

Skripsi
***TikTok Creator* di Kalangan Mahasiswa Kota Makassar**



Disusun oleh:
Andi Alifiah Jauza Syatifa
E071191077

DEPARTEMEN ANTROPOLOGI SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023

HALAMAN JUDUL

TikTok Creator di Kalangan Mahasiswa Kota Makassar



Skripsi ini diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

Disusun oleh:

Andi Alifiah Jauza Syatifa

E071191077

DEPARTEMEN ANTROPOLOGI SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andi Alifiah Jauza Syatifah
NIM : E071191077
Program Studi : Antropologi Sosial
Jenjang : S1

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul "**TikTok Creator di Kalangan Mahasiswa Kota Makassar**" adalah karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan pengambil alihan tulisan orang lain.

Apabila di kemudian terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 23 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan



Andi Alifiah Jauza Syatifah

HALAMAN PENGESAHAN

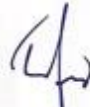
Judul : *TikTok Creator* di Kalangan Mahasiswa Kota Makassar
Nama : Andi Alifiah Jauza Syatifah
Nim : E071191077
Program Studi : Antropologi Sosial
Telah disetujui oleh Pembimbing Akademik Departemen Ilmu Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Makassar, 27 Juli 2023

Menyetujui:

Pembimbing 1



Pembimbing 2


Dr. Tasrifin Tahara, M.Si
NIP 19750823 200212 1 002

Muhammad Neil, S. Sos. M. Si.
NIP 19720605 200501 1 001

Mengetahui:

**Ketua Departemen Antropologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin**



Dr. Tasrifin Tahara, M.Si
NIP 19750823 200212 1 002

HALAMAN PENERIMAAN

Nama : Andi Alifiah Jauza Syatifah
NIM : E071191077
Judul Skripsi : *TikTok Creator* di Kalangan Mahasiswa Kota Makassar

Telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, di Makassar pada hari tanggal bulan tahun 2023 dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1).

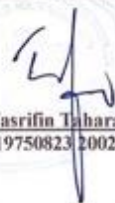
Makassar, 24 Agustus 2023

Panitia Ujian

Ketua : Dr. Tasrifin Tahara, M.Si 
NIP. 19750823 200212 1 002
Sekretaris : Muhammad Neil, S.Sos., M.Si 
NIP. 19720605 200501 1 001
Anggota : 1. Icha Musywirah Hamka, S.Sos., M.Si 
NIP. 19890412 201404 2 003
2. Hardivanti Mungsi, S.Sos., M.Si 
NIP. 19561227 198612 1 001

Mengetahui,

Ketua Departemen Antropologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Tasrifin Tahara, M.Si,
NIP. 19750823 200212 1 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas berkah, rahmat dan hidayah Allah SWT, atas kesempatan, kesehatan dan keselamatan, serta kemampuan untuk dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini. Dan tak lupa pula penulis kirimkan shalawat dan salam atas junjungan kami baginda Nabiullah Muhammad SAW yang telah menuntun kami kejalan yang lurus, dari jalan yang gelap menuju jalan yang terang benderang, yaitu jalan yang diridhoi dan dikehendaki oleh Allah SWT.

Rasa haru dan bahagia bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “***TikTok Creator di Kalangan Mahasiswa Kota Makassar***” dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Adapun penulis skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat guna memporeleh gelar sarjana pada Dapartemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan pengajaran dari berbagai pihak yang dapat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Aamiin

UCAPAN TERIMA KASIH

Skripsi ini adalah karya penulis sebagai manusia biasa, dan mustahil dapat terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa doa, dukungan, bantuan dan uluran tangan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan setulus hati dan segala kerendahan hati penulis menyampaikan banyak terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Allah SWT atas karena izin-Nya segingga penulis dapat menyelesaikan karya ini, dan juga kepada keluargaku tercinta dan semua pihak yang telah berperan serta dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tua penulis, yang sejatinya menjadi sumber kekuatan dan ketabahan penulis selama menjalankan studi. Gelar dan karya ini penulis persembahkan kepada Ayahanda tercinta **Syarifuddin AP** dan Ibunda **Tuty Suryani** atas kasih sayang, perhatian, dukungan, doa-doa yang selalu dipanjatkan, dorongan baik moril maupun materi kepada penulis, terimakasih banyak karena selalu memberikan *support*, membantu, mengerti, dan selalu memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh anaknya. Terimakasih juga kepada saudara kandung penulis **A. Muh. Rayhansyah Mulaputra** dan **A. Ahmad Fauzan Anandri** yang selalu memberikan semangat dan dukungan.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini ada banyak kendala dan hambatan yang dihadapi, maka dari itu penulis haturkan banyak terima

kasih yang setulus-tulusnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada bapak **Dr. Tasrifin Tahara, M.Si** selaku Pembimbing I dan bapak Muhammad Neil, S.Sos, M.Si selaku dosen Pembimbing II yang telah dengan ikhlas meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi ini.

Pembuatan skripsi ini tentunya tidak luput dari bantuan berbagai pihak yang diberikan secara langsung ataupun tidak langsung kepada penulis. Oleh karena itu melalui kesempatan ini penulis tidak lupa untuk menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada pihak yang telah memberikan bantuan, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan kepada:

1. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M. Sc.** Selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta para Wakil Rektor, staf, dan jajarannya yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
2. **Dr. Phil. Sukri, M.Si.** Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, beserta para staf dan jajarannya yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi pada Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

3. **Dr. Tasrifin Tahara, M.Si.** dan **Icha Musywirah Hamka, S.Sos, M.Si** yang terhormat. Selaku Ketua dan Sekertaris Departemen Antropologi Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.
4. Terima kasih kepada **Icha Musywirah Hamka, S. Sos, M.Si dan Hardiyanti Muni, S.Sos, M.Si** selaku Dosen penguji yang telah memberikan kritik serta saran kepada penulis.
5. Seluruh Dosen Pengajar Departemen Antropologi Sosial **Prof. Dr. Mahmud Tang, MA, Prof. Nurul Ilmi Idrus, Ph.D, MA, Alm. Prof. Dr. Supriadi Hamdat, MA, Prof. Dr. Muni Lampe, MA, Dr. Yahya, MA, Dr. Muhammad Basir, MA, Dr. Safriadi, M.Si., Dr. Ahmad Ismail, M.Si, Muhammad Neil, S.Sos., M.Si dan Jayana Suryana Kembara, S.Sos, M.Si** yang telah berbagi ilmu dan pengalaman selama penulis belajar di Kampus Universitas Hasanuddin.
6. Seluruh **Staf akademik dan perpustakaan Departemen Antropologi** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Ibu Anni, Ibu Darma, Kak Shinta, Kak Aan dan juga Pak yunus) dan Staf FISIP UNHAS yang senang hati membantu dalam proses kelengkapan berkas selama menjadi mahasiswa.
7. Kepada **Seluruh Informan Penelitian** yang senang hati meluangkan waktunya dan membantu penulis selama penelitian berlangsung. Tanpa kalian skripsi ini tak akan pernah ada. Terimakasih atas kebaikan dan ketulusan dalam memberikan informasi kepada penulis semoga senantiasa diberikan kesehatan.

8. Kepada **Teman-Teman Kampus** yang telah membantu mengerjakan skripsi ku (**Fadlan, Anis, dan Ijah**) Terima kasih sudah memberi arahnya.
9. Kepada teman-teman angkatan penulis **ANTROPOLOGI 2019 (Barong19)** yang penulis tidak dapat sebutkan namanya satu-satu. Teman seperjuangan selama perkuliahan di kampus. Terima kasih banyak atas segala bantuan dan kebaikan kalian selama proses perkuliahan, terimakasih telah mengukir cerita suka dan duka yang diberikan kepada penulis selama ini.
10. Kepada teman-teman **Seperjuangan se-PA penulis (Herlina Sofia Annisa Pratiwi, Muh. Fajrul, S.Sos, Rhika Andriani Pondi, Yoshua Kevin , dan Andi Sari Elviani)** terimakasih atas segala bantuan, dukungan dan motivasi yang diberikan selama ini. Semangat kalian semoga diberi kelancaran oleh Allah SWT.
11. Kepada Seluruh teman-teman **KKNT DESA WISATA MAROS 108 POSKO 1** terimakasih atas pengalaman tak terlupakan dan motivasinya. Dan khususnya untuk (**Ardi, Kak Marlen, Dinda, Amel, Grace, Dien, Pute, Deyara, Arif, dan Rezky**) yang telah kebersamai selama kurang lebih 3 bulan lamanya, serta semangat, bantuan, dan apresiasi yang diberikan kepada penulis.
12. Terima kasih kepada seluruh **Mahasiswa Departemen Antropologi** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
13. Kepada siapapun yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak disebutkan satu persatu.

14. Untuk yang terakhir dan yang terpenting terima kasih kepada diri sendiri karena telah kuat dan mampu bertahan untuk berjuang sampai detik ini. ***For myself, I Proud of you. I've been fighting up to this point. I love you!***

Semoga Allah SWT membalas kebaikan-kebaikan semua yang penulis sebutkan diatas. Aamiin

Andi Alifiah Jauza Syatifah (Nim. E071191077) “*TikTok Creator di Kalangan Mahasiswa Kota Makassar*” S.1, Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Di bawah bimbingan oleh Dr. Tasrifin Tahara, M. Si dan Muhammad Neil, S.Sos, M.Si.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan motif seorang *creator* di balik pembuatan konten di *TikTok*, menjelaskan bagaimana seorang *creator* mengemas ide menjadi konten yang menarik, dan menjelaskan faktor sosial budaya yang mempengaruhi seorang *creator* untuk membuat konten. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan penelitian etnografi. Teknik penentuan informan Teknik penentuan informan yang dipilih secara sengaja atau *purposive* yaitu informan yang dipilih berdasarkan ketentuan dan sesuai dengan kriteria yang telah dipilih berdasarkan ketentuan dan sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Penentuan kriteria informan dilakukan agar data yang diperoleh dapat subjektif dan sesuai dengan topik yang diinginkan. Informan dalam penelitian ini *adalah seorang TikTok Creator* di kalangan mahasiswa Kota Makassar dari kampus Universitas Hasanuddin, Universitas Bosowa, dan Universitas Negeri Makassar, yaitu mahasiswa *TikTok Creator* atau bukan *TikTok Creator* yang berfokus pada jumlah *like* di akun *TikTok* 10.000 ke atas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap mahasiswa *TikTok Creator* dari Universitas Hasanuddin, Universitas Bosowa, dan Universitas Negeri Makassar di Kota Makassar memiliki jenis konten *TikTok* yang mereka buat dan alasan mereka memilih jenis konten *TikTok*, alat dan program aplikasi untuk mengedit foto dan video untuk diunggah ke akun *TikTok*, dan pengaruh agama dan adat istiadat atau sosial budaya pada *konten TikTok* mahasiswa

Kata kunci: *TikTok Creator, Mahasiswa.*

Andi Alifiah Jauza Syatifah (Nim. E071191077) “*TikTok Creator di Kalangan Mahasiswa Kota Makassar*” S.1, Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Di bawah bimbingan oleh Dr. Tasrifin Tahara, M. Si dan Muhammad Neil, S.Sos, M.Si.

ABSTRACT

The purpose of this study is to explain the motives behind creating content on TikTok, explain how a creator packages ideas into interesting content, and explain the socio-cultural factors that influence a creator to create content. The type of research used is a type of qualitative research using descriptive qualitative methods using an ethnographic research approach. Informant determination techniques The technique of determining informants who are chosen intentionally or purposive are informants who are selected based on the provisions and in accordance with the criteria that have been selected based on the provisions and in accordance with the criteria determined by the researcher. Determination of informant criteria is carried out so that the data obtained can be subjective and in accordance with the desired topic. The informant in this study is a TikTok Creator among Makassar City students from the Hasanuddin University, Bosowa University, and Makassar State University campuses, namely TikTok Creator students or non-TikTok Creators who focus on the number of likes on TikTok accounts of 10,000 and above. The results showed that every TikTok Creator student from Hasanuddin University, Bosowa University, and Makassar State University in Makassar City had the type of TikTok content they created and the reason they chose the type of TikTok content, the tools and application programs for editing photos and videos to upload to a TikTok account, and the influence of religion and customs or socio-culture on student TikTok content

Keywords: *TikTok Creator, College Student.*

DAFTAR ISI

Skripsi.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PENERIMAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
BAB I (PENDAHULUAN).....	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	9
C. TUJUAN PENELITIAN.....	9

D.	MANFAAT PENELITIAN.....	10
BAB II (TINJAUAN PUSTAKA).....		11
A.	Studi Tentang <i>TikTok</i>	11
B.	Kerangka Konseptual.....	15
1.	Kreativitas.....	15
2.	Media Sosial	17
3.	<i>TikTok</i>	17
BAB III (METODE PENELITIAN).....		23
A.	JENIS PENELITIAN.....	23
B.	LOKASI PENELITIAN.....	24
C.	TEKNIK PENENTUAN INFORMAN	25
D.	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	27
a.	Observasi	27
b.	Wawancara Mendalam	28
E.	TEKNIK ANALISIS DATA.....	29
F.	ETIKA PENELITIAN	30
BAB 4 (GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN).....		31
A.	Gambaran Umum Kota Makassar	31

1.	Letak Geografis dan Administratif.....	31
2.	Penduduk Kota Makassar	35
B.	Administratif Kecamatan Tamalanrea	36
1.	Kecamatan Tamalanrea	36
2.	Kecamatan Panakkukang.....	37
3.	Kecamatan Rappocini.....	37
4.	Luas Wilayah Kecamatan Tamalanrea, Kecamatan Panakkukang, dan Kecamatan Rappocini	39
C.	Deskripsi Singkat Tiga Universitas yang menjadi Lokasi Penelitian.....	40
1.	Universitas Hasanuddin.....	40
2.	Universitas Bosowa.....	41
3.	Universitas Negeri Makassar	42
D.	Aktivitas Mahasiswa di Dunia Maya.....	43
1.	<i>Youtube</i>	44
2.	<i>TikTok</i>	45
3.	<i>Facebook</i>	46
4.	<i>Twitter</i>	48
5.	<i>Instagram</i>	49
6.	<i>WhatsApp</i>	50

7.	<i>Telegram</i>	52
BAB 5 (HASIL DAN PEMBAHASAN).....		54
A.	Motif Konten <i>TikTok</i>	54
1.	<i>Travelling</i>	55
2.	<i>Mini Vlog</i>	58
3.	Promosi.....	67
4.	<i>Review</i>	70
B.	Pengemasan Ide Konten <i>TikTok</i>	87
1.	Alat Pembuatan Konten <i>TikTok</i>	88
2.	Program Pembuatan Konten <i>TikTok</i>	106
C.	Faktor Sosial Budaya	117
1.	Pengaruh Agama dengan Konten <i>TikTok</i>	118
2.	Pengaruh Sosial Budaya Dengan Konten <i>TikTok</i>	120
BAB VI (PENUTUP)		125
A.	KESIMPULAN	125
B.	SARAN	127
DAFTAR PUSTAKA		128
DOKUMENTASI		132

1. Penelitian Wawancara dengan Febri	132
2. Penelitian Wawancara dengan Nisa	133
3. Penelitian Wawancara dengan Tini.....	134
4. Penelitian Wawancara dengan Mufly	135
5. Wawancara Penelitian dengan Jen	136
6. Penelitian Wawancara dengan Stephany	137
7. Penelitian Wawancara dengan Umi	138
8. Penelitian Wawancara dengan Dinda.....	139

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Nama-Nama Informan.....	25
Tabel 2. Data Pembagian Wilayah Kota Makassar.....	31
Tabel 3. Jumlah Desa di Kecamatan Tamalanrea, Rappocini, dan Panakkukang di Kota Makassar.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Administratif Kota Makassar.....	31
Gambar 2. Konten <i>YouTube</i> Tutorial Hijab Menutupi Dada Ala Zaskia Sungkars!!..	44
Gambar 3. Dokumentasi Kumpulan Konten <i>TikTok</i> Foto Pada Bulan Juli 2023.....	46
Gambar 4. Unggahan Foto <i>Quotes About An Overthinking</i> di <i>Facebook</i>	47
Gambar 5. Postingan Informasi Mengenai Album 1989 Musik Baru Taylor Swift di <i>Twitter</i>	49
Gambar 6. Postingan Konten Instagram dengan Caption About A Lady.....	50
Gambar 7. Postingan <i>Profile WhatsApp</i>	52
Gambar 8. Informasi Mengenai Tips Cinta & Hubungan di <i>Telegram</i>	53

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Penggunaan *TikTok* dalam kehidupan keseharian masyarakat saat ini sangat tinggi. *TikTok* tidak hanya digunakan untuk mencari konten hiburan dan informasi, tetapi juga untuk mengekspresikan diri dan mencari penghasilan. Para peminat *TikTok* juga sangat beragam, baik dari usia maupun status sosial. *TikTok* atau Douyin merupakan jejaring sosial yang digunakan untuk membuat video berdurasi pendek sebagai media untuk menyajikan dan menangkap hiburan, pengetahuan, dan moment lainnya. Aplikasi ini dikembangkan oleh *Byte Dance* sebuah perusahaan teknologi yang dibuat pada tahun 2012 oleh Zhang Yiming yang berasal dari Kota Beijing China.

Melalui beberapa platform seperti *TikTok*, sekarang ini bukan hanya artis yang memiliki banyak pengikut, tetapi orang biasa pun dapat memiliki jumlah followers yang banyak. Sejak awal kemunculannya, *TikTok* telah menarik minat banyak orang terutama generasi milenial. Indonesia menjadi salah satu negara yang penduduknya banyak mengunduh aplikasi *TikTok*. *TikTok* telah mendorong sebagian orang untuk menjadi sangat kreatif dan inovasi dalam mengekspresikan diri dalam bentuk video singkat.

Aplikasi *TikTok* memiliki beberapa fitur yang sangat menarik digunakan untuk membuat konten. Fitur aplikasi *TikTok* terdiri dari delapan, yaitu penambahan musik, filter pada *video*, filter *sticker* dan efek *video*, filter *voice changer*, filter *beauty*, filter *auto caption*, fitur hapus komen, dan blokir

pengguna secara massal. Penambahan musik akan muncul pada saat pembuatan konten *video*. Filter *video* akan muncul pada saat pembuatan konten *video* dan hasil pembuatan *video* setelah dibuat untuk mengedit efek cahaya yang terletak disebelah kanan. Filter *sticker* dan efek *video* terletak di sebelah kanan pada bagian atas filter akan muncul setelah pembuatan konten *video*. Pada filter efek *video* terdiri enam kategori, yaitu visual, gerakan, *sticker*, *transition*, *split*, dan waktu yang masing-masing memiliki macam filter efeknya.

TikTok berkembang menjadi salah satu aplikasi dimana kita tidak saja dapat menemukan berbagai informasi tetapi juga ikut berkontribusi didalamnya. Ini merupakan ciri dari media sosial berbasis internet dimana seseorang dapat mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas (Nasrullah, 2017: 08). Karena itu aplikasi ini banyak dimanfaatkan secara meluas. Beberapa orang menggunakannya untuk berjualan, memamerkan hasil karyanya, dan menyebarkan informasi. Namun, Sebagian besar hanya mengonsumsi apa yang tersedia dan disenanginya di *TikTok*.

Menurut Munandar (Dalam Aulia, dkk 2022) kreativitas ialah sebuah kemampuan umum dapat menemukan hal yang baru, salah satu keahliannya yaitu untuk menghasilkan sebuah ide yang dapat mengimplementasikan dalam mengatasi persoalan dan sebagai keahlian untuk memandang dalam sebuah ikatan baru dengan unsur yang telah ada pada sebelumnya. Kreativitas ditentukan dengan adanya bakat maupun karakter setiap individu dan adanya proses

pelatihan yang sudah dikonsepsikan. Di tengah masa karantina pandemic *Covid-19* membuat banyak orang mencari hiburan. Salah satunya yaitu media sosial *TikTok* yang kini sedang diminati. Dengan berbagai karya yang dapat dihasilkan dari media sosial *TikTok* banyak konten-konten yang menarik, kreatif, dan edukasi. *TikTok* memicu pada pengguna untuk menghasilkan sebuah karya dalam menunjukkan bakat yang dimiliki setiap individu. Fenomena ini membuat pengguna aplikasi *TikTok* memiliki karakteristik yang aktif, kreatif, dan inovatif.

Bagi generasi Z, *TikTok* merupakan terobosan inovasi konten kreatif yang dapat menjadi wadah ekspresi diri melalui media sosial. Bagi generasi Z inovasi konten kreatif pada *TikTok* berpotensi menjadi wadah ekspresi diri melalui media sosial. Aplikasi ini telah digunakan sejak tahun 2018, tetapi saat ini digunakan dari segala usia (Mulyadi, dalam Christabella dan Sari, 2022). Banyaknya masyarakat menggunakan *TikTok* tidak hanya untuk sekedar berkreativitas atau memberikan informasi, tetapi menjadikannya juga sebagai media untuk mempromosikan barang dagang. Sebagai pendatang baru, *TikTok* merupakan aplikasi yang diminati Generasi Z karena adanya fitur-fitur yang berbeda dengan media sosial lainnya. *TikTok* dapat menjadi alat pemasaran yang trendi dan efektif, sehingga menurut penulis, *TikTok* dapat digunakan secara luas sebagai platform perdagangan sosial dengan memperkenalkan beberapa fitur menarik, (Firamadhina & Krisnani, dalam Christabella dan Sari, 2022) kehadiran aplikasi *TikTok* dengan fitur-fitur yang menarik dan algoritma yang sangat baik memberikan peluang untuk Shopee sebagai salah satu aplikasi berbelanja *online* yang dapat diakses dengan *smartphone* yang masuk dalam kategori *e-commerce*.

Shopee salah satu pasar dengan basis konsumen yang cukup besar, melihat peluang iklan melalui aplikasi *TikTok* yang sangat kreatif.

Sebagai bagian dari media baru, media sosial *TikTok* dianggap mampu menjadi sarana yang berkontribusi dalam menambah ilmu pengetahuan dapat mengembangkan kepribadian manusia, melatih serta mengembangkan bakat untuk hal positif, dan mampu berkarya sesuai dengan keahliannya (Notoadmojo, dalam Fanaqi, 2022). Penelitian tentang penggunaan *TikTok* pernah dilakukan oleh Chotijah Fanaqi (2022) dimana hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan *TikTok* banyak dimanfaatkan terutama oleh kalangan anak muda karena dianggap memenuhi kebutuhan para pengguna untuk memperoleh informasi dan pengetahuan tertentu dengan kemasan yang tidak membosankan, unik, kreatif, dan inovatif melalui konten video. Kreativitas dibutuhkan terutama di masa pandemic *covid-19* sebagai penunjang bagi masyarakat untuk melakukan aktivitasnya sehari-hari selama pembatasan karena pandemi berlangsung.

Di era belanja *online* saat ini ada sebuah platform yang disebut media sosial. Di Indonesia, *TikTok* merupakan media sosial yang saat ini penggunaannya naik pesat. Platform *TikTok* telah meluncurkan layanan *e-commerce* bernama *TikTok shop*. Layanan inovatif ini diklaim dapat menjangkau penjual dan pembeli dengan cara kreatif dan menyenangkan. Dengan naik pesatnya pengguna *TikTok* dan keterbatasan belanja secara langsung akibat *covid-19*, *TikTok shop* menjadi tempat alternatif untuk berbelanja online. *TikTok shop* masih tergolong baru. Namun, *TikTok shop* menyediakan fitur yang sama dengan *E-Commerce* lain seperti *Online Customer Rating*, sistem pembayaran *Cash on Delivery (COD)*,

dan *Online Customer Review*. Di masa pandemic yang mengakibatkan ruang gerak terbatas, memaksa para pemasar untuk semakin inovatif dan kreatif dalam menarik minat beli produk secara *online*.

Membuat konten tentunya tidak mudah meskipun sangat banyak tutorial bahkan pelatihan bagaimana membuat konten yang menarik. Membuat konten tidak saja membutuhkan bahan yang ingin dijadikan konten, tetapi juga kreativitas dari individu. Csikszentmihalyi (dalam Susanto, 2017) menjelaskan bahwa kreativitas adalah proses yang dihasilkan dari interaksi antara tiga kekuatan utama, yaitu (1) budaya, yang menyimpan dan mengantarkan ide-ide, nilai-nilai dan keyakinan pada generasi berikutnya; (2) sistem sosial, yang mengandung unsur perilaku, nilai-nilai dan informasi yang akan dilestarikan; (3) individu, sebagai unit yang membawa transformasi ke dalam domain sosial dan budaya. Hal ini menjelaskan bahwa budaya memegang peran penting dalam mendorong kreativitas seseorang bukan saja sebagai bahan baku konten tetapi juga panduan membuat konten. Dalam kajian antropologi, kebudayaan didefinisikan sebagai keseluruhan sistem gagasan, Tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik manusia dengan belajar (Koentjaraningrat, dalam Sumarto, 2019). Aspek gagasan menurut Koentjaraningrat berisi pengetahuan, pengalaman, ide, cita-cita yang bersifat abstrak. Jika melihat konten *TikTok*, aspek inilah yang banyak ditonjolkan oleh *TikTok Creator* dalam bentuk informasi, tutorial, dan penyajian hasil karya.

Penelitian ini menggambarkan isi konten *TikTok Creator* pada mahasiswa Kota Makassar yang dibuat lalu di *upload* ke akun *TikTok* masing-masing. Dalam motif pembuatan konten *TikTok*, *TikTok Creator* memilih jenis konten yang ingin dibuat beberapa banyak jumlah konten berdasarkan konten pilihannya dan alasan membuat kontennya beserta waktu pembuatan kontennya. Kemudian, dalam pengemasan ide dalam pembuatan konten *TikTok* menjelaskan peralatan konten yang dibuat, program apa yang dipakai dalam pembuatan konten *TikTok*, dan lokasi pembuatan kontennya. Terakhir, terkait faktor sosial budaya menjelaskan jumlah biaya yang dikeluarkan dan penghasilan dari beberapa hasil konten *TikTok* yang sudah dibuat, pengaruh agama dalam pembuatan konten *TikTok* dan adat dalam pembuatan konten *TikTok* salah satunya etika membuat konten *TikTok* di suatu lokasi yang dikunjungi.

Hal yang membuat menarik melakukan penelitian tentang *TikTok Creator* di Kalangan Mahasiswa Kota Makassar yaitu penggunaan *TikTok* sebagai alat pembelajaran yang dapat dilakukan untuk mengeksplorasi bagaimana seorang mahasiswa menggunakan *TikTok* sebagai alat pembelajaran yang dapat melihat sejauh mana *TikTok* dapat digunakan sebagai media pembelajaran yang efektif dan menarik bagi mahasiswa. Pemanfaatan *TikTok* dalam meningkatkan eksistensi diri yang dapat melakukan penelitian yaitu bagaimana mahasiswa di Kota Makassar memanfaatkan *TikTok* untuk meningkatkan eksistensi diri mereka. Hal ini dapat meliputi aspek kreativitas, *self-expression*, dan pengembangan personal branding melalui konten yang dibagikan di *TikTok*.

Pengaruh tingkat penggunaan *TikTok* terhadap sikap keberagaman mahasiswa dapat meneliti pengaruh tingkat penggunaan aplikasi *TikTok* terhadap sikap keberagaman mahasiswa di Kota Makassar. Hal ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana penggunaan *TikTok* dapat mempengaruhi sikap dan pandangan mahasiswa terhadap keberagaman.

Fenomena-fenomena yang membuat mahasiswa di Kota Makassar tertarik dengan *TikTok creator* dapat bervariasi tergantung pada konteks dan individu dalam kreativitas dan *self-expression* dalam *TikTok creator* yaitu memberikan *platform* yang kreatif bagi mahasiswa untuk mengekspresikan diri mereka melalui *video* pendek. Mereka dapat membuat konten yang unik, mengabungkan musik, *dancing*, *comedy*, dan berbagai elemen kreatif lainnya. Hal ini memungkinkan mahasiswa untuk menunjukkan bakat mereka dan mengeksplorasi sisi kreatif mereka. Hiburan dan kesenangan dalam *TikTok creator* yaitu menawarkan konten yang menghibur dan menyenangkan bagi penggunanya. Mahasiswa dapat menonton *video-video* lucu, menarik, dan mengikuti tren yang sedang *popular* di platform ini. Hal ini dapat menjadi hiburan yang menyenangkan dan menghilangkan stres dan rutinitas akademik mereka. Komunitas dan interaksi sosial dalam *TikTok creator* yaitu menciptakan komunitas yang aktif di antara penggunanya. Mahasiswa dapat berinteraksi dengan sesama pengguna *TikTok* melalui komentar, duet, dan kolaborasi. Mereka dapat berbagi minat yang sama, menemukan teman baru, dan memperluas jaringan sosial mereka melalui platform ini.

Peluang karir dan eksposur dalam *TikTok creator* yaitu telah menjadi platform yang *popular* bagi para *TikTok creator*. Mahasiswa yang memiliki bakat atau minat dalam bidang kreatif seperti tarian, musik, seni, atau *comedy* dapat memanfaatkan *TikTok* sebagai sarana untuk mendapatkan eksposur dan membangun karir di industri hiburan. Beberapa mahasiswa bahkan telah berhasil mendapatkan penghasilan melalui sponsor dan kolaborasi dengan merek. Pembelajaran dan pengetahuan dalam *TikTok creator* juga dapat digunakan sebagai alat pembelajaran oleh mahasiswa. Beberapa penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan *TikTok* untuk mempelajari hal-hal baru, termasuk materi akademik, keterampilan praktis, dan pengetahuan umum. Mereka dapat menemukan konten edukatif yang disajikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Pengaruh *trend* dan budaya *pop* dalam *TikTok creator* sering kali menjadi sumber *trend* dan budaya *popular* yang membuat mahasiswa tertarik dengan *trend* terkini dan ingin tetap *up-to-date* dengan perkembangan budaya popular dapat menggunakan *TikTok* sebagai sumber inspirasi dan informasi.

Hasil penelitian dari Tini dengan jenis konten *TikTok review* musik *Hollywood* dimana Tini lebih mengarah ke *video editor* dimana Tini membuat lirik lagu dalam konten video musik *Hollywood* untuk diunggah ke akun *TikTok*. Pada kalangan artis Hollywood tidak terdapat istilah *girlband* dan *boyband*, melainkan hanya *vocalis* penyanyi individu.

Karena itu saya tertarik untuk melakukan kajian skripsi tentang seorang *TikTok Creator* membuat sebuah konten yang disukai banyak orang. Mahasiswa

memiliki banyak pengetahuan yang dapat dibagikan baik berupa informasi maupun tutorial. Karena itu menarik untuk melihat bagaimana *TikTok Creator* di kalangan mahasiswa dengan judul “*TikTok Creator* di Kalangan Mahasiswa kota Makassar”.

B. RUMUSAN MASALAH

Sebagai sebuah fenomena budaya saat ini berkaitan dengan media online khususnya penggunaan aplikasi *TikTok*, maka dalam penelitian saya saya merumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apa saja motif seorang *creator* membuat konten di *TikTok*?
2. Bagaimana seorang *creator* mengemas ide menjadi konten yang menarik
3. Faktor sosial budaya apa yang turut mempengaruhi dalam membuat konten?

C. TUJUAN PENELITIAN

7. Menjelaskan motif-motif seorang *creator* yang melatarinya membuat konten di *TikTok*.
8. Menjelaskan bagaimana seorang *creator* mengemas ide menjadi konten yang menarik.
9. Menjelaskan faktor sosial budaya yang mempengaruhi seorang *creator* membuat konten.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dari penelitian ini terbagi dari dua, yaitu manfaat akademik dan praktis. Adapun manfaat akademik diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam kajian media sosial khususnya dalam sudut pandang pembuat konten. Sedangkan manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi-studi Antropologi mengenai media sosial.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Studi Tentang *TikTok*

Studi tentang media *online TikTok* telah banyak dilakukan, penelitian Miranda Febriyana Sari, M.Ali Wafa , dan M.Agus Humaidi (2020) mengenai “Mahasiswa Sebagai *Digital Native* Yang Menggunakan Media Sosial *TikTok* Menjadi Gaya Hidup”. Metode penelitian yang digunakan adalah fenomenologi dengan tipe penelitian yang bersifat kualitatif. Tujuan dari penelitian ini yaitu diantaranya untuk mengetahui motif, tindakan, peran penggunaan Aplikasi *TikTok* dikalangan mahasiswa yang mempengaruhi perilaku perubahan gaya hidupnya. Dampak media sosial *TikTok* sebagai gaya hidup di kalangan mahasiswa (digital native) yaitu berupa dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif yang didapat ketika menggunakan sosial media menjadi gaya hidup adalah munculnya rasa percaya diri yang didapat ketika melakukan ide-ide baru di depan kamera, dan menyebarkan hal baik ke sosial media. Tidak hanya menumbuhkan rasa percaya diri, tetapi dengan menggunakan sosial media yang sedang ramai ini juga akan menumbuhkan kreativitas dalam diri seseorang terkhususnya generasi digital yang dalam penelitian ini berkonsentrasi kepada para mahasiswa. Hasil dari penelitian ini merupakan penggambaran peran *TikTok* mempengaruhi aspek kehidupan bagi pengguna dikalangan Mahasiswa.

Meilla Dwi Nurmala, Stevany Afrizal, Tubagus Umar Syarif Hadi Wibowo (2022) mengenai “Dampak Penggunaan Aplikasi *TikTok* Terhadap Perubahan

Perilaku Sosial Masyarakat’’. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Mahmud (Dalam Nurmala, dkk, 2022) metode kualitatif adalah memahami sistem makna yang menjadi prinsi prinsip umum dari satuan gejala yang terdapat di dalam kehidupan sosial sebuah masyarakat dan bersifat deskriptif, yaitu mendeskripsikan makna data atau fenomena yang dapat ditangkap oleh peneliti dengan menunjukkan bukt buktinya. Pendekatan metode penelitian ini bersifat fenomenologi. Pendekatan fenomenologi berasal dari kata Yunani phainomena (yang berakar kata phaneiyang berarti ‘nampak’). Tujuan dari penelitian ini adalah yakni untuk mengetahui dampak penggunaan aplikasi TikTok terhadap perubahan perilaku sosial perilaku mahasiswa di FKIP UNTIRTA. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, perubahan perilaku sosial mahasiswa akibat dampak penggunaan aplikasi *TikTok*, yaitu pertama kurang bergaul, kedua lebih eksis mengikuti zaman, ketiga kecanduan, keempat meningkatnya budaya konsumtif, dan kelima waktu istirahat berkurang.

Dila Mayang Sari (2021) mengenai ‘’Penggunaan Aplikasi *Tiktok* Sebagai Ajang Eksistensi Diri’’. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Dalam penelitian ini menjelaskan *TikTok* merupakan aplikasi yang memberikan efek khusus yang unik dan menarik sehingga pengguna aplikasi ini dapat dengan mudah menggunakannya untuk membuat *video* pendek keren yang dapat menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi *TikTok* adalah jejaring sosial dan *platform video* musik Cina. yang di luncurkan pada bulan september 2016. Aplikasi ini merupakan aplikasi

pembuatan *video* pendek dengan dukungan musik yang sangat digemari banyak kalangan termasuk dewasa dan anak di bawah umur. Aplikasi *TikTok* ini juga bisa membuat penggunanya dikenal atau terkenal. Keberadaan remaja penting dalam bersosialisasi. Keberadaan remaja juga merupakan simbol bahwa remaja dapat bergaul dan memilih koneksi dengan orang lain. Eksis bagi seorang remaja adalah kesenangan tersendiri. Karena keberadaannya sering dikonotasikan dengan hal-hal yang menyenangkan. Misalnya memiliki banyak teman dan koneksi, menjadi orang penting dan beberapa kenikmatan dari keberadaan remaja lainnya seperti bisa mengekspresikan diri dengan bebas dan melakukan hal-hal yang menjadi trend remaja lainnya. Hal inilah yang membuat gaya hidup remaja pada umumnya berubah. Mereka berusaha untuk selalu eksis sehingga terkadang mereka terlalu dilebih-lebihkan dan salah dalam mencari keberadaannya.

Rafika Rasdin, Yeti Mulyati, dan Khaeruddin Kurniawan (2021) mengenai “Fenomena *TikTok* sebagai Media Komunikasi Edukasi”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Moleong (Dalam Rasdin, dkk, 2010) mengatakan bahwa apabila menggunakan metode deskriptif berarti peneliti harus mengkaji data yang telah dikumpulkan, data tersebut berupa kata-kata, gambar, dan angka-angka. Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan pendekatan studi pustaka yang berupaya agar dapat menyelami lebih dalam lagi tentang fenomena atau subjek yang terjadi diranah atau ruang virtual (Hine, 2020). Fokus kajian pada penelitian ini adalah teks dan video pada unggahan di *TikTok* Indonesia. Klasifikasi informasi yang diteliti adalah berupaya konten/materi tentang bahasa dan sastra Indonesia.

Elisa Kusumawardhani dan Deasy Silvy Sari (2020) mengenai “Gelombang *Pop Culture TikTok*: Studi Kasus Amerika Serikat, Jepang, India, dan Indonesia”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa studi literatur. Penulis mengumpulkan data sekunder terdiri dari dua, yaitu sejarah dan perkembangan *TikTok* sebagai objek kaji artikel ini dan perkembangan *TikTok* di AS, Jepang, India, dan Indonesia. Setelah data-data tersebut dikumpulkan, dikategorisasikan, kemudian dianalisis, dan dielaborasi menggunakan teori-teori maupun pendekatan-pendekatan yang relevan.

Bornado Marulitua A (2022) mengenai “Strategi *Kreator TikTok @andy_tumere* Dalam Konten Remaja Bojonggede di Kawasan Sudirman”. Peneliti ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskripsi dan narasi dengan susunan berdasarkan pada pokok-pokok temuan yang ada dalam reduksi data dan disajikan dengan menggunakan bahasa peneliti yang logis dan mudah dipahami dimana paradigma dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis yaitu pola kejadian dalam fenomena ini didapatkan dari sudut pandang subjek dengan data peneliti didapatkan dari interaksi peneliti dengan yang diteliti pada aplikasi *TikTok*.

Melly Septia Pardianti dan Velantin Valiant (2022) mengenai “Pengelolaan Konten *TikTok* Sebagai Media Informasi”. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan menggunakan metode alamiah dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara ilmiah

Williams (Dalam buku Moleong (2018: 5). Jenis deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, objektif, dan akurat tentang fakta dan karakteristik kelompok tertentu.

Adapun perbedaan penelitian yang akan dilakukan adalah dampaknya, efeknya, manfaatnya, pendekatan, dan sudut pandang pada penonton konten *TikTok* diluar kota Makassar. Sedangkan penelitian yang dilakukan adalah mengidentifikasi kepada *TikTok Creator*, yaitu motif pembuatan konten, bagaimana mengemas ide, dan faktor sosial budaya.

B. Kerangka Konseptual

1. Kreativitas

Dalam kemampuan berpikir kreatif, kreativitas adalah jalan menuju kemampuan itu. Jika seseorang memiliki kreativitas tinggi maka itu membuktikan bahwa ia memiliki kemampuan untuk berpikir kreatif dimana seseorang sedang mencari cara untuk melakukan sesuatu berdasarkan dari hasil ide yang dipikirkan secara matang-matang. Seperti yang dinyatakan oleh Mardianto (Dalam Panjaitan & Surya, 2017) kreativitas adalah produk dari cara berpikir yang baik dan benar. Sedangkan kata Munandar (Dalam Panjaitan & Surya, 2017) menyatakan bahwa kreativitas adalah kemampuan umum untuk menciptakan sesuatu yang baru, karena kemampuan untuk memberi ide baru bisa diterapkan pada pemecahan masalah atau sebagai kemampuan untuk mengetahui hubungan antara unsur yang sudah ada.

Semiawan (Dalam Panjaitan & Surya, 2017) menjelaskan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk memberikan gagasan-gagasan baru dan menerapkan dalam pemecahan masalah. Kreativitas meliputi baik ciri-ciri *aptitude* seperti kelancaran (*fluency*), keluwesan (*flexibility*), dan keaslian (*originality*) dalam pemikiran, maupun ciri-ciri non *aptitude*, seperti rasa ingin tahu, senang mengajukan pertanyaan dan selalu ingin mencari pengalaman-pengalaman baru dimana seseorang memiliki tujuan tersebut untuk mencoba hal dan mencari moment baru lalu ingin dinikmati.

Menurut Munandar (Dalam Panjaitan & Surya, 2017) mengatakan, bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk mengkombinasikan, memecahkan atau menjawab masalah, dan cerminan kemampuan operasional anak kreatif. Seperti yang dijelaskan ini dimana anak tersebut memiliki kemampuan untuk berpikir mencari solusi dalam suatu masalah yang dihadapi.

Menurut James R. Evans (Dalam Panjaitan & Surya, 2017) kreativitas adalah keterampilan untuk menentukan pertalian baru, melihat subjek perspektif baru, dan membentuk kombinasi-kombinasi baru dari dua atau lebih konsep yang telah tercetak dalam pikiran dimana seseorang melakukan suatu tindakan yang baru berdasarkan konsep yang telah dibuat dari hasil pemikiran seseorang. Sedangkan menurut Hamruni (Dalam Panjaitan & Surya, 2017) salah satu alternatif untuk meningkatkan kemampuan berpikir siswa adalah

dengan menggalakkan pertanyaan-pertanyaan yang dapat memacu proses berpikir. Dalam pengertian ini konsep masalah atau pertanyaan-pertanyaan digunakan untuk memunculkan “budaya berpikir” pada diri siswa.

2. Media Sosial

Disampaikan oleh AM Kaplan & Haenlein (Dalam Tresnawati & Prasetyo) media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologis dan teknologi *Web 2.0* yang memungkinkan bahwa pengguna untuk melakukan pembuatan dan pertukaran konten (Adam: 2014). Menurut Andlika (Dalam Safitri, 2021) media sosial adalah platform yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan dirinya dengan berbagi, melakukan interaksi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual dengan menggunakan internet.

3. *TikTok*

Rahmawati (Dalam Oktaheriyani, dkk, 2020) mengatakan bahwa *TikTok* merupakan aplikasi video musik dan jejaring sosial asal Cina resmi yang meramalkan digital di Indonesia. *TikTok* menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Media sosial ini menghadirkan special effects yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah *video* yang keren dengan mudah.

TikTok adalah aplikasi yang memberikan special effect unik dan menarik yang dapat digunakan oleh pengguna dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Aplikasi sosial video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, dan banyak lagi (Michael, dalam Zaputri, 2021) Berdasarkan pendapat dari definisi aplikasi *TikTok* ini terdapat, bahwa beberapa *effect* yang unik dan menarik yang membuat bagusnya sebuah *video*. *TikTok* sangat mudah untuk digunakan sehingga pengguna dengan mudah dapat membuat konten video yang menurut mereka bagus mereka akan pameran kepada teman terdekatnya atau pengguna yang lain. *TikTok* mempunyai dukungan musik yang banyak digunakan oleh pengguna untuk memainkannya dengan tarian, gaya bebas, dan lain-lain.

TikTok sebagai aplikasi dengan banyak pengguna, terbukti dengan rating yang didapatkan dari playstore aplikasi tersebut sebanyak 4,6 dari 5 bintang terbaik dan sekitar 27,827 pengguna diseluruh dunia. *TikTok* sebagai media hiburan mengikuti *trend* yang kemudian menjadi suka serta candu dan merubah pikiran negatif individu pengguna menjadi positif karena pada dasarnya sesuatu yang memberikan manfaat bagi individu akan membuat penilaian positif terhadap individu tersebut walaupun sebenarnya *TikTok* juga terdapat hal yang negatif (Demmy, dalam Zaputri, 2021) berdasarkan pendapat ini dapat dipahami bahwa

banyaknya pengguna yang menggunakan *TikTok* di seluruh dunia membuat *TikTok* semakin digemari oleh mahasiswa sehingga media sosial *TikTok* sebagai media hiburan bagi mereka dan mengikuti *trend*. Mahasiswa yang kecanduan *TikTok* pikiran mahasiswa akan berubah hal yang negatif menjadikan positif. Karena aplikasi *TikTok* membuat mereka senang dan terhibur dengan aplikasi *TikTok* membuat mahasiswa merasa aplikasi *TikTok* sangat berguna disaat mahasiswa merasa suntuk, stress, bosan dan tidak ada kerjaan. Bahkan mereka bisa tertawa bahagia jika sedang menggunakan *TikTok*. Dengan begitu aplikasi *TikTok* merupakan hal yang sangat berguna bagi mahasiswa.

Media sosial TikTok dapat membuat mahasiswa menjadi ketagihan memainkannya sehingga membuat mereka mengurangi waktu belajarnya dirumah. *TikTok* pun dapat membuat mereka senang saat mereka menggunakannya. Apalagi saat mereka sedang lelah, kesal, dan pusing lalu mereka bermain *TikTok* maka mereka merasa semua rasa itu hilang. Media sosial *TikTok* dapat merugikan mereka sebagai pengguna. Salah satunya dari segi kuota, kemudian waktu. Tidak adanya membuat mereka kesal ketika ingin bermain media sosial *TikTok* tersebut lalu tidak bisa. Kemudian waktu, waktu membuat mereka tidak bisa melakukan hal ini Ketika sedang bermain video tersebut. Karena jika membuat atau bermain video tersebut sambil melakukan hal lain maka *video* tersebut tidak terbuat dengan bagus dan menarik (Riska, dalam Zaputri, 2021) Berdasarkan pendapat diatas bahwa mahasiswa yang ketagihan bermain

aplikasi *TikTok* membuat belajar mereka menjadi terganggu dikarenakan dengan menggunakan aplikasi *TikTok* mahasiswa merasa senang bermain *TikTok*. Apabila mereka merasa bosan jenuh dengan aplikasi *TikTok* lah mereka menghilangkan kejenuhan yang mereka rasakan. Dengan demikian waktu yang mereka gunakan untuk belajar menjadi sedikit dibandingkan dengan waktu untuk bermain aplikasi *TikTok* karena dengan membuat konten *TikTok* sambil melakukan pekerjaan yang lain membuat konten menjadi tidak bagus dan jika sering digunakan secara terus menerus kuota akan semakin cepat habis. Penggunaan aplikasi *TikTok* paling banyak memakan kuota dibandingkan dengan aplikasi lainnya.

Banyaknya mahasiswa menghabiskan waktunya dirumah bermain *handphone* dengan membuat *video-video* media sosial *TikTok*. Maka dari itu, membuat mereka lupa akan waktu belajar. Selain itu, mereka lupa juga dengan aktivitas yang lain sehingga mereka hanya ingat dengan apa yang dengan dia mainkan. Sangat disayangkan Ketika seharusnya waktu mereka digunakan untuk belajar yang baik malahan membuat belajar mereka menurun (Riska, dalam Zaputri, 2021). Berdasarkan pendapat ini menjelaskan bahwa mahasiswa yang bermain aplikasi *TikTok* membuat mahasiswa lali dalam mengerjakan aktivitas kesehariannya. Bahwa dengan pembuatan *video* konten *TikTok* menjadikan mahasiswa akan lupa dengan belajar karena waktu untuk bermain aplikasi *TikTok* yang memerlukan waktu lama sehingga mahasiswa tidak menyadari hal

tersebut. Mahasiswa juga lupa dengan pekerjaan dirumah yang sering mahasiswa lakukan sehari-hari. Dengan demikian menjadikan mahasiswa lalai atau lambat dalam beraktivitas karena disibukkan dengan bermain aplikasi *TikTok* dan membuat konten *TikTok*.

Dampak positif *TikTok* pada mahasiswa diantaranya banyak para pengguna yang menampilkan bakat-bakat mereka melalui aplikasi *TikTok* mulai dari keahlian bernyanyi, menari, bahkan ada juga yang bernuansa religious. Pengguna juga dapat mengedit videonya sesuka hati dengan ribuan dengan ribuan efek yang disediakan oleh aplikasi *TikTok* (Damayanti, dalam Zaputri, 2021). Berdasarkan pendapat ini menjelaskan bahwa aplikasi *TikTok* sangat disukai oleh mahasiswa karena aplikasi *TikTok* memiliki konten bakat-bakat dari pengguna lainnya dalam bermain aplikasi *TikTok* memiliki konten bakat-bakat dari pengguna lainnya dalam bermain aplikasi *TikTok* sehingga mahasiswa tertarik untuk melihat dan ikut membuat konten yang ada di aplikasi. Tidak begitu saja aplikasi *TikTok* memiliki pengembangan konten *TikTok* sudah memiliki informasi-informasi yang mahasiswa tidak mengetahui selama ini dibuat oleh pengguna *TikTok* lain sebagai pembelajaran bagi yang melihat konten videonya. Ketika banyak dari orang yang melihat dan menyukai terkenal dan memiliki uang dengan konten tersebut. Makanya aplikasi *TikTok* tidak untuk sebagai hiburan saja. Selain untuk hiburan, aplikasi *TikTok* juga bisa digunakan sebagai ajang mencari bakat dan mencari uang.

Persepsi pada mahasiswa terdapat 2 yaitu 1) Persepsi positif mahasiswa terhadap aplikasi *TikTok* dimana mahasiswa sebagai pengguna membutuhkan media sosial seperti *TikTok* sebagai sarana hiburan yang menarik serta tempat mereka dalam mengekspresikan diri dan tidak terlepas dari dampak positif diterima oleh para pengguna yaitu dapat membangun kreativitas serta mendapatkan popularitas bagi pengguna *TikTok*, motif sendiri merupakan tujuan tertentu. Diketahui mencari popularitas menjadi hal yang penting dalam menggunakan aplikasi seperti *TikTok*. Pengguna yang tidak sadar akan manfaat media sosial akan bertindak negatif untuk memperoleh popularitas karena sesuatu yang bersifat negatif atau vulgar akan lebih cepat mendapatkan view dan share. Berdasarkan pendapat ini menjelaskan bahwa persepsi mahasiswa dalam penggunaan aplikasi *TikTok* untuk hiburan bagi mahasiswa saat diperlukan. *TikTok* juga sebagai ajang mendapatkan popularitas. Sehingga apabila mahasiswa ingin mendapatkan popularitas dan disukai banyak orang. Mahasiswa secara tidak sadar berkeinginan untuk menurunkan konten yang tidak baik tentunya dilihat orang banyak karena konten yang banyak disukai orang dan cepat terkenal itu konten yang senonoh dan bersifat negatif. Hal tersebut sangat mempengaruhi mahasiswa dalam perubahan perilakunya.