
**PENGARUH PENGGUNAAN TIKTOK TERHADAP PERILAKUCITRA DIRI MAHASISWA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UIN SUMATERA UTARA**

Oleh

Novika Dewi¹, Anang Anas Azhar², Zuhriah³

Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: 1novdevi05@gmail.com

Article History:

Received: 20-02-2023

Revised: 17-03-2023

Accepted: 20-03-2023

Keywords:

Citra Diri, Penggunaan
TikTok, Perilaku.

Abstract: Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan teori *uses and gratifications*. Penelitian ini didasari oleh banyaknya penggunaan media sosial sebagai wadah untuk membentuk citra diri dan memperkenalkan diri secara lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Tiktok mempunyai pengaruh terhadap pembentukan citra diri mahasiswa program studi ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa program studi ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara stambuk 2017 sebanyak 296 orang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling* menggunakan rumus Slovin dengan taraf signifikans 10%. Maka ditetapkan sampel sebanyak 74 responden, data yang diperoleh melalui penyebaran angket. Hasil penelitian ini pada uji t menyatakan penggunaan media sosial Tiktok memiliki thitung > ttabel ($125,1 > 1,99346$) dengan tingkat signifikansi (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya penggunaan media sosial Tiktok berpengaruh terhadap pembentukan perilaku citra diri mahasiswa. Dengan persentase 58,91% dengan indikator pengaruh penggunaan tiktok dan 65,4% dari indikator pengaruh penggunaan tiktok terhadap pembentukan citra diri.

PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi *trend* pada saat ini. Media sosial adalah media online yang dapat digunakan sebagai alat untuk berbagi maupun mendapat informasi dimana saja secara terkini meliputi Twitter, Facebook, Instagram, Tiktok, maupun YouTube. Facebook, Instagram, dan Tiktok merupakan suatu aplikasi media sosial yang saat ini paling banyak digunakan khususnya dikalangan remaja. Media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web berbasis internet 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*” (Kaplan & Haenlein, 2010).

Penggunaan media sosial di Indonesia sangat berkembang pesat. Nielsen menunjukkan bahwa perkembangan penggunaan internet telah mencapai 26%. Berdasarkan penggunaan internet selama 1,5 jam sehari. ICT Watch berpendapat bahwa pengguna ponsel di Indonesia mencapai sekitar 180 juta orang dari sekitar 220 juta penduduk Indonesia saat ini. Dengan data pengguna Instagram di Indonesia mencapai 22 juta pengguna aktif menurut siaran pers yang diterima CNN Indonesia (Lesmana, 2012).

Media sosial telah menjadi gaya hidup sebagian besar masyarakat Indonesia.

Pada hakikatnya media sosial memiliki dampak positif dan negatif tergantung dari penggunaannya. Media sosial berdampak positif untuk mempermudah pengguna mendapatkan dan menyebarkan informasi dengan mudah, selain itu media sosial juga memberikan kemudahan berkomunikasi untuk para pengguna yang tidak bisa berkomunikasi secara *face to face* karena faktor jarak. Namun, media sosial juga tidak terlepas dari dampak negatif misalnya kebocoran data pengguna, penipuan, serta pembentukan citra diri yang diakibatkan oleh meningkatnya rasa narsisme dari penggunaannya.

Dilihat dari penggunaan tiktok yang tidak ada hentinya menimbulkan hilangnya rasa malu dari pengguna, pemicu perbandingan kstrata sosial dan ekonomi masyarakat, aplikasi yang belum ramah terhadap anak dibawah umur, dan penyebaran hoax yang semakin mudah.

Pembentukan citra diri bisa terlihat melalui media sosial seperti Tiktok. Aplikasi Tiktok rilis pada September 2016 yang didirikan oleh seorang berkebangsaan Tionghoa. Tiktok merupakan sebuah aplikasi video dimana para pengguna dapat menggunakan berbagai fitur filter dan efek digital, menyertakan keterangan sesuai keinginan, dan menyebarkan ke berbagai layanan jejaring sosial. Menurut hasil penelitian Sensor Tower TikTok merupakan media sosial yang paling populer digunakan selama kuartal kedua pada saat ini.

Dewasa ini banyak remaja menggunakan Tiktok sebagai media komunikasi untuk pembentukan citra diri. Salah satu contohnya yaitu mahasiswa tingkat akhir yang rajin *posting* video serta *caption* yang menarik untuk memberi informasi kepada *followers*-nya dengan tujuan untuk membentuk citra diri mereka. Tak jarang mahasiswa tingkat akhir ini juga menggunakan Tiktok sebagai wadah mengungkapkan ekspresi terkait apa yang sedang mereka rasakan.

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis mengemukakan pertanyaan yang menjadi masalah yaitu : Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial tiktok terhadap perilaku citra diri di kalangan mahasiswa dengan judul Pengaruh Penggunaan Tiktok Terhadap Perilaku Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara ?

METODE PENELITIAN

Beberapa professor penelitian mixed-methods menegaskan bahwa penelitian yang baik ditentukan oleh perencanaan yang matang (Creswell & Clark, 2007; Creswell, 2012; Pallant, 2010). Desain penelitian sesungguhnya berhubungan dengan integritas perencanaan penelitian secara keseluruhan (Bandur, 2016, 2013). Metodologi dengan kata lain adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian, metodologi dipengaruhi atau berdasarkan perspektif teoritis itu sendiri adalah suatu kerangka penjelasan atau interpretasi yang memungkinkan peneliti memahami data dan menghubungkan data yang rumit dengan peristiwa dan situasi yang lain.

Metode atau dalam Bahasa Inggris *method* berasal dari bahasa Yunani yaitu *methodos* yang berarti rangkaian sistematis dan yang merujuk pada tata cara yang sudah dibina berdasarkan rencana yang pasti, mapan, dan logis (Effendy, 2003:56) Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan studi korelasional dimana peneliti mencari hubungan antar variabel penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial (FIS) Universitas Islam Negeri Sumatera

Utara, Jalan Wiliam Iskandar Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang, Medan Sumatera Utara.

Populasi merupakan totalitas semua nilai yang didapat, baik secara kualitas maupun kuantitas pada karakteristik tertentu seperti yang dijelaskan oleh Dr. AbdulHalim Hanafi (2011 : h. 99). Ada beberapa pengertian populasi menurut para ahli, diantaranya Moh. Nazir mengatakan bahwa populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan (Nazir, 2003: 271).

Populasi dalam penelitian ini melibatkan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial, sebagai subjek penelitian. Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Stambuk 2017 sebanyak 289 orang di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) Medan.

Sampel adalah sebagian populasi yang diambil dengan cara yang dapat dipertanggung jawabkan. Adapun tujuan pengambilan sampel adalah untuk:

1. Penaksiran : suatu usaha untuk menentukan dengan secepat mungkin nilai dari suatu parameter. Taksiran itu dapat dilakukan berdasarkan perhitungan data yang diperoleh dari sampel. Oleh keterbatasan dalam menentukan parameter, maka pengambilan sampel akan sangat membantu sekali.
2. Uji hipotesis: dalam penelitian sering digunakan hipotesis mengenai gejala yang diselidiki, dengan itu mungkin tepat, mungkin juga krang tepat. Untuk itu, maka dilakukan pemeriksaan melalui analisa data yang diperoleh dari sampel. Dapat dikatakan bahwa salah satu tujuan pengambilan sampel adalah untuk pengujian hipotesis.
3. Peramalan : peramalan adalah percobaan menentukan sesuatu atau beberapa nilai yang belum diamati dari sebuah sampel yang dijadikan titik tolak meramalkan keadaan tersebut.

Penarikan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik *Probability Sampling*, maksudnya penarikan sampel didasarkan atas pemikiran bahwa keseluruhan populasi memiliki kesempatan yang sama dalam pengambilan sampel. Dari teknik tersebut saya menggunakan Sistem *Simple Random Sampling*, yakni pengambilan anggota sampel dan populasi yang akan dilakukan secara acak tanpa harus memperhatikan strata yang terdapat di dalam populasi tersebut.

Untuk mengetahui banyaknya sampel yang dapat diambil maka saya menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat error 10% (Wiratna, 2014 : 66) adapun rumusan tersebut sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : populasi

E : persentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan

Dari rumus tersebut maka :

$$n = \frac{289}{1 + (289 \times 0,1^2)}$$

$$1 + (289 \times 0,1^2)$$

$$= \frac{289}{1+(2,89)}$$
$$= \frac{289}{3,89} = 74,2 \text{ atau } 74 \text{ orang}$$

Dari keterangan diatas maka banyaknya sampel yang digunakan di dalam penelitian ini sebanyak 74 orang.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber datanya oleh peneliti untuk suatu tujuan khusus, dengan kata lain, bahwa data primer adalah data asli, dari sumber tangan pertama.

Data sekunder, yaitu data yang telah atau lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang lain, walaupun yang dikumpulkan itu sesungguhnya data yang asli. Atau dengan kata lain, data sekunder adalah data yang datang dari tangan kedua (dari tangan yang kesekian) yang tidak seasli data primernya (Abdul Halim Hanafi, 2011 : 128).

Pengumpulan data merupakan tahapan penelitian dimana peneliti melakukan kegiatan untuk menemui responden penelitian dan meminta mereka untuk mengisi angket penelitian (jika menggunakan angket sebagai instrumen penelitian); mengamati kegiatan (jika menggunakan pedoman pengamatan semacam daftar cek); mencatat angka-angka atau kata-kata yang berkaitan dengan topik penelitian (jika menggunakan pedoman dokumentasi); atau aktivitas lainnya yang relevanat pengumpulan data dibuat sesuai dengan jenis dan sifat serta tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah: angket (langsung dan tidak langsung), dan observasi.

Data yang diperoleh dari sampel akan digunakan untuk menguji hipotesis. Oleh karena itu data perlu di analisis. Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif, dimana data yang diperoleh akan ditabulasikan dengan menyusun kedalam tabel — tabel. Kemudian dihitung persentasenya dan diinterpretasikan. Untuk menghitung persentase jawaban yang diberikan responden, digunakan rumus :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = presentase

F = jumlah jawaban responden

N = sampel

Untuk menafsirkan besarnya presentase yang didapatkan dari tabulasi data, penulis menggunakan metode penafsiran yang dikemukakan oleh arikunto sebagai berikut :

0 % - 20 % = sangat lemah 21 % - 40 % = lemah

41 % - 60 % = cukup 61 % - 80 % = kuat

81 % - 100 % = sangat kuat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara

Program studi ilmu Komunikasi lahir diawali adanya pemikiran bahwa dengan kemajuan yang dicapai dalam bidang komunikasi, informasi, dan teknologi. Ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah perusahaan yang ada dan semakin meluasnya jaringan Usaha

Sektor Komunikasi. Maka, ada dua hal yang perlu mendapat perhatian, yaitu aspek yang berkaitan dengan dunia bisnis bidang komunikasi, dan berkenaan dengan kontribusi penerapan ilmu komunikasi dalam menunjang kegiatan tersebut. Oleh karena itu, maka perlu diwujudkan program studi yang dapat memanfaatkan tuntutan kebutuhan akan sumberdaya manusia yang kompeten, profesional, dan religius dalam bidang komunikasi.

Demikian pula seiring dengan perubahan nama dari Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara (IAIN-SU) menjadi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU), maka lahirlah beberapa program studi baru termasuk ilmu komunikasi berdasarkan keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 273 Tahun 2014.

Ilmu komunikasi merupakan salah satu jurusan yang terletak di Fakultas Ilmu Sosial UINSU yang berdiri sekitar 6 tahun lalu tepatnya pada tahun 2015. Sebelum berada di Fakultas Ilmu Sosial, awalnya jurusan ini berada di naungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK). Kemudian pada tahun 2017 jurusan ini berpindah ke Fakultas Ilmu Sosial bersama 3 jurusan lainnya. Fokus jurusan ilmu komunikasi kini terbagi 2, yaitu Jurnalistik dan Public Relations (Hubungan Masyarakat). (Sari, 2019)

o Visi dan Misi Program Studi Ilmu Komunikasi

Terwujudnya prodi ilmu komunikasi yang unggul dan berstandar internasional tahun 2022 berdasarkan nilai-nilai Islam.

MISI :

- Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran untuk mengembangkan pola pikir, wawasan dan keterampilan mahasiswa di bidang komunikasi secara kreatif dan inovatif berbasis potensi lokal serta berdasarkan nilai-nilai Islam.
- Meningkatkan penelitian di kalangan dosen, mahasiswa terkait permasalahan bidang komunikasi di bidang komunikasi di lingkungan masyarakat.
- Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan teknis dibidang komunikasi. Dan pemanfaatan media.
- Meningkatkan kerja sama untuk penguatan institusi dan peningkatan kualitas lulusan.

Temuan dan Analisis Data

Tabel 1

Perhitungan pernyataan penggunaan media sosial

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Video-video yang ada di tiktok saya boleh dilihat publik (no private)	Sangat Setuju	13	18%
	Setuju	39	53%
	Tidak Setuju	15	22%
	Sangat Tidak Setuju	6	8%
	Total	74	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 13 orang atau 18% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 39 orang atau 53% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 16 orang atau 22% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 6 orang atau 8% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS)

Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mengatakan bahwa video-video yang ada di akun responden boleh dilihat publik (no private). Terbukti dari data 74 orang responden, 53% responden mengatakan demikian.

Tabel 2
 Pertanyaan penggunaan media sosial TikTok

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Saya tiap minggu mem- posting video di akun tiktoksaya dengan caption yang menarik.	Sangat Setuju	2	3%
	Setuju	18	24%
	Tidak Setuju	33	45%
	Sangat Tidak Setuju	21	28%
	Total	74	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 2 orang atau 3% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 18 orang atau 24 % responden menjawab Setuju (S), sebanyak 33 orang atau 45% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 21 orang atau 28 % responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Data yang diperoleh menunjukkan bahwa tidak setiap minggu responden memposting video di akun tik-tok dengan caption yang menarik. Terbukti dari data 74 orang responden, 45% responden mengatakan demikian.

Tabel 3
 Pernyataan Penggunaan Media Sosial Tiktok

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
video tiktok sayaberisikan wajah saya yang dapat menarik followers	Sangat Setuju	5	7%
	Setuju	24	32%
	Tidak Setuju	25	34%
	Sangat Tidak Setuju	20	27%
	Total	74	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 5 orang atau 7% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 24 orang atau 32% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 25 orang atau 34% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 20 orang atau 27% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 4
 Pernyataan penggunaan media Sosial TikTok

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
video dan caption yang saya tampilkan di feed tiktok merupakan bentuk citra diri kepada publik	Sangat Setuju	6	8%
	Setuju	31	42%
	Tidak Setuju	26	35%
	Sangat Tidak Setuju	11	15%
	Total	74	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 6 orang atau 8% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 31 orang atau 42% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 26 orang atau 35% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 11 orang atau 15 % responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mengatakan bahwa video-video yang ada di akun responden tidak berisikan video dan caption yang ditampilkan di feed tiktok responden merupakan bentuk citra diri kepada publik.. Terbukti dari data 74 orang responden, 35% responden mengatakan demikian.

Tabel 5
Pernyataan Pembentukan Perilaku Citra Diri

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
saya menggunakan tiktok untuk mempersepsikan diri saya	Sangat Setuju	8	11%
	Setuju	29	39%
	Tidak Setuju	27	36%
	Sangat Tidak Setuju	10	14%
	Total	74	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 8 orang atau 11% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 28 orang atau 38% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 27 orang atau 36% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 10 orang atau 14 % responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden menggunakan tiktok untuk mempersepsikan diri. Terbukti dari data 74 orang responden 39 % responden mengatakan demikian.

Tabel 6
Pernyataan Pembentukan Perilaku Citra Diri

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
saya merasa percaya diri ketika menunjukkan diri saya melalui tiktok	Sangat Setuju	6	8%
	Setuju	29	39%
	Tidak Setuju	28	38%
	Sangat Tidak Setuju	11	15%
	Total	74	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 6 orang atau 8% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 29 orang atau 39% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 28 orang atau 38% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 11 orang atau 15 % responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden merasa percaya diri ketika menunjukkan dirinya melalui tiktok. Terbukti dari data 74 orang responden 39% responden mengatakan demikian.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa penggunaan TikTok mempengaruhi perilaku citra diri mahasiswa program studi ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara, dapat dilihat dari indikator penelitian penggunaan tiktok sebanyak 58,91% responden menyatakan demikian dan ndikator pengaruh penggunaan tiktok ada sebanyak 65,4% responden mengatakan demikian.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan mengenai Pengaruh Penggunaan Tiktok Terhadap Perilaku Citra Diri Mahasiswa ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara, dapat disimpulkan: Setelah diuji penggunaan media sosial Tiktok 58,91% dengan indikator pengaruh penggunaan tiktok dan 65,4% dari indikator pengaruh penggunaan tiktok terhadap pembentukan citra diri.

saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai pengaruh penggunaan media sosial tiktok terhadap pembentukan perilaku citra diri, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan acuan dan solusi permasalahan serta dapat menjadi bahan pertimbangan di masa mendatang antara lain adalah sebagai berikut

Dengan adanya hasil penelitian ni, peneliti menyarankan pada peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sama agar mengkombinasikan dengan teori lain yang tidak terdapat dalam teori ni. Selain itu peneliti selanjutnya lebih mengembangkan penelitian ni dengan memperluas jumlah populasi tidak hanya dikalangan mahasiswa ilmu Komunikasi UINSU. Untuk mahasiswa yang menggunakan media sosial sebagai alat untuk membentuk citra diri lebih bijaklah dalam menggunakannya. Sebab jejak digital akan selalu ada. Jadikanlah media sosial sebagai media untuk menebar hal-hal positif serta menjadi wadah untuk bertukar pikiran.