

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. New Media

Media berasal dari bahasa Latin dan merupakan bentuk jamak dari kata “medium”, yang secara harfiah berarti pengantar. Media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari pengirim kepada penerima dengan tujuan mempengaruhi pikiran, perasaan, perhatian, dan minat masyarakat mengenai kemajuan teknologi ini.

New media adalah kekuatan teknologi komunikasi yang mendukung sebaran berita, dengan cepat, serta kemudahan akses dan lebih adaptif terhadap penggunaannya. Dengan adanya media baru yang tidak bisa dipungkiri atas keberaannya bahwa media baru tidak luput dari kata media social yang merupakan sebuah alat komunikasi saat ini. pada masa ini Masyarakat dihadapkan oleh beragam pilihan kemajuan teknologi termasuk media social. Pilihan yang tersedia terkait media baru atau media social ini pun sangat beragam, Dimana penggunaannya dapat tergantung pada kebutuhannya masing – masing, kegemaran Masyarakat ataupun kenyamanan dalam menciptakan hubungan komunikasi. Seiring berjalannya waktu pada jaman sekarang, media baru dalam waktu yang sangat singkat menjadi andalan atau poros utama suatu komunikasi yang efisien dan progresif yang menyuarakan berbagai peristiwa yang terjadi di sekelilingnya.

Dengan adanya kemunculan media baru ini terdapat juga beberapa jenis media baru diantaranya media visual, media audio, dan media audio visual. Media visual adalah media yang dapat dilihat, dibaca, dan disentuh, yang bergantung pada indra penglihatan dan perabaan. Berbagai jenis media yang saat ini sangat mudah diakses dan dibuat sendiri termasuk foto, gambar, komik, poster, majalah, buku, miniatur, alat peraga, dan lain-lain.

Dimana media visual ini adalah media berwujud fisik yang bisa dilihat oleh mata dan diraba oleh tangan. Media audio, media audio merupakan media yang tidak bisa di lihat oleh mata dan indra peraba tetapi media audio hanya bisa dirasakan dengan cara didengar oleh penggunanya. Pengguna dapat menikmati media audio dengan wujud seperti suara, music, lagu, siaran tv, siaran radio, dan kaset suara atau CD. Selain itu media baru ini juga terdapat Media audio visual adalah media yang didengarkan dan dilihat secara bersamaan. Contohnya adalah film, pementasan, televisi, dan lain-lain.

Media baru merupakan konsep yang dipahami dengan cara yang berbeda, sehingga seseorang dapat menggunakan istilah “rumusan bersama” untuk menggambarkan semua konsep dan definisi yang ada. Teknologi new media atau media baru ini dapat digunakan sebagai media komunikasi berkat dua komponen utama, Internet dan World Wide Web. Media baru didefinisikan sebagai media yang menggabungkan tiga C: Komputer dan teknologi Informasi (IT), Jaringan Komunikasi, dan Convergence (media digital dan konten informasi). Memiliki karakteristik yang membuat data mudah dimanipulasi, berjejaring, padat, dan

mudah diperkecil, seperti tidak memiliki pemilik (Flew, 2005) dalam (Tresnawati, Yuni, & Kurniawan, 2022).

Perkembangan dan pesatnya kemajuan new media adalah fenomena aktual yang dihadapi oleh penduduk Bumi. Mereka konvergen, tidak mengenal ruang dan waktu, selain itu sederet semua yang menjadi proses munculnya media baru ini telah mengubah sifat masyarakat dalam kehidupan media dan berdampak langsung pada kehidupan modern manusia, baik secara sosial kemasyarakatan maupun dalam individu masing - masing.

2.2. Media Sosial

Media sosial adalah platform daring yang memungkinkan penggunanya untuk dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten seperti blog, jejaring sosial, forum, wiki, dan dunia virtual lainnya. menurut pendapat lain, media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Rizky Ramanda, 2015).

Menurut Kaplan dan Michael, media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna. Jejaring sosial adalah situs di mana setiap orang dapat membuat halaman web pribadi mereka sendiri, yang kemudin dapat terhubung langsung dengan teman-teman untuk berbagi dan berkomunikasi. Media sosial mengundang siapa saja yang tertarik dengan tujuan berpartisipasi dengan memberi kontribusi atau timbal

balik secara terbuka dengan waktu yang cepat dan tak terbatas (Rizky Ramanda, 2015).

Para era modern dan serba digital ini internet dan mobile phone semakin maju yang mana media sosial juga ikut tumbuh atau berkembang dengan pesat. Dengan demikian tak terbatasnya orang dalam mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena serius terhadap arus informasi. Dimana para era sekarang ini masyarakat semakin berkurang akan penggunaan media konvensional seperti televisi dan radio, yang tergantikan oleh munculnya media sosial untuk menyebar berita atau informasi (Rizky Ramanda, 2015).

Pesatnya proses perkembangan media sosial saat ini dikarenakan semua orang seakan-akan seperti mempunyai media sendiri. Seorang individu yang mempunyai media sosial bisa mengakses dimanapun kapanpun dan dengan jaringan cepat maupun lambat. Dalam hal ini media sosial memiliki ciri tersendiri yang mana kemajuan teknologi ini menjadi tangan kanan atau pembantu setia bagi penggunanya saat ini (Rizky Ramanda, 2015).

Media sosial pada dasarnya adalah medium di internet yang mana memungkinkan penggunanya bisa mempresentasikan dirinya sendiri maupun berinteraksi, berdiskusi, berbagi, dan berkomunikasi antar sesama yang membentuk ikatan sosial secara daring. Media sosial merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan cara kerja perangkat komputer. Ada beberapa pengertian mengenai media sosial oleh para ahli diantaranya (Rulli Nasrullah, 2015) dalam (Rafiq Ahmad, 2020):

1. Meike dan Young mendefinisikan media sosial sebagai kombinasi dari komunikasi pribadi, yang berarti berbagai kombinasi dari komunikasi pribadi, yang berarti berbagi dengan siapa saja tanpa memandang karakteristik individu.
2. Shirky mendefinisikan media sosial dan perangkat lunak sosial sebagai alat yang memungkinkan pengguna melakukan berbagai hal di luar batas institusional dan organisasi, seperti berbagi dan berkolaborasi.
3. Menurut Van Dijk, media sosial adalah platform yang berfokus pada keberadaan pengguna dan memungkinkan mereka untuk berkolaborasi serta beraktivitas. Oleh karena itu, media sosial dapat dianggap sebagai fasilitator online yang membangun dan memperkuat hubungan sosial antara pengguna.
4. Mandiberg, Mengatakan bahwa media sosial adalah media yang memfasilitasi kerja sama antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated-content*)
5. Body. Media sosial diartikan sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu dan komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam beberapa kasus, berkolaborasi atau bermain bersama. Keunggulan media sosial terletak pada konten yang dibuat oleh pengguna, bukan oleh editor, berbeda dengan institusi media tradisional.

Dari definisi yang telah dijelaskan oleh para tokoh ahli diatas, bahwa media sosial adalah alat perantara bagi setiap pengguna untuk berekspresi atau menceritakan berbagai pengalaman dirinya serta bisa berkomunikasi antar

sesama melalui jaringan. Selain itu media sosial adalah sebagai alat untuk berbagi kepada sesama untuk bertukar informasi dan wawasan.

Banyaknya pengguna media sosial sekarang tidak dapat untuk dibatasi oleh siapapun, mulai dari kalangan tua, muda, sampai anak - anak pun sudah menggunakan media sosial untuk sekedar mengisi waktu luang mereka. Media sosial juga memiliki berbagai macam bentuk, seperti web site, blog spot, ataupun aplikasi-aplikasi lainnya. Hal ini yang menyebabkan para penggunanya terbantu akan adanya media sosial dimana media sosial ini seperti tangan kanan atau pembantu setia bagi para penggunanya, karena adanya ciri tersendiri dari media sosial yakni sebagai berikut (Rizky Ramanda, 2015):

2.2.1. Ciri-ciri Media Sosial

1. Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja melainkan kepada berbagai orang yang ada di dalamnya.
2. Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di bandingkan dengan media lainnya.
3. Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus memulai suatu Geatekeeper.
4. Penerima pesan yang akan menentukan kapan dia ingin binteraksi dengan sesama pengguna.

Dari ciri-ciri diatas bahwa media sosial sangat membantu serta mempermudah setiap urusan manusia sehingga dalam hal ini media sosial semakin berkarakter. Adapaun karakteristik yang ada pada media

sosial sebagai berikut (Rulli Nasrullah, 2015) dalam (Rafiq Ahmad, 2020):

2.2.2. Karakteristik Media Sosial

1. (Network) atau Jaringan

Jaringan dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras seperti Handphone, PC, dan lainnya. Jaringan sosial menjadi karakteristik yang ada pada media sosial. Dalam jaringan internet struktur sosial dapat terbentuk, sehingga muncullah media sosial. Karakteristik yang terdapat pada media sosial dengan tujuan supaya antar penggunanya dapat terhubung atau terjalin.

2. Informasi

Didalam media sosial informasi menjadi suatu hal yang sangat penting. Para pengguna media sosial bisa mengenalkan identitas diri melalui profil yang dibuat. Karena pada dasarnya informasi adalah hal penting bagi kehidupan masyarakat sosial, dimana tidak ada informasi berarti sama saja tidak ada jalinan interaksi antara individu dengan individu lainnya.

3. Arsip

Pengguna atau khalayak dapat menyimpan informasi yang didapat dari media sosial yang bisa diakses kapan saja dan dimana saja.

Setiap informasi yang dipublikasi akan tersimpan dengan otomatis, karena informasi tidak akan hilang seiring berjalannya waktu dan keberadaan media sosial itu masih ada.

4. Interaksi

Adanya interaksi jaringan antar pengguna terbentuk menjadi salah satu karakteristik media sosial. Dimana pada jaringan akan terwujud suatu jalinan antar individu yang menghasilkan pertemanan secara luas. Berbeda dengan media lama yakni media konvensional, pengguna cenderung memiliki sifat yang pasif karena tidak adanya jaringan yang menghubungkan antar pengguna. Pengguna hanya bisa menikmati tayangan tanpa adanya interaksi didalamnya seperti respon komentar.

2.3. TikTok

Aplikasi Tiktok adalah media audio visual yang dapat kita lihat dan dengar (Lia, Suriana & Sarah, 2020) dalam (Amanda Hamidah, 2023). Tiktok adalah aplikasi yang memiliki efek spesial unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya. Mereka juga dapat membuat video pendek yang menarik perhatian banyak orang. Tiktok adalah sebuah platform video musik dan jejaring sosial yang didirikan di Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Dimana aplikasi tersebut adalah aplikasi pembuat video singkay yang memiliki bagsound musik dan sangat disukai orang diseluruh dunia yang memilikinya. Sepanjang kuartal pertama (Q1) aplikasi yang amat tinggi pengunduhannya, yaitu 45,8 juta. Angka

tersebut menyisihkan pengunduhan media sosial lain seperti YouTube, WhatsApp, Facebook, dan Instagram (Aji, 2020).

Pada abad ke-21 bisa menjadi masa ketika kemajuan teknologi telah memasuki jaman yang dapat membuat hidup lebih mahir dan banyak orang telah berhasil memanfaatkan teknologi, diantaranya teknologi telah membuat segalanya kurang menuntut tanpa adanya pertimbangan cara yang rumit. Sebenarnya teknologi sudah ada sejak sebelum abad ke-21, seiring berjalannya waktu teknologi dikembangkan sehingga pada saat sekarang ini teknologi bisa dikatakan lebih maju dan canggih terutama teknologi komunikasi yakni media sosial.

Media sosial TikTok merupakan salah satu aplikasi video yang sering digunakan Masyarakat saat ini untuk mengekspresikan dengan membuat video berdurasi pendek dari 15 detik sampai 30 detik. Selain itu aplikasi TikTok pun juga selalu mengupdate atau memperbarui system mereka dengan tujuan supaya para pengguna lebih leluasa menggunakannya. Aplikasi Tik-Tok ini pun juga dapat membuat si pengguna dikenal banyak orang atau terkenal, dengan membuat konten yang menarik dengan tujuan supaya orang lain bisa melihat dan tertarik dengan dirinya, mulai dari video kreatifitas, pengalaman hidup yang membuat orang lain tersentuh dan menjadi terkenal, ada juga yang membuat video lucu sehingga membuat orang lain tertawa. Daya tarik platform media sosial ini memang sangatlah kuat, dimana menurut laporan data Slice.id data digital indonesia tahun 2024, menjelaskan bahwa Tiktok merupakan media sosial asal Tiongkok yang memiliki pengaruh yang sangat besar di Indonesia. Di tahun 2024

konsumsi penggunaan media sosial Tiktok mencapai 127 juta pengguna di tanah air (Digital Marketing , 2024).

2.4. Uses and Gratification

Teori Uses and Gratification adalah teori yang dikembangkan oleh Herbert Bulmer dan Katz melalui bukunya yang berjudul *The Uses on Mass Communications* pada tahun 74. Teori tersebut berasumsi bahwa pengguna media khususnya siswa sekolah aktif serta menentukan motif mereka dalam penggunaan dan konsumsi media. Nurudin mengatakan dalam *teori uses and gratification* ini menitik beratkan bahwa audiens atau khalayak adalah pihak yang aktif dalam menggunakan media (Nuzuli, Ahmad, & Wahyu, 2022)

Dalam menggunakan *teori uses and gratification* ini peneliti berfokus pada motif penggunaan media oleh khalayak khususnya para siswa pelajar. Karman mengatakan pada dasarnya *Gratification* memiliki tipologi konsep dalam pemenuhan kebutuhan khalayak khususnya siswa pelajar menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka, seperti mencari informasi, menghibur diri, komunikasi, membuat konten atau cerita, dan menyelesaikan tugas atau pekerjaan (Nuzuli, Ahmad, & Wahyu, 2022).

Ada 3 poin konsep dasar pada *teori uses and gratification*, yaitu 1) Pada kenyataannya khalayak khususnya siswa pelajar dihadapkan oleh beberapa pilihan pada penggunaan media; 2) Kebutuhan pengguna khususnya siswa pelajar memiliki motif atau menjadi sebuah alasan mengapa menggunakan media; 3) Adanya kompetisi diantar beberapa media dalam pemenuhan kebutuhan *user*

khususnya siswa pelajar pada penelitian ini (Prihatiningsih , 2017). Pendekatan, kegunaan, dan kepuasan menjadi salah satu model penting dalam teori ini. Dimana model tersebut yang berikutnya mengarahkan pengguna khususnya siswa sekolah untuk bisa menentukan motif mereka dalam menggunakan media.

Selain itu *teori uses and gratification* juga memiliki lima komponen kebutuhan, yakni diantaranya (Nurudin, 2007 dalam (Fiska, 2021):

2.4.1. Kebutuhan Kognitif

Merupakan kebutuhan yang terhubung dengan memberikan informasi pengetahuan atau pemahaman tentang apa yang sedang terjadi pada lingkungan di sekitarnya.

2.4.2. Kebutuhan Afektif

Adalah kebutuhan dimana penggunaan media ini berhubungan dengan sesuatu yang menyenangkan, pengalaman, serta emosional khalayak atau pengguna.

2.4.3. Kebutuhan Individu secara Integratif

Dimana kebutuhan ini berhubungan dengan status atau jati diri individu atau khalayak serta kepercayaan diri individu atau khalayak.

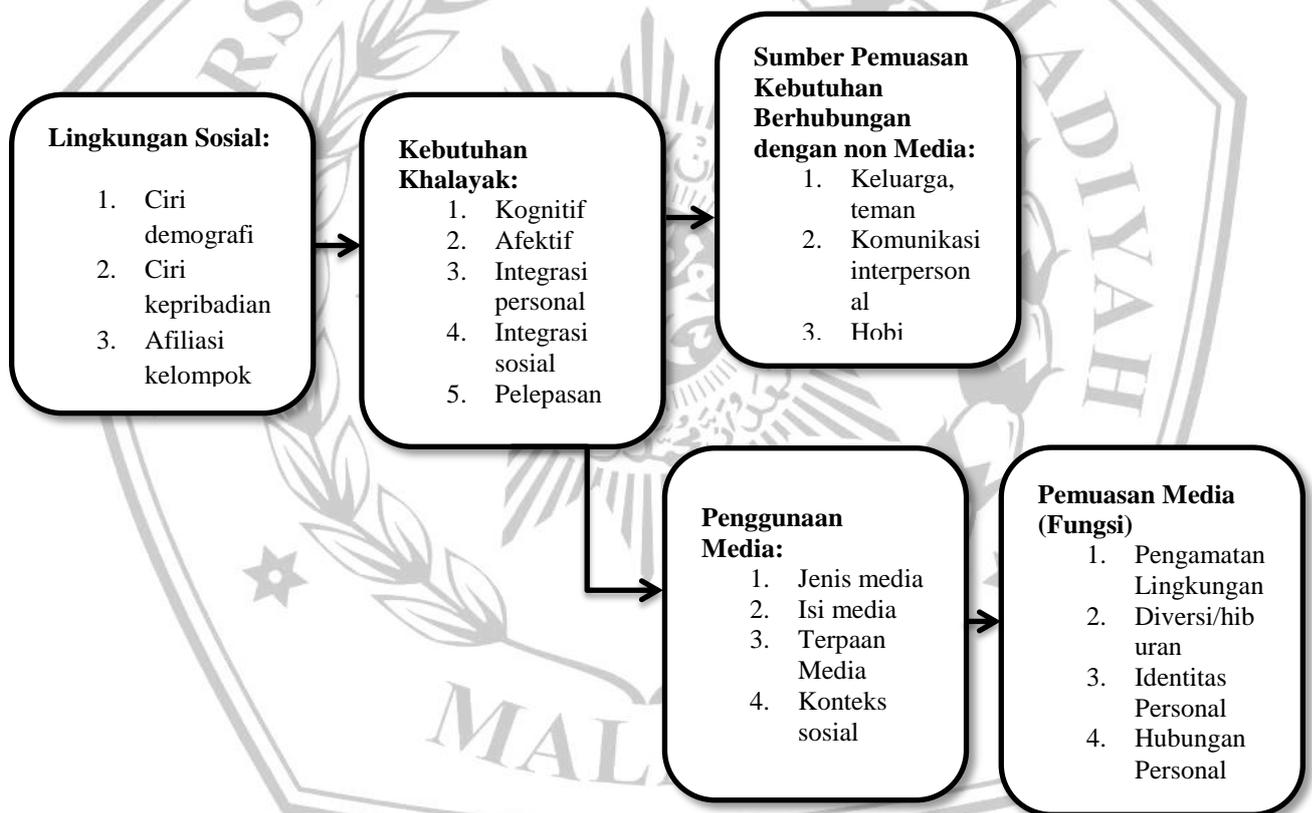
2.4.4. Kebutuhan Sosial Secara Integrasi

Merupakan suatu kebutuhan individu atau khalayak yang berhubungan dengan orang-orang disekelilingnya seperti teman, kerabat, atau orang lain dengan tujuan supaya hubungan lebih erat.

2.4.5. Kebutuhan Pelepasan

Merupakan kebutuhan seorang individu atau khalayak yang berhubungan dengan kenyamanan yakni menghindari tekanan, ketegangan serta keinginan lainnya yang membuat individu atau khalayak puas akan kebutuhannya.

Dalam *teori uses and gratification* terdapat cara kerja dan hubungan antar komponen atau konsep dasar dari teori tersebut, yakni bisa dilihat dalam gambar 2.1 (Nurudin, 2009).



Gambar 2.1. Bagan Teori Uses and Gratification dalam buku Pengantar

Komunikasi Massa Nurudin.

Teori uses and gratification pada era sekarang ini mulai disangkutkan dengan penggunaan media baru atau new media. Dengan penjelasan gambar

diatas menjelaskan bahwa kebutuhan yang berkaitan dengan motif seorang individu atau khalayak dalam menggunakan media. Oleh karenanya dalam penelitian ini peneliti memakai teori tersebut dan memakai lima konsep dasar *teori use and gratification* sebagai landasan untuk digunakan meneliti motif penggunaan media sosial TikTok oleh siswa kelas VII SMPN 1 Pongkok tahun ajaran 2023/2024.

2.5. Motif Penggunaan Media

Motif, berasal dari bahasa Latin "Movere" yang berarti bergerak, diartikan sebagai kekuatan dalam diri organisme yang mendorong untuk bertindak. Motif adalah dorongan dalam diri manusia yang muncul karena adanya kebutuhan yang ingin mereka penuhi. Secara mendasar, motif sudah terikat pada suatu niat atau tujuan tertentu. Motif menunjukkan hubungan sistematis antara suatu respons dengan keadaan dorongan tertentu. Tindakan yang dilakukan oleh seseorang akan diarahkan pada tujuan untuk menciptakan kepuasan (M. Nur, Rini, 2012 dalam (Ranti Nopita, 2021).

Motif dalam penggunaan media yakni media sosial adalah diantaranya: 1. Motif informasi; 2. Identitas pribadi; 3. Integrasi dan interaksi sosial/antar individu; 4. Hiburan. Dalam hal ini pengguna media sosial khususnya siswa pelajar bebas memilih media apa saja yang mereka gunakan, dan bebas memilih informasi apa saja yang dibutuhkan atau tidak, yang disesuaikan oleh kebutuhan khalayak itu sendiri (Nurudin, 2011 dalam (Nuzuli, Ahmad, & Wahyu, 2022).

Motif informasi dalam penggunaan media sosial yakni berhubungan dengan pemakaian media dalam mencari informasi yang mereka butuhkan seperti, mencari informasi yang ada di lingkungan sekitar. Informasi lekat kaitannya dengan pembelajaran/menambah pengetahuan, memuaskan kebutuhan pribadi, dan lain sebagainya. Motif identitas berkaitan dengan usaha menemukan jati diri pengguna, yaitu dengan menampilkan identitas diri mereka melalui media yang mereka pilih. Motif integrasi dan interaksi sosial terkait dengan upaya pengguna untuk berinteraksi dengan orang lain. pengguna media lainnya. Seperti menambah teman, menjalankan peran sebagai makhluk sosial serta mempunyai motif untuk tetap terhubung dengan teman dan kerabat saudara. Terakhir motif hiburan yakni motif yang berhubungan dengan kemampuan media memberi manfaat kepada penggunanya. Pengguna khususnya siswa pelajar menggunakan media sebagai hiburan mengisi waktu luang, serta melepaskan permasalahan diri mereka dari lingkungan luar.

2.6. Definisi Konseptual

Menurut para ahli pengertian konseptual merupakan deskripsi dari konsep yang telah digunakan, sehingga mempermudah seorang peneliti dalam menggerakkan konsep tersebut dilapangan Singarimbun dan Effendi (2001 : 121) dalam) dalam (Safitri, Andina, Joko, & Sri Riris, 2023).

2.6.1. Motif

Motif, berasal dari bahasa Latin "Movere" yang berarti bergerak, diartikan sebagai kekuatan dalam diri organisme yang mendorong untuk

bertindak. Motif merupakan dorongan dalam diri manusia yang timbul karena adanya kebutuhan yang ingin mereka penuhi (M. Nur, Rini, 2012) dalam (Ranti Nopita, 2021). Motif dalam penggunaan media yakni media sosial adalah diantaranya: 1. Motif informasi; 2. Identitas pribadi; 3. Integrasi dan interaksi sosial/antar individu; 4. Hiburan. Dalam hal ini pengguna media sosial khususnya siswa pelajar bebas memilih media apa saja yang mereka gunakan, dan bebas memilih informasi apa saja yang dibutuhkan atau tidak, yang disesuaikan oleh kebutuhan khalayak itu sendiri (Nurudin, 2011 dalam (Nuzuli, Ahmad, & Wahyu, 2022). Motif yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu tentang alasan para siswa kelas VII SMPN 1 Ponggok menggunakan media sosial TikTok.

2.6.2. Penggunaan Media

Penggunaan adalah berasal dari kata *guna* yang diartikan sebagai suatu hal atau aktifitas perbuatan dalam mempergunakan sesuatu (Imran & Hasyim , 2013). Penggunaan media merupakan suatu dorongan yang ada dalam diri individu untuk memilih media yang akan digunakan dalam melakukan kegiatan komunikasi. Menurut *teori use and gratification* penggunaan media oleh khalayak dilandasi dengan kebutuhan yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial di sekitarnya (Imran & Hasyim , 2013).

2.6.3. Tik-Tok

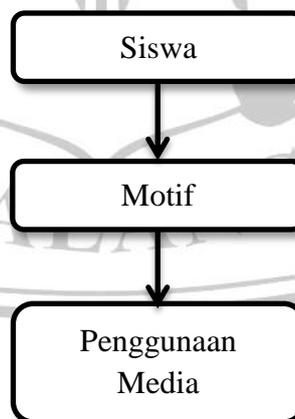
Aplikasi Tiktok adalah media audio visual yang dapat kita lihat dan dengar. Tiktok adalah aplikasi yang memiliki efek spesial unik dan

menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya. Mereka juga dapat membuat video pendek yang menarik perhatian banyak orang. Tiktok adalah sebuah platform video musik dan jejaring sosial yang didirikan di Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 (Lia, Suriana & Sarah, 2020) dalam (Amanda Hamidah, 2023). Pada penggunaan media sosial TikTok pengguna dapat menikmati nya dengan berbagai fitur dan informasi yang ada di dalamnya.

2.6.4. Siswa Kelas VII

Siswa merupakan murid yang sedang belajar pada tingkatan sekolah dasar atau menengah. Sedangkan sekolah menengah pertama adalah sekolah umum yang ada selepas sekolah dasar sebelum sekolah menengah tingkat atas, yang dalam penelitian ini menjadi subjek untuk di teliti (Ebta Setiawan, 2012).

2.6.5. Kerangka Berfikir



Gambar 2.2 Kerangka Berfikir

2.7. Definisi Operasional

Singarimbun dan Efendi (2001:121) dalam (Safitri, Andina, Joko, & Sri Riris, 2023), definisi operasional ialah petunjuk tentang bagaimana sebuah variabel dalam penelitian, maka peneliti dapat dengan mudah mengidentifikasi variabel yang akan diteliti atau dialami pada penelitian tersebut. Istilah “definisi operasional” mengacu pada komponen penelitian yang memberikan arahan tentang metode yang digunakan untuk menentukan variabel.

(Nasir & Mochamad, 2008) berasumsi bahwa pengertian operasional ialah sebuah definisi yang mengacu pada suatu variabel melalui penyediaan simbol atau deskripsi kegiatan serta operasional yang dibutuhkan untuk mengukur variabel ini. Operasionalisasi dalam penelitian ini mengacu pada empat tipologi motif penggunaan media menurut Mcquail. Dimana keempat tipologi motif tersebut digunakan untuk meneliti motif penggunaan media sosial TikTok oleh siswa Kelas VII SMPN 1 Ponggok.

Tabel 2.1. Operasional Penelitian

NO	Dimensi	Indikator	Alat Ukur	Skala Pengukuran
1	Motif Informasi	Berhubungan dengan pemakaian media dalam mencari informasi yang mereka butuhkan seperti, mencari informasi yang ada di lingkungan sekitar. Informasi lekat kaitannya dengan pembelajaran /	Kuesioner	Skala Likert

		menambah pengetahuan, memuaskan kebutuhan pribadi, dan lain sebagainya.		
2.	Motif Identitas Pribadi	Berhubungan terhadap upaya menemukan sosok identitas diri pengguna, yakni menampilkan identitas atau latar belakang diri pengguna pada media yang mereka pilih.	Kuesioner	Skala Likert
3.	Motif Kebutuhan Sosial Secara Integrasi	Berkaitan dengan upaya interaksi pengguna dengan pengguna media lainnya. Seperti menambah teman, menjalankan peran sebagai makhluk sosial serta mempunyai motif untuk tetap terhubung dengan teman dan kerabat saudara.	Kuesioner	Skala Likert
4.	Motif Hiburan	Berhubungan dengan kemampuan media memberi manfaat kepada penggunanya. Pengguna khususnya siswa pelajar menggunakan media	Kuesioner	Skala Likert

		sebagai hiburan mengisi waktu luang, serta melepaskan permasalahan diri mereka dari lingkungan luar.	
--	--	--	--

2.8. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu

No.	Author	Indikator	Hasil penelitian
1.	Ahmad Khairul Nuzula & Wahyu Kristian Natalia (2021). "Motif Penggunaan Aplikasi TikTok di Kota Semarang"	Metode penelitian	Pada penelitian tersebut menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Kuantitatif adalah penelitian yang terencana dan sistematis dari awal hingga akhir penelitian
		Hasil penelitian	Hasil penelitian ini juga menunjukkan hasil sejalan dengan <i>Teori Uses and Gratification</i> menyatakan bahwa khalayak secara aktif menentukan motif mereka dalam mengonsumsi media, terutama media sosial. Penelitian ini hanya berfokus pada empat motif tersebut. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian lanjutan yang menguji motif lain dalam penggunaan media sosial TikTok, agar dapat memperkaya pengetahuan

			dan penelitian yang berfokus pada media sosial.
		Kesimpulan	Sebagian besar responden setuju bahwa ada empat motif utama dalam penggunaan media sosial TikTok yang diuji, yaitu: 1) motif informasi; 2) identitas pribadi; 3) integrasi dan interaksi sosial; dan 4) hiburan. Di antara motif-motif ini, yang paling dominan adalah integrasi dan interaksi sosial serta hiburan.
		Kesamaan dari penelitian	Penelitian ini juga membahas tentang motif penggunaan media sosial TikTok tetapi bedanya hanya pada subjeknya.
2.	Elfina, Hermawati, Arifah Yenni, Sheiful Yazan, & Abdullah Khusairi (2022) “Motif Penggunaan Aplikasi TikTok oleh Siswa Madrasah Aliyah Negeri (MAN), Kota Pariaman”	Metode penelitian	Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode <i>mix method</i> yakni metode kuantitatif dan kualitatif.
		Hasil penelitian	Pada penelitian ini terdapat tiga batasan masalah yakni motif kognitif siswa MAN Kota Pariaman dalam menggunakan TikTok, motif Diversi siswa MAN Kota Pariaman dalam menggunakan TikTok, serta motif identitas personal siswa MAN Kota Pariaman menggunakan TikTok. Dapat dilihat data skor jawaban responden yang didapatkan untuk pernyataan motif kognitif

			kebutuhan dalam mendapatkan informasi oleh siswa pada sekolah MAN Kota Pariaman dalam penggunaan media sosial TikTok berada level skala cukup setuju, setuju dan sangat setuju.
		Kesimpulan	<p>Pertama, responden memiliki motif kognitif dalam menggunakan TikTok, yang terlihat dari semua pilihan jawaban pada bagian motif kognitif yang terdiri dari 12 pernyataan. Tingkat capaian responden menunjukkan hasil sedang dengan persentase 64.4%. Kedua, motif diversifikasi atau keinginan untuk melepaskan diri dari tekanan (hiburan) menunjukkan hasil jawaban per item antara sangat setuju, setuju, dan cukup setuju, tanpa ada skala item yang menunjukkan tidak setuju atau sangat tidak setuju. Tingkat capaian responden untuk pernyataan motif diversifikasi ini mencapai lebih dari 50%, meskipun masih dalam kategori rendah dalam rentang skala TCR, yaitu 63.6%. Ketiga, tingkat capaian responden untuk motif identitas personal, yaitu memenuhi kebutuhan penggunaan isi media, adalah rendah, yakni 61.8%. Dari hasil</p>

			<p>penelitian, hanya 33.4% responden menggunakan TikTok untuk belajar mengedit video dan membagikannya, sementara 41.4% responden hanya menggunakan TikTok untuk melihat video dari pengguna lain. Selanjutnya, hanya 22.6% yang aktif membagikan konten kepada pengguna lain dan 36% memilih menjadikan konten yang mereka buat untuk konsumsi pribadi. Untuk pernyataan lainnya, 69.3% responden setuju bahwa mereka mempertimbangkan banyak hal sebelum membuat konten, dan hanya 33% responden yang membuat konten yang mewakili diri mereka.</p>
		Kesamaan dari penelitian	<p>Penelitian ini sama-sama membahas tentang motif penggunaan media sosial TikTok tetapi yang membedakan adalah landasan teori yang di pakai.</p>
3.	<p>Synedra Algeta & Budi Santoso (2024). “Studi Motif Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Musikalisasi Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 Karanganyar”</p>	<p>Metode penelitian</p>	<p>Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, Penelitian ini menggunakan <i>Uses and Gratification Theory</i>. Jenis penelitian ialah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan statistic inferensial untuk melihat pola hubungan,</p>

			interaksi, dan kausalitas atas fenomena yang diamati.
		Hasil penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil dari pengujian validitas kuesioner musikalitas dimana terdapat 15 pertanyaan yang dijawab oleh 88 responden. Perhitungan validitas di tabel diatas 10 menunjukkan dari 88 pernyataan 88 kuesioner dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ karena hasil perhitungannya lebih dari jumlah r_{tabel} yaitu 0,175. 2. Hasil dari pengujian validitas kuesioner motif penggunaan media social dimana terdapat 42 pertanyaan yang dijawab oleh 88 responden. Perhitungan validitas di table diatas menunjukkan dari 42 pernyataan 9 kuesioner dinyatakan tidak valid karena $r_{hitung} < r_{tabel}$ namun terdapat 33 kuesioner yang dinyatakan positif karena hasil perhitungannya lebih dari jumlah r_{tabel} yaitu 0,175. 3. Nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel $> 0,6$, yang mana variabel

			<p>penggunaan media sosial memiliki nilai <i>Cornbach's Alpha</i> sebesar 0,719 yang lebih besar dibandingkan dengan koefisiensi reliabilitas yaitu 0,6 dan kemudian variabel musikalitas juga memiliki nilai <i>cronbach's alpha</i> yang lebih besar dibandingkan dengan koefisien reliabilitas yakni sebesar 0,706, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan reliabel dan konsisten.</p> <p>4. Berdasarkan hasil uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> nilai signifikansi $0.200 > 0.05$, maka disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.</p> <p>5. Uji analisa data yang dilakukan mendapatkan hasil penelitian dengan menggunakan uji statistic korelasional <i>pearson correlation</i> mendapatkan hasil nilai Signifikansi 0,000 atau nilai $p < 0,05$, dan nilai <i>pearson correlation</i> 0,410 dengan arah signifikansi</p>
--	--	--	--

			<p>positif. Hal ini menunjukkan bahwa identitas diri dan musikalitas tik-tok memiliki hubungan, dengan kekuatan korelasi nilai $r = 0,410$ yang berarti hubungan identitas diri dan musikalitas tik-tok memiliki hubungan yang kuat.</p>
		<p>Kesimpulan</p>	<p>Peneliti menyimpulkan pada penelitian yang telah dilakukan ini terdapat pengaruh antara media sosial tik tok dengan musikalitas siswa kelas XI SMA Negeri 2 Karanganyar, peneliti tetap menyarankan bahwa penggunaan media Tik Tok meskipun terstigma negatif tetapi sebenarnya memiliki hubungan terhadap nilai musikalitas dari siswa jika mereka dapat menarik hal positif didalamnya. Terlebih dengan mengenali diri dengan baik, mampu membuka potensi yang ada pada diri siswa. Peneliti juga memberikan saran kepada responden lebih memanfaatkan aplikasi media social Tik Tok untuk membantu dalam menilai musikalitas siswa dapat dicapai jika siswa mampu memahami diri sendiri terlebih dahulu, dan kepada pihak sekolah</p>

			juga diharapkan dapat membantu memfasilitasi softskill siswanya terlebih dalam peningkatan musikalitasnya.
		Kesamaan dari penelitian	Kesamaan penelitian ini yakni sama sama membahas motif penggunaan media sosial TikTok tetapi yang membedakan adalah penelitian ini hanya membahas motif saja sedangkan jurnal ini membahas motif dan pengaruh

