

**KONSEP DIRI MAHASISWA UNITRI ATAMBUA DALAM
PENGUNAAN APLIKASI TIKTOK DI KOTA MALANG**
(Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas
Tribhuwana Tungadewi Malang)

SKRIPSI



Oleh:

NOILIA DELIMA MORAIS

NIM. 2017230060

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG**

2022

RINGKASAN

Mahasiswa, khususnya mahasiswa Atambua di Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang, sangat senang menggunakan aplikasi TikTok. Mahasiswa dapat mengekspresikan konsep diri mereka, yang meliputi citra diri, peran, diri ideal, identitas, dan harga diri, melalui aplikasi TikTok. Pengalaman yang diperoleh melalui interaksi dengan lingkungan membentuk konsep diri seseorang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Atambua memandang dirinya ketika menggunakan aplikasi TikTok di Kota Malang.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan deskriptif. Mahasiswa Atambua Universitas Tribhuwana Tungadewi Kota Malang sebagai subjek penelitian ini, dengan konsep diri sebagai fokus utama. Observasi, wawancara, dan dokumentasi adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan merupakan contoh metode analisis data.

Menurut teori konsep diri, temuan penelitian ini terbagi dalam lima kategori: (1) citra diri; (2) diri ideal; (3) peran; (4) identitas; dan (5) harga diri. Siswa di Atambua memiliki kepribadian yang terkait dengan citra diri mereka. Tujuan dan harapan pribadi siswa Atambua terkait dengan diri ideal. Selain itu, peran terkait dengan bagaimana siswa menyesuaikan diri dengan masyarakat. Kemudian, identitas mengacu pada karakter yang berbeda dari orang lain dan sejenis. Sementara itu, seberapa baik perasaan Anda tentang diri Anda tergantung pada bagaimana perasaan Anda tentang hasil yang Anda dapatkan.

Kata Kunci : Konsep Diri, Aplikasi Tiktok, Mahasiswa Atambua

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Revolusi industri 4.0 menyebabkan ditinggalkannya metode konvensional. Metode konvensional yang dimaksud adalah mengubah foto untuk menghasilkan video yang menarik. Untuk menyalurkan ide, diperlukan bakat untuk metode ini. Akibatnya, kemajuan teknologi, terutama yang berkaitan dengan informasi dan teknologi komunikasi, dipengaruhi oleh revolusi industri. Pesatnya pertumbuhan internet menjadi penyebab perkembangan teknologi ini. Hal ini menunjukkan bahwa kemajuan teknologi berpotensi mengubah cara orang berkomunikasi. Teknologi, khususnya media sosial, telah mengubah cara orang berkomunikasi (Baran & Davis, 2010).

Apalagi di era pandemi ini, kehadiran media sosial di masyarakat saat ini telah memberikan manfaat yang sangat besar. Karena media sosial mengurangi jarak antar manusia, sangat efektif untuk mempercepat komunikasi (Nabila, 2020:23). berdasarkan konsep ini. Salah satu cara untuk memikirkan media sosial adalah sebagai platform digital yang memberi pengguna alat yang mereka butuhkan untuk terlibat dalam aktivitas sosial.

Pada tanggal 24 Mei 1844, kumpulan titik dan garis elektronik yang diketik pada mesin telegraf menjadi media sosial. Sixdegrees.com, situs media sosial pertama yang pernah dibuat, menandai awal kehadiran global media sosial pada tahun 1997. Setelah itu, perkembangan media sosial sangat luas dan cepat, memungkinkannya untuk menawarkan berbagai platform media sosial yang

dibutuhkan pengguna. Friendster, LiveJournal, LinkedIn, Myspace, Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok hanyalah beberapa contoh dari media sosial ini. platform media sosial ini memiliki kepribadian dan manfaat tersendiri.

Penduduk Indonesia sudah terkoneksi dengan internet sejak tahun 2012, menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (dalam Purnamasari, 2019:4), dan salah satu kegiatannya adalah membuka akun media sosial. Hal ini sesuai dengan informasi dari Indonesian Digital Report 2022 (Riyanto, 2022) yang menyebutkan bahwa 191,4 juta penduduk Indonesia merupakan pengguna media sosial aktif pada tahun 2022. Ilustrasi berikut menunjukkan hal tersebut.



Gambar 1. Pengguna Media Sosial Aktif di Indonesia 2022

Sumber: (Riyanto, 2022)

Bisa diprediksi Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna media sosial terbanyak dan pengguna aktif terbanyak berdasarkan jumlah pengguna aktif media sosial di sana. Hal ini dikarenakan perangkat internet yang semakin terjangkau oleh masyarakat, membuatnya memungkinkan jangkauan pengguna

yang lebih luas untuk mengakses jaringan (Purnamasari, 2019:4). TikTok adalah salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia.

Aplikasi TikTok, menurut Aji (2018), menawarkan fitur-fitur seperti perekaman suara, perekaman video, background, share, dan duet, serta sejumlah fitur tambahan seperti like dan komentar. Aplikasi TikTok cukup terkenal di berbagai kalangan karena hal ini. Menurut Kuen dan Fyan (2020), mayoritas pengguna TikTok adalah dewasa muda dan remaja yang merekam diri mereka menari mengikuti lagu-lagu populer. Menurut Batoebara (2020), aplikasi TikTok spesial yang unik dan menarik efek memudahkan pengguna untuk membuat video pendek, itulah sebabnya sangat populer.

Semua orang dari segala usia senang menggunakan aplikasi TikTok. Bulele dan Wibowo (2020) mengklaim jumlah pengguna TikTok di Indonesia telah mencapai 10 juta. Remaja di Atambua semakin banyak menggunakan aplikasi TikTok. Wijaya dan Musta'in (2020) mengatakan itu TikTok menjadi trend karena tidak hanya menampilkan cara membuat video yang menarik, tetapi juga menampilkan video yang lebih bebas, lucu, dan kasual. Ada banyak alasan mengapa remaja tertarik dengan aplikasi TikTok. Menurut Deryanto dan Fathul (2019), pengguna TikTok melihat aplikasi sebagai sumber hiburan, pertemanan, informasi, dan popularitas. Hal-hal yang dipublikasikan itulah yang menyebabkan aplikasi TikTok menjadi tren.

Mayoritas pengguna aplikasi TikTok adalah anak muda atau remaja, khususnya pelajar. Pangestu dkk. menyatakan bahwa (2020) Anak muda sering

menggunakan Tik Tok untuk mengekspresikan berbagai prestasi diri dalam bidang penampilan, akademik, dan prestasi ekstrakurikuler. Hal ini karena sebagian orang menggunakan aplikasi TikTok untuk menghibur diri saat bosan. Utamai dkk. menyatakan bahwa (2021) Hingga menjadi tempat berolahraga di rumah, aplikasi TikTok adalah cara untuk mengekspresikan kekesalan, melepaskan kreativitas, dan menghabiskan waktu di rumah. Remaja biasanya menggunakan strategi ini ketika mereka bosan, ingin merasakan suasana baru , dll.

Secara umum, Aplikasi TikTok adalah alat untuk membuat dan berbagi video vertikal pendek yang dapat diputar hanya dengan menggerakkan layar ke atas atau ke bawah. Menarik untuk dicatat bahwa akuisisi ByteDance, sebuah perusahaan media Cina yang membeli Musical.ly di 2018 seharga \$ 1 miliar AS, menyebabkan pengembangan aplikasi TikTok ini. TikTok hanya dikenal sebagai Douyin di China. Setelah itu, TikTok melanjutkan ekspansi bertahap dan mulai berkembang secara global. Berbeda dengan YouTube dan Instagram, algoritma TikTok dapat menyebar konten siapa pun terlepas dari jumlah pengikutnya dengan mempelajari kebiasaan pengguna aktif lebih cepat dari aplikasi lain bernama "For Your Page", yang memiliki keunggulan memungkinkan pengguna menggunakan musik tanpa takut terkena hak cipta pemiliknya.

Hal senada dikatakan oleh Vitasandy dan Anita (2010), yang mengatakan bahwa sebelum remaja, seseorang akan melalui proses pencarian identitas, yaitu proses penciptaan identitas pribadi atau rasa diri yang unik, berbeda dari yang lain. orang, dan mengalami banyak tekanan sosial dan berdampak pada cara berpikir

seseorang. Remaja menggunakan fitur aplikasi TikTok yang tersedia, seperti merekam aktivitas sehari-hari, untuk mencari identitas mereka.

Rekaman diri dapat dipahami sebagai persepsi seseorang tentang diri mereka sendiri untuk menilai diri mereka sendiri secara akurat. Individu secara tidak langsung telah memungkinkan komunikasi antarpribadi dengan membagikan hasil remake. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pemirsa rekaman yang diunggah akan bereaksi. Oleh karena itu, menurut Sari (2017), memahami diri sendiri dan orang lain adalah salah satu dari dua komponen utama komunikasi interpersonal; dan mengubah pola pikir dan perilaku seseorang. Komunikasi interpersonal aplikasi Tik Tok adalah sarana untuk mengenal orang lain. dimediasi oleh internet, komunikasi antarpribadi, menurut Manalu dan Evawani (2014), berlangsung secara tatap muka, memungkinkan seseorang untuk merekam tanggapan baik verbal maupun nonverbal. Normal adalah reaksi yang terjadi. Karena reaksi merupakan tindakan komunikasi dalam dunia maya, dikatakan alami.

Menurut Watie (2011), kombinasi komunikasi interpersonal dan massa membuat komunikasi media sosial menjadi lebih kompleks. Hal ini menunjukkan bahwa unggahan menjadi konsumsi publik secara bersamaan dengan komunikasi interpersonal yang terjadi ketika pengguna mengunggah dan ketika orang lain merespons. Cara orang berkomunikasi kemudian berubah sebagai akibatnya. Menurut Husna (2017), media sosial telah mengubah pola dan paradigma komunikasi. Konsep diri akan berubah sebagai akibat dari perubahan komunikasi tersebut. Felita et al. menyatakan bahwa (2015), konsep diri yang telah terbentuk

dapat mengalami modifikasi. Keadaan dan kondisi lingkungan biasanya memicu pergeseran tersebut.

Konsep diri adalah apa yang dimaksud dengan mengenal diri sendiri. Solihat et al. menyatakan bahwa (2015:59) Konsep diri seseorang adalah bagaimana mereka melihat, merasakan, dan ingin dipersepsikan. Menurut sudut pandang ini, sikap atau aktualisasi diri individu mencerminkan konsep dirinya. Diri - pembentukan konsep melibatkan mengenal diri sendiri dan mengubah pikiran dan tindakan seseorang. Topik penelitian, "Konsep Diri Siswa Atambua dalam Menggunakan Aplikasi TikTok di Kota Malang," adalah pembentukan konsep diri melalui penggunaan media sosial , khususnya aplikasi tik tok, guna memberikan gambaran informasi tentang cara mengenal diri sendiri, bersikap, dan berperilaku.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah

1. Bagaimana pandangan mahasiswa Atambua saat menggunakan aplikasi TikTok Malang?
2. Apa yang mempengaruhi konsep mahasiswa Atambua tentang cara menggunakan aplikasi TikTok di Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan studi adalah untuk:

1. Memahami konsep diri siswa saat menggunakan aplikasi TikTok di Malang
2. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri siswa Atambua saat menggunakan aplikasi TikTok di Malang

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis
 1. Sebagai sumber informasi bagi remaja atambua untuk mengenal diri sendiri.
 2. Sebagai informasi dalam menambah wawasan serta memberikan referensi tambahan bagi peneliti-peneliti berikutnya
- b. Manfaat Praktis
 1. Sebagai masukan bagi mahasiswa Atambua untuk menggunakan media sosial khususnya aplikasi TikTok ke arah yang positif dalam menyalurkan kreativitasnya.
 2. Sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran dalam membentuk konsep diri remaja.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex, S. 2016. *Psikologi Umum*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Aji, Nugroho Wisnu. 2017. Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. *Pertemuan Ilmiah Bahasa dan Sastra Indonesia (PIBSI) XL*, Hal 431-440
- Anwar, K., dan Rahmat Saleh. 2018. Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Pada Media Sosial Facebook. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM) FISIP Unsyiah*, Vol. 3 (2), Hal. 465-474
- Baran, Stanley J. dan Davis, Dennis, K. 2010. *Teori Komunikasi massa, Dasar Pergolakan, dan Massa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika
- Batoebara, M. Ulfa. 2021. Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan Atau Kebodohan. *Jurnal Network Media Vol: 3 (2)*, Hal. 59-65
- Darmawan C, Siti I. 2018. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan Perempuan Melalui Pendidikan Politik*, 15(1).
- Deriyanto, Demmy, dan Fathul Qorib. 2018. Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang Terhadap Penggunaan Tik Tok. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, Vol. 7 (2), Hal. 77-83
- Dikdok. 2018. Totalnya, berapakah jumlah pengguna media sosial di Indonesia? Diakses melalui <https://www.jurnalapps.co.id/totalnya-berapakah-jumlah-pengguna-media-sosial-di-indonesia-13238/amp>
- Felita P, Siahaja C, Wijaya V, Melisa G, Chandra M, Dahesihsari R.. 2016. Pemakaian Media Sosial Dan Self Concept Pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA*, Vol. 5 (1), Hal. 30-41
- Khairuni, Nisa. 2016. Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak. *Jurnal Edukasi*, Vol 2 (1), Hal. 91-106
- Komaruddin H, Khoiruddin B. 2016. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Kuen, M. Mayestika dan Fyan Andinasari Kuen. 2020. Eksistensi *Braggadocian Behavior* Pada Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Pada Remaja Di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Pranata Edu*, Vol. 2 (2), Hal 47-55
- Muhith, A. 2015. *Pendidikan Keperawatan Jiwa (Teori dan Aplikasi)*. Yogyakarta: Andi Offset
- Marini, Riska. 2019. Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di Smpn 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah. Skripsi

Publikasi Jurusan: Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Lampung.

- Nurudin. 2015. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Rajawali Pers
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Princessa, Ivana. 2021. Makna Presentasi Diri Pada Unggahan di Aplikasi Tik Tok. Bachelor Thesis, Universitas Pelita Harapan.
- Pangestu, Y. P. D. Adi, Daniel Pernandes, Maria Yuli Indrawati, dan Maria Lusiana Prihatin. 2020. Penggunaan Aplikasi Tiktok untuk Mempublikasikan Karya Mencintai Ketidaksempurnaan Diri melalui Kampanye *Love Imperfections*. *Tekpen*. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya. Jakarta
- Rakhmat, Jalaludin. 2015. *Psikologi Komunikasi* (Cetakan Ketigapuluh). Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rismawaty, Desayu Eka Surya, Sangra Juliano Prakarsa. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi (Welcome To The World Of Communications)*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Sari, A. Anditha. 2017. *Komunikasi Antarpribadi*. Yogyakarta: Deepublish
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Solihat, Manap, Melly Maulin, dan Olih Solihin. 2015. *Interpersonal Skill (Tips Membangun Komunikaiss Dan Relasi)*. Edisi Revisi. Bandung: Rekayasa Sains.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers
- Utami, A. D. Visi, Suci Nujiana, dan Dasrun Hidayat. 2021. Aplikasi Tiktok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat Dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4 (1), Hal 40-47
- Vitasandy, Tutut Dian dan Anita Zulkaida. 2010. Konsep Diri Pria Biseksual. *Jurnal Psikologi* Vol. 3 (2), Hal 188-194
- Watie, E. D. Setya. 2011. Komunikasi Dan Media Sosial (Communications And Social Media). *The Messenger*, Vol 3 (1), Hal 69-75

Wijaya, M. H. Dwi dan Musta'in Mashud. 2020. Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar (Studi Pada Hyperrealitas Tik Tok). *Al-Mada: Jurnal Agama Sosisal dan Budaya*, Vol. 3 (2), Hal 170-191