



No. 7254/ KOM-D/SD-S1/2025

# PEMANFAATAN MEDIA TIKTOK DALAM MENUNJUKAN EKSISTENSI DIRI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© hak cipta milik UIN Su



## SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

**RISKY NOVIANA**  
**NIM.12140324331**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2025**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## PEMANFAATAN MEDIA TIKTOK DALAM MENUNJUKAN EKSISTENSI DIRI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU

Disusun oleh :

**Risky Noviana**  
NIM. 12140324331

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 11 Maret 2025

Mengetahui,  
Pembimbing,

**Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom, M.A**  
NIP. 19890619 201801 1 004

Mengetahui  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

**Dr. Muhammad Badri, M.Si**  
NIP. 19810313 201101 1 004



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**كلية الدعوة والاتصال**  
**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**  
 Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

### PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Risky Noviana  
 NIM : 12140324331  
 Judul : Pemanfaatan media TikTok Dalam Menunjukkan Eksistensi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu  
 Tanggal : 19 Maret 2025

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

**Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc. Sc., Ph.D**  
 NIP. 19761212 200312 1 004

Sekretaris/ Penguji II,

**Rohayati, S.Sos., M.I.Kom**  
 NIP. 19880801 202012 2 018

Penguji III,

**Mardhiah Rubani, S.Ag., M.Si**  
 NIP. 19790302 200701 2 023

Penguji IV,

**Yantos, S.IP, M.Si**  
 NIP. 19710122 200701 1 016

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
كلية الدعوة و الاتصال  
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION  
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-Indo.net.id

### PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Risky Noviana  
NIM : 12140324331  
Judul : Pemanfaatan Media TikTok Dalam Menunjukkan Eksistensi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 19 Desember 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 19 Desember 2021

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Penguji II,

  
Dr. Sudianto, S.Sos, M.I.Kom  
NIP. 198012302006041001

  
Dewi Sukartik, S.sos., M.Sc  
NIP.198109142023212019

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Risky Noviana

NIM : 12140324331

Tempat/ Tgl. Lahir : Intan Jaya, 20 November 2002

Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi

Prodi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* :

**"Pemanfaatan Media TikTok Dalam Menunjukkan Eksistensi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau "**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya\*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 7 Mei 2025

Yang membuat pernyataan



**Risky Noviana**

**NIM : 12140324331**

*\*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 11 Maret 2025

No. : Nota Dinas  
 Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
 Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
 di-

Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Risky Noviana  
 NIM : 12140324331  
 Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Tiktok dalam Menunjukan Eksistensi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau

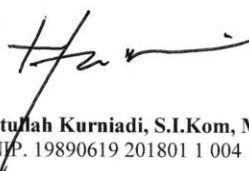
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

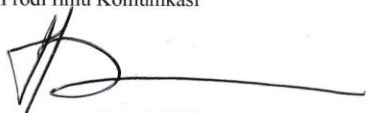
Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Mengetahui,  
 Pembimbing,

  
**Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom, M.A**  
 NIP. 19890619 201801 1 004

Mengetahui  
 Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

  
**Dr. Muhammad Badri, M.Si**  
 NIP. 19810313 201101 1 004



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama : Risky Noviana**  
**Jurusan : Ilmu Komunikasi**  
**Judul : Pemanfaatan Media TikTok Dalam Menunjukkan Eksistensi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi**

Media sosial TikTok telah menjadi platform yang banyak digunakan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk menunjukkan eksistensi diri, mengekspresikan diri serta membangun personal branding mereka di sosial media. TikTok menawarkan berbagai fitur kreatif seperti filter, efek suara, dan trend-trend video yang memungkinkan pengguna menarik perhatian audiens yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi memanfaatkan TikTok dalam menunjukkan eksistensi dirinya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa eksistensi diri mahasiswa terlihat dari mahasiswa menggunakan platform ini untuk mengekspresikan kreativitas, mengikuti trend, serta membangun identitas digital yang relevan dengan minat dan bakat mereka, baik di bidang akademik maupun non-akademik. Temuan ini menegaskan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai alat strategis dalam menunjukkan eksistensi diri. Penggunaan yang efektif dan kreatif dapat membantu mahasiswa membangun citra diri yang positif, meningkatkan keterampilan komunikasi, serta membuka peluang lebih luas dalam dunia profesional dan industri kreatif.

**Kata Kunci :** TikTok, Eksistensi Diri, Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Media Sosial



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Name** : Risky Noviana  
**Departemen** : Communications Science  
**Title** : Utilization of Media in Showing the Self-Existence of Communication Science Students UIN Suska Riau

TikTok social media has become a platform widely used by Communication Science students to show their existence, express themselves and build their personal branding on social media. TikTok offers various creative features such as filters, sound effects, and video trends that allow users to attract a wider audience. This study aims to analyze how Communication Science students use TikTok to show their existence. This study uses a qualitative descriptive method, with data collection techniques through interviews, observations, and documentation. The results of this study indicate that students' self-existence can be seen from students using this platform to express creativity, follow trends, and build a digital identity that is relevant to their interests and talents, both in academic and non-academic fields. This finding confirms that TikTok not only functions as an entertainment medium, but also as a strategic tool in shaping self-existence. Effective and creative use can help students build a positive self-image, improve communication skills, and open up wider opportunities in the professional world and the creative industry..

**Keywords:** TikTok, Self-Existence, Uses and Gratifications, of Communication Science Students, Social Media



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu 'alaikum Warrahamatullah Wabarakatu*

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan segala rahmat dan nikmatnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir penulisan skripsi dengan baik meskipun membutuhkan kurun waktu yang cukup Panjang dan rintangan yang di alami penulis. Shalawat serta selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri teladan bagi seluruh umat manusia.

Alhamdulillah, tak hentinya penulis haturkan kepada Allah SWT, karena pada akhirnya, penulis sampai di titik ini dan mampu menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "Pemanfaatan Media TikTok Dalam Menunjukan Eksistensi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau" Penulisan Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (SI) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dahwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari peran serta dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan Ucapan terima kasih penulis hanturkan pada semua pihak yang telah membantu dan bekerjasama dalam penulisan ini. Terutama kedua orang tua penulis, kepada Ayah tercinta, Bapak **Ibrahim**, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta semangat tanpa henti di setiap langkah perjalanan penulis. Terimakasih atas segala pengorbanan, kasih sayang, dan perjuangan yang telah ayah berikan demi Pendidikan dan masa depan penulis. Tak lupa penulis juga ingin menyampaikan rasa cinta dan terimakasih yang mandalam kepada Almarhumah Ibunda tercinta, Ibu **Hayatun**, yang telah berpulang ke Rahmatullah. Meski kini tidak lagi kebersamai secara fisik, namun setiap doa, kasih sayang, dan perjuangan beliau semasa hidup menjadi kekuatan tersendiri bagi penulis. Penulis juga memberikan apresiasi dan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak **Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom, M.A**, selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, serta memberikan Ilmu dan motivasi selama proses penulisan skripsi ini, di tengah kesibukan dan tanggung jawab yang padat terimakasih untuk bapak yang selalu meluangkan waktu untuk membaca, mengoreksi, hingga memberikan saran-saran terbaik yang menjadi pijakan berharga bagi penulis. Serta kakak kandung dan abang Tercinta Tika Siswanti, Eka Nur Safitri, Donni Hasbiuan terimakasih atas segala bentuk dukungannya dan doa yang tak pernah putus, semangat yang selalu dititipkan, serta waktu dan perhatian yang kalian sisihkan demi mendengar keluh kesah penulis. Terima kasih karena kalian tidak



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pernah bosan mengingatkan bahwa setiap perjuangan ini adalah hadiah untuk diri sendiri, keluarga, dan terutama untuk Ayahanda dan Almarhumah Ibu tercinta. Kehadiran kalian menjadi penguat saat penulis hampir menyerah, menjadi alasan untuk tetap melangkah meski tertatih. Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Ibu Dr. Helmiati, M.Ag selaku WR I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Dr. Mas'ud selaku WR II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Edi Erwan, S.Pt, M.Sc, Ph.D, selaku WR III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd. MA. Ph.D, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan 1. Bapak Firdaus El Hadi, S.Sos., M.Soc., SC., selaku Wakil Dekan II. dan Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag., selaku Wakil Dekan III.
3. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis, S. Ag., M.I.Kom selaku Sekretaris prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom., MA selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar dan tulus dalam memberi arahan, kritikan, pengetahuan, serta waktu dan tenaga kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Ibu Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M.Si. selaku Pembimbing Akademik (PA) yang membimbing penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Ilmu Komunikasi yang sudah memberikan sumbangsih keilmuannya selama penulis menempuh Pendidikan di jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim .
7. Pureageneration (Public Relations A) Ilmu Komunikasi Angkatan 21, terima kasih telah menjadi teman sekelas yang tidak pelit berbagi ilmu, dan selalu mensupport penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
8. Mahasiswa Ilmu Komunikasi, atas dukungan dan informasi yang diberikan sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
9. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Mardi Lubis, yang selalu memberikan dukungan sejak awal kuliah hingga saat ini, yang telah berjuang bersama, dan penulis tidak bisa mengungkapkan dengan kata-kata betapa besar rasa terima kasih penulis atas segala kebaikan yang telah diberikan. Selalu siap membantu tanpa pamrih. Semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan sangat berarti bagi penulis.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Adek sepupu Muhammad Aldy syatria, terimakasih udah membantu kakak selama kuliah sampai hingga saat ini.
11. Sahabat seperjuangan penulis, Firda Yanti, Nursani, Sephia Lana Anita, Rosi Vebriana, Esa Nanda Winayu terima kasih untuk setiap waktu yang dihabiskan bersama, mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat disaat sulit, serta tetap percaya bahwa penulis mampu melewati tantangan.
12. Terakhir, terimakasih untuk Risky Noviana. Last but no last, ya! Diri penulis sendiri, apresiasi yang sebesar-besarnya karna telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan yang telah di mulai. Terimakasih telah bertahan dari banyaknya tekanan, terus berusaha, pantang menyerah bagaimana pun sulitnya proses skripsi ini dan menikmati setiap proses yang bisa dibilang tidak mudah. Ini merupakan pencapaian yang patut di banggakan untuk diri sendiri.

Pekanbaru, 4 Maret 2025  
Penulis

**Risky Noviana**  
**Nim. 12140324331**

UIN SUSKA RIAU



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR ISI**

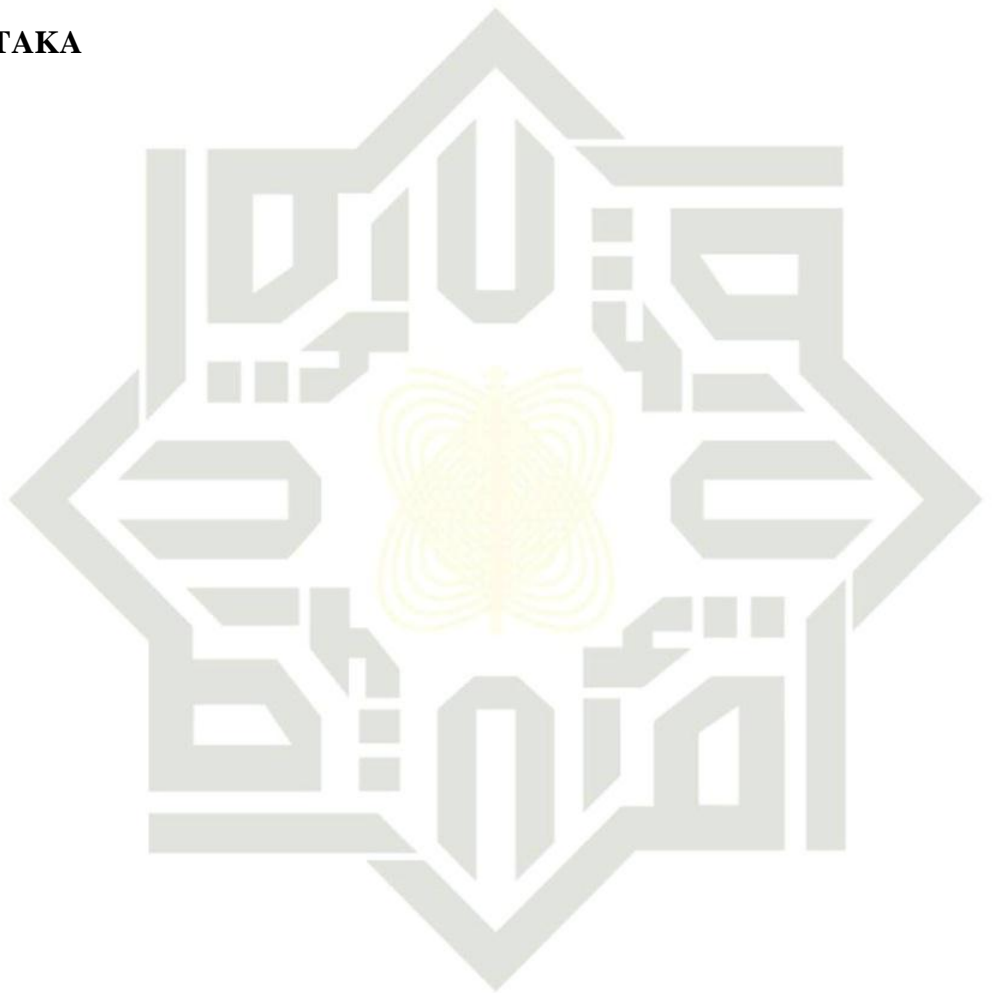
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Penegasan Istilah .....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Kegunaan Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Kajian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori .....	11
2.2.1 Teori New Media .....	11
2.2.2 Eksistensi Diri .....	12
2.2.3 Uses and Gratifications dan Media Baru .....	17
2.2.4 Pemanfaataa Media Baru .....	19
2.3. Krangka Pikir .....	20
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Jenis Pendekatan Penelitian .....	21
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	21
3.3 Sumber Data .....	21
3.4 Informan Penelitian .....	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.6 Validitas Data .....	23
3.7 Teknik Analisis Data .....	24
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>25</b>
4.1 Profil Prodi Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau .....	25
4.2 Penggunaan Media Sosial TikTok Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau .....	26
4.3 Gambaran Umum Aplikasi TikTok Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau .....	27



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
5.1 Hasil Penelitian .....	33
5.2 Pembahasan.....	54
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
6.1 Kesimpulan .....	70
6.2 Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



UIN SUSKA RIAU



# Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

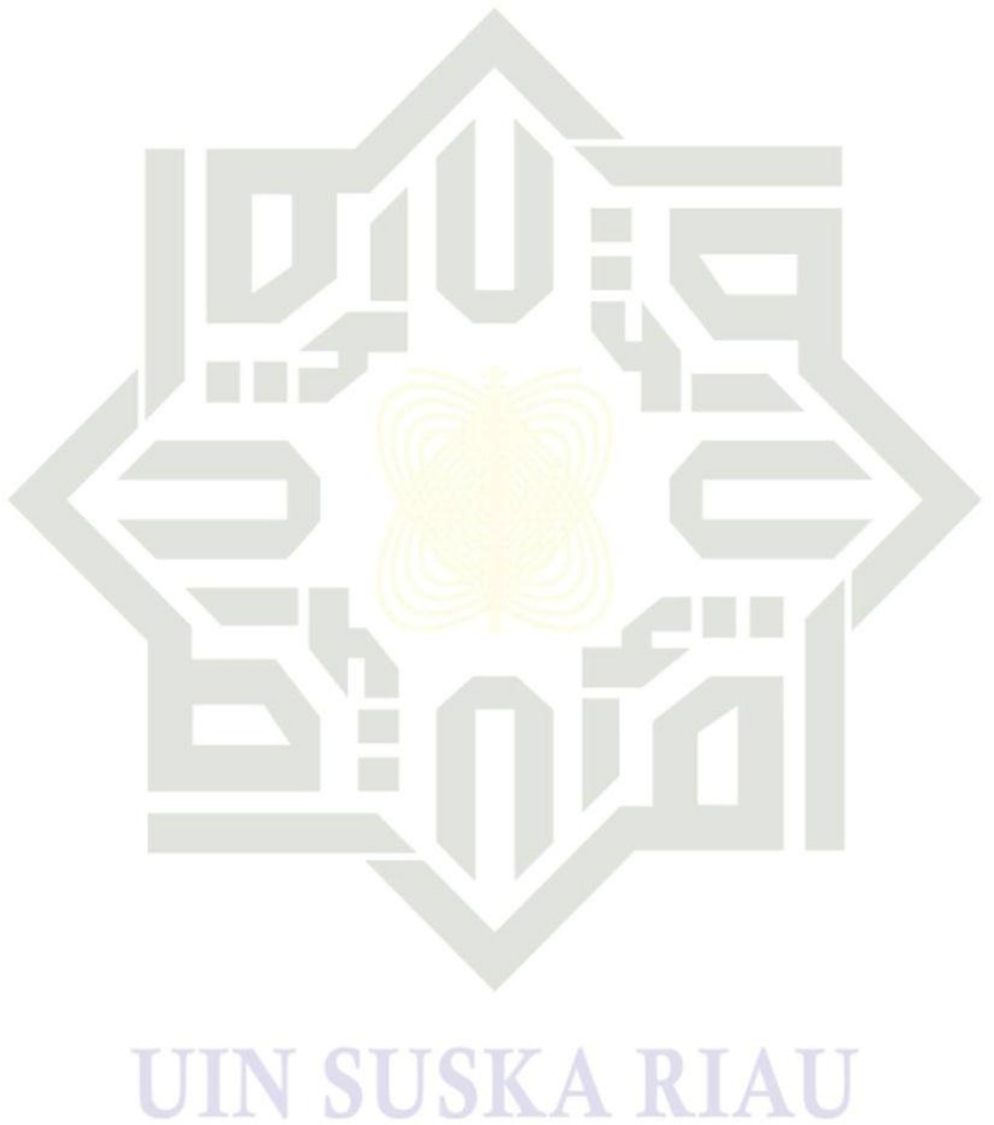
Gambar 1.1	Data penetrasi pengguna media TikTok di Indonesia.....	2
Gambar 1.2.	Tampilan Akun TikTok @pandaus latte.....	3
Gambar 1.3.	Tampilan Akun TikTok @hallohalu33_.....	4
Gambar 4.1.	Logo TikTok .....	28
Gambar 4.2.	Profil Aldy Fauzan .....	29
Gambar 4.3.	Profil Tari Tasya .....	29
Gambar 4.4.	Profil Muhammad Fikry.....	30
Gambar 4.5.	Profil Barokah Rahmadhani.....	30
Gambar 4.6.	Profil Rachel Syadina Putri.....	31
Gambar 4.7.	Profil Navannesa Zhaviraira .....	31
Gambar 4.8.	Profil Ridho Marbun .....	32
Gambar 5.1.	Konten yang FYP pengguna Aldy Fauzan.....	34
Gambar 5.2.	Gambar yang FYP Tari Tasya.....	35
Gambar 5.3.	Promosi Media TikTok.....	36
Gambar 5.4.	Konten yang FYP Muhammad Fikry .....	38
Gambar 5.5.	Fitur TikTok.....	42
Gambar 5.6.	Fitur TikTok.....	43
Gambar 5.7.	Konten yang FYP Rachel Syadina Putri .....	44
Gambar 5.8.	Konten yang FYP Ridho Marbun .....	48
Gambar 5.9.	Konten Kreatif Aldy Fauzan .....	49
Gambar 5.10.	Koten Kreatif Tari Tasya .....	50
Gambar 5.11.	Konten Kreatif Rachel Syadina Putri.....	51
Gambar 5.12.	Promosi TikTok Tari Tasya .....	53
Gambar 5.13.	Promosi TikTok Rachel Syadina Putri .....	54

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1. Kebutuhan yang dipuaskan Oleh Media .....	16
Tabel 3.1 Daftar Informan.....	22



# BAB I

## PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Media sosial merupakan salah satu wadah atau tempat dimana penggunaanya dapat berinteraksi dengan pengguna lain dan dapat menampilkan eksistensi diri mereka (Afrizal, 2018). Media sosial sering digunakan sebagai alat komunikasi yang memungkinkan seseorang untuk mempresentasikan diri dihadapan orang lain dengan membagikan berbagai aktivitas dan informasi pribadi. Hal ini memungkinkan individu untuk menampilkan diri kepada publik dan membangun citra diri melalui unggahan foto dan video. Kehadiran media sosial dapat memperkuat ketidakselarasan antara apa yang ditampilkan dimedia sosial dengan realitas diri yang sebenarnya (Afrinida & Hayatullah, 2022). Saat ini media sosial semakin banyak jenisnya. Hampir semua orang memiliki akun di media sosial, melalui aplikasi berjejaring tersebut, pengguna dapat mengakses berbagai informasi, berkomunikasi, dan mengekspresikan kreativitas mereka (Annisa et al., 2021).

Salah satu platform media sosial yang populer dan sering digunakan untuk melakukan streaming langsung dan menonton video pendek adalah media TikTok yang didirikan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok yakni ByteDance. ByteDance merilis aplikasi ini dengan nama Douyin di Tiongkok pada September 2016. Kemudian pada Agustus 2018, aplikasi ini diluncurkan secara global dengan nama TikTok diluar Tiongkok. Jenis video di TikTok biasanya mencakup trending, musik, pendidikan, dan banyak lagi. TikTok tersedia di 150 negara dan telah diunduh 1.054,44 miliar kali per April 2023, sebanyak 38,5% remaja menggunakan aplikasi tersebut pengguna berusia antara 18 dan 24 tahun. (dataindonesia.id) (Perdi et al., 2024b).

Menurut data indonesia.id pengguna TikTok di indonesia diperkirakan mencapai 109,9 juta pada tahun 2023. Hal ini menempatkan indonesia pada peringkat kedua dengan jumlah pengguna terbanyak di dunia jumlah tersebut melebihi aplikasi instagram dengan 89,15 juta pengguna (katadata.co.id). ). hal ini menunjukkan bahwa media digital tiktok merupakan media yang ideal untuk pemasaran digital (Saniyatul et al., 2023). Selain memiliki tingkat pertumbuhan pengguna tertinggi, TikTok saat ini juga dijadikan sebagai media sosial populer untuk menunjukkan kehadirannya di kalangan remaja, Khususnya dikalangan mahasiswa (Anna et al., 2023). banyak sekali mahasiswa yang memanfaatkan media TikTok sebagai media informasi bahkan sebagai sumber eksistensi diri (Annisa et al., 2021).



**Gambar 1.1. Data penetrasi pengguna media TikTok di Indonesia**

Sumber : Katadata.co.id

Melalui TikTok pengguna dapat menunjukkan eksistensi diri yang dengan rasa bangga untuk ditunjukkan kepada orang lain. Karena di TikTok dapat melakukan berbagai macam cara untuk memperlihatkan potensi atau kelebihan mereka melalui video berdurasi 15 detik sehingga pengguna lebih ekspresif untuk “show off”. Selain itu, dilengkapi pulak dengan berbagai fitur dan juga *effect* yang sudah tersedia di TikTok untuk menunjang konten video tersebut (Yohana & Tony, 2020). Dengan adanya keberadaan media sosial TikTok memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam membangun komunikasi dan mengungkapkan citra diri mereka melalui konten video yang mereka buat, mahasiswa banyak tertarik dengan media sosial TikTok karena hal ini, membantu mereka mewujudkan eksistensi diri mereka melalui konten video yang mereka bagikan (Nisha & Oji, 2022). Dengan tujuan untuk mengambil perhatian pengguna dengan memberikan like, komentar, melalui unggahan video atau konten pengguna TikTok. Sebagai contoh, ada beberapa akun mahasiswa ilmu komunikasi dibawah ini menunjukkan eksistensi diri untuk menampilkan diri pada pengikutnya.

Berdasarkan dari akun @pandanus latte yang pemilik akunnya bernama Aldy Fauzan Angkatan 21 yang merupakan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau dalam akunnya ada konten yang menceritakan kehidupan sehari-hari sebagai pengguna TikTok yang memiliki bakat dan kreativitas dirinya dengan membuat konten tentang mahasiswa, outfit remaja, pembuatan kopi, politik dan konten-konten lainnya yang sedang trend saat ini. Misalnya seperti aktivitas ditempat kerja ataupun dikampus. Dengan kata lain, Aldy Fauzan memanfaatkan TikTok untuk tetap mengikuti trend agar memperoleh informasi dengan cara yang lebih cepat dan efisien yang mendukung eksistensi mereka sebagai mahasiswa yang aktif di platfrom digital. Akun @perdaus latte menunjukkan bahwa pengguna adalah pribadi yang memiliki ciri ekstitensi diri seperti percaya diri memiliki daya tarik, serta memiliki keunikan dalam dirinya. Sehingga sampai saat ini pendanus latte memiliki pengikut sebesar 1.585 tidak hanya itu jumlah

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

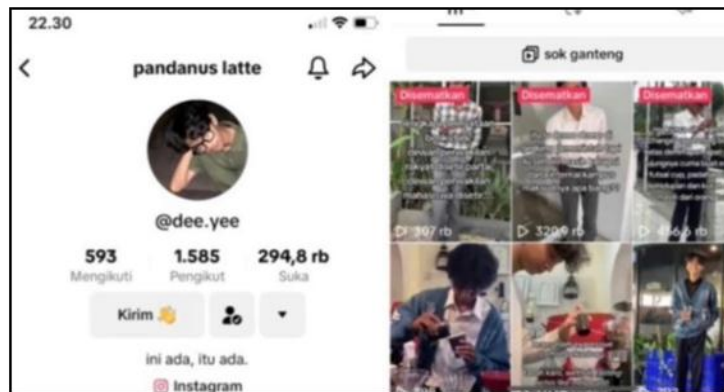
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

like yang dikumpulkan mencapai 294,8 ribu menunjukkan tingkat keterlibatan yang cukup tinggi, meskipun jumlah pengikutnya masih relatif rendah, jumlah like yang sangat tinggi menunjukkan bahwa pengguna ini memiliki potensi besar untuk menjadi influencer yang lebih besar dimasa depan jika @perdaus latte terus menghasilkan konten yang menarik.



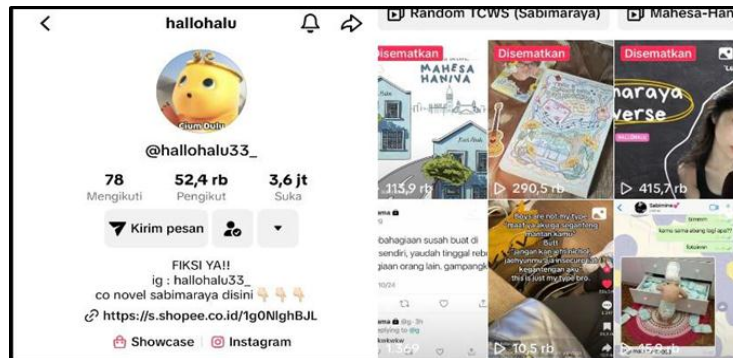
**Gambar 1.2. Tampilan Akun TikTok @pandanus latte**

Sumber : Aplikasi Tiktok Akun @pandanus latte

Adapun berdasarkan akun @hallohalu yang pemilik akunnya bernama Tari Tasya angkatan 21 yang merupakan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau eksistensi diri yang dapat dilihat dari akun tersebut adalah konten yang menampilkan berbagai bakat, termasuk menulis novel yang berfokus pada literasi khususnya dalam penulisan novel semakin banyak bermunculan di TikTok. Dengan pendekatan yang kreatif dan interatif, akun @hallohalu33\_ mampu menarik perhatian pengguna melalui unggahan atau konten video singkat yang memadukan narasi cerita dengan elemen visual dengan menarik. Eksistensi dari akun ini tidak hanya mempopulerkan karya sastra dalam bentuk digital, tetapi juga menciptakan komunitas pembaca dan penulis yang saling berinteraksi dan mendukung, sehingga @hallohalu memiliki pengikut sebesar 52,4 ribu tidak hanya itu jumlah like yang dikumpulkan oleh @hallohau33\_ sudah mencapai 3,6 juta dengan ini akun hallohalu33\_ menunjukkan tingkat keterlibatan yang cukup tinggi, dengan jumlah *followers* dan like yang tinggi menunjukkan bahwa pengguna akun @hallohalu33\_ memiliki potensi yang sangat tinggi menunjukkan bahwa akun ini memiliki potensi besar untuk menjadi influencer yang lebih besar dimasa yang akan datang.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 1.3. Tampilan Akun Tiktok @hallohalu33\_**

Sumber : Aplikasi Tiktok Akun @hallohalu33\_

Penampilan ini dibentuk untuk mendapatkan pangkuan orang lain terhadap diri seseorang dalam suatu lingkungan sosial. Dan terkadang ekspektasi seseorang berlawanan dengan kehendak pribadi. Setiap orang memiliki eksistensi diri berbeda. Sebab, eksistensi merupakan milik pribadi, dan keberadaan tidak dapat digantikan oleh siapapun. Mengingat tidak ada dua orang di dunia ini yang sama, setiap orang mengalami dan merasakan hal yang berbeda. Hal ini didukung oleh pendapat Sartre, yaitu “manusia itu sama sekali berbeda”, dan keberadaan merupakan dasar dari *eksistensialisme* yang dikemukakan oleh Soren Kierkegaard menekankan bahwa yang penting dalam kehidupan manusia adalah keberadaannya (Krisna et al., 2021).

Hal yang sama dalam penelitian terdahulu yang membahas pemanfaatan media TikTok dalam meningkatkan eksistensi diri yang dilakukan mahasiswa ilmu komunikasi dari akun pengguna dengan mengunggah konten yang menarik. Berdasarkan penelitian Shariniyati Putri Sultan Abdul Rahman yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa penggunaan TikTok sebagai media sosial dalam menunjukkan eksistensi diri dengan subjek mahasiswa ilmu komunikasi (Study Fenomenologi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Undana) menemukan bahwa setiap mahasiswa Ilmu Komunikasi memiliki penggunaan media sosial yang berbeda-beda dalam menggunakan TikTok. yang pertama, penggunaan TikTok sebagai media sosial untuk menunjukkan eksistensi diri, dilakukan dengan cara mengunggah konten atau video di TikTok. Mahasiswa berupaya menunjukkan bakat mereka dan memperkenalkan diri dengan keunikan yang dimiliki. Disisi lain ada pula yang hanya menjadikan tiktok sebagai media hiburan dan sumber informasi tanpa mengunggah konten. Kedua motif yang melatarbelakangi dalam penggunaan TikTok adalah sebagai media informasi dan media hiburan. Mahasiswa Ilmu Komunikasi menggunakan tiktok untuk mencari informasi dan menambah pengetahuan baru, dengan tujuan untuk mendapatkan banyak pengikut (Shariniyati, 2022). Hal tersebut juga diperkuat dalam penelitian Kadek



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Yudi Menemukan bahwa para mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta mengalami proses kreatif yang terbagi menjadi tiga aspek. Pertama, dalam tahap menemukan gagasan ide, mahasiswa mencari inspirasi melalui aktivitas seperti menjelajahi TikTok, menemukan konten yang sedang viral, dan meresapi keresahan pribadi. Aspek kedua melibatkan pemecahan masalah, dimulai dari pengamatan terhadap permasalahan, evaluasi hasil untuk memastikan penyelesaian permasalahan dalam pembuatan konten. Sedangkan aspek ketiga adalah originalitas atau keunikan, yang mencakup ciri khas konten yang dimiliki oleh mahasiswa konten dengan nuansa sedih dan variasi lainnya. Keseluruhan proses kreatif ini mendukung eksistensi diri mahasiswa dalam upaya untuk mendapatkan apresiasi berupa like dan pengikut di aplikasi TikTok (Kadek & Herning, 2022).

Tidak hanya itu, Jurusan Ilmu Komunikasi juga termasuk dalam 5 jurusan paling favorit di Indonesia (Fahri, 2021). Selain itu, mahasiswa Ilmu Komunikasi di Indonesia juga aktif atau pasif menggunakan aplikasi TikTok (Fathu & Robi'ah, 2022). Sedangkan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, jurusan Ilmu Komunikasi memiliki kekhasan tersendiri yaitu, berpengetahuan luas dan mutakhir di bidangnya serta mampu melaksanakan tugas komunikasi yang terintegrasi dengan ajaran dan etika keislaman, keilmuan, dan keahlian, menghasilkan lulusan yang berkepribadian baik, Program Studi S1 Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau mengembangkan tiga peminatan yaitu public relations, broadcasting, dan jurnalistik, dengan lulusan yang diproyeksikan mampu menjadi saintis komunikasi, profesional komunikasi, pengembang media komunikasi, dan pengembang konten komunikasi (Prodi, 2024). Dalam pembagian priode perkembangan manusia oleh erik eriskon, bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi berada pada tahap *intimacy* dan *isolation*. Pada tahap ini, jika seseorang menunjukkan perilaku positif terhadap diri sendiri dan lingkungan sekitarnya, ia akan mampu menjalin hubungan intim dengan orang lain. Sebaliknya, jika perilakunya negatif, ia cenderung menarik diri dan mengisolasi diri dari lingkungannya (Mala, 2017).

Tanpa di sadari, mahasiswa sebenarnya telah melakukan eksistensi diri pada media TikTok. Setiap kali mahasiswa mengunggah video, berpartisipasi dalam tantangan, atau berintraksi dengan pengguna lain, kita secara aktif menunjukkan identitas dan kepribadian kita kepada dunia. Aktivitas-aktivitas ini bukan hanya sekedar hiburan, tetapi juga cara kita mengekspresikan diri, pandangan, dan kreativitas pengguna. Eksistensi diri di TikTok terjadi melalui bentuk konten kreatif yang kita buat. Komentar, like, dan *followers* yang kita dapatkan juga memperkuat eksistensi di platform ini, memberikan kita rasa penguatan dan validasi dari komunitas yang lebih luas. Dengan terus berpartisipasi dan berinteraksi, secara tidak langsung pengguna membangun citra diri yang

konsisten dan otentik di mata pengikut pengguna. Dengan demikian, pengguna TikTok telah menjadi cara yang signifikan bagi banyak orang untuk mengekspresikan dan mengukuhkan eksistensi diri mereka di era digital ini. Eksistensi Diri juga bisa dilakukan karena adanya dorongan individu dan adanya tuntutan karena makhluk sosial. Jika orang itu menganggap seseorang eksis, maka keberadaan tersebut diakui dan diperhitungkan oleh orang lain. Karena, eksistensi sering dijadikan tolak ukur untuk membuktikan diri bahwa aktivitas yang dilakukan bermanfaat dan mendapat apresiasi positif dari orang lain. Hal ini juga dirasakan oleh pengguna TikTok, dimana mereka membentuk konsep diri sesuai keinginan mereka untuk menunjukkan eksistensi diri kepada orang lain (Yeni & Simta, 2022).

Berdasarkan latar belakang dan pemamparan diatas serta fenomena-fenomena yang terjadi maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul ***“Pemanfaatan Media TikTok Dalam Menunjukan Eksistensi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau”***.

## 1.2. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami judul “Pemanfaatan Media TikTok Dalam Menunjukan Eksistensi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau. Maka penulis merasa perlu memberikan pembahasan istilah yang berpendapat dalam judul ini.

### 1.2.1. Pemanfaatan

Menurut kamus besar Indonesia Pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang artinya guna, faedah, kemudian mendapatkan imbuhan yang berarti proses, cara, perbuatan, pemanfaatan. Dengan demikian pemanfaatan dapat diartikan suatu cara atau proses dalam memanfaatkan suatu benda atau objek. Pengertian pemanfaatan turunan dari kata “manfaat” yaitu pemakaian hal-hal yang berguna baik digunakan secara langsung maupun tidak langsung agar dapat bermanfaat (Arjuna, 2021).

### 1.2.2. Eksistensi Diri

Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan oleh beberapa ilmuwan maka eksistensi yang dimaksud dalam pembahasan ini adalah mengacu pada teori eksistensi menurut Chaplin bahwa eksistensi adalah cara manusia berada dan keberadaan. Thompson & Rodgers menjelaskan eksistensi merupakan kemungkinan yang apabila direalisasikan dapat mengarahkan individu pada keberadaan autentik, yaitu manusia menjadi diri sendiri. Dan Smith menjelaskan bahwa individu yang memiliki eksistensi diri yaitu memiliki kesadaran diri, kepercayaan diri, harga diri, kesadaran akan peran, daya tarik pribadi dan kesadaran akan keunikan diri (Sitti Rosmalah, 2022).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dirumuskan permasalahan adalah bagaimana pemanfaatan media TikTok dalam menunjukan eksistensi diri mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau ?

### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan atas, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengguna media sosial oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau dalam menunjukan eksistensi dirinya.

### 1.5. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini yaitu :

1. Memberikan wawasan dan pemahaman tentang pemanfaatan media sosial mahasiswa dalam pengembangan eksistensi diri.
2. Dapat dijadikan sebagai rujukan atau referensi selanjutnya yang meneliti tentang pemanfaatan media sosial dalam menunjukan eksistensi diri.

### 1.6. Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri dari 6 bab. Bab pertama adalah bab 1 berisi latar belakang masalah, penegasan istilah , rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan. Kemudian pada bab 2 berisi kajian terdahulu, landasan teori, konsep operasional dan kerangka pemikiran. Selanjutnya pada bab 3 berisi desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber datapenelitian, teknik pengumpulan data, validasi data dan teknik analisis data. Adapun pada bab 4 berisi gambaran umum penelitian, bab 5 berisi hasil dan pembahasan penelitian, dan bab 6 berisi kesimpulan penelitian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Kajian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji tentang eksistensi diri. *Pertama* penelitian yang dilaksanakan oleh Muhammad Syahrul Efendi pada tahun 2024 berjudul Media Sosial Dalam Membangun Eksistensi Diri Remaja, hasil penelitiannya menyatakan bahwa instagram merupakan platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi, berinteraksi, dan menampilkan diri mereka melalui foto dan video. Hal ini menjadi daya tarik bagi remaja untuk mengekspresikan diri dan menunjukkan eksistensi mereka pada publik, yang merupakan bagian alami dari fase pencarian jadi diri diusia mereka. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengguna instagram membantu membangun eksistensi diri remaja. Dengan mengacu pada lima kebutuhan dasar pengguna media dari teori Uses and Gratifications, yaitu kebutuhan kognitif, afektif, integrative pribadi, integrative sosial, dan pelarian. (S. E. Muhammad, 2024)

*Kedua*, penelitian Nisha Rahmawati & Oji Kurniadi pada tahun 2022 berjudul Hubungan antara Menggunakan TikTok dengan Perilaku Eksistensi Diri. Hasil penelitian ini menemukan bahwa TikTok memungkinkan pengguna membuat video music berdurasi 30 detik hingga 30 menit, lengkap dengan berbagai fitur seperti efek video, pengeditan, dan filter stiker. Kehadiran TikTok sebagai media sosial baru dikalangan mahasiswa memungkinkan pengguna untuk lebih mudah menampilkan kegiatan sehari-hari mereka dan mendapatkan perhatian dari pengguna lain, sehingga meningkatkan eksistensi diri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai tinggi penggunaan TikTok terkait dengan eksistensi diri mereka. Yang menunjukan adanya hubungan antara penggunaan TikTok dengan eksistensi diri mahasiswa Fikom Unisba (Nisha & Oji, 2022).

*Ketiga* penelitian Apria Try Lestari 2023 berjudul Penggunaan Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Pada Konten Kreator Irfan Ghafur. Hasil penelitian mengatakan bahwa untuk menganalisis penggunaan Instagram oleh konten Kreator Irfan Ghafur sebagai bentuk eksistensi diri, Penelitian ini menunjukan bahwa Irfan Ghafur menerapkan sembilan indikator ciri individu yang memiliki eksistensi diri seperti kesadaran diri, percaya diri, harga diri, kesadaran akan peran, kesadaran akan kekuatan misi pribadi, daya tarik pribadi, kesadaran akan kemampuan diri, konsistensi terhadap kehidupan, ketenangan dan kedamaian. Instagram digunakan untuk berbagi foto dan video guna mempertahankan eksistensinya, dengan harapan mendapatkan umpan balik yang sesuai. Penelitian ini menyoroti pentingnya pemanfaatan media sosial dalam mempertahankan eksistensi diri di era digital (Try & Ainun, 2023).



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Keempat* penelitian Melisa Putri Iswarani pada tahun 2022 berjudul *Penggunaan Aplikasi TikTok sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Remaja*. Hasil penelitian menyatakan bahwa untuk mengetahui bagaimana pengelolaan kesan yang di atur oleh siswa. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori *Dramaturgi* oleh Erving Goffman, yang mana ia menjelaskan bahwa manusia melakukan sandiwara. Dalam teori *Dramaturgi* ini terbagi pada dua bagian yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Adanya TikTok menjadi wadah bagi siswa untuk eksis di dunia maya. Siswa memilih peran yang akan ditampilkan di media sosial TikTok. Penelitian ini mendapatkan 3 kelompok pencitraan yang hendak dibangun siswa yaitu : editor video, seleb TikTok, dan motivator. Dari tiga perilaku tersebut peneliti menemukan adanya panggung depan dan panggung belakang yang dikelola oleh siswa. Panggung depannya ialah video yang diunggahnya di TikTok. Sedangkan panggung belakang ialah siswa di dunia nyata yang berada di lingkungan sosial sekolah, dan usaha pengelolaan kesan yang dilakukan oleh siswa (Iswarani & Gautama, 2022).

*Kelima* penelitian Krisma Dwi Kartika pada tahun 2021 berjudul *Studi Kasus Eksistensi Diri Peserta Didik Kelas XII SMA Negeri 4 Surakarta Dalam Penggunaan Media Sosial Instagram*. Mengatakan bahwa setiap individu memiliki eksistensi diri yang unik karena eksistensi merupakan milik pribadi yang tidak bias digantikan oleh siapapun. Pendapat ini didukung oleh Sartre yang menyatakan bahwa “manusia sepenuhnya berbeda. Eksistensi diri di dunia maya sering diwujudkan melalui media sosial seperti Instagram, yang merupakan platform media sosial paling populer. Ada tiga peserta didik yang dipilih melalui teknik *judgmental sampling* berdasarkan kriteria tertentu. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Mereka menunjukkan eksistensi diri dengan mengunggah foto atau video seperti *lipsync make up*, tutorial make up, foto outfit, cover lagu, beropini tentang tema tertentu, dan melakukan aktivitas seperti mencari informasi terkini, keagamaan, kuliner, dan make up, ketiganya merasakan manfaat setelah mengekspresikan eksistensi diri mereka di instagram (Krisna et al., 2021).

*Keenam* penelitian Felly Aulia Girnanfa pada tahun 2022 berjudul *Studi Dramaturgi Pengelolaan Kesan Melalui Twitter Sebagai Sarana Eksistensi Diri Mahasiswa di Jakarta*. Mengatakan bahwa Twitter adalah sebuah media sosial yang kini digunakan oleh masyarakat Indonesia, khususnya mahasiswa, sebagai sarana menunjukkan eksistensi diri. Ada berbagai cara yang bisa dilakukan seseorang untuk meningkatkan eksistensi dirinya di Twitter, misalnya dengan menampilkan profil dan gaya bicara tertentu untuk memberikan kesan yang diinginkan kepada pengikutnya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa mengelola kesan mereka melalui Twitter sebagai alat untuk



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menunjukkan eksistensi diri . Hasil penelitian ini menunjukan bahwa dipangggung depan mereka menampilkan identitas asli mereka sebagai mahasiswa yang bersosialisasi sesuai dengan lingkungan kampus, sementara dipangggung belakang, penampilan profil di twitter menunjukan berbagai kesan dan hal-hal yang biasanya disembunyikan (Felly & Anindita, 2022).

*Ketujuh*, penelitian Perdi Gunawan tahun 2024 berjudul Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Eksistensi Diri Mahasiswa Universitas Mataram, hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat alasan dan tujuan dalam penggunaan aplikasi TikTok sesuai dengan dari hasil penelitian yaitu mengikuti trend, mengisi waktu luang atau hiburan, konten kreator,online shop. Sehingga, penggunaan aplikasi TikTok sebagai eksistensi diri mahasiswa universitas mataram dapat dikategorikan menjadi dua yaitu pengguna aktif dan pengguna pasif. Sedangkan dampak penggunaan aplikasi TikTok bagi mahasiswa universitas mataram yaitu kecanduan, memperoleh pengetahuan dan pengalaman baru, meningkatkan kepercayaan diri, dan menghasilkan uang (Perdi et al., 2024b).

*Kedelapan*, Penelitian Nina Suliyana pada tahun 2024 berjudul Analisis Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Eksistensi Diri, Mengatakan hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana siswa menggunakan TikTok dan bagaimana hal tersebut berkaitan dengan eksistensi diri mereka. Konten yang sering di akses pada TikTok cenderung pada konten teman , atau akun *for your page* (FYP), hiburan, pengetahuan, dan keterampilan, dengan frekuensi lebih dari sekali kunjungan per hari. Konten yang sering dikunjungi biasanya menampilkan caption yang terdiri dari kalimat singkat atau deskripsi konten, mengundang rasa penasaran, memberikan ajakan, memotivasi, dan mengandung pengetahuan dasar. Pengguna tiktok penciptakan tiga bentuk eksistensi diri bagi siswa SMA Negeri 1 Silat Ngurai yaitu : potensi diri, pengembangan diri, dan pengembangan keterampilan baru. Adapun bentuk potensi diri yang meliputi kepercayaan diri dan pengenalan diri. Sedangkan eksistensi pengembangan diri terdiri dua aspek, pertama kesadaran akan peran diri kedua kesadaran akan keunikan diri. Dan pengembangan keterampilan baru diwujudkan dalam bentuk utama berupa pangsuan orang lain (Nina et al., 2024) .

*Kesembilan*, penelitian Shariniyati Putri Sultan Abdul Rahman pada tahun 2022 berjudul Penggunaan TikTok Sebagai Media Sosial Dalam Menunjukkan Eksistensi Diri. yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa penggunaan tiktok sebagai media sosial dalam menunjukan eksistensi diri dengan subjek mahasiswa ilmu komunikasi (Study Fenomenologi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unggana) menemukan bahwa setiap mahasiswa memiliki penggunaan media sosial yang berbeda-beda dalam menggunakan TikTok, yang pertama, penggunaan TikTok sebagai media sosial untuk menunjukan eksistensi diri, dilakukan dengan cara mengunggah konten atau video di TikTok. Mahasiswa berupaya menunjukan



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

bakat mereka dan memperkenalkan diri dengan keunikan yang dimiliki. Disisi lain ada pula yang hanya menjadikan TikTok sebagai media hiburan dan sumber informasi tanpa mengunggah konten. Kedua motif yang melatarbelakangi dalam penggunaan TikTok adalah sebagai media informasi dan media hiburan. Mahasiswa menggunakan TikTok untuk mencari informasi dan menambah pengetahuan baru, dengan tujuan untuk mendapatkan banyak pengikut (Shariniyati, 2022).

Terakhir, penelitian Kadek Yudi pada tahun 2022 berjudul *Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta Dalam Penggunaan Aplikasi TikTok Untuk Eksistensi Diri*. Menemukan bahwa para mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta mengalami proses kreatif yang terbagi menjadi tiga aspek. Pertama, dalam tahap menemukan gagasan ide, mahasiswa mencari inspirasi melalui aktivitas seperti menjelajahi TikTok, menemukan konten yang sedang viral, dan meresapi keresahan pribadi. Aspek kedua melibatkan pemecahan masalah, dimulai dari pengamatan terhadap permasalahan, evaluasi hasil untuk memastikan penyelesaian permasalahan dalam pembuatan konten. Sedangkan aspek ketiga adalah originalitas atau keunikan, yang mencakup ciri khas konten yang dimiliki oleh mahasiswa konten dengan nuansa sedih dan variasi lainnya. Keseluruhan proses kreatif ini mendukung eksistensi diri mahasiswa dalam upaya untuk mendapatkan apresiasi berupa like dan pengikut di aplikasi TikTok (Kadek & Herning, 2022).

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu keduanya menggunakan metode penelitian kualitatif. Tetapi memiliki perbedaan dalam memilih informan, Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling sesuai berdasarkan kriteria dan bersedia untuk diwawancara. Kriteria informan yakni pengguna aktif aplikasi TikTok, memiliki konten lebih dari 5 yang dipost di akun TikTok, mengikuti trend-trend yang ada di media sosial TikTok, memiliki followers dan like lebih dari seribu. dengan adanya like dan followers yang Tinggi nyata adanya menyukai keberadaan kita, dan dapat membantu kita dalam meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan yang senang.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1. Teori New Media

Teori New Media adalah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Teori ini berfokus pada bagaimana teknologi digital dan internet mengubah cara komunikasi dan interaksi sosial. Dalam bukunya yang terkenal *“Cyberculture”*, Pierre levy menjelaskan bahwa media baru menciptakan lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis. Ini memungkinkan individu untuk tidak hanya mengakses informasi tetapi juga untuk berpartisipasi aktif dalam

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penciptaan dan distribusi konten. Terdapat dua pandangan dalam teori media baru yaitu Interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka, Pierre Levy berpendapat *Word Wide Web* (WWW) yang dianggap sebagai ruang dimana individu dapat bertemu dan berbagi pengetahuan, menciptakan komunitas baru dan memperluas jaringan sosial mereka, serta Integrasi sosial, yang dimana media tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai serana untuk membangun identitas kolektif dan rasa kepemilikan di dalam masyarakat (Pierre Levy, 2001).

*New media* merupakan media berbasis teknologi yang beroperasi secara daring, memiliki sifat fleksibel dan interaktif, serta dapat digunakan untuk keperluan publik maupun privat melalui internet. Media online (*New media*) diartikan sebagai serana komunikasi untuk berbagai informasi, berinteraksi, menyampaikan pendapat, dan memperoleh berita terkini dengan cepat dan efisien. Informasi yang disampaikan melalui media baru dapat langsung di akses oleh masyarakat luas. Media baru memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai jenis konten *multimedia* secara *fleksibel*, kapan saja dan dimana saja, melalui berbagai perangkat elektronik. Lingkungan media baru memiliki karakteristik yang interaktif dan bebas. Interaktif ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan konten multimedia yang mereka nikmati, sekaligus memberikan peluang bagi mereka untuk menciptakan dan berbagi konten sendiri diplatform media (Annisa et al., 2021).

Penggunaan *new media* menjadi teknologi yang banyak digunakan. berbagai macam platform yang ada di new media yang dikenal dengan istilah sosial media yang digunakan oleh banyak orang, yaitu Instagram, Fecebook, Whatsaap, dan youtube namun saat ini salah satu aplikasi dengan peringkat tertinggi dalam kategori aplikasi *PlayStore* adalah media TikTok diposisi ketiga. Di media TikTok, semua pengguna memiliki peluang untuk videonya dilihat oleh banyak orang, sehingga sangat cocok untuk pemula asalkan kreatif dalam membuat konten. Oleh karena itu, TikTok lebih sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini karena memberikan kesempatan para pemula untuk videonya diperlihatkan kepada orang banyak asal kreatif dalam membuat konten (Hafidh et al., 2023).

## 2.2.2. Eksistensi Diri

Eksistensi berasal dari bahasa inggris "*exist*" yang artinya ada atau dirasakan. Seperti yang ditunjukkan Abidin Zaenal, eksistensi diri adalah suatu proses yang dinamis suatu menjadi atau mengada (Abidin, 2007). Menurut Smith memaparkan ada beberapa ciri-ciri seseorang yang memiliki eksistensi diri yaitu *Pertama*, kesadaran diri, yaitu kemampuan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan diri sendiri, apa yang mampu dilakukan dan bagaimana cara melakukannya. *Kedua*, percaya diri, merujuk pada bagaimana individu fokus pada



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebutuhan orang lain atau pada kemampuannya untuk bekerja dengan baik dan efektif. *Ketiga*, harga diri, merujuk bagaimana individu fokus pada kemampuannya untuk bekerja dengan baik dan efektif. *Keempat* kesadaran akan peran, adalah pemahaman bahwa peran yang dimiliki seseorang sangat penting dan harus segera diambil tindakan untuk diwujudkan. *Kelima*, kesadaran akan kekuatan misi pribadi, yaitu kemampuan untuk memiliki misi yang jelas mengenai tujuan hidup dan bersemangat serta fokus untuk mencapainya. *Keenam*, daya tarik pribadi, yaitu karakteristik unik yang dimiliki seseorang yang dapat menarik perhatian dan mempengaruhi penilaian orang lain terhadap dirinya. *Ketujuh*, kesadaran akan keunikan diri, berarti tidak membandingkan diri dengan orang lain atau terlalu memikirkan hal-hal yang tidak dimiliki diri sendiri. *Kedelapan*, konsistensi terhadap kehidupan, menunjukkan sikap yang tidak mudah terpengaruh atau tergoda oleh setiap ide, peluang baru atau perubahan situasi yang datang. *Terakhir*, ketenangan dan kedamaian, merujuk pada keadaan mental yang tenang dimana seseorang merasa damai dengan dirinya sendiri dan tidak terganggu oleh kekhawatiran atau tekanan eksternal (Smith, 2003).

Dalam konsep eksistensi, satu-satunya faktor yang membedakan setiap hal yang ada dari tiada ialah fakta. Setiap hal yang ada itu memiliki eksistensi. Kierkegaard menegaskan bahwa eksistensi manusia berarti berani mengambil keputusan untuk menentukan hidup. Maka barang siapa tidak berani mengambil keputusan ia tidak hidup bereksistensi dalam arti yang senyatanya. Bagi remaja eksistensi merupakan hal yang penting di dalam suatu pergaulan sebab eksistensi menunjukkan tanda jika remaja mampu bergaul dan memilih koneksi dengan orang lain (Wijono, 2014).

Menurut Rakhmat, bahwa tujuan utama remaja dalam mencari eksistensi diri di dunia maya yaitu untuk memperoleh umpan balik berupa penerimaan diri serta diakui atau dikenal orang lain (Ria & Khairullah, 2023). Menurut teori Maslow, hal tersebut merupakan kebutuhan eksistensi diri yang merupakan kebutuhan dasar manusia (Maslow, 2021). Hal ini dapat juga dilihat dengan menggunakan salah satu teori dalam konteks komunikasi yaitu teori Uses and Gratifications. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan Teori Uses and Gratifications karena eksistensi diri memiliki kaitan erat dengan teori Uses and Gratifications dalam konteks bagaimana individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, termasuk kebutuhan eksistensial.

Teori Uses and Gratifications menurut pencetus teori ini Katz, Blumler, dan Gurveritch teori ini merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang. Tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Pengguna dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu sebagian besar perilaku pengguna akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan individu (Elvinard et al., 2009).

Orang aktif memilih dan menggunakan media tertentu untuk memuaskan kebutuhan tertentu. Menekankan posisi pengaruh yang terbatas, teori ini melihat media mempunyai pengaruh terbatas karena pengguna mampu memilih dan mengendalikan. Orang memiliki kesadaran diri, dan mereka mampu memahami dan menyatakan alasan mereka menggunakan media. Mereka melihat media sebagai salah satu cara untuk memuaskan kebutuhan yang mereka miliki (Richard & Lynn, 2010).

Teori ini membuktikan bahwa sasaran utamanya bukan pada bagaimana cara media mengubah sikap dan perilaku pengguna dan seberapa besar media bisa mempengaruhi serta mengubah sikap dan tingkah laku pengguna. Sebaliknya, perhatian lebih diarahkan pada bagaimana media dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial pengguna, serta sejauh mana media mampu melakukannya. Dengan demikian, target utamanya adalah pengguna aktif yang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dalam teori ini, pengguna dipandang sebagai individu yang aktif dan memiliki tujuan tertentu. Mereka secara sadar bertanggung jawab dalam memilih media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Dari pendapat Humaizi menunjukkan bahwa seseorang sadar terhadap kebutuhannya serta bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhan itu. Teori ini memusatkan perhatian terhadap pemakaian (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) akan kebutuhan individu (Humaizi et al., 2020).

Teori Uses and Gratifications memberikan sebuah kerangka untuk memahami kapan dan bagaimana konsumen media individu menjadi lebih atau kurang aktif dan konsekuensi dari keterlibatan yang meningkat atau menurun. Banyak asumsi teori Uses and Gratifications secara jelas dinyatakan bahwa terdapat lima asumsi dasar teori ini, yaitu :

#### 1. Khalayak mempunyai peran aktif

Khalayak menggunakan media dengan pendekatan yang berorientasi pada tujuan cukup jelas, dimana mereka memiliki motif dan alasan tertentu dalam memilih serta mengonsumsi konten media yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

#### 2. Kebebasan pengguna dalam memilih media

Khalayak berperan aktif dalam memilih dan memanfaatkan media yang mereka konsumsi, bukan hanya menerima informasi secara pasif, tetapi media harus bersaing dengan bentuk komunikasi lain yang juga dapat memberikan kepuasan, seperti aktivitas liburan, olahraga, menari dan lainnya. hal ini

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
Sate Halimce putra of Sultan Syarif Kasim Riau

menunjukkan bahwa kebutuhan khalayak dapat dipenuhi melalui berbagai alternatif selain media.

#### 3. Media bukan satu-satunya sumber pemuas

Media bukanlah satu-satunya cara untuk kepuasan akan kebutuhan khalayak. Media harus bersaing dengan berbagai sumber lain dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan khalayak, keduanya adalah bagian dari masyarakat luas, dan hubungan antara media dan khalayak dipengaruhi oleh masyarakat, sehingga pengguna memiliki alasan tersendiri untuk memanfaatkan media sosial sebagai salah satu pilihan.

#### 4. Kesadaran dalam pemilihan media

Pemilihan media oleh pengguna dilakukan secara sadar berdasarkan motivasi dan kebutuhan. Asumsi ini menjelaskan tentang masalah metodologis mengenai kemampuan penelitian untuk mengumpulkan informasi yang andal dan akurat dari konsumen media. Untuk berargumen bahwa khalayak cukup sadar diri akan penggunaan media, minat, serta motif mereka sehingga mereka dapat memberikan kepada peneliti sebuah gambaran akurat menyatakan kembali keyakinan akan khalayak yang aktif, hal ini juga mengimplikasikan bahwa orang sadar akan aktivitas ini.

#### 5. Pentingnya nilai kultural

Asumsi kelima juga sedikit berbicara mengenai khalayak. Hal ini menyatakan bahwa peneliti harus mempertahankan penilaiannya mengenai hubungan antara kebutuhan khalayak akan media atau muatan tertentu. Teoritis uses and gratifications berargumen bahwa karena individu khalayak yang memutuskan untuk menggunakan isi tertentu untuk tujuan akhirnya, nilai muatan media dapat dinilai hanya oleh khalayaknya (Richard & Lynn, 2010).

McQuail dan koleganya mengidentifikasi beberapa cara untuk mengklasifikasikan kebutuhan dan kepuasan khalayak. Klasifikasi tersebut mencakup pengalihan (*diversion*), yang bisa didefinisikan sebagai keluar dari rutinitas atau masalah sehari-hari, hubungan personal (*personal relationship*), yang terjadi ketika orang menggunakan media sebagai ganti temannya, identitas personal (*personal identity*), atau cara untuk menekankan nilai-nilai individu, dan pengawasan (*surveillance*), atau informasi mengenai bagaimana media akan membantu individu mencapai sesuatu (Jeremia & Maria, 2021).

kebutuhan yang dipuaskan oleh media menurut Katz, Blumler dan Gurevitch yang dikutip dalam buku Richard & Lynn (2010).

No	Tipe Kebutuhan	Deskripsi
1.	Kognitif	Memperoleh informasi, Pengetahuan, pengetahuan, pemahaman.
2.	Afektif	Pengalaman emosional, menyenangkan, atau estestis.
3.	Integrasi personal	Meningkatkan Kreadibilitas, percaya diri, dan status
4.	Integrasi Sosial	Meningkatkan hubungan dengan keluarga, teman, dan lainnya
5.	Pelepasan Ketegangan	Pelarian dan Pengalihan

Teori ini menunjukkan pada dua kelompok premis yang membuat jelas keyakinan mereka bahwa penggunaan orang terhadap media dan kepuasan yang mereka cari darinya terkait dengan dunia dimana mereka hidup. Katz dan koleganya menulis bahwa “situasi sosial” di mana orang menemukan diri mereka “terlibat” dalam menghasilkan kebutuhan yang berhubungan dengan media dalam lima cara *Pertama*, situasi sosial dapat menghasilkan ketegangan dan konflik, menentukan pada tekanan untuk meredakan hal ini melalui konsumsi media. Maksudnya, kita hidup di dunia dan peristiwa-peristiwa di dalamnya dapat memaksa kita untuk mencari media dan muatan tertentu. *Kedua*, situasi sosial dapat menghasilkan sebuah kesadaran akan masalah, yang meminta perhatian, informasi mengenai apa saja yang bisa didapatkan dalam media. Secara sederhana, dapat dikatakan dunia dimana kita hidup terdiri atas informasi yang membuat kita menyadari segala sesuatu yang menarik perhatian kita, dan kita dapat menemukan mengenai minat kita melalui media. *Ketiga*, situasi sosial dapat meruntuhkan kesempatan hidup yang sesungguhnya untuk memuaskan kebutuhan tertentu dan media dapat menjadi pengganti atau suplemen. Dengan kata lain, terkadang situasi diri anda membuat media menjadi sumber yang paling baik jika bukan yang satu-satunya. *Keempat*, situasi sosial sering kali memunculkan nilai tertentu, dan afirmasi serta penekanan mereka dapat difasilitasi oleh konsumsi materi media yang berkaitan, lagi-lagi anda mahasiswa, anda adalah seseorang berpendidikan, anda menganggap penting pengetahuan dan kesadaran. *Terakhir*, situasi sosial menuntut kefamiliaran dengan media, tuntutan ini harus dipenuhi untuk mempertahankan keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu. Sebagai mahasiswa, anda dilihat sebagai masa depan negara anda (Richard & Lynn, 2010).

Teori Uses and Gratifications dapat memberikan penjelasan mengenai alasan mengapa mahasiswa tertarik bahkan kecanduan menggunakan aplikasi Tik Tok. Selain itu, teori ini juga membantu memahami bagaimana penggunaan



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TikTok dapat mempengaruhi kebiasaan belajar mahasiswa. Analisis dari perpektif teori ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai fenomena yang akan diteliti (Salman & Taufik, 2024). Dalam media baru teori Uses and gratifications menekankan bahwa pengguna adalah aktor yang memiliki kendali lebih besar atas bagaimana, kapan, dan mengapa mereka menggunakan platform media sosial tertentu. Hal ini membantu menjelaskan fenomena seperti kecanduan media sosial, pola konsumsi konten yang beragam, serta bagaimana media baru mempengaruhi perilaku dan kebiasaan sehari-hari (Zainuddin, 2016).

### 2.2.3. Uses and Gratifications dan Media Baru

Menurut prediksi Gilder hampir setiap orang berharap bahwa media baru akan terus membawa perubahan bagi masa depan kita, meskipun prediksi Gilder belum sepenuhnya terealisasi. Leung dan wei berhasil menerapkan teori Uses and Gratifications pada teknologi baru, sebagaimana didukung oleh pengamatan Shanahan dan Morgan (1999), mereka mencatat adanya konsistensi lingkungan dengan isi pesan yang kita konsumsi dan dalam sifat dasar lingkungan simbolik tempat kita hidup. Shanahan dan Morgan menambahkan bahwa teknologi baru selalu dikembangkan dengan mengadopsi isi pesan dari teknologi dominan sebelumnya. Film, contohnya, menurut pendapat mereka, dengan mengambil isi dari literatur berseri; radio melakukan hal yang sama, dan televisi menyatukan kembali program radio. McLuhan melihat bahwa media baru hanya sekedar menyediakan botol baru untuk anggur lama. Teoritis tertarik untuk menemukan bahwa media baru begitu mengubah pesan dan pengalaman sehingga teori Uses and Gratifications tidak lagi dapat diterapkan atau secara radikal harus dimodifikasi. Akses untuk teknologi baru berubah berubah dan memperluas kemampuan kita untuk peroleh hiburan dan informasi, dan media masyarakatkan suatu pemahaman yang lebih mendalam mengenai alasan personal dan sosial yang dimiliki orang untuk menggunakan media baru.

Begitu pula halnya dengan karya Zizi Papacharissi dan Alan Rubin (2000), yang memprediksi penggunaan internet menemukan penjelasan mengenai *Uses and gratifications*. Papacharissi dan Rubin menemukan bahwa orang mempunyai lima motif utama untuk penggunaan internet, dan yang paling penting adalah pencarian informasi. Mereka juga menemukan bahwa orang yang merasa dihargai secara interpersonal menggunakan internet untuk pengumpulan informasi dan mereka yang merasa tidak aman pada interaksi tatap muka berpaling ke internet untuk interaksi sosial, secara keseluruhan, mereka menyimpulkan bahwa teori Uses and Gratifications memberikan kerangka penting untuk mempelajari media baru (Richard & Lynn, 2010).

Penelitian ini menggunakan motif dari Papacharissi & Rubbin yang terdiri dari lima motif utama untuk penggunaan internet dan media baru yaitu :

1. Motif Utilitas Interpersonal (*interpersonal utility*)



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Motif yang berkaitan dengan fungsi utama teknologi internet, merujuk pada dorongan individu untuk memanfaatkan internet dan media sosial sebagai sarana menjalin hubungan interpersonal dengan orang lain.

#### 2. Motif Melewati Waktu (*passing Time*)

Motivasi ini berkaitan dengan penggunaan fitur-fitur internet yang beragam sebagai pilihan individu dalam memanfaatkan waktu luang yang tersedia secara produktif atau sekedar mencari hiburan..

#### 3. Motif Pencarian Informasi (*information seeking*)

Manusia sebagai individu yang aktif sosial tentunya memiliki keinginan untuk berinteraksi demi memperoleh berbagai manfaat. Salah satu manfaat tersebut adalah mendapatkan pengetahuan baru, seperti berita, serta menyaring informasi yang dianggap dapat meningkatkan rasa percaya diri dalam bergaul di lingkungan sosialnya.

#### 4. Motif Kenyamanan (*Convenience*)

Motif ini berhubungan dengan keinginan seseorang untuk mengakses, memanfaatkan, dan berinteraksi melalui internet serta media sosial dengan cara yang sederhana, praktis, dan efisien, tanpa banyak hambatan. Secara garis besar, hal ini dapat diartikan sebagai kecenderungan individu untuk menggunakan internet dan media sosial karena kenyamanan yang ditawarkan dalam proses penggunaannya.

#### 5. Motif Hiburan (*entertainment*)

Motif ini terkait dengan peran media dalam memberikan hiburan kepada individu. Media digunakan sebagai sarana untuk membantu seseorang mengubah pola hidup, melepaskan beban pikiran, serta mencari aktivitas ringan dengan yang dapat memberikan rasa santai. Selain itu, media juga dapat membangkitkan stimulus positif, menjadi wadah untuk meluapkan emosi, dan membantu untuk melupakan rutinitas sehari-hari yang terasa monoton atau membosankan (Anggelica & Adrio, 2023) .

Barbara kaye dan Thomas Johansson, mengatakan bahwa pertumbuhan internet menghasilkan renaissans dalam teori Uses and Gratifications. Ketika ilmuwan semakin tertarik untuk lebih dari sekedar mengetahui siapa yang menggunakan internet menjadi mengapa mereka menggunakan media baru ini. Robert Larose dan Matthew Eastin menyarankan bahwa teori Uses and Gratifications dapat menjelaskan penggunaan internet, tetapi dapat juga ditingkatkan dengan menambahkan beberapa variabel baru seperti hasil akhir sosial melibatkan status sosial dan identitas. Larose dan Eastin berspekulasi bahwa orang mungkin meningkatkan status sosial mereka dengan mencari orang lain yang memiliki pemikiran sama melalui internet dan mengekspresikan ide-ide mereka. Mereka juga menyarankan bahwa “mungkin internet adalah alat yang



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

secara konstan mengeksplorasi dan berusaha menemukan sesuatu yang baru, meningkatkan versi yang lebih baik mengenai diri sendiri.

Terakhir, John Dimmick, Yan Chen, Dan Zhan Li, mengamati bahwa meskipun internet adalah sebuah media baru, internet bersinggungan dengan media tradisional dalam teori Uses and Gratifications. Orang mencari internet untuk berita dalam cara yang sama dengan cara mereka menggunakan bentuk media lainnya demi kebutuhan itu. Penemuan ini memiliki signifikansi bagi kemungkinan perebutan tempat oleh internet terhadap media lama, tetapi hal itu memperlihatkan bahwa teori Uses and Gratifications tetap berguna dan dapat diterapkan pada media baru (Richard & Lynn, 2010).

### 2.2.4 Pemanfaatan Media Baru

Media baru atau yang sering disebut *new media* adalah istilah yang merujuk pada berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan tersedia secara luas untuk digunakan secara pribadi sebagai sarana komunikasi (McQuali, 2011). Media baru muncul sebagai hasil inovasi dari media lama yang kini kurang relevan dengan kemajuan teknologi. Salah satu contoh media baru yang sangat populer adalah TikTok, yang diminati oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga remaja. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat dan menonton video pendek dengan beragam ekspresi. Penggunaan *new media* terutama media sosial meningkat pesat seiring perkembangan teknologi serta dengan mudahnya masyarakat untuk mengakses teknologi pendukung seperti perangkat seluler. Pemanfaatan media sosial TikTok telah banyak digunakan mahasiswa sebagai sumber informasi, platform ini memungkinkan mereka menemukan berbagai konten edukatif yang bermanfaat, mulai dari pengetahuan umum, pengembangan *soft skill* hingga materi kuliah. Selain itu, kehadiran media baru seperti TikTok menjadi sasaran empuk bagi masyarakat Indonesia untuk mendapatkan suatu eksistensi dengan membuat konten menarik, pengguna berlomba-lomba untuk mendapatkan perhatian melalui jumlah like, komentar, dan pengikut. Fenomena ini tidak hanya mendorong lahirnya tren baru, tetapi juga menciptakan hiperrealitas dalam pencarian eksistensi di platform tersebut (La et al., 2023).

Penggunaan media sosial banyak menghabiskan waktu untuk mengakses berbagai jenis media sosial, jenis konten yang dikonsumsi, serta hubungan antara individu sebagai pengguna media dengan konten yang mereka nikmati. Saat ini, media digunakan sebagai kebutuhan pribadi. Dalam teori Uses and Gratifications, penelitian ini berasumsi bahwa pengguna media sosial, khususnya TikTok memiliki kesadaran terhadap minat, motif, dan tujuan mereka dalam menggunakan platform tersebut. Selain itu, individu juga merasakan kepuasan yang diperoleh dari penggunaan media sosial.

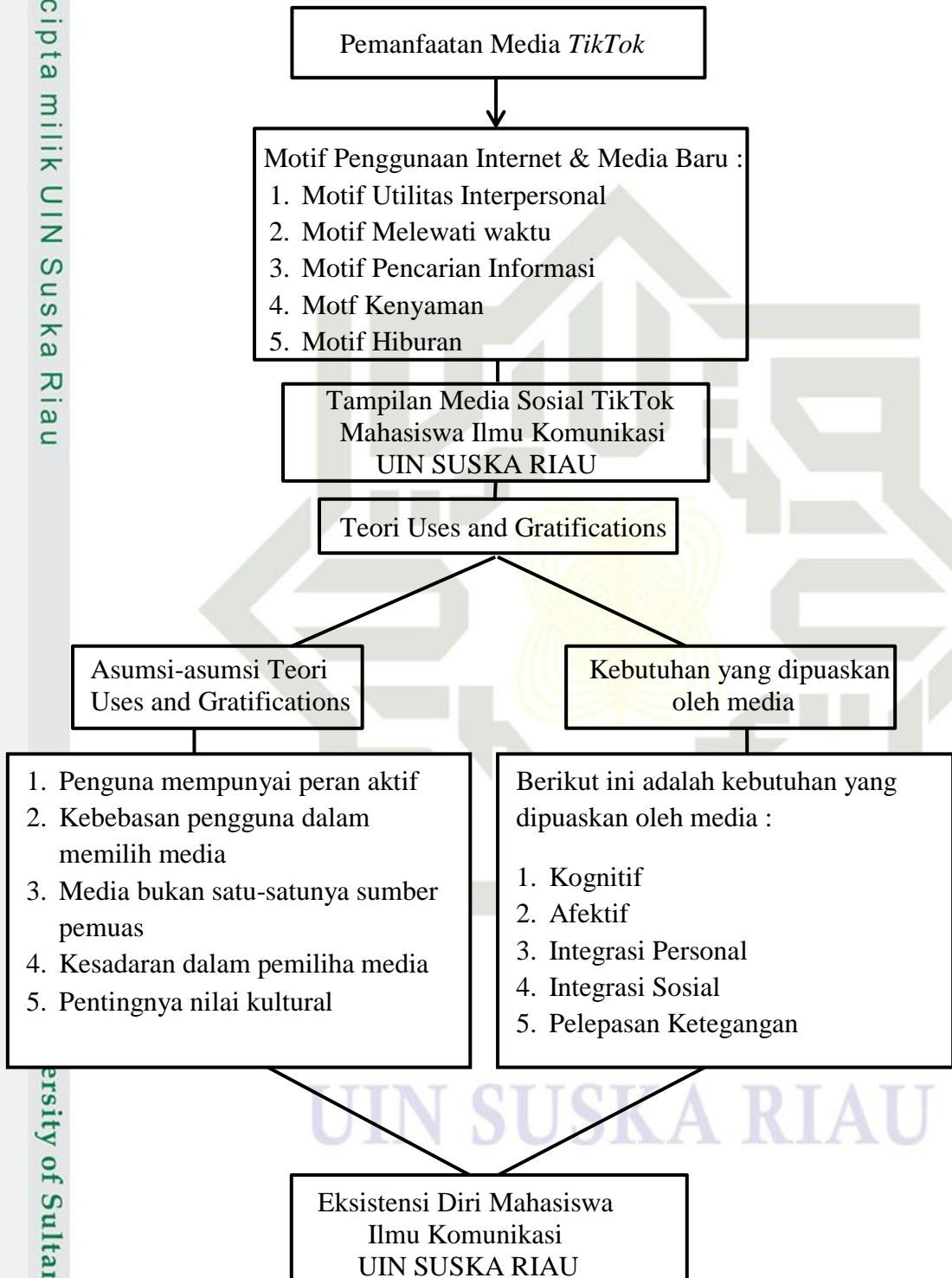


## 2.3 Kerangka Pikir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sumber : Olahan Penulis 2025



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Jenis Pendekatan Penelitian

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dan perpektif partisipasi. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi didapat setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian. Metode deskriptif kualitatif dianggap cocok untuk memecahkan masalah yang membutuhkan penyelidikan rinci (Burgin, 2006).

Metode kualitatif tujuannya memahami fenomena, kondisi, peristiwa, dan situasi sosial yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya meneliti perilaku, persepsi, dan motivasi secara holistic dalam suatu situasi sosial yang dialami dan memanfaatkan tipe dan cara kualitatif secara optimal (Rifka et al., 2022). Artinya penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami subjek seperti perilaku persepsi motivasi tindakan secara utuh (Hasan, 2022).

#### 3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkungan kampus UIN Suska Riau. Khususnya pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kemudahan akses bagi peneliti yang juga menempuh pendidikan di universitas tersebut, sehingga proses pengambilan data dapat dilakukan lebih efisien. Subjek penelitian adalah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang merupakan pengguna aktif TikTok dan menggunakan platform tersebut sebagai media untuk menunjukkan eksistensi diri. Penelitian ini dilakukan mulai Januari tahun 2025 sampai dengan Maret 2025.

#### 3.3. Sumber Data

Dalam Penelitian ini terdapat dua jenis data yang dikumpulkan, yaitu data primer dan data sekunder :

##### 1. Data Primer

Data Primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya atau sumber utama di lapangan. Sumber data ini bisa berasal dari responden atau subjek penelitian, serta dari proses wawancara dan observasi. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari wawancara dan observasi langsung dengan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau (Kriyantono, 2010).

##### 2. Data Sukender

Data Sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber lain atau sumber kedua yang relevan dengan data yang dibutuhkan (Rahmadi, 2011).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta ini dilindungi undang-undang

Sumber sekunder dari penelitian ini yaitu buku, jurnal, atau situs internet yang relevan dengan penelitian ini.

### 3.4. Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, informan yang dipilih adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau yang aktif menggunakan media sosial TikTok. Penentuan informan dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling sesuai berdasarkan kriteria dan bersedia untuk diwawancara. Kriteria informan yakni pengguna aktif aplikasi TikTok, memiliki konten lebih dari 5 yang dipost di akun TikTok, mengikuti trend-trend yang ada di media sosial TikTok, memiliki *followers* dan like lebih dari seribu. dengan adanya likes dan *followers* yang Tinggi nyata adanya menyukai keberadaan kita, dan dapat membantu kita dalam meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan yang senang (Ismira et al., 2023). Adapun data informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1. Daftar Informan**

No	Nama Informan	Jurusan/Angkatan
1.	Aldy Fauzan	Ilmu Komunikasi 2021
2.	Tari Tasya	Ilmu Komunikasi 2021
3.	Muhammad Fikry	Ilmu Komunikasi 2020
4.	Barokah Rahmadhani	Ilmu Komunikasi 2020
5.	Navanessa Zhaviraira	Ilmu Komunikasi 2021
6.	M. Ridho Marbun	Ilmu Komunikasi 2021
7.	Rachel Syadina Putri	Ilmu Komunikasi 2022

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini terdapat tiga teknik pengumpulan data dalam penelitian yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

#### 1. Observasi

Observasi merupakan suatu metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk memahami kegiatan yang dilakukan oleh objek tersebut (Ruslan, 2006). Hasil dari data observasi merupakan deskripsi yang faktual serta terperinci terkait dengan kondisi lapangan, keadaan manusia, dan situasi sosial serta konteks dimana kegiatan-kegiatan itu terjadi (Gunawan, 2022). Dalam penelitian ini teknis obsrvasi yang dilakukan adalah melakukan observasi langsung melalui

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sains Sarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

profil dan fitur yang digunakan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suskaa Riau yang aktif dalam menggunakan platform tiktok dalam menunjukkan eksistensi diri, yang dimana study kasusnya iyalah mahasiswa Ilmu Komunikasi.

#### 2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu dari beberapa teknik dalam mengumpulkan informasi atau data. Menurut Slamet wawancara adalah cara yang dipakai untuk memperoleh informasi melalui kegiatan interaksi sosial antara peneliti dengan yang diteliti (Edi, 2016). Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam sebagai metode pengumpulan data, dimana data dikumpulkan melalui interaksi tatap muka langsung dengan informan untuk mendapatkan informasi yang komprehensif dan mendalam. Dalam konteks penelitian ini, wawancara dilakukan dengan cara bertatap muka langsung dengan informan dari mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau, dan menyampaikan pertanyaan-pertanyaan penelitian kepada mereka.

#### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrument pengumpulan data, metode observasi dan wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data yang sedang diteliti (Kriyantono, 2010). Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mencari kegiatan atau aktivitas mahasiswa dalam menggunakan Tiktok dalam kehidupan sehari-hari mulai dari akun media sosial yang digunakan lalu dokumentasi berupa video atau konten yang informan buat pada media sosial Tiktok mereka.

#### 3.6 Validitas Data

Validitas data adalah keabsahan data agar alat ukur atau instrumen yang digunakan akurat dan reliabel (Kriyantono, 2010). Validitas membuktikan bahwa apa yang diamati peneliti sesuai dengan kenyataan dan penjelasan yang diberikan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya terjadi. Keabsahan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah triangulasi data untuk melakukan pengecekan dengan menggunakan triangulasi metode dan triangulasi sumber data. Tujuannya adalah untuk memperoleh data yang valid. Pengecekan data dengan triangulasi metode didapat dari metode wawancara, observasi, dan dokumentasi yang akan dibandingkan hasilnya. Sedangkan triangulasi data dilakukan dengan derajat kepercayaan beberapa informan dengan menggunakan metode pengumpulan data yang sama. Dalam hal ini, peneliti mengecek derajat kepercayaan sumber dengan melakukan wawancara pada informan yang berbeda-beda (sugiyono, 2008).



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

### 3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh menggunakan berbagai jenis pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi dan lain-lain, analisis ini dirancang untuk membantu peneliti dalam menjelaskan hasil proses kepada pihak yang terlibat dalam penelitian. Tujuan analisis ini adalah untuk memudahkan pemahaman data, sehingga hasil penelitian dapat dipublikasikan. Data diringkas secara sederhana untuk menghasilkan kesimpulan yang jelas (Elfrianto, 2022)

Berikutnya, data yang telah dikumpulkan oleh peneliti akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman, mereka mengungkapkan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Teknik analisis ini pada dasarnya terdapat tiga komponen, yaitu reduksi data (*reduction*), penyajian data (*display*), dan kesimpulan (*verivication*) (Untung & Yudha, 2024).

#### 1. Reduksi Data (*reduction*)

Reduksi data adalah proses memilih item-item penting dengan fokus pada topik dan pola yang ditemukan. Dengan cara mengelompokkan catatan-catatan yang relevan dengan unit yang dipelajari, membuat ringkasan dari pengumpulan data, melacak dan mengkode topik serta pola dalam unit analisis, serta menulis catatan dengan tujuan menghilangkan data atau informan yang tidak diperlukan.

#### 2. Penyajian Data (*display*)

Menurut Miles dan Huberman (2014), yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan adanya penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Selanjutnya oleh Miles dan Huberman disarankan agar dalam melakukan display data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa grafik, matriks, dan chart.

#### 3. Menarik Kesimpulan atau Varifikasi Kesimpulan

Kesimpulan sebagai varifikasi merupakan tahap terakhir dari proses analisis data dalam proses ini, peneliti mengungkapkan kesimpulan dari data yang diperoleh sebagai kesempatan bahwa data yang disajikan akan dikumpulkan. Kesimpulan dapat ditarik dengan membandingkan kesesuaian pernyataan dari topik penelitian dengan makna yang dikandungnya dengan konsep dasar penelitian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB IV

### GAMBARAN UMUM

#### 4.1 Profil Prodi Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Program Studi Ilmu Komunikasi yang didirikan pada tahun 1998 secara administratif berada dibawah Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau . Program studi ini memiliki keunikan dibandingkan program sejenis diperguruan tinggi lain, karena berfokus pada menghasilkan lulusan yang tidak hanya memiliki kepribadian yang baik, tetapi juga wawasan yang luas dan sikap progresif di bidangnya. Selain itu, lulusan diharapkan mampu menjalankan tugas komunikasi yang selaras dengan ajaran islam, etika, serta keahlian di bidangnya. Program Studi S1 Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau menawarkan tiga peminatan, yaitu humas, penyiaran, dan jurnalistik. Lulusannya dipersiapkan untuk berkarier sebagai ilmuwan komunikasi, profesional dibidang komunikasi, pengembang media komunikasi, serta pengembangan konten komunikasi (Fdk, 2022).

Pada Selasa (15/10/2024), Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) UIN Suska Riau mengadakan workshop bertema “Menjadi *Content Creator* di Era Digital”, yang diikuti oleh mahasiswa semester satu hingga lima. Acara berlangsung di ruang teater FDK UIN Suska Riau dan dibuka oleh Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, yaitu Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si. Dalam sambutannya, menjelaskan bahwa tujuan workshop ini adalah untuk meningkatkan *soft skill* mahasiswa dalam menghadapi tuntutan industri komunikasi di era digital. Mengingat profesi *content creator* belum diajarkan secara formal dalam mata kuliah, acara ini menjadi kesempatan yang sangat penting untuk memberikan pemahaman tambahan melalui workshop. Pemateri *workshop*, Didi Wirayuda, seorang *content creator* profesional dan founder @mitrahotelpku, menyampaikan berbagai tips dan trik untuk menjadi *content creator* yang sukses di era digital. Didi yang juga alumni Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau, menekankan pentingnya konsistensi dalam pembuatan konten dan fokus pada satu bidang yang diminati. Ia juga memberikan saran untuk tampil berbeda dan berani mengunggah video secara rutin. Workshop ini dimoderatori oleh Dewi Sukartik, dosen Prodi Ilmu Komunikasi, dan diakhiri dengan pemberian hadiah berupa voucher berenang, menginap, dan gym kepada lima peserta yang berhasil membuat video menarik. Hadiah ini merupakan bagian dari kerja sama @mitrahotelpku dengan berbagai pelaku perhotelan di Pekanbaru, sebagai bentuk apresiasi atas partisipasi aktif peserta (I. Prodi, 2024).

Mahasiswa Ilmu 1 Komunikasi dikenal sebagai individu yang mudah bergaul dengan berbagai kalangan, baik dari fakultas lain maupun masyarakat umum. Mereka memiliki kemampuan sosial yang baik, mahir dalam public



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

relations dan mampu membangun relasi luas. Selain itu, mahasiswa ilmu komunikasi juga dikenal sebagai individu yang melek teknologi, mengingat di era digital saat ini informasi tersebar dengan cepet melalui media online maupun cetak. Oleh karena itu mereka dituntut untuk mampu memanfaatkan teknologi dengan bijak, termasuk dalam penggunaan media sosial. Mahasiswa Ilmu Komunikasi cenderung aktif berbicara dan miliki intonasi suara yang khas, yang sering diasosiasikan dengan anak sosial. Banyak dari mereka berperan sebagai pembawa acara, baik sebagai moderator maupun MC dalam berbagai kegiatan. Selain itu, mereka juga selalu mengikuti perkembangan trend terbaru, terutama yang berkaitan dengan media sosial. Salah satu ciri khas mahasiswa Ilmu Komunikasi adalah gaya berpakaian yang modis dan stylish, tetapi tetap sesuai dengan aturan universitas. Mereka lebih menyukai tampilan rapi, elegan, dan sesuai dengan trend masa kini (Afrida, 2022). Mahasiswa Ilmu Komunikasi di UIN Suska Riau juga aktif menggunakan media sosial, khususnya TikTok, sebagai platform untuk menunjukkan eksistensi diri dan identitas mereka sebagai bagian dari jurusan Ilmu Komunikasi.

Prodi Ilmu Komunikasi juga memiliki visi dan misi, yang dimana visi Prodi Ilmu Komunikasi yaitu “Terwujudnya program studi yang unggul, inovatif, dan kolaboratif dalam keilmuan komunikasi di Asia pada tahun 2025”. Sedangkan Misi dari Prodi Ilmu Komunikasi yaitu “Menyelenggarakan Pendidikan dan pengajaran keilmuan komunikasi untuk melahirkan sumber daya manusia yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan global serta memiliki integritas pribadi sebagai serjana muslim, menyelenggarakan penelitian berbasis publikasi untuk pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi atau seni bidang komunikasi, menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berbasis keilmuan komunikasi yang bermanfaat bagi kemanusiaan, menyelenggarakan kerja sama dengan Lembaga-lembaga terkait dalam dan luar negeri, dan menyelenggarakan tata Kelola program studi yang baik (*good department governance*) serta adaptif dengan sistem dan teknologi digital”

#### 4.2. Penggunaan Media Sosial TikTok Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Perkembangan teknologi adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari dalam kehidupan, karena berjalan seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian penting bagi setiap individu. Kehadirannya mempermudah akses terhadap berbagai informasi yang diinginkan. Fungsi utama media sosial adalah sebagai sarana komunikasi tanpa batasan ruang dan waktu serta sebagai sumber informasi dari berbagai penjuru dunia (Januarti et al., 2018). Salah satu media sosial yang berkembang dan digemari oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi saat ini karena kemudahan dalam mengaksesnya dan menerima informasi secara langsung dari media tersebut adalah TikTok.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TikTok merupakan platform yang dapat melakukan berbagai macam cara untuk memperlihatkan potensi dan kelebihan mereka melalui video berdurasi 15 detik sehingga pengguna lebih ekspresif untuk “*show off*”. Selain itu dilengkapi pula dengan berbagai fitur dan juga effect yang sudah tersedia di TikTok untuk menunjang konten video (Yohana & Tony, 2020).

Rata-rata peminat pengguna TikTok adalah kalangan remaja, khususnya kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi. Penggunaan TikTok sebagai media eksistensi diri dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi dapat dikatakan diterima dengan baik, hal ini terlihat dari banyaknya mahasiswa Ilmu Komunikasi yang aktif menggunakan platform TikTok sebagai sarana berekspresi melalui video-video yang mereka unggah. TikTok juga dinilai sebagai platform yang efektif dan menarik minat mahasiswa untuk menyalurkan konten kreativitas mereka (Hernisha et al., 2021). Dalam menggunakan TikTok mahasiswa ilmu komunikasi UIN Suska Riau, memanfaatkan media sosial untuk mengakses akun-akun yang menyediakan kebutuhan mereka. Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau dalam Kesehariannya mereka selalu mengakses TikTok dalam berbagai kesempatan terutama ketika mereka bosan.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi cenderung sangat memperhatikan penampilan mereka di TikTok. Hal ini disebabkan oleh anggapan bahwa penampilan memiliki peran penting dalam membentuk persepsi orang lain terhadap kepribadian seseorang. Selain itu, di era digital saat ini, TikTok menjadi sarana untuk menampilkan eksistensi diri. Bahkan identitas seseorang sering kali dapat tergambar melalui akun TikTok mereka. Oleh karena itu secara tidak langsung, mereka merasa perlu mengontrol bagaimana orang lain memandang diri mereka melalui platform itu. Dengan adanya keberadaan media sosial TikTok memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam membangun komunikasi dan mengungkapkan citra diri mereka melalui konten video yang mereka buat, mahasiswa banyak tertarik dengan media sosial TikTok karena hal ini, membantu mereka mewujudkan eksistensi diri mereka melalui konten video yang mereka unggah (Nisha & Oji, 2022). Dengan tujuan untuk menarik perhatian pengguna dengan memberikan like, komentar, melalui unggahan konten video pengguna di platform TikTok.

#### 4.3. Gambaran Umum Aplikasi TikTok Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Dari hasil Observasi dan Kreteria yang diambil dari populasi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau, penelitian ini berfokus pada sampel yang memenuhi kreteria yang telah diterapkan, yaitu, pengguna aktif aplikasi TikTok, memiliki konten lebih dari 5 yang dipost di akun TikTok, mengikuti trend-trend yang ada di media sosial TikTok, memiliki *followers* dan like lebih dari seribu. Relevansi ditentukan berdasarkan *Followers* dan like pengguna TikTok, dimana

penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi lebih aktif dan sesuai dengan Kreteria. Dengan adanya likes dan *followers* yang Tinggi nyata adanya menyukai keberadaan kita, dan dapat membantu kita dalam meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan yang senang dalam menunjukkan eksistensi diri. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan diharapkan dapat lebih representatif terhadap topik penelitian dan mendapatkan wawasan yang lebih kaya tentang bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi memanfaatkan media TikTok dalam menunjukkan eksistensi diri.



**Gambar 4.1. Logo TikTok**

Berikut uraian beberapa informan penggunaan aplikasi TikTok yang diwawancarai dalam penelitian ini :

1. Aldy Fauzan

Aldy Fauzan adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi yang merupakan pengguna aktif TikTok dengan akun @pandanus latte, ia mulai menggunakan platform ini sejak tahun 2021. Sebagai pengguna yang aktif , Aldy Fauzan memanfaatkan TikTok tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk menunjukkan eksistensi diri dan mendapatkan informasi. kehadiran Aldy Fauzan di TikTok menunjukkan bagaimana platform ini menjadi bagian dari strategi eksistensi diri di ruang digital. Dengan jumlah *followers* dan like yang tinggi, ia membangun identitas digitalnya melalui konten yang menarik dan relevan bagi audiensnya. Konten yang ia sukai dan sering konsumsi mencakup referensi outfit remaja, rekomendasi coffee shop, serta konten politik, yang turut mendukung citranya di media sosial. Melalui interaksi dan engagement di TikTok, Aldy Fauzan membuktikan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai alat personal branding, di mana popularitas dapat diukur dari tingkat keterlibatan pengguna lain terhadap kontennya.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 4.2. Profil Aldy Fauzan**

Sumber : Aplikasi TikTok Akun Aldy Fauzan

#### 2. Tari Tasya

Tari Tasya mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau yang merupakan pengguna aktif TikTok dengan akun @hallohalu33\_. TikTok bagi Tari Tasya bukan hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk memperoleh informasi dengan cepat serta membangun eksistensi diri di ruang digital. Sebagai seorang kreator, Tari Tasya memanfaatkan TikTok untuk mengekspresikan minatnya dalam literasi dan novel, menjadikannya sebagai platform untuk membagikan karya serta menarik perhatian audiens dengan ketertarikan serupa. Dengan jumlah *followers* dan *like* yang terus meningkat, ia membangun identitas digitalnya melalui konten-konten kreatif yang menarik interaksi pengguna lain. Tari Tasya juga mengatakan media TikTok bukan hanya tentang kehadiran, tetapi juga tentang bagaimana seseorang mampu membangun personal branding yang kuat. Melalui engagement yang tinggi pada kontennya, Indah menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun citra diri dan memperluas jaringan dalam komunitas literasi digital.



**Gambaran 4.3. Profil Tari Tasya**

Sumber : Aplikasi TikTok Akun Tari Tasya

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 3. Muhammad Fikry

Muhammad Fikry adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi ia juga pengguna aktif TikTok dengan akun @pikriikk, ia menggunakan TikTok sejak 2021. Ia menghabiskan 2-3 jam per hari di platform ini, tidak hanya sebagai hiburan tetapi juga untuk membangun eksistensi diri. Dengan jumlah *followers* dan like yang tinggi, Muhammad Fikry memanfaatkan TikTok sebagai media personal branding melalui konten outfit dan gaya hidup. Engagement yang tinggi pada kontennya menunjukkan bagaimana media sosial dapat menjadi alat efektif dalam membangun citra diri dan koneksi digital.



**Gambar Profil 4.4. Muhammad Fikry**

Sumber : Aplikasi TikTok Akun Muhammad Fikry

### 4. Barokah Rahmadhani

Barokah Rahmadhani yang juga merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau adalah pengguna aktif TikTok dengan akun @MbakOwka, mulai aktif sejak 2022. Awalnya sebagai hiburan, ia kemudian memanfaatkan platform ini untuk membangun eksistensi diri. Setelah menerima Beasiswa Gembel, ia fokus membuat konten edukatif tentang beasiswa dan skripsi. Dengan jumlah *followers* dan like yang terus meningkat, Barokah Rahmadhani menjadikan TikTok sebagai alat personal branding dan interaksi digital yang efektif.



**Gambar 4.5. Profil Barokah Rahmadhani**

Sumber : Aplikasi TikTok Akun Barokah Rahmadhani

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

5. Rachel Syadina Putri

Rachel Syadina Putri adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau, ia juga merupakan mahasiswa yang aktif menggunakan TikTok dengan akun @rachelsydnptr. Ia menggunakan tiktok karena selain untuk hiburan, Rachel juga menggunakan media TikTok untuk mencari Informasi terbaru dan memanfaatkannya sebagai sarana eksistensi diri. Dengan jumlah *followers* dan *like* yang tinggi, Rachel aktif membuat konten kreatif seputar liburan, menjadikan TikTok sebagai media personal branding, interaksi sosial, dan mencari informasi-informasi terbaru.



**Gambar 4.6. Profil Rachel Syadina Putri**

Sumber : Aplikasi TikTok Akun Rachel Syadina Putri

6. Navanessa Zhaviraira

Navanessa Zhaviraira mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau yang merupakan pengguna aktif media sosial TikTok dengan akun @nnzhvra. Ia mulai menggunakan platform ini sejak tahun 2021 dan menghabiskan waktu sekitar 2-3 jam per hari untuk mengakses berbagai konten. Sebagai pengguna yang aktif, Navanessa memanfaatkan TikTok tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan eksistensi karena TikTok memberikan kesempatan pada setiap pengguna untuk mengekspresikan diri dan lebih mudah untuk menjangkau pengguna yang secara luas. Dengan jumlah *followers* dan *like* yang tinggi, Navanessa memanfaatkan TikTok sebagai media untuk menunjukkan eksistensi dirinya.



**Gambar 4.7. Profil Navanessa Zhaviraira**

Sumber : Aplikasi TikTok Akun Navanessa Zhaviraira

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 7. Ridho Marbun

Ridho Marbun adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau, ia merupakan pengguna TikTok dengan akun @dhaff sejak 2022. Awal dia menggunakan TikTok hanya untuk hiburan, ia kemudian memanfaatkan platform ini untuk membangun eksistensi diri. Dengan jumlah *followers* dan like yang terus bertambah, Ridho aktif mengunggah konten yang menarik engagement, menjadikan TikTok sebagai sarana interaksi sosial, ekspresi kreatif, serta berbagi informasi dan edukasi, menjadikannya alat efektif dalam menunjukkan eksistensi diri.



**Gambar 4.8. Profil Ridho Marbun**

Sumber : Aplikasi TikTok Akun Ridho Marbun

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB VI PENUTUP

### 6.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukan bahwa adanya aplikasi TikTok memberikan dampak yang signifikan terhadap eksistensi diri mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau. Mahasiswa merasakan adanya manfaat nyata setelah aktif menggunakan setelah aktif menggunakan TikTok, terutama sebagai wadah untuk menunjukan bakat, kreativitas, serta membentuk personal branding mereka di dunia maya. Melalui TikTok, mahasiswa mampu menunjukan eksistensi diri mereka dengan lebih percaya diri, baik dalam bentuk konten hiburan, literasi, fashion, edukasi, maupun trend yang sedang viral.

Peneliti melihat bahwa TikTok saat ini bukan lagi sekedar aplikasi hiburan semata, melainkan telah menjadi media strategis bagi mahasiswa dalam membentuk citra diri di era digital. TikTok menawarkan ruang yang luas untuk berekspresi, sekaligus memperluas relasi dan jangkauan pengguna. Hal ini menunjukan bahwa TikTok memiliki peran penting dalam menunjukan eksistensi diri mahasiswa, dimana penguasaan, apresiasi, dan jumlah like maupun Followers menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi yang ditampilkan.

Namun demikian, terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam menggunakan TikTok sebagai media eksistensi diri. Mulai dari jenis konten yang diposting, etika berinteraksi dengan pengguna lain, hingga pengelolaan waktu yang bijak agar tidak mengganggu aktivitas utama sebagai mahasiswa. Oleh karena itu, mahasiswa perlu menyadari bahwa eksistensi diri di TikTok perlu dikelola dengan baik, agar tidak berdampak negatif pada produktivitas akademik maupun Kesehatan mental mereka.

### 6.2. Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, penulis ingin memberikan beberapa saran kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau yang aktif menggunakan TikTok sebagai media eksistensi diri. Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau diharapkan mampu membatasi waktu penggunaan TikTok agar tidak mengganggu aktivitas akademik. Eksistensi di media sosial penting, namun fokus utama tetaplah belajar dan mengembangkan kompetensi akademik. Mahasiswa juga perlu bijak dalam membuat konten, tidak sekedar mengikuti tren, tetapi memberikan pesan positif dan edukatif yang relevan dengan identitas sebagai mahasiswa komunikasi. Selain itu, bangunlah interaksi yang sehat dan positif di TikTok agar terbentuk citra diri yang baik sebagai individu kreatif dan berwawasan. Dengan begitu, TikTok tidak hanya menjadi media eksistensi, tetapi juga sarana belajar dan pengembangan diri.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2007). *Analisis Eksistensial Sebuah Pendekatan Alternatif untuk psikologi dan Psikiantri*. PT Raja Grafindo Persanda.
- Adam, S., & Muhammad, K. (2022). Literasi Digital Mahasiswa Pengguna Tiktok Di Universitas Muhammadiyah Cirebon. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(1), 42–53. <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i1.171>
- Adi, D. A., Jandy, E. L., & Judy, D. W. (2021). Motif masyarakat Indonesia menggunakan aplikasi tiktok selama masa pandemi COVID-19. *Jurnal E - Komunikasi*, 9(1), 2–12.  
<https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11410/10023>
- Afrida, W. (2022). *Impression Management Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau pada media sosial instagram*.
- Afrinida, I. W., & Hayatullah, K. (2022). Impression Management: Identitas dan Harga Diri dalam Motivasi Penggunaan Instagram di Kalangan Mahasiswa. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 4(1), 13–29.
- Afrizal, N. I. (2018). Instagram : Media Sosial Dan Ekistensi Diri Remaja Berprestasi Di Kota Palu. *Jurnal Kinesik*, 5(3), 6.  
<https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/kinesik/article/view/57>
- Agus, S. A., & Riky, A. (2024). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kualitas Karakter Siswa Smpn 1 Pragaan. *Bayan Lin-Naas : Jurnal Dakwah Islam*, 8(1), 39. <https://doi.org/10.28944/bayanlin-naas.v8i1.1610>
- Ahmad, S. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82.  
<https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Alia, P., Idola, P. P., & Reni, N. (2014). Motif Remaja Dalam Menggunakan Media Baru (Studi Pada Remaja Di Daerah Sub-Urban Kota Bandung). *KomuniTi*, VI(2), 95–103. <http://portalpengusaha.com/marketing>
- Amelia, A., & Indri, U. S. (2022). Pengaruh Self-esteem terhadap Fear of Missing Out pada Emerging Adulthood Pengguna Instagram. *Bandung Conference Series*, 2(2), 252–260. <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i3.2972>
- Angelica, D. K., & Adrio, K. A. (2023). Motif Penggunaan Aplikasi Anonim Prisma. *Promedia*, 9(2), 350–367.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Anna, N., Sarah, C. P. D., & Sabri. (2023). Media Sosial Tiktok Sebagai Media Penjualan Digital Secara Live di Kalangan Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan. *JSSH (Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora)*, 7(2), 69. <https://doi.org/10.30595/jssh.v7i2.16304>
- Annisa, N. F., Lestari, B. P., & Marisa, P. S. (2021). Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(1), 37–46. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v13i1.13045>
- Arjuna, I. M. (2021). *Pemanfaatan Program Kampung Zakat Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat* (Irawan Massie (Ed.)). Penayang.
- Azyana, A. S., & Muhammad, I. P. N. (2024). Efektivitas Platform TikTok Sebagai Media Pembelajaran Pai Berbasis Literasi Digital. *Dirosat : Journal of Islamic Studies*, 9(1), 83. <https://doi.org/10.28944/dirosat.v9i1.1732>
- Burgin, B. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT raja grafindo persada.
- Cerlita, A. L., & Ramon, A. P. (2023). *Relationship Between Self Esteem and Self Presentation In Adolescent Users of Instagram Social Media [ Hubungan Antara Self Esteem dengan Self Presentation pada Remaja Pengguna Sosial Media Instagram ]*. 1–9.
- Devy, P. K., Faqihar, R., & Dhefine, A. (2020). Faktor Yang Mendorong Remaja Dalam Menggunakan Aplikasi Tik Tok. *Jurnal Cakrawala*, Vol 20(No 1), hlm. 116-124. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala%0AFaktor>
- Dewi, K., & Yuli, Z. (2022). Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Kreativitas Di Kalangan Remaja Gen Z. *Journal Communication Specialist*, X(X), 401–410.
- Edi, F. R. S. (2016). *Teori Wawancara Psikodiagnostik* (Cynthia Maharani (Ed.)). leutikaprio. [https://books.google.co.id/books?id=uS96DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Wawancara+metode+kualitatif&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&source=gb\\_mobile\\_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwj3jZeDvI2HAxUmUGwGHUaIBNEQ6wF6BAgOEaU#v=onepage&q=Wawancara+metode+kualitatif](https://books.google.co.id/books?id=uS96DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Wawancara+metode+kualitatif&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwj3jZeDvI2HAxUmUGwGHUaIBNEQ6wF6BAgOEaU#v=onepage&q=Wawancara+metode+kualitatif)
- Elfiyanto, L. G. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Tanjung Bahdin Nur (Ed.)). UMSUPRESS. [https://books.google.co.id/books?id=43yAEAAAQBAJ&pg=PT77&dq=Teknik+analisis+data+kualitatif&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&source=gb\\_](https://books.google.co.id/books?id=43yAEAAAQBAJ&pg=PT77&dq=Teknik+analisis+data+kualitatif&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mobile\_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwifzbXT7o2HAxULe2wGHThJDBQ4HhDrAXoECACQBQ#v=onepage&q=Teknik analisis data kualitatif&

Elvinard, A., Lukiat, K., & Karlinah, S. (2009). *Komunikasi Massa* (R. Karyanti (Ed.)). Simbiosis Rekatama Media.

Erdin, D. A., & Yudha, W. (2016). *Media Sosial Tiktok Sebagai Eksistensi Diri (Fenomenologi Penggunaan Tiktok Pada Mahasiswa Di Surakarta)*. 1–23.

Esther, A. C., Kunto, A. W., & Faudy, I. (2024). #Booktokindonesia: Analisis Konten Komunitas Pembaca Buku Pada Media Sosial Tiktok. *Shaut Al-Maktabah : Jurnal Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi*, 16(1), 109–122. <https://doi.org/10.37108/shaut.v16i1.765>

Evi Y., & Hafry, Y. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok Terhadap Trend Fashion Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Pada Mahasiswa Prodi Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 4(1), 49–62.

<https://doi.org/10.36085/jsikom.v4i1.5629>

Fabio, J., & Budi, S. (2024). *Live Streaming TikTok bagi Generasi Z dalam Meningkatkan Promosi Pariwisata di Kawasan Kota Tua DKI Jakarta*. 8(3), 121–130.

Fahri, Z. (2021). *15 Jurusan Kuliah Yang Paling Diamati Tahun 2021 dan Kisaran Gajinya di Masa Depan*. Detikedu. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5715668/15-jurusan-kuliah-paling-diminati-tahun-2021-dan-kisaran-gajinya-di-masa-depan/amp>

Fathu, R., & Robi'ah, M. M. (2022). Korelasi Intensitas Penggunaan Tiktok Dengan Tingkat Kualitas Dakwah Mahasiswa. *Spektra Komunika*, 1(2), 99–127. <https://doi.org/10.33752/v1i2.3029>

Fdk (Fakultas Dakwah dan Komunikasi). (2022). *Sejarah Ilmu Komunikasi*. <https://fdk.uin-suska.ac.id/jurusan/ilmu-komunikasi/>

Felly, A. G., & Anindita, S. (2022). Studi Dramaturgi Pengelolaan Kesan Melalui Twitter Sebagai Sarana Eksistensi Diri Mahasiswa di Jakarta. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 58–73. <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.2>

Gunawan, I. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: teori dan praktis*. bumi askara.

Haridh, M., Silviana, & Sugandi. (2023). Aktualisasi diri remaja kota balikpapan. *EJournal.Ilkom.Fisip.Unmul.Ac.Id*, 01, 25–34.

Hasan, M. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. tahta media grup.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hendri, S. D., Muslihudin, & Tyas, R. W. (2023). Representasi Diri dalam Media Sosial TikTok (Studi Panggung Depan dan Panggung Belakang Seleb TikTok Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 30757–30765.
- Hernisha, A. A., Hendra, A., & Darwadi, M. (2021). *Jurnal Massa di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Baturaja The Phenomenon Of Using The TikTok Application As Existence Jurnal Massa Volume 02 , Nomor 02 , Desember 2021. 02*, 220–228.
- Humaizi, Asmara, S., Sis, R. L., & Yusuf, M. (2020). The use of online marketplace websites in Indonesia: A study of consumers' motives and gratification. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(7), 133–148. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i07.11385>
- Ihsan, M. H., Muh, K., & Subagio, B. P. (2024). *Pengaruh Motif Pengguna Media Terhadap Kepuasan Mengakses Konten Youtube Narasi Newsroom*. 9(September), 227–248.
- Ikhromi, O. (2018). Strategi Kreatif Iklan “Kisah Legenda Nusantara” Dalam Menumbuhkan Brand Awareness Indoeskrim Nusantara. *Jurnal Visi Komunikasi*, 17(01), 1–11. <https://www.instagram.com/p/BWRROzQFQDt/>
- Impian.com, K. (2021). *4 Jurusan Paling Banyak Peminat di SBMPTN UIN SUSKA 2020/2021*. Kampus Impian.Com. [https://www.kampusimpian.com/passing-grade-snmptn-sbmptn-uin-sultan-syarif-kasim/#google\\_vignette](https://www.kampusimpian.com/passing-grade-snmptn-sbmptn-uin-sultan-syarif-kasim/#google_vignette)
- Iqbal, N. M., Yusuf, B., & Abdul, R. (2023). The Effect of Using the Tik Tok Application on Student Behavior at the University. *PINISI Jurnal of Art, Humanity & Social Studies*, 3(5), 226–233.
- Isnara, F., Leke, S. I., & Fajar, S. F. (2023). Motif Penggunaan Media Sosial Tiktok Bagi Mahasiswa di Kabupaten Garut. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 9(2), 305–322.
- Iswarani, M. P., & Gautama, M. I. (2022). Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Remaja (Studi Kasus Siswa SMAN 5 Bukittinggi Kelas XI IPS). *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan*, 5(1), 37–46. <http://perspektif.ppj.unp.ac.id/index.php/perspektif/article/view/588>
- Janarti, D. W., Pratikno, M. H., & Muliarti, T. (2018). Perilaku Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Journal Holistik*, 9(21), 1–20.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Jeremia, E. W., & Maria, B. N. W. (2021). Analisis Teori Uses And Gratification: Motif Menonton Konten Firman Tuhan Influencer Kristen Pada Media Sosial Tiktok. *Tepian: Jurnal Misiologi Dan Komunikasi Kristen*, 1(1), 25–44. <https://vt.tiktok.com/ZSJVqaok6/>
- Junia, S. N., Annisa, L. H., Fifi, I. H., Nurul, F., & Zahra, H. G. (2024). Manfaat Media Sosial Sebagai Sarana Pengembangan Kreativitas Mahasiswa di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 4808–4814.
- Kadek, Y., & Herning, S. S. (2022). Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta Dalam Penggunaan Aplikasi Tiktok Untuk Eksistensi Diri. *Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta Dalam Penggunaan Aplikasi Tiktok Untuk Eksistensi Diri*, 10(1), 1–52. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>
- Krisna, K. D., Ulya, M., & Adi, D. (2021). Studi Kasus Eksistensi Diri Peserta Didik Kelas Xii Sma Negeri 4 Surakarta Dalam Penggunaan Media Sosial Instagram. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Borneo*, 3(1), 61–69. <https://doi.org/10.35334/jbkb.v3i1.2006>
- Kriyantono, R. (2010). *Riset Komunikasi* (Burhan Bungin (Ed.); Edisi Pert). PRENADA MEDIA GROUP.
- La, O. M. U., Aminuddin, Sumadi, D., St, H., Iba, L., & Saidin. (2023). Sosialisasi Pemanfaatan Media Baru “Tiktok” Pada Remaja di Desa Wawatu, Kecamatan Moramo Utara, Kabupaten Konawe Selatan. *Kongga : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 9–17. <https://doi.org/10.52423/kongga.v1i1.2>
- Mata, P. A. (2017). Manajemen Kesan Melalui Foto Selfie Dalam Facebook: Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Ums. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 8(1), 47–52. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v8i1.2933>
- Masda, Nasrudin, S., & Asmurti. (2024). *Media sosial tiktok sebagai sumber informasi fashion*. 2(2), 140–146.
- Maslow, A. (2021). *Psikologi Tentang Pengalaman Religius* (Holy Adib (Ed.)). IRCisoD.
- McQuali, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed.). Selemba Humanika.
- Muhammad, I. A., Moch, F., & Uwes, F. (2022). *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Untuk Berita Onlie (Studi Kasus Akun Tiktok @Suaradotcom)*. 6, 443–460.
- Muhammad, R. A., & Fahmi, A. (2023). Strategi Kreatif Membuat Konten Media



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sosial TikTok Yang Diminati Remaja. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 259–270.

Muhammad, S. E. (2024). *Media Sosial Instagram dalam Membangun Eksistensi Diri Remaja Social Media Instagram in Building Adolescents ' Self-Existence*. 3061–3068.

Musdalifah, Rini, K. I., & Evi, S. (2023). Media Sosial Tiktok Dan Tingkat Kepercayaan Diri. *Sebatik*, 27(2), 657–664.

<https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i2.2399>

Nazla, H. F. (2024). *Kepercayaan Diri Generasi Milenial penggunaan Media Sosial TikTok . Universitas Muhammadiyah Surakarta*. 5(November), 105–117.

Nina, S., Purwanti, S., & Rina, R. (2024). *Analisis Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Eksistensi Diri Pada Siswa SMA Negeri 1 Siluq Ngurai*. 12(2), 249–260.

Nisha, R., & Oji, K. (2022). Hubungan antara Menggunakan Tik Tok dengan Perilaku Eksistensi Diri. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1), 297–301. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.939>

Nova, A. F., Luluk, N., Alvin, S. C., & Virma, I. (2024). Strategi Pembuatan Video Konten Digital Marketing Melalui Aplikasi Tiktok Di SMK N 1 Semarang. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(3), 127–137. <https://doi.org/10.59841/saber.v1i3.1392>

Nurhayati, & Muh, A. I. (2022). Perancangan Konten Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Dedado Batik Di Surabaya. *Jurnal Barik*, 3(2), 112–124.

Perdi, G., Solikatun, & Nila, K. (2024a). Penggunaan aplikasi TikTok sebagai eksistensi diri mahasiswa Universitas Mataram. *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Sosiologi*, 2(1), 429–446.

Perdi, G., Solikatun, & Nila, K. (2024b). *Perdi, Solikatun, Kusuma : Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Eksistensi Diri Mahasiswa Universitas Mataram : Volume 2, Edisi 1, 2024*. 2, 429–446.

Pierre Levy. (2001). *Cyberculture*. University of Minnesota Press. [https://www.google.co.id/books/edition/Cyberculture/iDdl\\_FwGZE8C?hl=id&gbpv=1&dq=Cyberculture+Pierre+Levy&pg=PT5&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Cyberculture/iDdl_FwGZE8C?hl=id&gbpv=1&dq=Cyberculture+Pierre+Levy&pg=PT5&printsec=frontcover)

Prodi, I. (2024). *Membangun Kreativitas Digital Prodi Ilmu Komunikasi Gelar Workshop Content Creator*.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<https://komunikasi.uin-suska.ac.id/2024/10/16/membangun-kreativitas-digital-prodi-ilmu-komunikasi-gelar-workshop-content-creator/>

Puput, S. R., Ananda, R. N., Alpin, A. M., & Azhari, A. R. (2023). Komputer Menggunakan Evaluasi Heuristic. *Analisis Aplikasi Tiktok Berdasarkan Prinsip Dan Paradigma Interaksi Manusia Dan Komputer Menggunakan Evaluasi Heuristic*, 11(3).

Putri, A. N. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Eksistensi Diri (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh)*.

[https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/29611/%0Ahttps://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/29611/1/Skripsi putri aprilia nanda!.pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/29611/%0Ahttps://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/29611/1/Skripsi%20putri%20apriliana%20nanda!.pdf)

Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian* (Syahrani (Ed.)). Antasari Press.

Rahmawati, Hasmika, A. P., Dita, S. U., & Lian, K. F. (2024). ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIK-TOK PADA KEPERCAYAAN DIRI SISWA SMKN 2 MATARAM. 4(4), 535–543.

Ria, W. A., & Khairullah. (2023). Media Sosial Dan Eksistensi Remaja. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 843–850. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.676>

Richard, W., & Lynn, H. T. (2010). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (N. Setyaningsih (Ed.); 3rd ed.). Salemba Humanika.

Rifla, A., Pandriadi, & Lissiana, N. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (N. M. Ni Putu Gatriyani (Ed.)). CV. Tohar Media. [https://books.google.co.id/books?id=giKkEAAAQBAJ&pg=PA139&dq=Penelitian+kualitatif+adalah+peristiwa+sosial&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&source=gb\\_mobile\\_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiX19zG\\_YyHAXUzS2wGHUuPB8gQ6wF6BAgFEAU#v=onepage&q=Penelitian kualitatif](https://books.google.co.id/books?id=giKkEAAAQBAJ&pg=PA139&dq=Penelitian+kualitatif+adalah+peristiwa+sosial&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiX19zG_YyHAXUzS2wGHUuPB8gQ6wF6BAgFEAU#v=onepage&q=Penelitian%20kualitatif)

Risma, A., Andi, A., & Andi, D. M. P. A. (2022). Perempuan Dan Tiktok: Studi Tentang Eksistensi Diri Dan Tubuh Sebagai Konsumsi Publik Perempuan Milenial Mahasiswa FIS-H Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian Dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 1(3), 159. <https://doi.org/10.26858/sosialisasi.v1i3.37108>

Rusan, R. (2006). *Metode Penelitian : PR dan Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persanda.

Salman, S., & Taufik, M. (2024). Pengaruh Gratifikasi Instan Aplikasi TikTok



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap Perilaku Belajar Siswa. *Idarah Tarbawiyah: Journal of Management in Islamic Education*, 5(3), 299–306. <https://doi.org/10.32832/itjmie.v5i3.16625>

Saniyatul, N., Rachmasari, S. S., Reni, J., Amelia, S., & Sholihati, E. (2023). Penggunaan Ragam Bahasa Dalam Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok @eatsambel. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(14), 1–23.

Sartika, A., & Irfan, A. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutizez (@hellofrutizez). *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JustIN)*, 10(1), 26. <https://doi.org/10.26418/justin.v10i1.45284>

Selvi, O., Masra, A., Irwandi, & Rhana, R. (2023). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Eksistensi Diri Siswa Kelas 1 Smp 1 Mattiro Bulu. *SIKAINGE (Islamic Science)*, 20–27.

Shariniyati, P. S. A. R. (2022). *Skripsi Penggunaan Tik Tok Sebagai Media Sosial Dalam Menunjukkan Eksistensi Diri (Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Undana)*.

Shazrin, D. K., & Kinkin, Y. S. P. (2022). Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 133–141. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i1.3939>

Shofiyah, S. Z., & Miftahul, R. (2024). Teknologi Sebagai Sumber Kepuasan: Bukti Kepuasan Baru Media Sosial Tiktok di Kalangan Dewasa Muda. *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(6), 5747–5757.

<https://doi.org/10.54371/jiip.v7i6.4500>

Sitti Rosmalah, P. N. (2022). *Eksistensi Uahatani dan Keberdayaan Petani Ladang Pulau Wawoni* (Sitti Rosm). Penerbit NEM.

Smith, H. J. (2003). *What Matters Most (Hal-hal yang paling penting)*. Interaksara.

sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo\_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185.

<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>

Tasya, A., Lina, W., & Ajeng, P. (2023). Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting (Fenomena penggunaan media sosial TikTok sebagai Eksistensi diri). *Sosial Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik*, 3, 1196–1208. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i6.4733>



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Tiana, N. N., Sri, P. S., & Vivi, R. (2024). *Aplikasi TikTok Untuk Menumbuhkan Rasa Percaya Diri*. 11–19.
- Try, A. L., & Ainun, N. R. (2023). Penggunaan Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Pada Konten Kreator Irfan Ghafur. *EJournal S1 Ilmu Komunikasi*, 2023(1), 167–176.
- Untung, L., & Yudha, A. W. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif* (Nurhaeni (Ed.)). CV. Mega Press Nusantara. [https://books.google.co.id/books?id=\\_9b-EAAAQBAJ&pg=PA94&dq=teknik+analisis+interaktif+Miles+dan+Huberman,&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&source=gb\\_mobile\\_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiRxmC8o2HAXbUGwGHQueB1QQ6wF6BAGJEAU#v=onepage&q=teknik analisis inte](https://books.google.co.id/books?id=_9b-EAAAQBAJ&pg=PA94&dq=teknik+analisis+interaktif+Miles+dan+Huberman,&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiRxmC8o2HAXbUGwGHQueB1QQ6wF6BAGJEAU#v=onepage&q=teknik%20analisis%20interaktif)
- Virri, A., Yanti, T., & Luluatu, N. (2022). Pengaruh Konten Video TikTok @aulion Terhadap Perilaku Kreatif Mahasiswa. *Media Bina Ilmiah*, 16(11), 7823. <https://binapatria.id/index.php/MBI>
- Wijono, T. (2014). *Be Smart And Hard Worker*. PT Penerbit IPB Press.
- Winda, R. S., & Rahma, H. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 111–118. <https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.111-118>
- Yeni, L., & Sinta, P. (2022). Komunikasi Ekspresif Media TikTok. *Kiwari*, 1(3), 443–448. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i3.15762>
- Yohana, N. B., & Tony, W. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 565–572. <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit/article/view/1463>
- Zaenuddin, M. M. (2016). Kajian Literatur Tentang Tipologi Perilaku Berinternet Generasi Muda Indonesia. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13(1), 31–48. <https://doi.org/10.24002/jik.v13i1.599>

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LAMPIRAN

### Foto Dokumentasi

#### 1. Wawancara Dengan Muhammad Fikry 12 Februari 2025



#### 2. Wawancara Dengan Aldy Fauzan 12 Februari 2025



#### 3. Wawancara Dengan Tari Tasya 13 Februari 2025



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Wawancara Dengan Navannessa Zhaviraira 13 Februari 2025



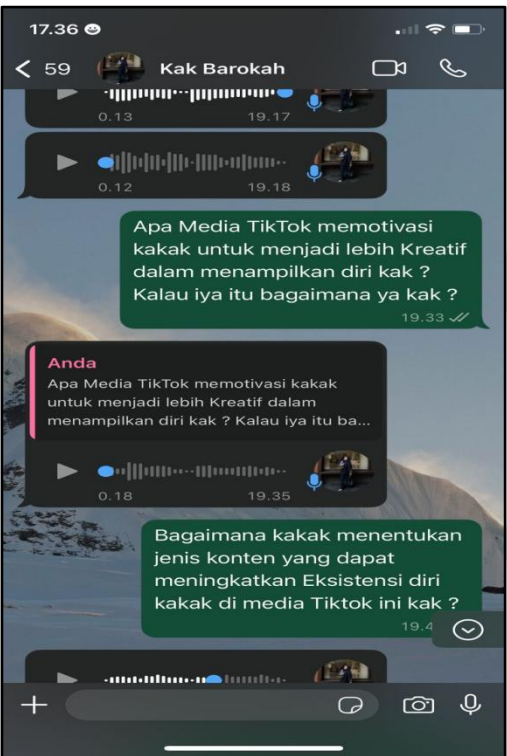
#### Wawancara Dengan M. Ridho Marbun 13 Februari 2025



#### Wawancara Dengan Rachel Syadina Putry 14 Februari 2025



## 7. Wawancara Dengan Barokah Rahmadhani 14 Februari 2025



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DARFT WAWANCARA

### Pertanyaan Aldy Fauzan

1. Apa yang membuat Anda tertarik menggunakan TikTok dibanding media sosial lainnya?
2. Jelaskan Bagaimana Anda memanfaatkan fitur TikTok untuk meningkatkan visibilitas konten anda ?
3. Bagaimana TikTok memungkinkan Anda untuk menunjukkan sisi kepribadian yang mungkin tidak terlihat di dunia nyata?
4. Apa yang Anda rasakan ketika membuat dan mengunggah konten di TikTok?
5. Seberapa besar peran TikTok dalam membentuk tren gaya hidup dan budaya populer?
6. Apa Anda menggunakan TikTok lebih untuk menghibur diri atau untuk membangun eksistensi diri?
7. Bagaimana peran audiens dalam membentuk eksistensi Anda di TikTok?
8. Apa alasan utama Anda menggunakan TikTok?
9. Apakah TikTok membantu Anda mendapatkan informasi atau inspirasi dalam kehidupan sehari-hari?
10. Bagaimana TikTok membantu Anda dalam memenuhi kebutuhan sosial?
11. Seberapa besar pengaruh TikTok dalam membentuk gaya hidup dan tren yang Anda ikuti?
12. Seberapa besar peran TikTok dalam meningkatkan kepercayaan diri Anda?
13. Bagaimana perasaan Anda ketika mendapatkan banyak like dan komentar di konten Anda?
14. Menurut Anda, seberapa besar peran TikTok dalam menunjukkan eksistensi diri mahasiswa?
15. Bagaimana TikTok membantu Anda dalam membangun interaksi sosial dengan pengguna lain?
16. Bagaimana jumlah followers, like, dan komentar memengaruhi motivasi dalam membuat konten?
17. Ceritakan pengalaman anda dalam mengekspresikan diri di TikTok dibandingkan dengan di dunia nyata ?
18. Bagaimana proses kreatif Anda dalam membuat konten TikTok?
19. Jelaskan bagaimana Anda mengikuti strategi tertentu agar konten Anda muncul di FYP?
20. Bagaimana cara Anda menyesuaikan tren TikTok dengan gaya konten Anda?
21. Bagaimana Anda menentukan kapan waktu terbaik untuk mengunggah video?
22. Jelaskan cara TikTok membantu dalam membangun kepercayaan diri ?
23. Ceritakan pengalaman dalam menemukan informasi baru melalui TikTok ?
24. Ceritakan manfaat terbesar yang diperoleh dari menggunakan TikTok ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

25. Jelaskan rutinitas dalam menggunakan TikTok, seperti kapan dan seberapa sering mengakses aplikasi ini.
26. Apa tantangan terbesar dalam mempertahankan eksistensi di TikTok?
27. Apa harapan Anda terhadap perkembangan TikTok sebagai media eksistensi diri di masa depan?

#### Pertanyaan Tari Tasya

1. Mengapa Anda memilih TikTok sebagai media utama untuk berbagi karya literasi?
2. Apakah TikTok lebih efektif dibandingkan media lain dalam mempromosikan literasi?
3. Seberapa besar pengaruh TikTok terhadap tren literasi di kalangan anak muda?
4. Bagaimana TikTok membantu Anda menemukan minat atau bakat yang sebelumnya tidak Anda sadari?
5. Seberapa besar pengaruh algoritma TikTok dalam membantu Anda mendapatkan eksistensi di platform ini?
6. Seberapa besar peran FYP dalam meningkatkan eksistensi diri Anda sebagai pengguna aktif TikTok?
7. Apa alasan utama Anda menggunakan TikTok untuk membagikan novel?
8. Ceritakan bagaimana TikTok meningkatkan rasa percaya diri anda dalam membuat konten?
9. Seberapa besar pengaruh TikTok terhadap perkembangan keterampilan menulis Anda?
10. Bagaimana TikTok membantu Anda dalam memenuhi kebutuhan sosial dan interaksi dengan pembaca?
11. Bagaimana perasaan Anda saat konten Anda mendapatkan banyak engagement?
12. Coba ceritakan apakah jumlah followers, like, dan komentar mempengaruhi semangat Anda dalam menulis?
13. Bagaimana proses Anda dalam mengadaptasi cerita atau novel menjadi konten video pendek?
14. Seberapa besar tantangan dalam menyampaikan cerita secara efektif dalam durasi singkat TikTok?
15. Apakah Anda pernah mendapatkan kesempatan profesional (penerbitan, kerja sama, dll.) melalui TikTok?
16. Ceritakan pengalaman ketika informasi dari TikTok membantu dalam kehidupan sehari-hari ?
17. Jelaskan bagaimana platform ini memberikan ruang untuk menunjukkan kreativitas anda ?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

18. Bagaimana TikTok membantu Anda dalam membangun personal branding sebagai penulis?
19. Ceritakan bagaimana reaksi ketika mendapatkan banyak perhatian dari konten yang anda dibuat ?
20. Apa harapan Anda untuk perkembangan TikTok dalam mendukung dunia literasi?

#### Pertanyaan Navannesa Zhaviraira

1. Apa alasan anda memilih media Tiktok sebagai Media dalam menunjukan eksistensi diri ?
2. Ceritakan bagaimana TikTok digunakan sebagai media untuk mengekspresikan diri ?
3. Gambarkan bagaimana cara menemukan inspirasi untuk membuat konten di TikTok ?
4. Seberapa sering Anda menggunakan TikTok dalam sehari?
5. Sejauh mana TikTok membantu Anda dalam membangun eksistensi diri?
6. Seberapa penting eksistensi diri bagi Anda dalam membangun kepercayaan diri?
7. Apa di media TikTok Anda merasa lebih bebas mengekspresikan diri di TikTok dibandingkan di dunia nyata? Mengapa?
8. Apakah TikTok lebih efektif dibandingkan media sosial lain dalam membangun eksistensi diri? Mengapa?
9. Bagaimana Anda merasa eksistensi Anda di TikTok lebih kuat dibandingkan platform lain seperti Instagram atau Twitter?
10. Apa yang Memotivasi Anda untuk terus aktif membuat konten di TikTok?
11. Bagaimana eksistensi diri menjadi salah satu alasan utama Anda menggunakan TikTok?
12. Seberapa penting engagement (jumlah like, komentar, share) dalam membangun eksistensi di TikTok?
13. Menurut Anda, apa kelebihan TikTok dibandingkan media sosial lain dalam membangun eksistensi diri?
14. Apakah TikTok membantu meningkatkan rasa percaya diri Anda? Jika iya, bagaimana?
15. Bagaimana cara Anda menjaga konsistensi dalam membangun eksistensi diri di TikTok?
16. Apakah eksistensi di TikTok membuat Anda lebih terbuka dalam berinteraksi dengan orang baru?
17. Apa harapan Anda terhadap perkembangan TikTok dalam mendukung eksistensi diri pengguna di masa depan?
18. Bagaimana cara anda agar konten anda FYP ?



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

19. Bagaimana Anda memanfaatkan fitur TikTok untuk meningkatkan eksistensi diri?
20. Apa yang Anda pelajari dari perjalanan membangun eksistensi diri di TikTok?
21. Ceritakan bagaimana TikTok digunakan untuk menghibur diri setelah menjalani aktivitas yang melelahkan?
22. Jelaskan seberapa sering menggunakan TikTok untuk belajar sesuatu yang baru ?
23. Apakah Anda mengikuti tren untuk meningkatkan popularitas di TikTok?

#### Pertanyaan Rachel Syadina Putri

1. Mengapa Anda memilih TikTok sebagai platform utama untuk membagikan konten anda?
2. Apa kepuasan utama yang Anda rasakan setelah menggunakan TikTok?
3. Apa menurut Anda TikTok lebih efektif dibandingkan media lain dalam membangun eksistensi diri ?
4. Apakah ada keuntungan finansial dari aktivitas Anda di TikTok?
5. Jelaskan perasaan ketika seseorang memberikan apresiasi terhadap konten yang dibuat ?
6. Apa yang memotivasi Anda untuk mulai membuat konten di TikTok?
7. Apa yang mendorong Anda menggunakan TikTok dibandingkan media sosial lainnya?
8. Bagaimana Anda menyesuaikan konten anda dengan tren viral di TikTok?
9. Apa jumlah followers dan views berpengaruh terhadap cara Anda menampilkan diri di TikTok?
10. Bagaimana perasaan Anda ketika konten yang Anda buat mendapatkan banyak interaksi (likes, komentar, shares)?
11. Bagaimana TikTok membantu Anda dalam berinteraksi dengan orang lain? Jika ya, bagaimana?
12. Apakah Anda lebih sering membuat konten yang terencana atau spontan?
13. Apakah Anda memiliki strategi khusus dalam memilih waktu unggah konten agar mendapatkan lebih banyak engagement?
14. Seberapa besar peran tren dalam menentukan jenis konten yang Anda buat?
15. Seberapa besar pengaruh filter dan efek dalam meningkatkan daya tarik konten Anda?
16. Dengan adanya platfrom media TikTok apakah Anda merasa lebih dihargai di TikTok daripada di media sosial lainnya?
17. Apa dengan anda mengikuti tren membantu meningkatkan eksistensi diri di TikTok?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Pertanyaan M.Ridho Marbun**

1. Apa yang membuat Anda memilih TikTok dibandingkan media sosial lain untuk menampilkan eksistensi diri?
2. Apa yang mendorong Anda untuk mulai membuat konten di TikTok?
3. Apa alasan utama Anda menggunakan TikTok?
4. Seberapa sering Anda menggunakan TikTok dalam sehari?
5. Bagaimana perasaan Anda saat mendapatkan banyak likes, views, atau komentar di TikTok ?
6. Apa yang pertama kali membuat Anda tertarik untuk menggunakan TikTok?
7. Apakah Anda menggunakan TikTok lebih untuk menghibur diri atau untuk membangun eksistensi diri?
8. Dengan adanya media TikTok apakah Anda merasa lebih percaya diri setelah menggunakan TikTok?
9. Seberapa sering Anda menggunakan TikTok dalam sehari?
10. Bagaimana Anda memilih konten yang ingin dikonsumsi atau dibuat di TikTok?
11. Bagaimana perasaan Anda jika salah satu konten Anda banyak yang Menyukai?
12. Seberapa sering Anda menyesuaikan konten dengan tren agar tetap relevan?
13. Menurut Anda, apa kelebihan TikTok dibandingkan media sosial lain dalam membangun eksistensi diri?
14. Apakah TikTok membantu Anda dalam meningkatkan keterampilan dan bakat anda ?
15. Apakah Anda mengikuti tren untuk meningkatkan popularitas di TikTok?
16. Seberapa penting konsistensi dalam membangun eksistensi diri di TikTok?

**Pertanyaan Barokah Rahmadhani**

1. Sejak kapan Anda mulai aktif menggunakan TikTok?
2. Jenis konten apa yang biasanya Anda buat atau konsumsi di TikTok?
3. Apakah penggunaan TikTok meningkatkan rasa percaya diri Anda?
4. Apa menurut Anda TikTok memberikan ruang yang lebih luas untuk berekspresi dibandingkan media sosial lain? Mengapa?
5. Seberapa besar peran fitur TikTok dalam membentuk eksistensi Anda?
6. Apakah ada keuntungan finansial dari aktivitas Anda di TikTok?
7. Apakah TikTok memberikan Anda ruang yang lebih luas untuk menampilkan identitas Anda?
8. Apakah TikTok memotivasi Anda untuk menjadi lebih kreatif dalam menampilkan diri?
9. Bagaimana TikTok membantu Anda mendapatkan pengakuan atas keterampilan atau bakat yang Anda miliki?
10. Seberapa besar pengaruh followers dalam cara Anda menampilkan diri?



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Bagaimana cara Anda menyesuaikan diri dengan tren agar tetap eksis di TikTok?
12. Apakah jumlah followers dan views berpengaruh terhadap cara Anda menampilkan diri di TikTok?
13. Apa Anda pernah mendapatkan keuntungan finansial dari TikTok? Jika ya, bagaimana cara Anda mendapatkan penghasilan melalui TikTok?
14. Apakah ada motif tertentu yang mendorong Anda membuat konten di TikTok?
15. Apakah Anda merasa lebih percaya diri sejak aktif menggunakan TikTok?
16. Bagaimana Anda menentukan jenis konten yang dapat meningkatkan eksistensi Anda di TikTok?
17. Apakah Anda menggunakan strategi khusus agar konten Anda mudah masuk ke FYP?
18. Bagaimana cara Anda mempertahankan engagement tinggi agar eksistensi tetap terjaga?
19. Seberapa besar pengaruh filter dan efek TikTok dalam membantu membangun eksistensi diri?
20. Bagaimana Anda mengatasi tantangan dalam membangun eksistensi diri di TikTok?
21. Apakah Anda memiliki jadwal unggahan konten yang konsisten?

#### Pertanyaan Muhammad Fikry

1. Mengapa Anda memilih TikTok sebagai platform utama untuk menampilkan outfit dan gaya hidup remaja Pekanbaru?
2. Bagaimana TikTok membantu Anda dalam membangun citra diri yang Anda inginkan?
3. Apa yang Anda merasa TikTok memberikan ruang yang lebih luas untuk berekspresi dibandingkan dunia nyata?
4. Apa yang membuat Anda memilih TikTok sebagai platform utama untuk membagikan konten outfit dan gaya hidup remaja?
5. Apakah eksistensi di TikTok mempengaruhi cara Anda berpenampilan di kehidupan sehari-hari?
6. Apakah TikTok dapat menjadi sarana bagi anak muda untuk menampilkan identitas mereka melalui fashion?
7. Apa alasan utama Anda menggunakan TikTok untuk membagikan konten fashion dan gaya hidup remaja?
8. Seberapa besar pengaruh TikTok terhadap kepercayaan diri Anda dalam berekspresi melalui fashion?
9. Apa konten outfit yang Anda bagikan mencerminkan gaya pribadi Anda atau lebih banyak dipengaruhi oleh tren?
10. Bagaimana Anda menyesuaikan konten outfit dengan tren yang berkembang di TikTok?

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
11. Seberapa besar peran TikTok dalam meningkatkan interaksi sosial Anda dengan komunitas fashion?
  12. Bagaimana perasaan Anda saat konten fashion Anda mendapatkan banyak engagement (like, komentar, dan share)?
  13. Bagaimana proses kreatif Anda dalam membuat konten fashion di TikTok?
  14. Bagaimana cara Anda mencari inspirasi untuk outfit yang akan ditampilkan di TikTok?
  15. Apa Anda pernah mengalami kesulitan dalam menentukan gaya atau konsep outfit? Jika ya, bagaimana cara mengatasinya?
  16. Seberapa besar pengaruh komentar dan masukan audiens terhadap gaya outfit yang Anda tampilkan?
  17. Bagaimana cara Anda menyesuaikan outfit dengan identitas pribadi Anda agar tetap autentik di TikTok?
  18. Apa harapan Anda terhadap TikTok dalam mendukung eksistensi anak muda di dunia fashion dan gaya hidup?



## RIWAYAT PENULIS



hingga tahun 2021.

Setelah lulus dari SMA, penulis melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada program studi Ilmu Komunikasi dan berhasil menyelesaikan studi Sarjana dalam kurun waktu 4 tahun dan dinyatakan lulus pada sidang munaqasyah tanggal 19 Maret 2025, serta menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Selama masa studi, penulis aktif dalam berbagai kegiatan kampus, seperti acara Webinar sebagai Humas, Sosialisasi di panti Asuhan sebagai Panitia Acara, Rilis Berita sebagai lyder, event dll. Penulis juga pernah mengikuti berbagai pelatihan dan kompetisi yang mendukung pengembangan diri di bidang komunikasi. Selain itu, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Seberang Tembilahan Selatan, serta Praktek Kerja Lapangan di Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya.

Penulis percaya bahwa ilmu pengetahuan dan keterampilan tidak hanya diperoleh dari pembelajaran di kelas, namun juga dari pengalaman nyata di lapangan yang memberikan kontribusi besar terhadap pengembangan diri dan kesiapan menghadapi dunia kerja.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.