NIP. 197406031993112001  
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-



## KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Responden : NURUL MARDATILLAH

Tempat Tanggal Lahir : 12 - PINRANG, 12 Juli 2006

Alamat : DEBA PADAALO

Nama Akun Tiktok : DEBA PAREPARE @Magis

Menerangkan bahwa

Nama : Malik Pajar

NIM : 2020203870133002

Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam

Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare)

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan Tesis dengan judul "Analisis Kepuasan Penggunaan Media Tiktok dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang".

Demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, Maret-April 2022

  
Responden

KETERANGAN WAWANCARA

Yang beranda tangan dibawah ini :

Nama Responden : Nurkhalisa sk

Tempat Tanggal Lahir : Pinrang 05 Agustus 2005

Alamat : Kelurahan Mararang

Nama Akun *Tiktok* : @ Nurkhalisa sk

Menerangkan bahwa

Nama : Malik Pajar

NIM : 2020203870133002

Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam

Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare)

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan Tesis dengan judul "Analisis Kepuasan Penggunaan Media *Tiktok* dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang".

Demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, Maret-April 2022

Responden

## KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Responden : Sakina Maulida  
Tempat Tanggal Lahir : Bontopinne, 11 November 2005  
Alamat : Desa maranna  
Nama Akun Tiktok : @.imsakina

Menerangkan bahwa

Nama : Malik Fajar  
NIM : 2020203870133002  
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare)

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan Tesis dengan judul "Analisis Kepuasan Penggunaan Media Tiktok dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang".

Demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, Maret-April 2022

  
Responden

## KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Responden : ALWAN RUKMAN

Tempat Tanggal Lahir : 2 April 1999

Alamat : Desa Alitta

Nama Akun Tiktok : @alwanrk .

Menerangkan bahwa

Nama : Malik Fajar

NIM : 2020203870133002

Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam

Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare)

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan Tesis dengan judul "Analisis Kepuasan Penggunaan Media Tiktok dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang".

Demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, Maret-April 2022

  
Responden

### KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Responden : Ummay Zahra  
Tempat Tanggal Lahir : Pinrang, 10 mey 2006  
Alamat : Alhta  
Nama Akun *Tiktok* : @UMMY22

Menerangkan bahwa

Nama : Malik Fajar  
NIM : 2020203870133002  
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare)

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan Tesis dengan judul "Analisis Kepuasan Penggunaan Media *Tiktok* dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang".

Demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, Maret-April 2022

  
Responden

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Responden : ALYAN MANSUR

Tempat Tanggal Lahir : PINRANG, 04/12/2005

Alamat : ALITTA

Nama Akun Tiktok : @alyan\_rus

Menerangkan bahwa

Nama : Malik Fajar

NIM : 2020203870133002

Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam

Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare)

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan Tesis dengan judul "Analisis Kepuasan Penggunaan Media Tiktok dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirotulu Kabupaten Pinrang".

Demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, Maret-April 2022



Responden

## KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Responden : ALYKA MAJARI

Tempat Tanggal Lahir : PINRANG / 05 / 12 / 2005

Alamat : ALITTA

Nama Akun Tiktok : @alyka\_majari

Menerangkan bahwa

Nama : Malik Pajar

NIM : 2020203870133002

Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam

Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare)

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan Tesis dengan judul "Analisis Kepuasan Penggunaan Media Tiktok dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang".

Demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, Maret-April 2022



Responden

## KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Responden : **Malik Fajar**

Tempat Tanggal Lahir : **PINRANG / 05 / 12 / 2002**

Alamat : **ALITTA**

Nama Akun Tiktok : **@malik\_fajar**

Menyatakan bahwa

Nama : **Malik Fajar**

NIM : **2020203870133002**

Prodi : **Komunikasi Penyiaran Islam**

Perguruan Tinggi : **Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare)**

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan Tesis dengan judul "Analisis Kepuasan Penggunaan Media Tiktok dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang".

Demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, Maret-April 2022



Responden

## KETERANGAN WAWANCARA

Yang beranda tangan dibawah ini :

Nama Responden : Nurafika mulya

Tempat Tanggal Lahir : Pinrang Juni 22 Juni 2006

Alamat : Desa Makkawaru

Nama Akun Tiktok : @fikaelu

Menerangkan bahwa

Nama : Malik Fajar

NIM : 2020203870133002

Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam

Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare)

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan Tesis dengan judul "Analisis Kepuasan Penggunaan Media Tiktok dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang".

Demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, Maret-April 2022

  
Responden

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Responden : Arnan Muhammad  
Tempat Tanggal Lahir : Pare-Pare / 10/02/2006  
Alamat : Makkaruru  
Nama Akun Tiktok : @arnan\_solah

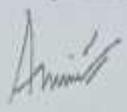
Menerangkan bahwa

Nama : Malik Fajar  
NIM : 2020203870133002  
Pro-di : Komunikasi Penyiaran Islam  
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare)

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan Tesis dengan judul "Analisis Kepuasan Penggunaan Media Tiktok dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang".

Demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, Maret-April 2022

  
Responden

## KETERANGAN WAWANCARA

Yang beranda tangan dibawah ini :

Nama Responden : Ahmad Farid Junaid  
Tempat Tanggal Lahir : Pinrang, 08 - Agustus - 2005

Alamat : Padabdi

Nama Akun *Tiktok* : @ahmadfaridjunaid

Menerangkan bahwa

Nama : Malik Fajar  
NIM : 2020203870133002  
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare)

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan Tesis dengan judul "Analisis Kepuasan Penggunaan Media *Tiktok* dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang".

Demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, Maret-April 2022

  
Responden

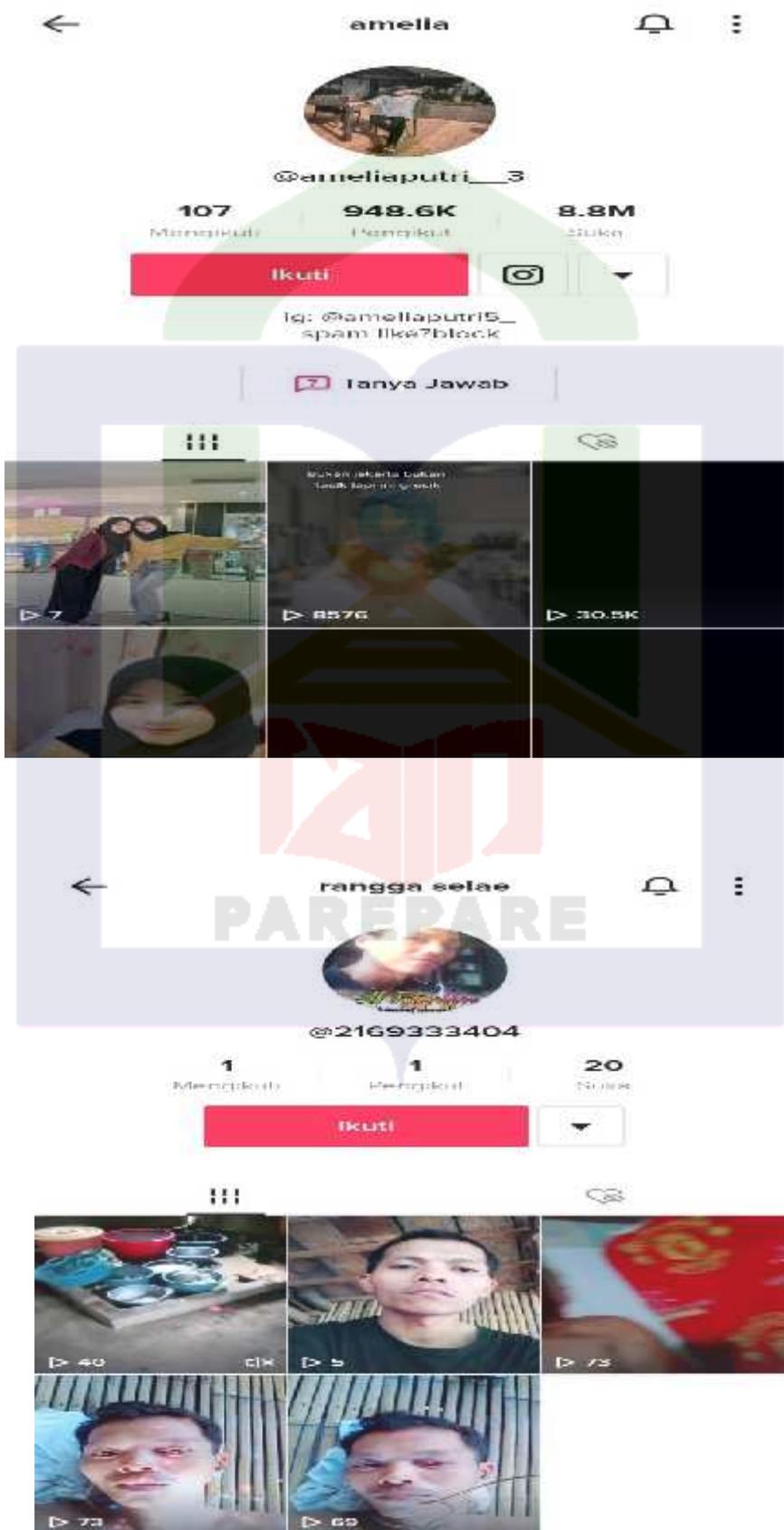








**ILBE**  
PAREPARE





AlwanRK



@alwanr\_

275 Mengikuti

4.6M Pengikut

201.7M Suka

Ikuti



Bismillahirrahmanirrahim  
Buka Puasa Hemat

[https://bit.ly/SF44Berkah\\_alwanr](https://bit.ly/SF44Berkah_alwanr)

Tanya Jawab

