



Motif Penggunaan Aplikasi TikTok pada Siswa SMA N 2 Boyolali Ditinjau dari Teori Motif Alfred Schutz

Motives for TikTok Use among High School Students at SMA N 2 Boyolali: An Analysis Based on Alfred Schutz's Theory of Motives

Naning Nur Azizah*, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

Siany Indria Liestyasari, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

Saifuddin Zuhri, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

ABSTRACT

The development of globalization has brought information technology to develop rapidly in aspects of life, especially the emergence of new media, namely TikTok. Many things underlie a person's behavior in using social media so that it provides a variety of patterns. This study aims to explain the motives for the TikTok application among SMA N 2 Boyolali students and what patterns are formed. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach. Data collection techniques in this study used observation, interviews, and document review. The data analysis technique used is data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that there are patterns of using the TikTok application in the form of diversion patterns used for entertainment, patterns of increased intensity use at night, to patterns created for informative purposes. The use of TikTok has many motives, it can even give rise to derivative motives due to its use. Broadly speaking, there are two main motives, namely the "because" motive which explains the reasons for using TikTok by students. This motive is an effort to adjust to trends, space for self-expression, and opportunities for economic activity. Meanwhile, the "for" motive is more future-oriented, such as investing in social capital, wanting to become content creators and influencers.

ARTICLE HISTORY

Received 11/07/2024
Revised 23/07/2024
Accepted 24/07/2024
Published 24/08/2024

KEYWORDS

Social media; self-existence; motives; TikTok.

*CORRESPONDENCE AUTHOR

✉ naningnurazizah922@student.uns.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.30743/mkd.v8i2.9621>

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, era globalisasi membawa teknologi informasi berkembang pesat dalam segala aspek kehidupan. Penggunaan fasilitas teknologi yang semakin canggih akan memudahkan manusia dalam mengakses dan menerima informasi secara cepat. Teknologi berkaitan erat dengan hadirnya internet yang dapat memicu munculnya berbagai media sosial baru, seperti TikTok. Kondisi tersebut memungkinkan banyak pengguna internet dapat terhubung dengan adanya media sosial (Fahrimal, 2018). Media sosial berkembang sangat cepat sehingga dapat diakses oleh siapa pun dan kapan pun. Media sosial juga dapat dikatakan sebagai media *online* yang dapat memperkuat hubungan dan ikatan sosial antara pengguna lain. Berdasarkan hasil survei dari Hootsuite (We are Social): Indonesia Digital Report 2023 pada bulan Januari, ada beberapa platform media sosial yang diminati oleh pengguna internet, seperti WhatsApp dengan persentase 92,1%, Instagram 86,5%, Facebook 83,8% dan TikTok dengan presentasi 70,8%.

Meski menduduki peringkat keempat pada survei di atas, TikTok merupakan salah satu media sosial berbasis audio visual yang banyak digunakan saat ini. Platform TikTok memberikan keleluasaan bagi pengguna untuk mengekspresikan dirinya sehingga dapat membantu meningkatkan kreativitas dengan cara membuat dan mengedit konten menggunakan efek yang tersedia di TikTok (Sa'adah et al., 2022). Platform TikTok memungkinkan *sharing* sesuatu melalui video, foto, membagikan konten, mengunggah ulang, dan lain-lain. Di sisi lain, terdapat keunikan pada aplikasi TikTok, seperti filter, stiker, efek, dan fitur musik yang ada platform. Berbagai fitur yang tersedia juga memungkinkan aplikasi TikTok dikonsumsi pengguna untuk berlomba-lomba membuat konten tren agar terlihat eksis, *like* yang banyak, dan mendapatkan respons oleh pengguna lainnya.





Gambar 1. Tingkat Pengguna Media Sosial TikTok di Dunia

Sumber: Katadata.co.id, We Are Social, 2023

Berdasarkan data dari Databoks 2023, TikTok menjadi aplikasi populer di penjuru dunia. Aplikasi dengan durasi video pendek memiliki 1,09 miliar pengguna aktif bulanan. Tercatat jumlah pengguna TikTok mengalami peningkatan 12,6% dibanding tahun sebelumnya (*year-on-year/yoY*). Jika dibandingkan dengan kuartal sebelumnya, aplikasi dari *Bytedance* naik sebesar 3,9% (*quarter-to-quarter/qtq*). Berdasarkan negaranya, Amerika Serikat menempati posisi paling atas pengguna TikTok di dunia. Adapun Indonesia menempati kedudukan ke dua setelah Amerika dengan catatan 112,98 juta pengguna aktif TikTok pada April 2023. Pengguna media sosial TikTok di Indonesia terdiri dari berbagai kalangan, baik muda maupun dewasa, bahkan orang tua (Madhani et al., 2021). Pengguna platform ini didominasi oleh remaja dengan rentan usia 14-24 tahun. Dari rentan usia tersebut, anak sekolah sebagian aktif dalam penggunaan media sosial TikTok (Suswandari et al., 2022). Trend yang hadir di TikTok dapat membuat remaja menjadi eksis di media sosial, salah satu ciri khas TikTok adalah halaman utama atau disebut dengan *For You Page* (FYP). Munculnya pengguna di FYP dari konten yang dibuat dapat menjadi populer dan dikenal pengguna TikTok lainnya sehingga hal tersebut dapat memicu meningkatnya jumlah pengikut.

Berbagai faktor yang ditimbulkan dari pengaruh media sosial dapat mendorong orang berperilaku dalam komunikasi, seperti halnya TikTok yang merupakan platform media sosial yang dapat memenuhi keinginan penggunanya. TikTok juga digunakan sebagai alat komunikasi yang memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan platform media sosial lainnya. Hal ini dapat memunculkan pola perilaku eksistensi diri oleh pengguna sebagai wujud dari motif untuk menggunakannya (Kuen & Kuen, 2020). Tidak hanya untuk mengekspresikan diri, penggunaan TikTok juga berpotensi untuk menghasilkan keuntungan secara ekonomi. Hal tersebut dikarenakan seorang pengguna mungkin saja menjadi viral karena konten ekspresi dirinya yang menarik sehingga disukai pengguna lain. Hal itu dapat membuat seseorang menjadi memiliki banyak pengikut sehingga dapat menjadi modal sosial yang besar (Watie, 2016). Apabila dimanfaatkan dengan baik, modal sosial tersebut dapat dijadikan relasi untuk menghasilkan uang dengan berbagai fitur yang tersedia, seperti *affiliate*, *dropship*, *endorse* dan membuka toko *online* sendiri. Maka dari itu, seseorang tidak hanya menggunakan TikTok untuk kesenangan semata, tetapi juga memiliki motif tertentu, salah satunya adalah motif ekonomi.

Di era saat ini, segala informasi dapat disebarluaskan dengan mudah karena adanya media digital salah. TikTok sebagai media digital dengan mudah menyampaikan setiap informasi dengan

efektif dan efisien melalui video yang telah diunggah (Irfan, [2022](#)). Selain itu, hadirnya aplikasi TikTok juga bermanfaat pada pemasaran bisnis digital dengan mempromosikan produk kepada konsumen agar tertarik untuk membeli produk yang disediakan (Yani et al., [2022](#)). Lebih lanjut, pada penelitian yang dilakukan oleh Nadiyah bahwa TikTok digunakan sebagai media pembelajaran interaktif guna membantu peserta didik dalam proses pembelajaran sehingga guru dapat menyesuaikan dengan situasi kondisi dari peserta didik (Nadiyah, [2021](#)).

Namun, pada realitasnya aplikasi TikTok sering kali disalahgunakan oleh sebagian orang, seperti halnya pada saat jam pelajaran di sekolah. Tidak jarang siswa mengoperasikan gadgetnya untuk *scrolling* aplikasi TikTok saat pembelajaran tengah berlangsung. Penelitian Prajayanti & Setyowati mengemukakan bahwa siswa cenderung mengakses media sosial TikTok bukan untuk kebutuhan belajar, melainkan digunakan untuk mengakses cuplikan video seperti Drama Korea, sinetron, anime, dan lain sebagainya. Bahkan, bahwa siswa cenderung memainkan TikTok (*scrolling* TikTok) saat pembelajaran untuk menghibur diri di kala mengalami kebosanan (Prajayanti & Setyowati, [2023](#)).

Aplikasi TikTok menimbulkan dampak negatif pada siswa dalam hal motivasi berprestasi. Hal tersebut sebagaimana ditunjukkan melalui riset yang dilakukan oleh Anggraini bahwa siswa yang menggunakan TikTok memiliki memotivasi prestasi yang lebih rendah dibanding siswa yang tidak menggunakan (Anggraini et al., [2023](#)). Permasalahan penyalahgunaan TikTok juga tampak pada tindak tutur siswa, baik di sekolah maupun di luar sekolah, seperti berbicara kotor akibat sering melihat konten-konten yang menggunakan kata kurang baik pada beranda pengguna. Siswa sering kali berbicara dengan guru maupun temannya secara tidak sopan sebagai representasi dari konten media yang mereka lihat (Bakistuta & Abduh, [2023](#)).

Penelitian kali ini dilakukan dengan acuan teori fenomenologi Alfred Schutz yang akan mengidentifikasi berbagai fenomena berdasarkan pengalaman pribadi. Teori Schutz berusaha menggabungkan berbagai ilmu sosial dengan fenomenologi yang hakikatnya terkait interpretasi realistik yang dialami untuk diteliti oleh peneliti. Motif Penggunaan Aplikasi TikTok pada Siswa dikuatkan oleh data empiris di lapangan dari observasi yang dilakukan peneliti. Dari data empiris mengisyaratkan mengenai motif aplikasi TikTok yang banyak dikonsumsi oleh siswa untuk tujuan tertentu. Berdasarkan masalah yang dipaparkan di atas, penelitian ini akan fokus untuk mengetahui Motif Penggunaan Aplikasi TikTok pada Siswa SMA N 2 Boyolali serta bagaimana pengaruh motif tersebut terhadap pola penggunaan media sosial oleh siswa.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode ini dipilih agar dapat membantu peneliti dalam memahami fenomena banyaknya motif penggunaan aplikasi TikTok oleh pengguna, salah satunya ada siswa SMA N 2 Boyolali. Metode tersebut memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena yang dijadikan fokus penelitian secara komprehensif karena sifat metode kualitatif yang dapat digunakan untuk menganalisis data-data yang sifatnya alamiah dan tidak dapat diukur dengan angka.

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan September 2023 hingga bulan April 2024. Periode penelitian yang cukup panjang membantu peneliti untuk dapat fokus dalam menganalisis fenomena yang terjadi pada lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan kajian dokumen yang relevan dengan pembahasan penelitian. Informan penelitian adalah siswa dan guru SMA N 2 Boyolali dengan, yaitu 1) Pengguna aktif aplikasi media sosial TikTok; 2) Memiliki lebih 3 konten yang sudah diunggah di *platform* akun TikTok pengguna; 3) Minimal sudah memiliki akun TikTok selama 2 tahun; 4) Pengguna mengikuti tren yang ada di media sosial TikTok; 5) Pengguna akun TikTok mempunyai lebih dari 1000 *likes*. Dalam penelitian ini terdapat enam informan yang dapat dijadikan sumber data dalam penelitian.

Data yang diperoleh selanjutnya dilakukan uji validitas data melalui teknik triangulasi sumber. Data yang telah valid selanjutnya dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (Miles et al., 2014). Data yang telah valid selanjutnya direduksi untuk menyaring data-data yang tidak sesuai dengan tema penelitian sehingga diperoleh data pokok yang relevan. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk narasi untuk mengetahui hubungan antar data yang ditemukan sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan berdasarkan pola hubungan yang terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui observasi dan wawancara oleh informan siswa kelas XII di SMA N 2 Boyolali, maka diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 1. Pola dan motif penggunaan TikTok oleh siswa

No.	Pola	Motif	Ranah
1	Penggunaan aplikasi TikTok saat siswa merasa bosan dan stres.	<ul style="list-style-type: none"> <i>Because Motive</i> 	Tren media sosial yang meningkat.
2	Penggunaan berfokus pada hal-hal yang disenangi siswa (belajar, hobi, kuliner, wisata).		Memiliki ruang untuk mengekspresikan diri.
3	Intensitas penggunaan aplikasi meningkat saat malam hari.		Melihat peluang ekonomi.
		<ul style="list-style-type: none"> <i>In Order to Motive</i> 	Mengusahakan FYP untuk menjadi konten kreator.
			Investasi modal sosial.
			Keinginan menjadi <i>influencer</i> .
			Tujuan rekreasi.

Sumber: Olah data penulis, 2024

Perkembangan zaman khususnya di bidang teknologi dan komunikasi memudahkan manusia dalam mengakses informasi secara cepat, terlebih munculnya platform media sosial baru, yaitu TikTok. Tidak jarang aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang diminati dan dimiliki oleh siswa SMA Negeri 2 Boyolali di *gadget* yang dimilikinya. Penggunaan aplikasi TikTok sudah digunakan sejak lama dengan berbagai tujuan tertentu. Ada juga yang menggunakan aplikasi ketika diberlakukannya *social distancing* selama pandemi Covid-19 yang pada saat itu melumpuhkan segala aktivitas manusia sehingga aktivitas siswa ke sekolah hanya dilakukan secara daring. Hal tersebut dapat memicu siswa dalam mengonsumsi penggunaan aplikasi TikTok secara berlebihan karena siswa merasa jenuh dengan kondisi yang ada. Pola penggunaan aplikasi TikTok selama pandemi Covid-19 adalah sebagai sarana hiburan. Sebab segala aktivitas manusia sangat terbatas karena diberlakukannya peraturan yang mengharuskan untuk tetap waspada di rumah. Oleh karena itu, aplikasi TikTok menjadi *platform* alternatif media sosial untuk menghibur diri saat bosan. Hal ini sebagaimana pernyataan informan pertama dalam wawancara:

“Di *gadget* aku punya aplikasi TikTok yang saya gunakan sejak tahun 2020 tepatnya 4 tahun lalu Di mana itu aku masih duduk di bangku SMP, emm selain itu saya menggunakan aplikasi TikTok tu karena pada waktu itu Covid-19 yang mengharuskan untuk tidak keluar rumah dan harus *social distancing*.” (wawancara dengan Bipasha, 2024).

Dalam penggunaannya, siswa dapat mengonsumsi aplikasi TikTok selama berjam-jam dalam sehari tergantung dengan aktivitas kesehariannya baik aktivitas di rumah maupun di sekolah. Intensitas

penggunaan aplikasi TikTok meningkat ketika malam hari saat berada di rumah. Selain itu, konsumsi aplikasi TikTok juga dilakukan di sekolah sebagai hiburan saat luang. Namun, pada kenyataannya sering kali siswa mengoperasikan *gadgetnya* ketika waktu pembelajaran berlangsung dan pada saat jam kosong di kelas. Hal tersebut dilakukan karena siswa merasa bosan saat jam kosong. Banyaknya tugas yang menumpuk dapat memicu stres siswa ketika disekolah. Perlunya mengembalikan semangat belajar dapat dengan alternatif *scroll* TikTok saat jeda dalam mengerjakan tugas.

Konsumsi aplikasi TikTok oleh siswa tidak terlepas dari konten yang sering muncul di beranda TikTok atau yang sering disebut *FYP (For You Page)*. Konten FYP di beranda dapat disebabkan karena seringnya *search* maupun *scroll* secara berulang-ulang terkait video maupun foto yang disertai dengan *fitur effect* yang ada di TikTok. Berbagai konten yang lewat dapat berupa konten dalam bidang olahraga, musik, kuliner, hobi, fesyen, pendidikan, berita dan lain-lain. Konten yang lewat di beranda dapat dijadikan sebagai inspirasi seseorang dalam *mix and match outfit* di bidang fesyen. Sering kita jumpai berbagai konten hobi juga dapat memberikan inspirasi dalam pembuatan konten bagi orang yang suka mendaki gunung. Hal tersebut sebagaimana yang diungkapkan Kania sebagai informan kedua dalam wawancara berikut:

“Ya banyak konten yang sering lewat di beranda mungkin seperti berita, komedi dan hiburan, paling banyak itu konten mendaki begitu. Soalnya hobi Kania itu mendaki.” (wawancara dengan Kania, 2024).

Dilengkapi dengan pernyataan Bipasha sebagai informan pertama:

“Banyak mulai dari yang hiburan, edukasi, berita, dan isu-isu terkini. Selain itu kalau *mix and match outfit* juga bisa terinspirasi dari konten di TikTok. Sebenarnya banyak *yaa emm* bisa juga konten kuliner yang sering FYP di berandaku.” (wawancara dengan Bipasha, 2024).

Penggunaan aplikasi TikTok juga bisa dijadikan sebagai tempat untuk menjalin koneksi sosial dengan pengguna lain. Mudahnya interaksi dengan sesama pengguna TikTok dapat memanfaatkan berbagai fitur yang ada, seperti fitur membagikan konten ke teman lain dengan tujuan untuk mengetahui apa yang sudah dilihat oleh pengguna yang membagikan konten. Selain itu terdapat fitur unggahan ulang yang dapat dilihat oleh pengguna lain, biasanya orang yang menggunakan fitur ini dikarenakan dapat menggambarkan keadaan yang *relate* dengan pengguna.

Sekarang ini media sosial hadir dengan kegunaan dan fungsi yang berbeda-beda dengan kelebihan dan kekurangannya. TikTok saat ini menjadi media sosial tren yang memiliki berbagai kegunaan (Saputera, 2021). Hal tersebut menjadikan TikTok sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak kedua di dunia karena multifungsi. Hal itu dijadikan dapat dijadikan beragam peluang oleh pengguna sehingga penggunaan aplikasi TikTok juga didasarkan atas motif yang beragam, termasuk oleh siswa (Malimbe et al., 2021). Penggunaan aplikasi luncuran dari *Bytedance* ini sudah banyak digunakan oleh siswa SMA Negeri 2 Boyolali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setidaknya ada dua motif utama yang menjadi dasar siswa SMA N 2 Boyolali dalam menggunakan aplikasi TikTok.

Pertama, adalah penggunaan TikTok oleh siswa didasarkan pada motif ‘Karena’. Motif ‘Karena’ ini berfokus mengenai hal yang berkaitan dengan sebab seseorang melakukan tindakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif siswa dalam menggunakan aplikasi TikTok dikarenakan tingginya penggunaan dan banyaknya pengguna media sosial TikTok sehingga dengan proses yang cukup lama siswa juga menjadi tertarik untuk ikut menggunakannya. Hal tersebut dikarenakan saat ini aplikasi TikTok menempati urutan nomor kedua di dunia sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak sehingga hal tersebut dapat memengaruhi psikologi sosial untuk ikut serta dalam menggunakannya. Hal tersebut serupa dengan pernyataan Kyky siswa SMA N 2 Boyolali sebagai informan ketiga dalam wawancara berikut:

“Sekarang ini ya penggunaan media sosial TikTok sangat tinggi karena banyak digemari oleh berbagai pengguna. Menurutku platform ini unik dan menarik untuk dikonsumsi, kan juga terdapat berbagai fitur yang menarik yang didapatkan melalui aplikasi ini.” (Wawancara dengan Kyky, 2024).

Motif siswa dalam menggunakan aplikasi TikTok selain sebagai hiburan, juga sebagai ajang eksistensi diri di ruang publik. Eksistensi dapat dicapai siswa dengan pembuatan konten-konten yang dapat di unggah melalui akun TikTok pengguna. Berbagai konten yang dibagikan dapat berupa konten terkait hobi, konten kata-kata, dan konten berupa foto atau video. Pembuatan konten di TikTok juga tidak terlepas dari berbagai fitur efek yang disediakan di platform tersebut sehingga memudahkan para pengguna. Konten yang diunggah di akun TikTok dapat dilihat oleh banyak orang dan berpotensi mendapatkan respons pengguna lain berupa *likes* yang banyak apabila konten tersebut masuk FYP (*For You Page*). Konten yang FYP akan memunculkan kesenangan dan kepuasan tersendiri oleh pengguna. Hal tersebut sebagaimana yang diungkapkan oleh informan Angel sebagai informan keempat:

“...saya sering kali menggunakan aplikasi TikTok karena TikTok bagiku adalah hobi, aku juga sering unggah konten video maupun foto di akunku karena ya *pengen* dikenal banyak orang dan bisa dijadikan sebagai personal *branding* saya. Tidak hanya itu tingkat kepuasan dan kesenangan dapat dicapai ketika konten TikTok-ku FYP di pengguna lain.” (wawancara dengan Angel, 2024).

Motif ‘Karena’ lainnya yang memengaruhi siswa dalam menggunakan aplikasi TikTok adalah fungsi platform sebagai sumber penghasilan oleh siswa. Penghasilan yang diperoleh dapat dicapai melalui *live* di TikTok. Akun TikTok siswa dengan pengikut yang banyak dapat menjadi peluang untuk mencari penghasilan. Selain melalui *live* di TikTok, penghasilan dapat diperoleh melalui *endorse* barang maupun jasa oleh pengguna lain. Hal tersebut dilakukan siswa untuk mengisi waktu luang dengan mendapatkan penghasilan.

“Di sela-sela mengisi waktu luang saya juga mencari ide tambahan dengan *live* akun TikTok untuk mendapatkan penghasilan. Kadang aku juga menerima tawaran *endorsemen* untuk menambah uang walaupun tidak seberapa.” (wawancara dengan Kania, 2024).

Kedua, motif ‘Untuk’ menjadi dasar lain yang memengaruhi keputusan siswa untuk menggunakan aplikasi TikTok. Motif ‘Untuk’ merujuk pada seseorang dalam melakukan suatu tindakan dengan tujuan mencapai sesuatu yang diharapkan di masa depan. Hal tersebut mengacu pada keinginan siswa untuk mendapatkan sesuatu yang dapat diperoleh melalui suatu tindakan, salah satunya dengan menggunakan TikTok. Media sosial TikTok dapat dijadikan sarana dalam mengekspresikan diri sebagai unjuk percaya diri. Hal tersebut bertujuan agar dapat diketahui oleh orang banyak, melalui berbagai konten yang diunggah di platform TikTok. Selain itu, siswa menggunakan aplikasi TikTok juga demi mendapatkan penghasilan tambahan melalui aplikasi TikTok yang ada di *gadget* siswa. Hal tersebut seperti yang diungkapkan Informan kelima dalam wawancara:

“Aplikasi TikTok juga bisa menjadi ajang untuk menampilkan percaya diri. Selain itu juga bisa menampilkan berbagai konten untuk diunggah di akun yang saya punya, yang tidak kalah penting adalah aplikasi ini dapat dijadikan sebagai sumber penghasilan tambahan.” (wawancara dengan Adit, 2024).

Motif ‘Untuk’ mengacu pada pentingnya melihat peluang TikTok tidak hanya untuk masa sekarang, melainkan untuk masa depan. Platform TikTok dapat dijadikan peluang bagi pengguna sebagai ajang untuk menghasilkan uang dengan cara memanfaatkan aplikasi TikTok. Selain itu, harapan seseorang agar menjadi *content creator* juga dapat ditempuh melalui platform media sosial. Dengan bermain TikTok dapat memberikan kesempatan bagi pengguna agar konten yang dibuat bisa masuk FYP sehingga potensi mereka untuk dapat terkenal dapat dengan mudah dengan memperlihatkan *skill*, terlebih lagi jika seseorang bisa memanfaatkan TikTok dengan baik. Sama halnya juga dengan keinginan untuk bergabung dengan komunitas di TikTok, hal tersebut merupakan

anggapan pengguna TikTok apabila bisa masuk ke dalam suatu komunitas maka dirinya bisa dengan mudah mendapatkan eksistensi dan penghasilan dengan mudah.

Menjadi *influencer* juga merupakan pilihan seseorang dalam mengekspresikan dirinya sendiri. Menjadi seorang *influencer* juga tidak mudah perlu adanya *skill* yang membangun seseorang untuk mencapai keinginannya. Hal tersebut bisa menjadi keuntungan bagi dalam diri seseorang apabila dirinya dapat menyalurkan berbagai kemampuan yang dimiliki ke orang lain, serta bisa menebarkan hal-hal positif lainnya.

“...untuk saat ini tidak, namun untuk nantinya saya berharap bisa menjadi seorang yang berguna bagi orang lain. Keuntungan yang nanti saya dapat mungkin bisa jadi seperti *influencer* dan *content creator* atau membuat konten-konten motivasi untuk memicu dan mengembangkan hal-hal baik lainnya.” (wawancara dengan Bipasha, 2024).

Tujuan lain yang didapat dari penggunaan aplikasi TikTok yaitu sebagai media hiburan bagi diri sendiri. Rasa senang dapat diperoleh jika *scrolling* TikTok saat sela-sela waktu luang. Berbagai konten positif bisa didapatkan melalui platform ini, selain untuk diri sendiri berbagai konten dapat dibagikan ke pengguna lain dengan menggunakan fitur *share* konten terkait video yang dilihat. Sebagaimana yang diungkapkan oleh informan wawancara keenam sebagai berikut:

“Sebenarnya kita mencari hiburan tidak perlu jauh-jauh karena bisa didapatkan melalui *platform* media sosial TikTok. Konten-konten sifatnya positif, komedi, *relate* pun juga bisa dibagikan ke pengguna lain dengan membagikan konten video yang dilihat.” (wawancara dengan Faridho, 2024).

Pembahasan

Motif adalah dorongan yang muncul dalam diri seseorang sehingga seseorang tersebut memiliki keinginan untuk melakukan suatu tindakan (Febrina et al., 2023). Menurut Davidoff, motif juga menjadi motivasi yang dapat menunjukkan keadaan psikologi seseorang akibat adanya suatu keinginan guna memenuhi kebutuhan hidupnya (Davidoff & Linda, 1991). Maka dari itu, motif dapat dikatakan sebagai hal yang mendasari atau alasan seseorang untuk berbuat dan tidak berbuat sesuatu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua motif utama yang mendorong siswa SMA N 2 Boyolali untuk menggunakan TikTok. Kedua motif tersebut menjadi motivasi siswa dalam mengambil keputusan untuk menggunakan TikTok sehingga menghasilkan pola tindakan siswa dalam menggunakan media sosial tersebut.

Menurut Purwanto, penggunaan media masa dapat didasari oleh motif integrasi dan interaksi (Purwanto, 1996). Penjelasan tersebut selaras dengan temuan penelitian bahwa salah satu motif informan dalam menggunakan TikTok adalah karena sudah banyaknya pengguna media sosial tersebut sehingga menjadi tren di masyarakat. Hal tersebut menyebabkan individu lain dalam kelompok sosial yang sama terpengaruh tren yang ada sehingga timbul keinginan untuk mencobanya juga. Motif tersebut berfungsi untuk menghubungkan individu dengan dunia sosialnya (Adawiyah, 2020). Bahkan, pada kasus tertentu hal tersebut menjadi salah satu alternatif agar individu dapat diterima dan dapat menyesuaikan diri dalam kelompoknya.

Faktor di atas akan memengaruhi terbentuknya pola akibat dilaksanakannya motif oleh seorang individu. Perkembangan zaman khususnya di bidang teknologi dan komunikasi memudahkan manusia dalam mengakses informasi secara cepat, terlebih munculnya *platform* media sosial baru TikTok. Penggunaan media masa oleh sebagian besar anggota masyarakat akan membuat sebuah media sosial memiliki *traffic* dunia maya yang kompleks. Hal tersebut memungkinkan tersebarnya berbagai informasi secara *uo to date* dari berbagai kalangan. Kondisi tersebut akan memunculkan motif susulan pada individu untuk memanfaatkan media tersebut sebagai sumber informasi (Schutz, 1967). Terlebih, TikTok memiliki algoritma yang dapat menyesuaikan informasi dengan kondisi atau kesenangan pengguna sehingga dapat memberikan informasi yang relevan

dengan baik. Hal tersebut membuat beberapa siswa menggunakan TikTok sebagai sumber informasi untuk hobi mereka, belajar, maupun mencari informasi akademik yang relevan.

Tidak hanya dapat memunculkan motif untuk mencari informasi, penggunaan TikTok berdasarkan motif ini juga dapat memunculkan motif pengalihan pada siswa. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian bahwa mayoritas penggunaan TikTok dilakukan saat siswa merasa bosan atau jenuh. Kondisi tersebut jika tidak dialihkan maka dapat mengakibatkan siswa stres sehingga tidak dapat menerima materi yang dipelajari. Motif pengalihan bisa saja muncul dari motif pengawasan berupa mencari informasi tadi. Hal tersebut muncul karena informasi yang disajikan oleh algoritma TikTok bisa saja berupa algoritma yang berbeda dengan informasi atau kesenangan utama pengguna (Icha & Kurniadi, 2022). Hal tersebut memungkinkan konten dengan *genre* lain muncul atau bisa saja dicari secara mandiri oleh siswa. Namun, sayangnya banyak siswa yang melakukan motif pengalihan ini tidak sesuai dengan waktunya. Beberapa siswa melakukan motif pengalihan ketika jam pelajaran berlangsung sehingga dapat mengganggu keberjalanan kegiatan belajar mengajar.

Intensitas motif pengalihan meningkat ketika malam hari. Waktu tersebut merupakan waktu senggang yang dimiliki siswa setelah seharian melakukan aktivitas sehingga sering kali mereka membutuhkan hiburan atau pengalihan dari rutinitas di hari tersebut. Kondisi tersebut mengakibatkan intensitas penggunaan TikTok pada siswa meningkat di malam hari. Selain itu, malam hari biasanya menjadi *traffic* paling ramai di media sosial TikTok karena banyak pengguna lain yang juga menggunakannya sehingga interaksi di dunia maya menjadi semakin kompleks.

Berdasarkan pola yang tercipta akibat berbagai motif yang muncul dalam penggunaan TikTok, ternyata memungkinkan timbulnya berbagai motif turunan dalam menggunakan media sosial tersebut. Banyaknya penggunaan media sosial TikTok dapat menjadi motif awal untuk bersenang-senang dalam mengikuti semua tren untuk diunggah di akun TikTok pengguna sesuai yang sedang ramai di media sosial. Kemudian muncul pikiran dalam memanfaatkan peluang di TikTok dengan keinginan menambah pengikut dan penonton. Peluang besar juga dapat memungkinkan sebagai sarana mendapatkan penghasilan. Hal tersebut merupakan proses interpretasi individu terhadap pengalaman yang diperoleh dari motif yang sudah dilaksanakan (Schutz, 1967). Pengalaman penggunaan TikTok diinterpretasikan oleh pengguna sehingga terciptalah sebuah tindakan untuk mengoptimalkan peluang yang ada menjadi aktivitas ekonomi.

Motif 'Karena' atau (*because motive*), merujuk pada sebab seseorang dalam melakukan suatu tindakan yang sesuai dengan motifnya. Analisis motif 'Karena' pada penelitian terkait motif penggunaan media sosial TikTok yaitu, karena aplikasi TikTok pada zaman sekarang ini banyak yang menggunakan, baik dari anak-anak, remaja, dewasa, bahkan orang tua sehingga menjadi media dengan modal sosial relasi yang besar (Susanti et al., 2023). Pengguna dengan *views* yang banyak dan mempunyai *engagement* tinggi bisa mendapatkan keuntungan dari segi materi. Pendapatan ekonomi dapat dicapai melalui platform ini dan tentunya dari relasi secara *online* yang dimiliki. Oleh karena itu, tidak asing dengan sebutan *endorsemen* yang dapat dicapai melalui penambahan relasi di akun pengguna media sosial TikTok.

Selain motif 'Karena', ada motif 'Untuk' atau (*in order to motive*) yang merujuk pada tindakan seseorang dalam melakukan suatu dengan tujuan mencapai apa yang diharapkan di masa depan. Siswa menggunakan TikTok dengan alasan mengisi waktu luang dan mendapatkan perhatian dari khalayak publik bahwa keberadaan dapat dicapai melalui media sosial dengan mengekspresikan diri untuk meningkatkan eksistensi diri. Eksistensi yang dilakukan melalui media TikTok ada yang memang memiliki kepribadian yang senang diakui oleh kalangan publik dan mendapat pengakuan dari pengguna lain, itu dapat menjadi motif dalam menggunakan aplikasi TikTok (Ndruru et al., 2023). Dengan konten yang diunggah di akun TikTok dapat memunculkan sebab akibat seseorang untuk diapresiasi dan memiliki keinginan untuk diakui oleh orang banyak. Peluang lain di masa depan

sesuai dengan motif 'Untuk' penggunaan TikTok oleh siswa yaitu keinginan untuk menjadi seorang *content creator* dan *influencer* yang dapat memotivasi dan menginspirasi orang lain.

Kondisi di atas menciptakan sebuah hubungan yang disebut sebagai *we-relationship* oleh Schutz. Hubungan tersebut diasosiasikan sebagai hubungan tidak langsung antara pengguna dengan individu lain berdasarkan pengalaman di dunia nyata (Schutz, 1967). Artinya, pengalaman atau interaksi di dunia nyata yang dilakukan oleh individu dapat berlangsung dan dibangun ulang dengan nuansa yang berbeda di media sosial TikTok. Hal tersebut dikarenakan setiap pengguna memiliki kebebasan dalam mengekspresikan diri menggunakan berbagai fitur yang disediakan sehingga memungkinkan terciptanya realitas baru yang berbeda. Maka dari itu, terkadang sikap yang ditunjukkan oleh seorang konten kreator memiliki perbedaan antara di dunia nyata dan di dunia maya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan terkait penelitian yang diangkat dapat disimpulkan pola dan motif penggunaan aplikasi TikTok pada siswa SMA N 2 Boyolali bahwa terdapat dua motif yang mendasari siswa untuk menggunakan aplikasi TikTok, yaitu motif 'Karena' dan motif 'Untuk'. Pola yang terbentuk akibat penggunaan TikTok oleh siswa didasari beberapa hal, yaitu adanya pola penggunaan aplikasi TikTok untuk sarana pengembangan diri. Hal tersebut diperoleh dari algoritma TikTok yang menyajikan berbagai informasi yang relevan dengan minat dan kebutuhan pengguna. Penggunaan TikTok juga memunculkan pola penggunaan, yaitu dijadikan sebagai media pengalihan. Artinya, TikTok dijadikan sebagai sarana rekreasi dari kepenatan rutinitas karena selain menyajikan informasi yang relevan, algoritma TikTok juga menyajikan informasi yang dapat dicari sendiri oleh pengguna. Kondisi tersebut meningkat intensitasnya ketika malam hari karena siswa memiliki banyak waktu luang dan membutuhkan pengalihan atas aktivitas yang dilakukan seharian.

Penggunaan TikTok memungkinkan timbulnya motif turunan pada saat penggunaannya. Awalnya seseorang hanya ingin menggunakan TikTok agar dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. Namun, seiring berjalannya waktu, muncul motif pencarian informasi, pengalihan, motif karena, dan motif untuk. Motif 'Untuk' menitikberatkan pada seseorang dalam melakukan suatu tindakan dengan tujuan mencapai apa yang diharapkan di masa yang akan datang. Berdasarkan motif ini banyak siswa yang menjadikan TikTok sebagai investasi modal sosial dengan cara membuat konten-konten yang menarik, mengupayakan FYP sehingga dapat menjadi konten kreator atau *influencer*.

Sedangkan penggunaan aplikasi TikTok oleh siswa ditinjau dari motif 'Karena' dapat diketahui sebagai eksistensi diri yang merujuk pada perkembangan zaman bahwa TikTok merupakan media sosial yang banyak dikonsumsi dan diminati banyak orang. Motif lain dapat diketahui bahwa inovasi yang dihadirkan melalui fitur TikTok menjadikan pengguna nyaman dalam mengunduh aplikasi luncuran *Bytedance* ini. Disisi lain terdapat motif 'Untuk' yang didapatkan dari hasil penelitian bahwa siswa menggunakan aplikasi TikTok selain sebagai hiburan juga sebagai ajang eksistensi diri. Aplikasi TikTok menjadi platform yang digunakan siswa dalam mengekspresikan diri dengan membuat konten-konten yang dapat diunggah di akun TikTok pribadi dengan tujuan meningkatkan keberadaan kita di media sosial. Selanjutnya aplikasi TikTok juga dapat menjadi sumber penghasilan siswa. Motif 'Untuk' lainnya yang diharapkan siswa yakni sebagai *content creator* dan *influencer* guna menebar hal-hal positif lainnya.

REFERENSI

- 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>
- Anggraini, D., Nurmayasari, M., & Saripah. (2023). Penggunaan Media Sosial Tik Tok dan Pengaruhnya terhadap Motivasi Berprestasi Siswa SMK Al Khairiyah Bahari Jakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 2239-2244.

- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). Vicky Knight.
- Bakistuta, E.T, & Abduh, M. (2023). Dampak Media Sosial TikTok Terhadap Tindak Tutur Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Elementaria Edukasia*, 6(3), 1201–1217. <https://doi.org/10.31949/jee.v6i3.6243>
- Davidoff, & Linda, L. (1991). *Psikologi: Suatu Pengantar* (Kedua). Erlangga.
- Fahrimal, Y. (2018). Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 22(1), 69–78. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v22i1.82>
- Febrina, R. I., Iriany, I. S., & Firdaus, F. S. (2023). Motif Penggunaan Media Sosial TikTok Bagi Mahasiswa di Kabupaten Garut. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 9(2), 305–322.
- Icha, N. R., & Kurniadi, O. (2022). Hubungan antara Menggunakan Tik Tok dengan Perilaku Eksistensi Diri. *Bandung Conference Series: Public Relations*. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.939%0D>
- Irfan, M. (2022). Aplikasi Tik Tok sebagai Media Informasi Berita (Studi Kasus Karyawan Perkebunan Bungara, Kecamatan Bahorok, Langkat). *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(2), 172–177. <https://doi.org/10.30743/mkd.v6i2.5108>
- Kuen, M. M., & Kuen, F. A. (2020). Eksistensi Braggadocian Behavior pada Media Sosial TikTok (Studi Fenomenologi pada Remaja Di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Pranata Edu*, 2(2), 47–48.
- Madhani, L. M., Bella Sari, I. N., & Shaleh, M. N. I. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 627–647. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art7>
- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Online TikTok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.
- Miles, M., Huberman, A., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*. Sage Publications.
- Nadiyah, D. L. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Akidah Akhlak Di MTS NU Banat Kudus. *Al-Riwayah : Jurnal Kependidikan*, 13(2), 263–280. <https://doi.org/10.47945/al-riwayah.v13i2.393>
- Ndruru, D. J., Mulyatno, C. B., Subali, Y., & Antony, R. (2023). Pengalaman Bermedia Sosial Kaum Religius di Era Digital. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1), 213–221.
- Prajayanti, H., & Setyowati, A. (2023). Pengaruh Media Sosial Tik Tok terhadap Perkembangan Belajar Siswa di SMA Kota Pekalongan. *Jurnal Kebidanan Harapan Ibu Pekalongan*, 10(2), 142–148. <https://doi.org/10.37402/jurbidhip.vol10.iss2.272>
- Purwanto. (1996). *Psikologi Pendidikan Remaja*. Remaja Rosda Karya.
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur TikTok Shop Pada Aplikasi TikTok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131–140. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.176>
- Saputera, R. T. (2021). *Analisis Video Comment to Video Likes Ration TikTok pada 5 Artis TikTok dengan Followers Terbanyak 2021*.
- Schutz, A. (1967). *The Phenomenology of Social World.*” Penerjemah, George Walsh dan Frederick Lehnert. Northwestern University Press.
- Susanti, E., Salsabila, N., & Syabila, T. (2023). Analisis Interaksi Sosial Mahasiswa Pelanggan Aplikasi TikTok pada Mahasiswa IPS. *Pendidikan Tambusai*, 7, 30871–30879.
- Suswandari, M., William Andri Siahaan, K., Maharromiyati, Ratih Rosanawati, I. M., Angganing, P., & Wahyu Mega Alfhira, N. (2022). Analisis Penggunaan TikTok Terhadap Perilaku Addicted Di Kalangan Usia Sekolah Dasar. *Journal of Educational Learning and Innovation (ELIA)*, 2(2), 212–226. <https://doi.org/10.46229/elia.v2i2.449>
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Yani, O., Mulyani, S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi. *Hospitality*, 11(1), 291–296.