

Motif penggunaan media sosial tiktok bagi mahasiswa di kabupaten Garut

R. Ismira Febrina*, Ieke Sartika Iriany, Fajar Surya Firdaus
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut, Garut, Indonesia
*Email: ismirafebrina@uniga.ac.id

Diterima: 25 September 2023; Direvisi: 27 Oktober 2023; Terbit: 31 Oktober 2023

Abstract

Modern developments, especially in the field of information and communication technology, make it easier for people to communicate and access information quickly, especially with the presence of the internet which has triggered the emergence of various new social media, including TikTok. Development starts from simple processes in daily life to the level of satisfaction as individuals and social beings. This research aims to explain the motives, experiences and meaning of using TikTok social media as a self-existence for Garut Regency students. The research method used in this research is qualitative with a phenomenological approach. Data collection techniques were carried out through participant observation, in-depth interviews, and literature study. The data analysis techniques used in this research are data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of this research show that the motives for using TikTok social media for students include the 'Because' motive and the 'For' motive. In this research, it was found that the motives 'because' students use TikTok are 1) there are a lot of TikTok social media users; 2) The features on TikTok are very interesting; 3) There is an opportunity to earn income. The 'For' motive consists of 1) To express oneself; 2) To fill free time; 3) To use the application as a means of earning income. The experiences gained by students who use TikTok in Garut district are both positive and negative experiences, and the meaning of using TikTok social media for self-existence by students in Garut district is 1) As a medium that can fulfill their own needs; 2) Get followers and likes so you can be better known; 3) As a medium that can have a positive impact.

Keywords: *Self-existence; social media; motives; tiktok.*

Abstrak

Perkembangan zaman khususnya dibidang teknologi informasi dan komunikasi semakin memudahkan manusia dalam berkomunikasi dan mengakses informasi secara cepat, terlebih dengan kehadiran internet yang memicu munculnya berbagai macam sosial media baru, termasuk TikTok. Perkembangan dimulai dari proses sederhana dalam kehidupan sehari-hari sampai pada tingkat pemenuhan kepuasan sebagai individu dan makhluk sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan motif, pengalaman dan makna penggunaan media sosial TikTok sebagai eksistensi diri mahasiswa Kabupaten Garut. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan Fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi partisipan, wawancara mendalam, serta studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif penggunaan media sosial TikTok bagi mahasiswa itu terdapat motif 'Karena' dan motif 'Untuk'. Dalam penelitian ini ditemukan Motif 'Karena' mahasiswa menggunakan TikTok ialah 1) Pengguna media sosial TikTok sangat banyak; 2) Fitur-fitur yang ada di TikTok sangat menarik; 3) Adanya peluang untuk mendapatkan penghasilan. Motif 'Untuk' terdiri dari 1) Untuk mengekspresikan diri; 2) Untuk mengisi waktu luang; 3) Untuk memanfaatkan aplikasi untuk sarana mendapatkan penghasilan. Adapun pengalaman yang didapatkan mahasiswa pengguna TikTok di kabupaten Garut baik itu pengalaman positif dan juga negative, serta Makna Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Eksistensi Diri oleh mahasiswa di Kabupaten Garut ialah 1) Sebagai media yang dapat memenuhi kebutuhan diri; 2) Mendapatkan *followers* dan *likes* agar lebih dapat dikenal; 3) Sebagai media yang dapat memberikan dampak positif.

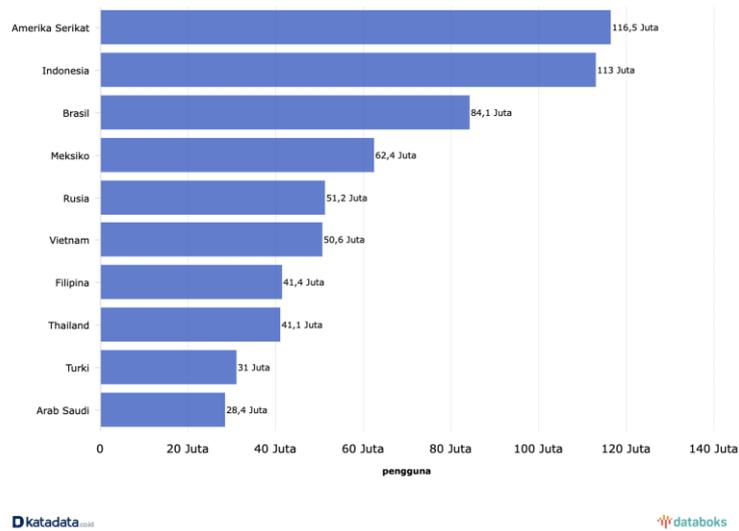
Kata-kata kunci: Eksistensi diri, media sosial; motif; tiktok.

Pendahuluan

Perkembangan zaman khususnya dibidang teknologi informasi dan komunikasi semakin memudahkan manusia dalam berkomunikasi dan mengakses informasi secara cepat, terlebih dengan kehadiran internet yang memicu munculnya berbagai macam sosial media baru, termasuk TikTok. Perkembangan dimulai dari proses sederhana dalam kehidupan sehari-hari sampai pada tingkat pemenuhan kepuasan sebagai individu dan makhluk social dalam berbagai aspek, termasuk dalam berkomunikasi. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, komunikasi antar remaja di lingkungan sosialpun sudah tidak dapat diragukan lagi, manusia semakin dimudahkan, terlebih bagi remaja. Remaja sekarang pada umumnya sudah sangat menguasai ilmu teknologi yang menggunakan jaringan internet.

Internet berkembang dengan sangat cepat sehingga dapat digunakan oleh siapa pun di mana saja dan kapan saja. Kemajuan internet juga memicu munculnya berbagai platform media sosial, termasuk TikTok. Di antara beberapa aplikasi Facebook Inc., TikTok berhasil mengalahkan beberapa aplikasi Facebook atau lainnya dan menjadi urutan kedua setelah Whatsapp. TikTok memberikan kebebasan kepada pengguna untuk membuat video pendek dalam durasi 15 hingga 180 detik dengan menambahkan filter, musik, dan fitur menarik lainnya. Program ini diciptakan oleh pemerintah China di bawah perusahaan ByteDance (Adawiyah, 2020).

TikTok menjadi salah satu media sosial berbasis audio visual yang banyak diminati saat ini. Media sosial TikTok ini diminati banyak remaja karena dapat menghibur, membantu meningkatkan *kreativitas* dalam mengedit dan membuat sebuah konten video yang menarik perhatian publik. TikTok membuat penggunanya menjadi berlomba-lomba untuk viral agar terlihat eksis, bahkan demi mendapatkan respon dan *likes* yang banyak, mereka rela melakukan hal apa saja (Novita, Kusuma, Oktavianti, 2020). Media sosial TikTok ini memungkinkan untuk sharing sesuatu seperti foto, video, dan lain- lain. TikTok merupakan sebuah platform media sosial yang membantu penggunanya mampu memproduksi dan mengedit video dengan durasi pendek sekitar 15-60 detik. Selain memiliki fiturd music, keunikan aplikasi TikTok memiliki beragam pilihan fitur lainnya yang tidak kalah menarik berupa filter, efek, stiker, dan pilihan fitur lainnya (Chotijah, Ismira, Resty:2022).



Gambar 1. Update Pengguna Media Sosial TikTok di Dunia

Sumber : Katadata.co.id, *We Are Social*, 27 April 2023

Dalam gambar 1 Penggunaan media TikTok menjadi salah satu media sosial yang marak digandrungi pengguna internet di dunia maya. Menurut laporan *We Are Social*, aplikasi video pendek ini memiliki 1,09 miliar pengguna di seluruh dunia per April 2023. Tercatat, pengguna TikTok di seluruh dunia bertambah 12,6% dibandingkan pada tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*). Jika dibandingkan kuartal sebelumnya, aplikasi besutan *Bytedance* ini naik 3,9% (*quarter-to-quarter/qtq*). Berdasarkan negaranya, pengguna TikTok paling banyak masih berasal dari Amerika Serikat. Terdapat 116,49 juta pengguna TikTok yang berasal dari negeri Paman Sam pada April 2023. Adapun Indonesia juga kukuh di peringkat kedua dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak dunia yaitu mencapai 112,97 juta pengguna dan diikuti beberapa negara lainnya (Annur, 2023). *Trend* yang muncul di media sosial TikTok membuat remaja lebih eksis sehingga mereka dapat terus diperhatikan di sosial media. Salah satu yang menjadi ciri khas TikTok sendiri ialah halaman utamanya yang bernama *For You Page* atau *FYP*. Pengguna yang sering muncul di *FYP* dapat menjadi populer dan dikenal banyak orang, sehingga dapat meningkatkan jumlah pengikutnya.

Banyak penyebab yang di timbulkan oleh efek media sosial yang mendorong orang memiliki perilaku komunikasi tertentu, salah satunya media sosial TikTok yang merupakan aplikasi media sosial yang dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan penggunanya dan merupakan salah satu alat komunikasi yang memang berbeda dengan media sosial lainnya. Media sosial TikTok merupakan media sosial yang sedang trend saat ini dibandingkan dengan media sosial lain yang sudah banyak digunakan oleh orang-orang. Inilah yang mendorong

berbagai motif para mahasiswa untuk menggunakan media sosial ini. Hal ini akan menimbulkan suatu pola perilaku eksistensi diri penggunaan media sebagai perwujudan dari motif yang tinggi untuk menggunakannya.

Eksistensi diri begitu penting bagi remaja karena ketika seorang remaja telah mendapatkan eksistensinya di hadapan publik, ia merasa diakui dalam suatu bagian masyarakat di lingkungan sekitarnya. Selain itu, para remaja sebagai pengguna aktif media sosial TikTok mengunggah konten videonya sebagai salah satu bentuk pengekspresian dirinya guna memenuhi kebutuhannya sebagai seorang makhluk sosial.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teori fenomenologi. Fenomenologi Alfred Schütz mempelajari identifikasi masalah atau fenomena yang ada berdasarkan pengalaman. Schutz menggabungkan fenomenologi dengan ilmu-ilmu sosial, dimana ilmu-ilmu sosial pada hakekatnya adalah tentang interpretasi realitas atau fenomena yang terjadi, memaksa peneliti untuk memiliki konsep tentang realitas atau fenomena yang diteliti. Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Eksistensi Diri Mahasiswa dikuatkan dengan materi empiris lapangan dari hasil observasi langsung peneliti, yang mengisyaratkan adanya keinginan tersebut, untuk eksis menunjukkan keberadaan mereka di media sosial. Salah satunya adalah media TikTok, karena TikTok telah menjadi aplikasi dengan banyak penggemar, telah menjadi platform di mana orang memiliki keinginan yang lebih kuat untuk mengekspresikan diri di jejaring sosial, telah menjadi tempat dimana seseorang saat ini bisa eksis dan semua orang ingin diakui keberadaannya.

Berangkat dari pemaparan tersebut, penelitian ini berfokus pada Bagaimana Motif Penggunaan Media Sosial TikTok Bagi Mahasiswa di kabupaten Garut dengan identifikasi masalahnya ialah sebagai berikut: 1) Bagaimana motif penggunaan media sosial TikTok bagi mahasiswa Kabupaten Garut?; 2) Bagaimana pengalaman setelah penggunaan media sosial TikTok bagi mahasiswa Kabupaten Garut?; 3) Bagaimana makna dari penggunaan media sosial TikTok bagi mahasiswa Kabupaten Garut?

Sebelumnya sudah ada penelitian terdahulu mengenai Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Remaja. Penelitian tersebut dipicu oleh aktivitas eksistensi diri siswa kelas XI IPS SMAN 5 Bukittinggi di platform media sosial TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana siswa mengatur kesan yang mereka buat. Teori dramaturgi Erving Goffman digunakan dalam penelitian ini. Teori dramaturgi menjelaskan bahwa manusia memainkan peran dalam kehidupan sehari-hari. Teori ini terdiri dari dua bagian, yaitu *front stage* dan *back stage*. TikTok menjadi platform bagi siswa untuk

mengekspresikan diri mereka di media sosial.

Penelitian tentang penggunaan Media Baru dalam pembelajaran pernah dilakukan oleh Melisa Putri Iswarani dan Mohammad Isa Gautama (2021). Sebuah platform yang menampilkan efek eksklusif dan menarik yang memungkinkan pengguna untuk menunjukkan diri mereka secara kreatif. Platform ini juga memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek yang menakjubkan dan dapat menarik perhatian banyak orang. Oleh karena itu, para peneliti ingin mengeksplorasi fenomena komunikasi siswa yang menggunakan TikTok sebagai sarana ekspresi diri. Menurut para ahli, motif memiliki banyak arti. Motif yang berasal dari kata "movere" atau pergerakan, yang mengacu pada gerakan atau perpindahan suatu objek. Istilah motif itu sendiri didefinisikan dalam psikologi sebagai gerakan yang dilakukan orang dalam bentuk perilaku atau tindakan. Motif itu sendiri terdiri atas motif 'untuk' dan motif 'karena'.

Motif Untuk adalah motif yang berhubungan dengan masa depan atau apa yang akan terjadi di masa depan. Tema utama menjelaskan bahwa melihat ke masa depan sangat penting untuk konsep tindakan. Tindakan adalah perilaku, tindakan, yang dilakukan oleh seseorang untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Kuswarno, 2009). Ini karena seseorang melakukan sesuatu untuk menciptakan keadaan dan situasi yang diharapkan dimasa yang akan datang. Contohnya bisa menggambarkan alasannya: Jika seseorang memakai helm saat mengemudi, maka "motifnya" adalah kalimat "untuk menjamin keselamatan diri". 2). Motif Karena (Because Motive) Motif karena berkaitan dengan masa lalu atau kejadian. Motif, karena hal ini biasanya dilakukan atau dilakukan berdasarkan pengalaman masa lalu, sehingga pada saat melakukan tindakan seseorang memikirkan akibat berdasarkan pengalamannya (Kuswarno, 2009). Motif, karena merupakan tujuan yang harus dicapai seseorang dengan melakukan tindakan tertentu. Sebagai contoh yang dapat menggambarkan alasannya yaitu mengalami akibat tidak memakai helm saat mengendarai motor, yang digambarkan dengan ungkapan "mencegah terjadinya kecelakaan". Jadi tindakan yang dilakukan seseorang adalah memikirkan masa depan dan masa lalu.

Makna memiliki banyak definisi: munculnya makna disebabkan adanya hubungan khusus antara manusia dan kata (sebagai simbol verbal) (Mulyana, 2015). Arti dalam hubungannya dengan komunikasi pada intinya adalah sebuah peristiwa sosial. Arti sebagai gagasan komunikatif yang meliputi lebih dari sekadar penafsiran atau pemahaman individu.

Menurut Husserl, dengan mengamati varian pengalaman dari perspektif individu yang mengalaminya secara langsung. Fenomenologi tidak hanya menguraikan setiap tindakan yang

disadari, tetapi juga mempertimbangkan tindakan yang akan datang dalam konteks yang terkait. Semua ini tergantung pada bagaimana individu menafsirkan objek dalam pengalamannya (Kuswarno, 2013).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang fokus pada objek yang alami untuk menyelidiki hal-hal yang terdapat dalam lingkungan alami (*natural settings*), dan peneliti juga mencoba menginterpretasi fenomena tersebut. Pendekatan kualitatif menekankan pada pentingnya memahami perilaku dari segi pola pikir dan tindakan subjek. Hal tersebut berarti penelitian kualitatif sebagai kegiatan-kegiatan terencana, mencakup seperangkat praktek penafsiran yang memudahkan dunia partisipan dan informan dapat terlihat. Dalam penelitian kualitatif terdapat lima pendekatan metodologis, yakni biografi, fenomenologi, *grounded theory*, studi kasus, dan etnografi. Perspektif penelitian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian ini, yakni fenomenologi yang mengkaji mengenai Penggunaan Media TikTok Sebagai Eksistensi Diri Mahasiswa. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan ditengah maraknya *trend* aplikasi tiktok yang sangat bervariasi di zaman sekarang, maka peneliti ingin menganalisis mengenai Motif Penggunaan Media Sosial TikTok dikalangan Mahasiswa yang ada di Kabupaten Garut.

Penelitian ini dilakukan sejak bulan Februari hingga bulan Juni 2023. Teknik pengumpulan data yang dilakukan ialah dengan observasi, wawancara mendalam kepada informan dan narasumber yang sudah ditentukan, serta studi kepustakaan yang relevan dengan pembahasan penelitian. Penentuan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sesuai berdasarkan kriteria dan bersedia untuk diwawancara. Kriteria informan yakni 1). Pengguna aktif aplikasi Tiktok; 2). Minimal sudah menggunakan aplikasi Tiktok selama 2 tahun; 3). Memiliki konten lebih dari 5 yang di post di akun TikTok; 4). Mengikuti trend-trend yang ada di media sosial TikTok; 5). Memiliki likes lebih dari 1000 likes. Adapun data informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Informan Penelitian

No.	Nama	Kategori
1.	Rifda Abidah	Mahasiswa Universitas Garut
2.	Elfani Naura Andila	Mahasiswa Institut Pendidikan Indonesia
3.	Putri Laya	Mahasiswa Institut Teknologi Garut
4.	Salsa Fadilah	Mahasiswa STIE Yasa Anggana
5.	Azmi Putiha Khoirunnisa	Mahasiswa STIKES Karsa Husada

Sumber: Hasil observasi, 2023

Informasi yang didapatkan dari informan kemudian diperkuat dengan hasil wawancara dengan narasumber yang juga memiliki beberapa kriteria, diantaranya yaitu : Lembaga Psikologi yang dapat memahami motif seseorang, pengamat media sosial yang aktif di media sosial khususnya di TikTok itu sendiri, serta dosen ilmu komunikasi. Narasumber terdiri dari para ahli yang paham betul mengenai motif dan eksistensi diri, pengamat yang juga sekaligus pengguna media sosial TikTok dan paham mengenai media sosial. Berikut data narasumber dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Narasumber Penelitian

No.	Nama	Kategori
1.	Riscka Fujiastuti, S.Psi, C.Fc, CH, CHt	<i>Psychologist, Therapist, Career Counselor</i>
2.	Hariqo Satria	Pengamat Media Sosial, <i>Global Influencer School</i> , Direktur Eksekutif Komunikonten
3.	Muhammad Najih Farihanto	Dosen Ilmu Komunikasi Universitas

Sumber: Hasil observasi, 2023

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dewasa ini media sosial muncul dengan fungsi dan kegunaannya yang berbeda-beda, semuanya mempunyai kelebihan dan kekurangan. Media social Tiktok menjadi media social tren saat ini dan memiliki banyak kegunaan (Ramadani, Zuhri:2023). Pada media sosial Tiktok memungkinkan semua penggunanya untuk dapat melakukan interaksi dan memperluas jaringan sosial. Tidak sedikit juga pengguna media social TikTok ini yang memanfaatkan media sosial ini untuk mengekspresikan diri penggunanya. Melalui media sosial TikTok tersebut, penggunanya menjadi lebih mudah dalam berbagi segala aktivitas dan kreativitas. Selain itu media sosial tiktok juga memudahkan penggunanya dalam mengekspresikan isi hati, perasaan, apa yang terjadi dalam kehidupan seseorang melalui tulisan, lagu, video, dan symbol sederhana lain yang kemudian diunggahnya. Hal demikian terjadi tidak lain tidak bukan karena adanya faktor pendukung yang sangat kuat yang menyebabkan seseorang memiliki perilaku komunikasi tertentu, yakni efek media sosial. Media sosial TikTok dianggap sebagai salah satu alat komunikasi yang berbeda dengan media sosial yang lainnya, karena media sosial TikTok ini dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan penggunanya.

Setelah melakukan wawancara mendalam kepada lima informan dan tiga narasumber serta melakukan observasi dari dokumentasi, peneliti mendapatkan hasil penelitian mengenai bagaimana motif penggunaan media sosial tiktok bagi mahasiswa yang ada di kabupaten Garut.

Dari penelitian ini ditemukan motif yang melekat para perilaku pengguna media sosial tiktok yang dibagi menjadi dua, yakni motif ‘Karena’ dan motif ‘Untuk’. Motif ‘Karena’ berfokus kepada hal-hal yang berkaitan dengan sebab seseorang melakukan sesuatu, sedangkan motif ‘Untuk’ berfokus pada saat seseorang melakukan suatu tindakan bertujuan untuk mencapai tujuan di masa yang akan datang.

Analisis Motif ‘Karena’ Dalam Penggunaan Media Sosial TikTok

Motif ‘karena’ yang ada dalam penelitian mengenai motif penggunaan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa ini adalah karena pengguna TikTok sangat banyak, tingkat penggunaan media sosial TikTok sangat tinggi. Seperti yang diketahui, penggunaan media sosial TikTok di zaman sekarang ini sangat banyak sekali sampai media sosial TikTok menjadi platform nomor dua di dunia yang paling digemari. Hal ini sebagaimana pernyataan Rifda Abidah, mahasiswa Ilmu Komunikasi dari FKMONIFO Universitas Garut sebagai informan pertama dalam wawancara sebagai berikut:

“Karena di zaman sekarang penggunaan media sosial TikTok sangat tinggi penggunaannya yang dimana para penggunanya juga bukan hanya sekedar melihat video saja, tapi banyak hal yang didapatkan dalam penggunaan media sosial TikTok ini apalagi media sosial TikTok saat ini banyak fitur-fitur yang dapat menarik perhatian banyak orang dalam pembuatan videonya dan media sosial TikTok juga dapat menghasilkan penghasilan juga” (Rifda, 2023)

Rifda Abidah juga menyatakan bahwa dalam media sosial TikTok ini terdapat banyak inovasi-inovasi yang didapatkan dalam menggunakan media sosial TikTok tidak hanya menjadi tempat untuk mengekspresikan diri saja tetapi juga bisa dimanfaatkan sebagai sumber pendapatan. Hal yang sama juga dirasakan oleh Putri Laya, seorang mahasiswa Institut Teknik Garut, menurutnya media sosial TikTok yang secara berkelanjutan melakukan update aplikasi untuk menambah fitur-fitur menarik juga menjadi faktor pendorong semakin meningkatnya tingkat pengguna TikTok dan memanfaatkannya sebagai sumber penghasilan tambahan. Hal tersebut disampaikan dalam wawancara sebagai berikut:

“update-update yang dilakukan oleh media sosial TikTok itu sendiri banyak yang dapat dimanfaatkan juga dalam penggunaan media sosial TikTok sendiri, selain hanya dengan fitur-fitur yang disediakan oleh TikTok supaya menarik perhatian untuk banyak digemari, tetapi juga dalam pembuatan video-video yang menarik juga dapat kita manfaatin untuk menjadi sarana berpenghasilan juga”

Adapun motif ‘karena’ yang diungkapkan oleh informan kedua yaitu Elfani Naura. Menurut Elfani, media sosial Tiktok merupakan aplikasi yang sedang banyak digandrungi oleh banyak kalangan, khususnya mahasiswa karena kemudahannya dalam pembuatan video, dan

juga tidak sulit untuk menjadikan videonya tersebut tampil di *For You Page* atau FYP. Hal tersebut sebagaimana dengan pernyataannya dalam wawancara, yakni sebagai berikut:

“Karena mudahnya dalam penggunaannya dan mudah juga dalam membuat video yang diunggah untuk bisa for you page (fyp) dan juga penggunaannya sangat banyak dibanding platform media lainnya dan menjadi pilihan media sosial banyak orang juga (Elfani, 2023)”

Hal lain juga disampaikan oleh informan keempat, yakni Salsa Fadilah, seorang mahasiswa STIE Yasa Anggana yang juga aktif dalam media sosial TikTok sebagai *content creative*. Menurutnya media sosial TikTok dapat menjadi wadah dalam mengekspresikan diri sebagai *content creative* apalagi pengguna TikTok itu sendiri sudah banyak sekali dan inovasi yang diberikan TikTok itu sendiri sangat beragam, didukung dengan fitur-fitur yang selalu melalui pembaharuan, sehingga bisa dimanfaatkan sebagai wadah untuk mendapatkan penghasilan. Hal tersebut sebagaimana hasil wawancara dengan Falsa Fadilah, yakni sebagai berikut:

“Awalnya saat mengunduh media sosial TikTok hanya iseng-iseng saja, tapi setelah banyak update-update yang dilakukan oleh media sosial TikTok itu sendiri banyak yang dapat dimanfaatkan juga dalam penggunaan media sosial TikTok sendiri, selain hanya dengan fitur-fitur yang disediakan oleh TikTok supaya menarik perhatian untuk banyak digemari, tetapi juga dalam pembuatan video-video yang menarik juga dapat kita manfaatin untuk menjadi sarana berpenghasilan juga (Salsa, 2023)”

Banyaknya pengguna aplikasi TikTok membuat media sosial ini populer, diminati dan digemari banyak orang. Semakin populer, semakin besar juga peluang video yang dibuat oleh pengguna-penggunanya bisa dengan mudah dilihat oleh semakin banyak orang. Konten yang dibuat dalam aplikasi TikTok beragam, adapun konten video tentang bakat yang dimiliki oleh seseorang ditampilkan dalam videonya yang diunggah, bisa mudah tersebar dan diketahui oleh banyak orang. Hal tersebut sebagaimana yang disampaikan oleh Azmi Putiha, informan kelima yang merupakan mahasiswa STIKES Karsa Husada dalam wawancaranya sebagai berikut:

“karena dengan media sosial TikTok sangat tinggi dalam penggunaannya maka jauh lebih mudah dalam membuat konten video supaya bisa dapat dilihat banyak orang atau diketahui oleh orang lain melalui video yang diunggah (Azmi,2023)”

Analisis Motif ‘Untuk’ Dalam Penggunaan Media Sosial TikTok

Selain Motif ‘Karena’, adapun Motif ‘Untuk’ dalam penelitian mengenai motif penggunaan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa di Kabupaten Garut ini. Motif

‘Untuk’ ini mengacu pada suatu keadaan dimana pelaku, dalam penelitian ini pengguna media sosial TikTok berkeinginan untuk mencapainya melalui beberapa tindakan.

Informan pertama, Rifda Abidah menyatakan media sosial TikTok ini dapat dijadikan sarana atau wadah untuk mengekspresikan diri agar tampil lebih percaya diri dan semakin diketahui oleh banyak orang melalui video yang diunggah dalam media sosial TikTok. Rifda juga menggunakan aplikasi TikTok dengan suatu tujuan, yakni agar ia mendapatkan penghasilan dari aplikasi tersebut. Hal tersebut sebagaimana dengan hasil wawancara, yakni sebagai berikut:

Untuk mengekspresikan diri saya supaya lebih tampil percaya diri dan dapat diketahui oleh orang lain, juga memberikan konten yang positif bagi orang lain, selain itu juga media sosial TikTok ini bisa dijadikan sebagai sarana juga dalam mendapatkan penghasilan (Rifda, 2023).

Pernyataan yang sama juga dikemukakan oleh Elfani Naura sebagai informan 2, bahwa media sosial TikTok ini banyak digunakan untuk mengekspresikan diri dan menampilkan apa yang ingin ia tampilkan melalui video yang diunggahnya. Elfani juga menambahkan, membuat video TikTok ini dilakukan untuk mengisi waktu luang. Hal tersebut sebagaimana disampaikan dalam wawancara sebagai berikut :

Untuk mengekspresikan diri dengan menyampaikan apa yang ingin disampaikan sebagai diri sendiri didalam media sosial, lebih nyaman aja dalam menunjukkan sebagai diri sendirinya, dan untuk juga mengisi waktu- waktu luang (Elfani, 2023)”

Media sosial TikTok dimanfaatkan penggunaanya untuk mendapatkan kesenangan dengan membagikan pengalamannya lewat video yang dibuat dan diunggahnya. Selaras dengan yang dilakukan oleh Informan 3, yakni Putri Laya, yang mana ia membuat konten-konten video di TikTok agar ia dapat dilihat dan diketahui oleh banyak orang. Hal tersebut disampaikan dalam wawancara:

Motif saya melakukan pembuatan konten-konten video dimedia sosial TikTok supaya dapat dilihat oleh banyak orang mengenai pengalam saya yang dapat dibagikan kepada orang lain (Putri,2023)”

Adapun tujuan yang lain Putri menggunakan media sosial Tiktok ini yakni sebagai sarana hiburan untuk diri sendiri. Menurutnya, ada rasa senang tersendiri jika ia bermain TikTok. Ia dapat mencari video berisi konten-konten positif yang bisa kembali ia bagikan dan sebarkan agar semakin banyak orang mengetahui konten-konten positif tersebut. Hal tersebut disampaikan Putri dalam wawancaranya yakni sebagai berikut:

“Mencari kesenangan dengan bermain media sosial TikTok, selain itu juga dapat dimanfaatkan oleh hal-hal yang baik seperti membagikan hal positif dan mencari penghasilan (Putri,2023)

Banyak pengguna media sosial TikTok menggunakan aplikasi ini untuk aktualisasi diri. Proses aktualisasi diri yang dilakukan oleh Salsa Fadilah, yang mana ia menggunakan aplikasi ini untuk mengekspresikan diri. Melalui TikTok ia pun mencari peluang bisnis, serta untuk menghidupi diri sendiri dari penghasilan yang didapat dari TikTok. Hal ini ia sampaikan dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Sebagai content creative untuk mengekspresikan diri, berbagi konten yang bermanfaat dan mencari peluang bisnis juga, karena di media sosial TikTok bisa menghasilkan uang juga (Salsa, 2023)”.

Informan kelima, Azmi Putiha menggunakan akun Tiktok ini dengan tujuan untuk mengisi waktu luang. Ia mencari tempat untuk aktualisasi diri, dan merasa bahwa TikTok merupakan tempat yang tepat untuknya mengekspresikan diri dan menyalurkan bakat dan potensi dirinya di TikTok yang tujuannya untuk diri sendiri. Pernyataan Azmi disampaikan dalam wawancaranya sebagai berikut :

“Untuk mengisi waktu kosong setelah sibuk belajar tapi ada waktu untuk senang-senengnya untuk main TikTok, supaya bisa menampilkan keterampilannya lewat media (Azmi, 2023)”

Analisis Motif ‘Karena’ dan motif ‘Untuk’ Dalam Penggunaan Media Sosial Tiktok

Motif ‘Karena’ yang ada dalam penelitian mengenai motif penggunaan media sosial TikTok adalah karena pengguna TikTok sangat banyak. Seperti yang diketahui, bahwa penggunaan media sosial TikTok di zaman sekarang sangat banyak sekali sampai media sosial TikTok itu sendiri menjadi platform nomor dua didunia. Media sosial TikTok juga mempunyai inovasi-inovasi fitur yang diberikan sehingga dalam penggunaannya sangat nyaman untuk digunakan. Karena media sosial TikTok selalu mendapatkan update sangat sangat cepat membuat para penggunanya tertarik dalam menggunakan media sosial TikTok selain untuk menjadi ajang hiburan diri, selain itu media sosial TikTok bisa digunakan menjadi media untuk mendapatkan penghasilan juga. Sedangkan motif ‘Untuk’ dalam eksistensi di media sosial TikTok itu sendiri, untuk mengisi waktu luang dan dapat banyak perhatian dari orang banyak bahwa keberadaan kita bisa diakui dengan kita eksis di media sosial TikTok.

Motif pengguna media sosial Tiktok ini diperkuat dengan pernyataan dari narasumber yakni Praktisi Psikolog & Terapis yaitu Riscka Fujiastuti menjelaskan, “motif karena” media sosial TikTok bisa dijadikan tempat untuk terapi dalam meningkatkan rasa percaya dirinya

didalam media sosial TikTok. Sedangkan “motif untuk” dalam melakukan eksistensi dimedia sosial TikTok ada yang memang punya kepribadian yang senang diakui orang, senang pamer, senang dengan pengakuan itu bisa jadi motif penguatan untuk eksistensi dimedia sosial TikTok.

Adapun pernyataan dari pengamat media sosial mengenai motif seseorang dalam penggunaan media sosial TikTok menurut narasumber Hariqo Satria. Menurutnya ketika seseorang mengunggah konten TikTok, kemudian keberadaannya diakui, muncullah sebab akibat keinginan untuk dihargai dan juga diapresiasi.

Kemudian adapun pernyataan yang semakun memperkuat motif mahasiswa menggunakan media sosial TikTok yang datang dari seorang akademisi (dosen), Muhammad Najih. Menurutnya motifnya itu sangatlah beragam, selaras dengan beberapa motif yang disampaikan oleh kelima informan sebelumnya, pertama adanya motif awal hanya untuk bermain-main, yang mana apapun yang ada dalam pikirannya pasti akan diunggah mengikuti trend yang sedang hangat yang familiar disebut sebagai engagement. Kedua begitu sudah lebih tahu peluang yang ada di dalam media sosial TikTok, barulah memiliki keinginan untuk menambah views, kemudian ketiga ketika semakin mengerti peluang yang memungkinkan untuk dimanfaatkan sebagai sarana pendapatan ekonomi, dia bisa mencari uang di sana, dia bisa mendapatkan relasi mungkin nggak harus langsung, pengguna media sosial TikTok otomatis akan memiliki engagement tinggi kemudian bisa mendapatkan keuntungan berupa materi, hal tersebut familiar dengan sebutan fenomena endorsement dengan penambahan relasi.

Analisis Pengalaman Penggunaan Media Sosial TikTok

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa penggunaan media sosial sudah menjadi kebutuhan setiap orang untuk mendukung berbagai aktivitasnya, seperti penyelesaian tugas, pekerjaan dan pelayanan. Setelah mengalami beberapa hal pasca penggunaan media sosial TikTok, ditemukan dampak positif yang dirasakan oleh semua informan. Seperti yang dirasakan oleh Rifda Abidah, ia mengatakan bahwa ia mengalami hal positif dalam penggunaan media sosial TikTok, yakni sebagai sarana untuk mendapatkan informasi yang sangat luas dan juga bisa dijadikan tempat berbisnis baginya.

Hal serupa dirasakan oleh Elfani Naura, sama halnya dengan pernyataan dari Rifda, ia pun bisa mendapatkan informasi-informasi yang sangat cepat dari media sosial TikTok. Ia bisa mendapatkan informasi-informasi secara *up to date*.

Pengalaman positif lain dirasakan oleh Putri Laya sebagai informan ketiga, karena ia sudah cukup lama terjun dan menggunakan media sosial TikTok sebagai *content creator*, ia

pun sudah banyak membuat konten-konten video. Selama proses pembuatan konten tersebut banyak hal yang dipelajari oleh Putri, seperti belajar membuat konten video, mencari ide untuk kontennya, kemudian membuat videonya sendiri hingga proses editingnya dilakukannya sendiri. Selain itu, sering berbicara untuk kontennya membuat kemampuan *public speaking* putri terasah dan selalu berprogres semakin baik. Ia banyak memanfaatkan media sosial TikTok ini untuk dapat mengembangkan bakatnya.

Disamping pengalaman positif yang dirasakan setelah menggunakan media sosial TikTok, informan juga merasakan pengalaman yang negative. Kelima informan memberikan jawaban yang sama terkait dampak negative penggunaan media sosial TikTok, diantaranya yakni mereka menjadi kecanduan gadget. Terlalu asyik menggunakan media sosial Tiktok membuat mereka suka lupa waktu sehingga membuat tanggung jawab mereka sebagai manusia menjadi terlupakan. Adapun konten-konten video yang muncul di media sosial Tiktok adakalanya kurang pantas namun tetap saja dibagikan.

Riscka Fujiastuti, narasumber dari Praktisi Psikolog & Terapis memperkuat terkait dampak-dampak yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial TikTok. Ia mengatakan bahwa media sosial TikTok ini media yang sangat positif untuk mendapatkan suatu pengalaman yang terjadi, karena bisa menjadi tempat untuk menampung sebagai wadah apresiasi, inspiratif, dan eksistensi diri yang bisa membuat seseorang mendapatkan pengalaman yang positif dalam penggunaan media sosial TikTok tentu saja ada hal negatifnya juga dalam menggunakan media sosial TikTok karena media sosial TikTok ini bukan hanya mahasiswa yang menggunakannya tetap banyak kalangan yang dimana harus dijaga pesan moral yang disampaikan supaya bisa meminimalisir hal-hal negatif yang akan terjadi. Adapun Hariqo Satri menambahkan selaku pengamat media sosial mengatakan bahwa media sosial TikTok ini juga dapat beberapa dampak yang akan di dapatkan dalam penggunaan media sosial TikTok. Pertama itu buang-buang waktu kalau tidak ada tujuan. Kedua itu juga bisa meningkatkan perilaku konsumtif.

Muhammad Najih dari bidang akademis menjelaskan dampak yang dapat diberikan dalam penggunaan media sosial TikTok itu sendiri. Menurutnya dampaknya masih tergantung dari perspektif mana kita melihatnya. Jika saatnya memang info yang seperti ini setiap orang itu FYP-nya beda-beda, algoritma-nya beda-beda ya kan begitu dampaknya apa yang jelas dampak itu ada 3, kognisi, afeksi, dan psikomotorik atau PHPR.

Analisis Makna Penggunaan Media Sosial TikTok Bagi Mahasiswa

Makna Penggunaan media sosial TikTok ini sangat beragam yang memaknainya

seperti apa tergantung dengan cara apa mereka menggunakan media sosial TikTok ini, ada yang memaknai sebagai tempat dimana bisa mengekspresikan dirinya agar dapat diketahui keberadaannya ada juga yang memaknai bahwa penggunaan media sosial TikTok ini hanya media hiburan saja yang hanya untuk mengisi waktu kosongnya dan ada juga yang memaknai sebagai media dalam mencari penghasilan dengan adanya inovasi yang disediakan TikTok yang begitu sangat pesat agar penggunaanya bisa menikmati bukan hanya sekedar untuk mendapatkan kesenangan saja tapi bisa diperuntukan untuk mendapatkan penghasilan, apalagi media sosial TikTok itu sendiri selalu update akan berita- berita terkini yang membuat penggunaanya tidak akan ketinggalan informasi-informasi yang sedang hits.

Riscka Fujiastuti narasumber dari Praktisi Psikolog & Terapis mengatakan makna dari eksistensi itu sendiri, kebutuhan yang dilandasi oleh keinginan. Ia mengatakan bahwa Eksistensi itu adalah pengakuan baik dari diri sendiri maupun dari orang lain dengan berbagai macam motif, motifnya adalah id, idnya adalah kebutuhan yang dilandasi oleh keinginan apa sih setiap orang yang berbeda-beda. Jadi setiap orang memiliki ID, memiliki motif, memiliki niat. Dan jika sudah memiliki niat eksistensi, kemungkinan besar masuk ke fase kedua yaitu terciptanya ego, diperankanlah secara real menjadi seorang *content creator* atau pengguna penonton dari creator orang lain, muncul ke super ego. Eksistensi diri ini adalah *self actualisasi*, self actualisasi ini adalah self diri, ingin diciptakan, diakui, dihargai kemungkinan besar setiap manusia pasti memiliki kebutuhan itu. Biasanya motif diakuinya secara positif, sehingga eksistensi yang dimaksudkan biasanya lebih mengarah eksistensi positif atau pengakuan-pengakuan diri yang dinamakan self actualisasi, dan yang ketiganya ialah *reward*.

Makna penggunaan Media Sosial TikTok jika dilihat dari perspektif bapak Hariqo Satri selaku pengamat media, eksistensi itu merupakan sesuatu yang positif, bukanlah suatu hal yang negatif. Jadi bahwasanya setiap orang ini kan diharapkan bermanfaat bagi orang lain, Kemudian setiap orang ini diharapkan memberi manfaat bagi dirinya, lingkungannya, keluarganya, bangsa dan negaranya, maka untuk memulai berkontribusi itu salah satunya adalah dengan memproklamirkan diri atau mendeklarasikan diri. Atau menyampaikan kepada masyarakat, inilah saya, kegiatan saya ini, aktivitas saya ini. Jadi untuk kita berkontribusi, tentu kita perlu menunjukkan kita siapa dan latar bakan segala macam. Itulah eksistensi, bukan semata-mata eksistensi itu nyari, berbau negatif. Misalnya kita mengatakan, wah ini nyari eksistensi ini, ngapain juga orang nyari eksistensi? Karena keberadaan kita itu sudah ada, kita nggak perlu lagi mencari, kita ada Kita ini sudah ada, persoalannya sekarang adalah bagaimana meluaskan manfaat diri kita. Jadi kalau selama ini kita sudah berdampak untuk

pribadi, kita sudah memberikan self-awareness terhadap diri kita, kita sudah menghargai diri kita, sudah memberikan makanan yang enak ke tubuh kita, kadang kita ajak jalan-jalan dan lain sebagainya, maka kita harus juga berkontribusi yang lebih luas terhadap lingkungan. Untuk berkontribusi itu orang perlu eksistensi, orang perlu dikenal, sehingga memudahkan dia dalam berkomunikasi dan berkolaborasi atau bekerja sama dengan orang-orang yang lainnya. Eksistensi itu baru dia akan menjadi negatif kalau dia dicapai dengan cara-cara yang tidak orisinal, yang tidak autentik, yang membuat citra-citra yang memang tidak sesuai dengan dirinya. Semakin adanya, eksistensinya akan semakin kuat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang motif penggunaan media sosial TikTok bagi mahasiswa dengan menggunakan teori fenomenologi dapat disimpulkan sebagai berikut :

Dari penelitian ini ditemukan motif yang melekat para perilaku pengguna media sosial tiktok yang dibagi menjadi dua, yakni motif 'Karena' dan motif 'Untuk'. Motif 'Karena' berfokus kepada hal-hal yang berkaitan dengan sebab seseorang melakukan sesuatu, sedangkan motif 'Untuk' berfokus pada saat seseorang melakukan suatu tindakan bertujuan untuk mencapai tujuan di masa yang akan datang. Motif 'Karena' yang ada pada mahasiswa dalam penggunaan media sosial TikTok sebagai eksistensi diri yaitu karena mengikuti zaman karena penggunaan media sosial TikTok merupakan media yang banyak digandrungi sekarang. Motif selanjutnya yaitu banyaknya inovasi yang diberikan TikTok menjadi pilihan untuk eksistensi di *platform* TikTok itu sendiri yang dimana fitur-fitur yang diberikan selalu terupdate yang semakin membuat penggunanya nyaman dalam menggunakannya. Selanjutnya mengenai "Motif untuk" penggunaan media sosial TikTok sebagai eksistensi diri mahasiswa. Media sosial TikTok menjadi salah satu *platform* untuk mengekspresikan diri agar dapat diketahui oleh sekitarnya bahkan bisa menjadi kebutuhan dalam menyurahkan perasaan senangnya dalam bermain TikTok, bahkan dengan adanya *likes* dan *followers* yang nyata adanya menyukai keberadaan kita, dapat membantu kita dalam meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan yang senang. Dan motif selanjutnya, selain mendapatkan rasa kebutuhan tadi media sosial TikTok ini bisa dijadikan tempat untuk mendapatkan penghasilan yang dimana inovasi yang diberikan TikTok memenuhi kita untuk menjadi *seller* ataupun mengendorese produk-produk yang dititipkan untuk dipromosikan ini menjadi motif juga para mahasiswa agar tetap eksistensi diri di media sosial TikTok.

Selama penggunaan media sosial TikTok itu sendiri, ada beberapa hal yang dialami.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa penggunaan media sosial sudah menjadi kebutuhan setiap orang untuk mendukung berbagai aktivitasnya, seperti penyelesaian tugas, pekerjaan dan pelayanan. Setelah mengalami beberapa hal pasca penggunaan media sosial TikTok, ditemukan dampak positif. Disamping dampak positif, adapun dampak negative yang dialami dan dirasakan oleh kelima informan.

Makna Penggunaan media sosial TikTok ini sangat beragam yang memaknainya seperti apa tergantung dengan cara apa mereka menggunakan media sosial TikTok ini, ada yang memaknai sebagai tempat dimana bisa mengekspresikan dirinya agar dapat diketahui keberadaannya ada juga yang memaknai bahwa penggunaan media sosial TikTok ini hanya media hiburan saja yang hanya untuk mengisi waktu kosongnya dan ada juga yang memaknai sebagai media dalam mencari penghasilan dengan adanya inovasi yang disediakan TikTok yang begitu sangat pesat agar penggunaannya bisa menikmati bukan hanya sekedar untuk mendapatkan kesenangan saja tapi bisa diperuntukan untuk mendapatkan penghasilan, apalagi media sosial TikTok itu sendiri selalu update akan berita- berita terkini yang membuat penggunaannya tidak akan ketinggalan informasi-informasi yang sedang hits.

Daftar Pustaka

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Andytha Anjanisari, H., Alfani, H., Ki Ratu Penghulu No, J., Sari Baturaja OKU, K., & Baturaja Jl Ki Ratu Penghulu No, U. (2021). Fenomena Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Eksistensi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Baturaja. *Jurnal Massa*, 02. <https://journal.unbara.ac.id/index.php/JM>
- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (n.d.). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus TikTok (Vol. 1). <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>
- Chotijah Fanaqi, R. Ismira Febrina, Resty Mustika Pratiwi, Gymnastiar. (2022). Pemanfaatan TikTok sebagai media edukasi kesehatan di masa pandemi covid19. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut* <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/1267/1169>
- D., Wafa, M. A., & Shadiqien, S. (2020). Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial TikTok.
- Dwi, E., & Watie, S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media): Vol. III (Issue 1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Hermin Indah Wahyuni. (2015). Kebijakan Media Baru Di Indonesia. Gadjah Mada University Press
- Icha, N. R., & Kurniadi, O. (2022). Hubungan antara Menggunakan Tik Tok dengan Perilaku Eksistensi Diri. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.939>
- Iswarani, M. P., & Gautama, M. I. (2022). Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Ajang

- Eksistensi Diri Bagi Remaja (Studi Kasus Siswa SMAN 5 Bukittinggi Kelas XI IPS).
Jurnal Perspektif, 5(1), 37. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v5i1.588>
- Kuswarno, E. (2009). Fenomenologi. Bandung: Widya Padjajaran.
- Laylatul Munawaroh. (2021). Makna Penggunaan Media Baru Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Raden Fatah. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/47527>
- Moleong, L. J. (2012). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurhadi, Z. F. (2015). Teori-Teori Komunikasi. Bogor: Ghalia Indonesia
- Ndruru, D. J., Borromeus Mulyatno, C., Subali, Y., & Antony, R. (2023). Pengalaman Bermedia Sosial Kaum Religius di Era Digital. Jurnal Kewarganegaraan,7(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.31316/jk.v7i1.4757>
- Novita, D., Kusuma, S. C., & Oktavianti, R. (2020). Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri. 4, 372–379. Oktaheriyani,
- Ramadani, Afifatul Laili, Saifuddin Zuhri. (2023). Pengaruh konten akun tiktok @Handmadeshoesby terhadap perilaku konsumtif perempuan di Surabaya.
<https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/2100>
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2017). Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Syafrida Lubis, N., Rohani, L., & Devianty, R. (2022). Motif Pengguna Aplikasi TikTok Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, 1(12), 2835–2844.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i12.438>
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Sumitra, S., & Ardinto, E. (2008). Dasar-dasar public relations. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Utari, R. (2020). Di Rumah Saja dan Eksistensi Diri.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52496/rasi.v2i2.66>
- Valiant, V., & Paramita, S. (2022). Peran Aplikasi Tiktok Sebagai Media Komunikasi Ekspresif Penyintas Covid-1