

**TIKTOK SEBAGAI RUANG EKSPRESI PUBLIK
(STUDI DESKRIPTIF PENGGUNA TIKTOK DI KALANGAN MAHASISWA
ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS TEUKU UMAR)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan
Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

FIA DANIATI
1705905030037



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
MEULABOH, ACEH BARAT
2021**



Meulaboh, 06 Juli 2021

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : Strata 1 (S-1)

LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini kami menyatakan bahwa kami telah mengesahkan skripsi saudara:

Nama : Fia Daniati
NIM : 1705905030037

Dengan Judul: **TikTok Sebagai Ruang Ekspresi Publik (Studi Deskriptif Pengguna TikTok Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar)**

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Teuku Umar.

Mengesahkan :

Pembimbing Utama

(Putri Maulina, S.I.Kom., M.I.Kom)
NIP. 199010072019032024

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik



(Basri, S.H., M.H)
NIP.196307131991021002

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Putri Maulina, S.I.Kom., M.I.Kom)
NIP.199010072019032024



Meulaboh, 06 Juli 2021

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : Strata 1 (S-1)

LEMBARAN PERSETUJUAN KOMISI UJIAN

Dengan ini kami menyatakan bahwa kami telah mengesahkan skripsi saudara:

Nama : Fia Daniati

NIM : 1705905030037

Dengan Judul: **TikTok Sebagai Ruang Ekspresi Publik (Studi Deskriptif Pengguna TikTok Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar)**

Yang telah dipertahankan di depan Komisi Ujian pada tanggal 06 Juli 2021 dan memenuhi syarat untuk diterima.

Menyetujui
Komisi Ujian

1. Ketua : Putri Maulina, S.I.Kom., M.I.Kom
2. Anggota : Fiandy Mauliansyah, S.I.Kom., MA
3. Anggota : Reni Juliani S.I.Kom., M.I.Kom

Tanda Tangan

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Putri Maulina, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199010072019032024

PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fia Daniati

NIM : 1705905030037

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa di dalam skripsi adalah hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau satu kesatuan yang utuh dari skripsi, tesis, disertasi, buku atau bentuk lain yang saya kutip dari orang lain tanpa saya sebutkan sumbernya yang dapat dipandang sebagai tindakan penjiplakan. Sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat reproduksi karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain yang dijadikan seolah-olah karya asli saya sendiri. Apabila ternyata dalam skripsi saya terdapat bagian-bagian yang memenuhi unsur penjiplakan, maka saya menyatakan kesediaan untuk dibatalkan sebahagian atau seluruh hak gelar kesarjanaan saya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Meulaboh, 10 September 2021

g membuat pernyataan,



Fia Daniati

NIM. 1705905030037

HALAMAN PERSEMBAHAN



Dengan Rahmat Allah SWT yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Terima kasih kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kesabaran kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

“Ayahanda dan Ibunda Tercinta”

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ayahanda Ramli dan Ibunda Salmah yang telah memberikan do'a, semangat, pengorbanan, dukungan, nasehat, perhatian, motivasi, serta cinta dan sayang yang tak terhingga selama ini.

Ucapan terimakasih kepada Almarhumah kakak dan adik saya tersayang yang telah memberikan do'a, dukungan, perhatian serta cinta dan sayang yang tak terhingga selama ini.

Terimakasih yang tak terhingga untuk dosen-dosen saya, terutama pembimbing yang tak pernah lelah dan sabar memberikan bimbingan dan arahan.

Teruntuk sahabat Ilmu Komunikasi angkatan 2017 yang selalu membantu, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terimakasih banyak. Semoga kita senantiasa dalam lindungan Allah SWT dan semoga kita menjadi orang yang berguna bagi orang lain. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “MOTIVASI PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS TEUKU UMAR” Sebagai syarat untuk melaksanakan skripsi guna memperoleh gelar serjana Ilmu Komunikasi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar.

Terselesainya proposal skripsi ini dapat terwujud karena bantuan dan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung, maka untuk itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ayahanda (Ramli) dan Ibunda tercinta (Salmah) serta keluarga tercinta telah memberikan dukungan kepada penulis baik lewat doa restu, dukungan serta nasehat yang tidak terhingga kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Jasman J Ma’ruf SE,MBA selaku Rektor Universitas Teuku Umar.
3. Bapak Basri, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar.
4. Ibu Putri Maulina, S.I.Kom., M.I Kom, selaku Dosen Pembimbing sekaligus menjadi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar yang telah bersedia membimbing penulis, yang telah meluangkan waktu untuk memberi saran, nasehat, kritikan, arahan, dan motivasi serta bimbingan yang sangat membantu penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Dosen Penguji dalam sidang ujian skripsi yang sudah berkenan memberikan masukan berupa saran dan kritik.
6. Bapak Anhar Fazri, S.Sos.I., M.Lit, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar.

7. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar.
8. Sahabat penulis dan sahabat Ilmu Komunikasi 2017 yang telah banyak membantu, mendukung, menemani dan berjuang bersama sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh keluarga dan teman-teman yang telah mendampingi penulis hingga titik ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun. Penulis mohon maaf bila terdapat kekeliruan dan kekurangan dalam proposal skripsi ini. Besar harapan penulis, semoga proposal skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Meulaboh 07 Januari 2021

Fia Daniati

ABSTRACT

The TikTok application is a Chinese music video platform that makes it easy for people to express their hearts, feelings, what is happening in their users' lives through writing, songs, videos, as well as simple symbols and so on. TikTok has a great influence that can change the pattern of daily life of each individual so that it can have a positive or negative impact. TikTok appears to facilitate one's existence beyond its essence. This study aims to find out how the TikTok application can become a public expression space for Communication Studies students at Teuku Umar University. This research is based on Jurgen Habermas' public space theory. The research method used is descriptive qualitative method. Data obtained through in-depth interviews and observations to 5 informants selected by purposive sampling method. Based on the results of the study, it was found that public space in digital society in the TikTok application is interpreted as a space where the process of self-expression occurs. The role of space in TikTok includes: (1) providing freedom of access to anyone regardless of the status of the users, (2) providing freedom of expression but cannot be separated from the dominance (3) the attachment created is able to make users participate in it. However, the public space that occurs in TikTok cannot be fully said to be an ideal public expression space because TikTok has not met the three criteria for public space created by Habermas.

Keywords: *TikTok, expression space, public space habermas*

ABSTRAK

Aplikasi TikTok merupakan sebuah platform video musik Tiongkok yang memudahkan seseorang untuk mengekspresikan isi hati, perasaan, apa yang terjadi dalam kehidupan penggunanya melalui tulisan, lagu, video, maupun simbol sederhana dan lain-lain. TikTok membawa pengaruh besar hingga dapat mengubah pola kehidupan keseharian masing-masing individu sehingga dapat berdampak positif maupun negatif. TikTok muncul memfasilitasi eksistensi seseorang melebihi esensinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana aplikasi TikTok dapat menjadi ruang ekspresi publik bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar. Penelitian ini berpijak pada teori ruang publik Jurgen Habermas. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh melalui proses wawancara mendalam dan observasi kepada 5 informan yang dipilih dengan metode purposive sampling. Berdasarkan hasil penelitian, di dapatkan bahwa ruang publik dalam masyarakat digital pada aplikasi TikTok dimaknai sebagai ruang dimana terjadi proses pengekspresian diri. Peran ruang dalam TikTok antara lain: (1) memberikan kebebasan akses kepada siapapun tanpa memandang status para penggunanya, (2) memberikan kebebasan berekspresi namun tidak lepas dari dominasi (3) keterikatan yang tercipta mampu membuat para pengguna ikut berpartisipasi didalamnya. Akan tetapi, ruang publik yang terjadi dalam TikTok belum bisa sepenuhnya dikatakan sebagai ruang ekspresi publik yang ideal dikarenakan TikTok belum memenuhi ketiga kriteria ruang publik yang diciptakan Habermas.

Kata kunci : TikTok, ruang ekspresi, ruang publik habermas

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| KATA PENGANTAR | vi |
| <i>ABSTRACT</i> | viii |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.5. Sistematika Penulisan | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 9 |
| 2.1. <i>State of the Art</i> (Penelitian Terdahulu) | 9 |
| 2.2. Kajian Teoritis | 20 |
| 2.2.1. TikTok Sebagai Ruang Ekspresi Publik | 20 |
| 2.2.3. Teori Ruang Publik Habermas | 24 |
| 2.2.4. Aplikasi TikTok | 30 |
| 2.3. Kerangka Berpikir..... | 33 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 35 |
| 3.1. Jenis Penelitian..... | 35 |
| 3.2. Lokasi Penelitian..... | 36 |
| 3.3. Waktu Penelitian..... | 36 |
| 3.4. Subjek dan Objek Penelitian..... | 37 |
| 3.5. Jenis dan Sumber Data penelitian | 37 |

| | |
|--|----|
| 3.5.1. Jenis Data | 37 |
| 3.5.2. Sumber Data | 38 |
| 3.6. Teknik Pengumpulan Data | 38 |
| 3.7. Teknik Penentuan Informan | 39 |
| 3.8. Teknik Analisis Data | 41 |
| 3.9. Uji Validitas Data | 42 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | 43 |
| 4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 43 |
| 4.1.1. Sejarah Universitas Teuku Umar | 43 |
| 4.1.2. Letak Geografis | 47 |
| 4.1.3. Visi dan Misi | 48 |
| 4.2. Hasil Penelitian | 50 |
| 4.2.1. TikTok Sebagai Ruang Ekspresi Publik di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi | 50 |
| BAB V PEMBAHASAN | 75 |
| 5.1. Representasi Ruang Ekspresi Publik dalam TikTok | 75 |
| BAB VI PENUTUP | 91 |
| 6.1. Kesimpulan | 91 |
| 6.2. Saran | 92 |
| DAFTAR PUSTAKA | 94 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 98 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 16 |
| Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian..... | 36 |
| Tabel 3. 2 Nama-Nama Informan | 41 |
| Tabel 5. 1 Bentuk Ekspresi Informan | 79 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Aplikasi TikTok | 30 |
| Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran..... | 34 |
| Gambar 4. 1 Tampilan aplikasi TikTok di Playstore | 52 |
| Gambar 4. 2 Tampilan akun TikTok Informan EM..... | 62 |
| Gambar 4. 3 Tampilan postingan Informan FR | 65 |
| Gambar 4. 4 Tampilan akun TikTok Informan NA | 67 |
| Gambar 4. 5 Tampilan Ketentuan Layanan TikTok | 71 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah membawa perubahan yang besar dalam kehidupan manusia baik dari sisi sosial maupun budaya. Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi, khususnya teknologi komunikasi digital telah menggeser kehebatan media lama (*old media*) yang selama ini menjadi primadona diantara media lainnya sebagai media penyampai pesan. Hadirnya internet menjadi ruang digital baru yang menciptakan sebuah ruang kultural. Beragam akses terhadap informasi dan hiburan dari berbagai penjuru dunia dapat dicari melalui internet. Internet menembus batas dimensi kehidupan pengguna, waktu, dan ruang, yang dapat diakses oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun. Kehadiran internet ditengah-tengah kehidupan masyarakat merupakan awal dari munculnya Media Baru (*New Media*). Media baru memiliki karakteristik khusus yaitu kemampuan untuk menciptakan ilusi seperti pada komunikasi tatap muka yang tampak nyata. Media sosial atau yang dikenal dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Kaplan dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.

Media sosial menjadi kebutuhan penting dalam hidup manusia saat ini selain menjadi tempat interaksi sosial serta untuk memperluas jejaring sosial. Media sosial

merupakan bagian dari media baru yang menghubungkan individu dengan individu lainnya atau antara satu kelompok dengan kelompok lainnya melalui pesan yang disebar atau di bagikan (*share*) (Mayfield, 2008: 6). Banyak orang yang saat ini memanfaatkan media sosial sebagai ajang untuk menunjukkan keberadaan dirinya kepada dunia luar. Setiap orang berlomba-lomba untuk menampilkan dan membuat *branding* tentang dirinya kepada dunia luar. Melalui foto, video, pernyataan yang ada di media sosial, seseorang ingin mengungkapkan kepada orang lain bahwa inilah dirinya. Tidak jarang pula bahkan seseorang bisa bertindak berlebihan untuk sekedar menunjukkan eksistensi dirinya kepada orang lain. (Caniago, 2017).

Media sosial seperti Instagram, *Facebook*, *Twitter*, serta *Whatsapp* menjadi contoh media sosial yang digunakan oleh orang-orang untuk memenuhi keperluan tersebut. Dari banyak media sosial yang ada, ada satu jenis media sosial yang menjadi fenomena baru sekarang ini, yaitu aplikasi pembuat video seperti TikTok. Aplikasi berbagi video pendek sedang menjadi tren yang digandrungi oleh banyak orang saat ini. Sebenarnya aplikasi seperti TikTok ini sudah pernah kita temui sebelumnya pada salah satu aplikasi yaitu Likee. Pada dasarnya setiap aplikasi mempunyai saingan yang memiliki konten yang sama, seperti TikTok dan Likee. Likee merupakan aplikasi mirip TikTok yang menyuguhkan fitur-fitur editing video yang cukup lengkap. Sama halnya dengan TikTok, aplikasi Likee memiliki sejumlah kelebihan dan juga kekurangan. Kelebihan yang ada pada Likee seperti adanya sistem penyaring konten, kelebihan Likee yang tidak dimiliki TikTok ini menjadi pertimbangan bagi para orang tua untuk mengarahkan anak-anaknya dalam memilih aplikasi Likee

dibanding TikTok. Kedua aplikasi ini umumnya adalah sebagai aplikasi hiburan yang sama, namun ditinjau dari tingkat kepopuleran TikTok lebih populer dibandingkan Likee saat ini. Hal ini tentu dapat mempengaruhi minat masyarakat terhadap aplikasi mana yang ingin mereka unduh (www.selera.id).

TikTok merupakan media sosial baru yang memberikan wadah kepada para penggunanya untuk dapat mengekspresikan diri melalui konten video. TikTok sebenarnya aplikasi yang menyajikan hiburan bagi para penggunanya, dengan fitur video dan musik dengan durasi hanya sekitar 15-30 detik saja, atau sederhananya adalah sebuah *platform* sosial video pendek yang dipadukan dengan musik.

Selain dikenal dengan nama TikTok, aplikasi ini juga mempunyai nama lain, yaitu Douyin yang artinya video pendek. Douyin atau TikTok yang berperan sebagai jaringan sosial dan *platform* video musik itu diluncurkan pada bulan September 2016 oleh Zhang Yiming. Di Indonesia sendiri, aplikasi TikTok diluncurkan pada bulan Mei 2017 (Aprilian et al., 2020). Aplikasi Zhang Yiming ini terbilang sukses, suksesnya aplikasi TikTok tercatat menjadi aplikasi kategori non *game* yang paling banyak di unduh di seluruh dunia per Juli 2020. Aplikasi di bawah naungan Bytedance itu, menurut laporan riset pasar aplikasi mobile Sensor Tower, mengantongi lebih dari 65,2 juta unduhan, yang setara dengan 21,4 persen peningkatan dari periode yang sama pada tahun sebelumnya. Dalam laporan 10 besar aplikasi kategori non *game* di seluruh dunia per Juli 2020 tersebut, Facebook menempati posisi kedua dengan lebih dari 53,6 juta unduhan. (www.liputan6.com diakses pada tanggal 03 Januari 2021)

Platform media sosial TikTok merupakan media sosial yang memberikan banyak kebebasan pada penggunanya untuk berkreasi dengan membuat video pendek dimana pengguna dapat menari dan bergaya bebas, Melalui aplikasi ini juga mendorong para pembuat konten untuk dapat meningkatkan imajinasi agar meningkatkan kreativitas dan membebaskan ekspresi mereka. Ruang virtual ini menjadi ruang terbuka bagi siapa saja untuk berinteraksi atau sekedar untuk mengekspresikan diri.

Para millennial menjadikan TikTok sebagai ruang ekspresi secara bebas. Ada sebagian orang menggunakan TikTok sebagai media konten secara personal. Banyak hal yang dapat dilakukan masyarakat di dalam atau lewat aplikasi TikTok. Hal tersebut memperlihatkan bahwa TikTok menjadi ruang yang membuat para penggunanya merasa bebas dalam membuat apapun bahkan hingga sesuatu yang personal sekalipun. Kebebasan menggunakan *platform* TikTok ini melahirkan kebebasan tersendiri bagi penggunanya, mereka bebas berkreasi tanpa mengkhawatirkan akan pandangan orang lain.

Kebebasan dalam media sosial ini juga tidak menutup kemungkinan ikut mengubah gaya hidup para millennial, dimana gaya hidup para millennial yang sebelumnya lebih tertutup sekarang menjadi lebih terbuka. Seperti pengguna TikTok dengan konten bergoyang ria yang tidak sewajarnya. Seseorang yang sebelumnya malu-malu akan aktualisasi diri didepan publik kini menjadi sangat percaya diri dalam membuat konten berupa video menari-nari mengikuti tren yang sedang *boomingnya* dikalangan millennial saat ini. Seseorang menjadi terlalu kreatif demi

video yang lucu dan menarik sehingga tidak mampu menilai mana yang pantas dan mana yang tidak.

Fenomena bermain TikTok merupakan *trend* yang sangat digandrungi saat ini. *Trend* bermain TikTok digandrungi oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak, remaja, orang dewasa, termasuk dikalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan salah satu *occupation* yang secara aktif menggunakan media sosial. Peneliti memilih mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Teuku Umar karena merupakan mahasiswa yang berada dalam kisaran umur 19-24 tahun dan sedang mengenyam pendidikan kuliah (sarjana). Mahasiswa Ilmu Komunikasi merupakan mahasiswa yang mempunyai hubungan erat dengan fenomena media *online* sebagai sarana komunikasi, seperti aplikasi TikTok. Peneliti juga memilih jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Teuku Umar dikarenakan program studi ini merupakan program studi yang banyak menggunakan media dan perkembangannya untuk pembelajaran. Tak hanya media *mainstream*, media sosial juga digunakan dalam proses pembelajaran. Selain sebagai metode pembelajaran, media sosial baik itu *facebook*, *instagram*, *twitter*, *youtube* dan lain sebagainya juga digunakan sebagai media untuk mencari informasi terkini seputar fenomena yang sedang trending dikalangan masyarakat umum.

Berdasarkan pengamatan sekilas peneliti terhadap lingkungannya, hampir sebagian mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar dapat dipastikan memiliki akun aplikasi TikTok, dan digunakan secara aktif maupun pasif. Pada salah satu pengamatan awal penulis melalui *google form* yang disebarakan ke tiap-tiap grup WhatsApp mahasiswa Ilmu Komunikasi, penulis menemukan adanya 32 responden yang memiliki akun aplikasi TikTok. Sebagian besar responden mengatakan mulai ikut bergabung dalam tren bermain tiktok sejak tahun 2020. Aktifnya penggunaan media sosial TikTok ini didasari oleh berbagai alasan maupun tujuan mahasiswa dalam menggunakan media sosial tersebut. Kebebasan dalam berekspresi diplatform TikTok melatarbelakangi penggunaan aplikasi TikTok, sehingga hal tersebut menjadi dasar dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui mengapa aplikasi TikTok dijadikan sebagai ruang ekspresi publik dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas peneliti mengambil sebuah rumusan masalah yakni “Bagaimana aplikasi Tiktok dapat menjadi ruang ekspresi publik bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar?”

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aplikasi TikTok dapat menjadi ruang ekspresi publik bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari penyusunan penelitian ini diharapkan nantinya akan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat dalam penelitian ini adalah manfaat yang bersifat teoritis yang tidak lain adalah menambah wawasan Ilmu komunikasi, dalam kajian psikologi komunikasi dan komunikasi massa terutama yang berkaitan aktualisasi diri melalui ekspresi diri.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada para pembaca agar lebih bijak dalam memanfaatkan media sosial dan *platform* TikTok.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

BAB I:PENDAHULUAN : Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian ini termasuk manfaat teoritis dan manfaat praktis.

BAB II:TINJAUAN PUSTAKA : Bab ini membahas tentang studi pustaka mengenai teori yang akan diambil dan bagaimana penelitian terdahulu yang sudah pernah diteliti sebagai referensi tambahan dan lanjutan.

BAB III:METODOLOGI PENELITIAN : Bab ini membahas tentang variable penelitian, metode pengumpulan data, waktu dan tempat penelitian, dan prosedur analisis data.

BAB IV:HASIL PENELITIAN : Bab ini membahas tentang gambaran hasil penelitian

BAB V: PEMBAHASAN : Bab ini membahas tentang analisis dan pembahasan mengenai hasil penelitian

BAB VI : PENUTUP : Bab ini memuat tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *State of the Art* (Penelitian Terdahulu)

Pada bab ini, peneliti memaparkan beberapa penelitian yang terdahulu atau kajian terdahulu, yang dapat menentukan area atau arah penelitian serta menjelaskan perbedaannya. Sebab itu penelitian terdahulu ini sangat berguna untuk perbandingan antara peneliti dengan kajian atau penelitian terdahulu. Adapun penelitian yang dimaksud sebagai berikut:

2.1.1. Muhammad Furqan Alfindra, Martunis Yahya, 2017

Judul penelitian ini adalah Motivasi Mahasiswa Bergabung dalam Media Sosial Instagram (Studi pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unsyiah yang Menggunakan Instagram). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi mahasiswa bergabung dalam media sosial instagram. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori *uses and gratifications* sebagai teori utama dan teori Motivasi Abraham H. Maslow sebagai teori pendukung. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa ada beberapa motif yang memotivasi mahasiswa bergabung dalam media sosial instagram, motif-motif tersebut adalah motif informasi, motif aktualisasi diri, motif hiburan dan bisnis.

Kesamaan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad dan rekannya dengan penelitian yang akan diteliti penulis adalah sama-sama meneliti media sosial. Persamaan lainnya terletak pada subjek penelitian, kedua penelitian ini sama-sama

menggunakan mahasiswa sebagai subjek penelitian. Sedangkan perbedaan kedua penelitian ini terletak pada objek penelitian. Dimana penelitian tersebut menjadikan motivasi sebagai objek penelitiannya sedangkan penelitian ini mengkaji ruang ekspresi mahasiswa dalam media sosial.

2.1.2. Primada Qurrota Ayun, 2015

Jurnal dengan judul Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. Penelitian ini membahas bagaimana media sosial digunakan remaja sebagai sebuah media untuk membentuk identitas diri. Penelitian ini menggunakan metode analisis fenomologi dari Von Eckartsberg. Penemuan dari penelitian ini diketahui bahwa remaja menunjukkan identitas diri yang berbeda-beda dalam ketiga akun media sosial (*Facebook, Path, Twitter*). Secara orientasi personal, para remaja menggunakan media sosial dikarenakan mereka ingin menjalin komunikasi dengan teman-teman mereka, sehingga mereka memutuskan untuk memiliki akun media sosial lebih dari satu. Nilai individu yang ditampilkan dalam media sosial para remaja mencoba membuat sebuah citra positif tentang diri mereka di media sosial. Mereka cukup terbuka dalam menunjukkan identitas mereka, hal ini ditunjukkan dengan keterbukaan diri mereka melalui keinginan mereka untuk eksis dengan mengupload kegiatan yang sedang mereka lakukan (baik melalui foto ataupun status) dan mengungkapkan permasalahan pribadi di media sosial dalam bentuk tersirat.

Kesamaan penelitian yang dilakukan oleh Primada dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas penggunaan media sosial. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan, penelitian Primada menggunakan metode

analisis fenomenologis, sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Media sosial yang dibahas dalam penelitian juga berbeda, penelitian Primada membahas media sosial *Facebook*, *Twitter*, dan *Path*, sedangkan penelitian ini membahas media sosial berbentuk audio visual yaitu TikTok. Perbedaan lainnya dilihat dari subjek penelitiannya. Dimana subjek penelitian Primada adalah remaja yang aktif menggunakan media sosial dan memiliki akun media sosial (*facebook*, *twitter*, *path*), sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi yang memiliki akun aplikasi TikTok.

2.1.3. Susilowati, 2018

Jurnal penelitian dengan judul Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa salah satu fungsi lain dari instagram selain dapat membangun sebuah *brand*, dengan instagram juga dapat membangun *personal branding* pemiliknya. *Personal branding* yang kuat akan membangun *brand personality* yang kuat dibenak masyarakat. Pada akun @bowo_allpenliebe melakukan *personal branding* dengan banyak mengunggah video kreasinya yang memanfaatkan aplikasi TikTok yang telah menyediakan beragam *special effect*, dan juga musik *background* dari berbagai artis terkenal dengan berbagai kategori dan juga *special effect* lainnya yang dapat digunakan secara instan. Sedangkan pada instagram juga terdapat fitur-fitur dalam pemuatan video, yaitu pilihan gambar *cover* yang unik dan menarik, dengan *audio* atau tanpa *audio*, proses *editing*, filter, *angle*, narasi untuk video *branding*, gunakan *hashtag* yang sesuai, kemudian *share*, dan terakhir kenalkan dengan orang-orang terdekat.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pemanfaatan TikTok sebagai *personal branding* di Instagram (Studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo_allpenliebe). Penemuan dari penelitian ini adalah pembentukan *personal branding* harus di dasari kenyataan dalam kehidupan dengan berbagai aktifitas positif yang memperkuat pembentukan *personal branding*, karena pencitraan berdasarkan hasil polesan semata tidak dapat mampu membentuk *personal branding* yang kuat karena *personal branding* bukanlah proses yang instan. Hasil pembahasan dari penelitian ini ialah dalam proses pembentukan *personal branding* di Instagram, akun @bowo_allpenliebe ini menggunakan 5 dari 9 fitur yang telah disediakan oleh Instagram dalam pemuatan video di Instagram. Lima fitur Instagram yang digunakan yaitu, pilihan gambar cover yang unik dan menarik, menggunakan audio, menggunakan narasi pada setiap video TikTok sebagai Video Brandingnya dan juga menggunakan *hashtag* yang disesuaikan dengan deskripsi *branding*, serta dengan unggahan video TikTiknya telah mengenalkan dirinya dengan orang-orang terdekat.

Persamaan yang terdapat dalam penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pemanfaatan media sosial berbentuk audio visual yaitu aplikasi TikTok. Jenis penelitian yang digunakan juga sama yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Adapun perbedaannya terletak pada motif penggunaan media sosial, yang mana penelitian tersebut memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai media yang dapat membentuk *personal branding* pada sebuah akun di Instagram, sedangkan

penelitian ini pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai ruang ekspresi para mahasiswa di dunia maya.

2.1.4. Dian Novita Sari Chandra Kusuma, Roswita Oktavianti, 2020

Penelitian ini berjudul Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi TikTok). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial berbasis audio visual dalam membentuk konsep diri penggunanya dengan jenjang umur yang berbeda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus terhadap pengguna media sosial TikTok. Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratifications* untuk mengetahui kepuasan individu dalam menggunakan media sosial TikTok. Penemuan dalam penelitian ini yaitu semua narasumber merupakan pengguna aktif media sosial berbasis audio visual TikTok. Rata-rata mereka menggunakan aplikasi TikTok tiap harinya, namun terdapat perbedaan dalam durasi pemakaian setiap narasumber. Perbedaan jenjang umur pengguna TikTok mempengaruhi durasi dalam menggunakan aplikasi, selain itu juga mempengaruhi pembentukan konsep diri narasumber ke arah positif seperti meningkatkan kepercayaan diri narasumber untuk menunjukkan jati dirinya dan konsep diri negatif seperti kurangnya dalam mengatur waktu. Pembentukan konsep diri dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal (fisik dan psikis) dan faktor eksternal (orang lain dan kelompok rujukan).

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti tentang aplikasi media sosial TikTok. Persamaan lainnya

yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada teori yang digunakan dan subjek penelitiannya. Penelitian tersebut menggunakan informan dari berbagai jenjang pendidikan yang berbeda-beda, yakni SMP, SMA, Mahasiswa dan pekerja. Sedangkan penelitian ini hanya menggunakan mahasiswa dari program studi Ilmu Komunikasi sebagai subjek penelitiannya. Perbedaan lainnya terletak pada penggunaan aplikasinya. Penelitian tersebut menggunakan aplikasi TikTok sebagai tempat untuk membentuk konsep diri, sedangkan dalam penelitian ini penggunaan aplikasi TikTok sebagai ruang ekspresi publik khususnya para mahasiswa.

2.1.5. Amalia Nurul I'tikoh, 2018

Penelitian ini berjudul Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kebumen. Penelitian ini mengambil fokus penelitian apakah media sosial efektif dalam meningkatkan citra Pemerintah Kabupaten Kebumen. Tujuan dari pembahasan penelitian ini adalah untuk mengukur efektivitas penggunaan instagram dalam meningkatkan citra Pemerintah Kabupaten Kebumen melalui *follower @humaskebumen*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metodologi riset kuantitatif menggunakan metode survey. Jenis metode survey ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat dikatakan bahwa penggunaan media sosial instagram oleh Humas Kebumen efektif dalam menyebarluaskan informasi terkait kegiatan atau program dan kebijakan pemerintah, menampung dan mengolah aspirasi masyarakat, serta membangun kepercayaan publik guna menjaga citra dan

reputasi pemerintah. Hal ini dapat dilihat pada postingan akun instagram @humaskebumen dimana Humas Kebumen sebagai pengelola akun tersebut dapat dikatakan telah melaksanakan tugasnya dengan baik, yaitu membagikan kualitas informasi berupa foto/video yang berkualitas. Sehingga tujuan untuk meningkatkan citra melalui penggunaan media sosial instagram tercapai.

Persamaan dalam penelitian sekarang ini adalah sama-sama mengkaji penggunaan dari media sosial. Untuk perbedaannya terletak pada pemanfaatan media sosial itu sendiri. Amalia dalam penelitiannya memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan citra sedangkan peneliti dalam penelitiannya media sosial dimanfaatkan oleh mahasiswa sebagai ruang atau tempat mereka untuk berekspresi secara bebas.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

| No. | Aspek Penelitian | Keterangan |
|------------|-----------------------------------|--|
| 1. | Topik riset dan penelitian | Motivasi Mahasiswa Bergabung dalam Media Sosial Instagram (Studi pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unsyiah yang Menggunakan instagram) jurnal oleh Muhammad Furqan Alfindra, Martunis Yahya, 2017 |
| | Tujuan penelitian | Untuk mengetahui motivasi mahasiswa bergabung dalam media sosial Instagram |
| | Teori yang digunakan | Teori <i>Uses and Gratifications</i> dan teori Motivasi Abraham H. Maslow |
| | Metode penelitian | Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif |
| | Hasil Penelitian | Hasil penelitian ini diperoleh bahwa ada beberapa motif yang memotivasi mahasiswa bergabung dalam media sosial instagram, motif-motif tersebut adalah motif informasi, motif aktualisasi diri, motif hiburan dan bisnis. |
| | Persamaan dengan rencana peneliti | Sama-sama meneliti media sosial |
| | Perbedaan dengan rencana peneliti | Objek penelitian |
| 2. | Topik riset dan penelitian | Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas, jurnal oleh Primada Qurrota Ayun, 2015 |
| | Tujuan penelitian | Untuk mengetahui bagaimana media sosial digunakan remaja sebagai sebuah media untuk membentuk identitas diri |

| | | |
|----|-----------------------------------|---|
| | Teori yang digunakan | Teori Interaksi Simbolik dan <i>Social Identity Theory</i> |
| | Metode penelitian | Metode analisis fenomologi |
| | Hasil Penelitian | Remaja menunjukkan identitas diri yang berbeda-beda dalam ketiga akun media sosial (<i>Facebook, Path, Twitter</i>). Secara orientasi personal, para remaja menggunakan media sosial dikarenakan mereka ingin menjalin komunikasi dengan teman-teman mereka, sehingga mereka memutuskan untuk memiliki akun media sosial lebih dari satu. Nilai individu yang ditampilkan dalam media sosial para remaja mencoba membuat sebuah citra positif tentang diri mereka di media sosial. Mereka cukup terbuka dalam menunjukkan identitas mereka, |
| | Persamaan dengan rencana peneliti | Sama-sama membahas penggunaan media sosial. |
| | Perbedaan dengan rencana peneliti | Teori yang digunakan, metode penelitian dan subjek penelitian |
| 3. | Topik riset dan penelitian | Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpenliebe) jurnal Susilowati, 2018 |
| | Tujuan penelitian | Untuk mengetahui pemanfaatan TikTok sebagai personal branding di Instagram (studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo_allpenliebe) |
| | Teori yang digunakan | Konsep Diri |
| | Metode penelitian | Penelitian deskriptif kualitatif |
| | Hasil Penelitian | Dalam proses pembentukan <i>personal branding</i> di instagram, akun @bowo_allpenliebe ini menggunakan 5 dari 9 fitur yang telah disediakan oleh instagram dalam pemuatan video di Instagram. Lima fitur instagram yang digunakan yaitu, pilihan gambar cover yang unik dan menarik, menggunakan audio, menggunakan narasi pada setiap video TikTok sebagai Video Brandingnya dan juga menggunakan hashtag yang disesuaikan dengan deskripsi <i>branding</i> , serta dengan unggahan video TikTiknya telah mengenalkan dirinya dengan orang-orang terdekat. |

| | | |
|----|-----------------------------------|---|
| | Persamaan dengan rencana peneliti | Sama-sama meneliti tentang pemanfaatan media sosial yaitu aplikasi TikTok. |
| | Perbedaan dengan rencana peneliti | Pemanfaatan media aplikasi TikTok, dimana penelitian tersebut memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai media yang membentuk <i>personal branding</i> pada sebuah akun di instagram, sedangkan penelitian ini pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai ruang ekspresi public khususnya di kalangan mahasiswa |
| 4. | Topik riset dan penelitian | Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi TikTok) jurnal Dian Novita Sari Chandra Kusuma, Roswita Oktavianti, 2020 |
| | Tujuan penelitian | Untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial berbasis audio visual dalam membentuk konsep diri penggunaanya dengan jenjang umur yang berbeda |
| | Teori yang digunakan | Teori <i>Uses and Gratifications</i> |
| | Metode penelitian | Pendekatan kualitatif |
| | Hasil Penelitian | Perbedaan jenjang umur pengguna TikTok mempengaruhi durasi dalam menggunakan aplikasi, selain itu juga mempengaruhi pembentukan konsep diri narasumber ke arah positif seperti meningkatkan kepercayaan diri narasumber untuk menunjukkan jati dirinya dan konsep diri negatif seperti kurangnya dalam mengatur waktu |
| | Persamaan dengan rencana peneliti | Sama-sama meneliti tentang aplikasi media sosial TikTok, menggunakan teori yang sama yaitu pendekatan kualitatif |
| | Perbedaan dengan rencana peneliti | Subjek penelitian, perbedaan lainnya terletak pada penggunaan aplikasinya. Penelitian tersebut menggunakan aplikasi TikTok sebagai tempat untuk membentuk konsep diri, sedangkan dalam penelitian ini penggunaan aplikasi TikTok sebagai ruang ekspresi publik. |
| 5. | Topik riset dan penelitian | Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kebumen (Analisis EPIC Model pada follower |

| | | |
|--|-----------------------------------|---|
| | | @humaskebumen) penelitian Amalia Nurul P'tikoh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri sunan kalijaga, 2018 |
| | Tujuan penelitian | Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur efektivitas penggunaan instagram dalam meningkatkan citra Pemerintah Kabupaten Kebumen melalui follower @humaskebumen |
| | Teori yang digunakan | EPIC Model (<i>emphaty, persuasions, impact, communications</i>) |
| | Metode penelitian | Penelitian kuantitatif |
| | Hasil Penelitian | Penggunaan media sosial instagram oleh Humas Kebumen efektif dalam menyebarkan informasi terkait kegiatan atau program dan kebijakan pemerintah, menampung dan mengolah aspirasi masyarakat, serta membangun kepercayaan publik guna menjaga citra dan reputasi pemerintah. |
| | Persamaan dengan rencana peneliti | Sama-sama membahas tentang penggunaan dari media sosial. |
| | Perbedaan dengan rencana peneliti | Untuk perbedaannya terletak pada pemanfaatan media sosial itu sendiri. Amalia dalam penelitiannya memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan citra, sedangkan penelitian ini pemanfaatan aplikasi TikTok dijadikan sebagai ruang bebas untuk berekspresi. |

2.2. Kajian Teoritis

2.2.1. TikTok Sebagai Ruang Ekspresi Publik

Ruang memang tidak dapat dipisahkan dari individu dan masyarakat yang mengisinya sehingga menurut Henry Lefebvre di dalam *The Production of Space*, ruang (sosial) adalah produk (sosial). Maksudnya adalah ruang itu diproduksi secara sosial oleh masyarakat. Ruang publik tidak hanya berbentuk ruang fisik, tetapi juga berupa media massa (cetak, elektronik, dan *online*). Seperti yang kita ketahui, perkembangan teknologi pada era ini membawa cara komunikasi baru dalam sosial bermasyarakat, yaitu dengan menggunakan media sosial. Kemunculan dari media sosial ini pun akhirnya juga merubah paradigma masyarakat dalam berkomunikasi dan berkreasi. Komunikasi sekarang tidak lagi terhalang oleh jarak, waktu, dan juga ruang, sama halnya dengan berkreasi. Salah satu *platform* media sosial yang banyak digunakan untuk berkomunikasi pada saat ini adalah TikTok.

TikTok menjadi ruang publik (*public space/psphere*) yang memungkinkan para penggunanya untuk mengekspresikan diri secara bebas disamping untuk mendapatkan sebuah pengakuan dari pengguna lain atas aksi yang dilakukan.. Kebebasan berekspresi dan berpendapat dimaknai sebagai hak yang melekat pada setiap manusia, untuk memiliki. Banyak cara seseorang dalam mengekspresikan dirinya mulai dari cara dia berpenampilan, berbicara, dan bahkan sampai dalam berperilaku. Dalam hal ini, TikTok memfasilitasi pengguna dengan fitur-fitur yang

ada mulai dari fitur *editing* hingga berbagai fitur kebijakan dan keamanan akun pengguna.

2.2.2. Jenis-Jenis Ekspresi

Secara universal, Ekman (dalam Matsumoto, 2005; Matsumoto & Ekman, 2007) menyatakan dalam penelitiannya berdasarkan pada sistematika dan konklusif bahwa secara *universal* ekspresi emosi meliputi:

1. Marah (*Anger*)

Perasaan ketidaksenangan terhadap sesuatu yang melukai, menganiaya, menentang dan biasanya muncul dengan spontan serta ingin melawan penyebab perasaan ini. Ekspresi emosi marah sangat bervariasi bentuknya mulai dari perubahan raut muka, dalam bentuk verbal, dalam bentuk tindakan, hingga dalam bentuk sikap dan marah yang tidak diperlihatkan. Pelampiasan marah dapat ditahan atau bahkan dapat pula dieksplorasi. Secara psikologis terlalu sering menahan marah akan menimbulkan kegoncangan mental dan hal tersebut tidak baik untuk kesehatan mental.

2. Muak (*Contemp*)

Perasaan atau perilaku ketika seseorang melihat sesuatu atau seseorang yang kualitas tindakan, proses atau kemampuannya menurun atau rendah, rata-rata atau biasa saja, atau tidak layak

3. Jijik (*Disgust*)

Perasaan yang muncul karena suatu objek yang menjijikkan, tidak disukai, atau dibenci.

4. Takut (*Fear*)

Perasaan cemas dan menghasut karena adanya kehadiran sesuatu yang berbahaya, kejahatan, atau perasaan yang akan menyakitkan. Rasa takut mendorong manusia untuk mengambil tindakan yang perlu untuk menghindari bahaya yang mengancam kelangsungan hidup. Ekspresi emosi takut dapat berupa tindakan seperti: berteriak histeris (*scream*), loncat berlari, merunduk, menutup telinga, atau menghindar. Ekspresi takut juga ditandai dengan perubahan faali seperti: denyut nadi meningkat, jantung berdebar-debar, pandangan mata kabur, keluar keringat dingin, dan persendian terasa lemas.

5. Senang (*Happiness*)

Perasaan terhadap sesuatu yang benar-benar disukai, kepuasan, atau rasa sering riang gembira. Emosi gembira dan bahagia dalam psikologi ditekankan pada hal yang membawa kebermaknaan pada kehidupan. Seseorang akan mencapai kebahagiaannya ketika kebutuhan-kebutuhannya telah terpenuhi atau tercukupi. Sehingga kesehatan mental akan bermula dan berkembang.

6. Sedih (*Sadness*)

Persaan dimana semangat yang rendah atau duka cita. Beberapa hal yang biasanya menyebabkan manusia dirudung. Kesedihan yaitu ketika musibah datang seperti kegagalan, kecelakaan, kematian, dan lain-lain. Emosi sedih dapat terjadi dalam hubungan interpersonal, misalnya pada proses komunikasi pesan yang disampaikan dipahami tidak sesuai dengan harapan sebenarnya (*misunderstanding*), hal ini dapat menimbulkan kekecewaan. Ekspresi emosi sedih meliputi: menangis

dengan air mata bercucuran, mata berkaca-kaca, wajah pucat, dingin, pandangan lesu, tanpa senyum, dan tidak bergairah.

7. Terkejut (*Suprise*)

Perasaan atas sesuatu yang tiba-tiba atau tidak terduga. Emosi heran dan kaget berada pada kontinum yang sama. Biasanya diekspresikan dengan: berteriak spontan, terperanjat, mata terbelalak, merinding, latah, meneteskan air mata dan tertawa.

Sementara itu Daniel Goleman (1995) dalam M. Ali. Asrori (2008: 62-63) mengidentifikasi sejumlah kelompok emosi, yaitu sebagai berikut:

1. Amarah, di dalamnya meliputi brutal, mengamuk, benci, marah besar, jengkel, kesal hati, terganggu, rasa pahit, berang, tersinggung, bermusuhan, tindak kekerasan, dan kebencian patologis.
2. Kesedihan, di dalamnya meliputi pedih, sedih, muram, suram, melankolis, mengasihani diri, kesepian, ditolak, putus asa, depresi.
3. Rasa takut, di dalamnya meliputi cemas, takut, gugup, khawatir, waswas, perasaan takut sekali, sedih, waspada, tidak tenang, kecut, ngeri, dan pobia.
4. Kenikmatan, di dalamnya meliputi kebahagiaan, gembira, ringan puas, riang, senang, terhibur, bangga, kenikmatan indrawi, takjub, terpesona, puas, rasa terpenuhi, girang, senang sekali, dan mania.
5. Cinta, di dalamnya meliputi penerimaan, persahabatan, kepercayaan, kebaikan hati, rasa dekat, bakti, hormat, kasmaran dan kasih sayang.
6. Terkejut, di dalamnya meliputi terkesiap, takjub, terpana.

7. Jengkel, di dalamnya meliputi hinaan, jijik, muak, mual, benci, tidak suka dan mau muntah.
8. Malu, di dalamnya meliputi rasa bersalah, malu hati, kesal hati, menyesal, hina, aib, dan hati hancur lebur.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa bentuk-bentuk emosi adalah amarah, kesedihan, rasa takut, kenikmatan, cinta, terkejut, jengkel dan malu.

2.2.3. Teori Ruang Publik Habermas

Term “*public sphere*” atau ruang publik lahir dari karya Jurgen Habermas pada tahun 1989 melalui buku yang berjudul *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Gourageois Society*. Ruang publik pada dasarnya merupakan ruang masyarakat privat (*sphere of private people*) yang berkumpul bersama menjadi sebuah publik. Dalam bukunya Habermas menjelaskan ruang publik sebagai suatu wilayah yang muncul pada ruang spesifik dalam masyarakat borjuis yang menjadi perantara antara masyarakat sipil dan negara pada masa itu. Kaum borjuis adalah manusia-manusia privat. Kata privat memiliki makna tidak memegang jabatan publik atau mengemban tugas pemerintah. Istilah privat menunjukkan pemisahan dari ruang aparatus negara, sementara publik mengacu pada kondisi yang dalam pada itu telah berkembang, di bawah absolutisme, menjadi sebuah entitas yang memiliki eksistensi objektif karena menentang pribadi penguasa (Habermas, 2007: 17).

Dalam ruang publik Habermas, individu mampu mengembangkan dirinya sendiri dan terlibat dalam pertukaran arah maupun tujuan masyarakat. Mereka mengklaim bahwa ruang publik ini diregulasi dari atas guna melawan otoritas publik. Hal ini berarti bahwa bagi Habermas ruang publik tidaklah spontan terbentuk dengan sendirinya, ruang publik terbentuk melalui perjuangan diskursif para aktor kepentingan untuk menguji klaim kebenaran alasan-alasan yang dilontarkan ke dalam publik.

Ruang publik ini muncul karena adanya perubahan kultur warga dalam menanggapi regulasi maupun realitas politik abad ke-18, seiring dengan semakin intelektualnya warga, melek media, akses terhadap karya-karya bermutu, buku sastra yang mudah didapatkan, dan juga konsumsi terhadap arah baru jurnalisme yang lebih kritis melalui berita yang dipublikasikan (Habermas, 1962/1989: 27). Juga merupakan upaya untuk menyediakan ruang publik sebagai area diskusi yang kritis (*Rasonnement*) berdasarkan argumen dalam menanggapi realitas atau pemberitaan media. Walau karya Habermas memfokuskan diri pada ruang publik pada masyarakat borjuis, namun melalui batu loncatan itulah ruang publik bisa dipahami sebagai ruang yang menyediakan dan melibatkan publik secara luas dalam mendiskusikan realitas yang ada (Nasrullah, 2012: 29). Habermas dalam *Between Facts and Norms* menempatkan ruang publik sebagai ruang yang plural. Setiap komunitas, dan kelompok masyarakat dapat menciptakan ruang publiknya sendiri. Pemikiran ini sebagai reaksi atas kritik kaum postmodernisme yang melihat pemikiran ruang publik pertama (*borjuis*) sebagai ruang yang cenderung eksklusif (Wicandra, 2013).

Meski ruang publik di abad tersebut dikuasai oleh kalangan borjuis, banyak para akademisi yang mengkritisnya, namun Habermas memunculkan apa yang disebutnya sebagai “*institutional criteria*” (Habermas, 1962/1989 :36). Sebuah karakter yang bisa mengantarkan kita memahami apa yang dimaksud Habermas dengan ruang publik tersebut, Kriteria tersebut ialah sebagai berikut :

1. Pengabaian terhadap status (*disregard of status*)

Prinsip ideal dalam ruang publik borjuis adalah pertama, dalam ruang publik hal yang menempati posisi lebih tinggi dari yang lain bukanlah status, pangkat, harta, atau keturunan, melainkan argument yang lebih baik. dalam hal ini Habermas menginginkan adanya pemahaman mengenai konsep ruang publik yang netral. Pengabaian terhadap status (*disregard of status*) atau lebih tepatnya menjauhi diskusi kritis tentang status. Ruang publik tidaklah memperkarakan adanya perbedaan status, tetapi memberikan kesempatan yang sama dalam mengungkapkan kritik atas sebuah realitas di masyarakat. Artinya bahwa siapapun dari golongan apapun memiliki kesempatan yang sama di dalam ruang publik. Ruang publik lebih menekankan adanya ide-ide yang terlembagakan dan mendapatkan klaim secara objektif sehingga bisa diterima oleh publik secara luas, yang jika tidak terealisasikan, minimal ide tersebut melekat secara sadar di benak publik.

2. Domain yang menjadi Kepedulian Bersama (*domain of common concern*).

Habermas menilai ruang publik yang ideal ialah ruang publik yang tidak hanya menitikberatkan pada penafsiran domain-domain yang dikuasa otoritas penguasa.

Bahwa realitas historis menempatkan adanya beberapa domain yang hanya dikuasai penafsirannya oleh otoritas yang berkuasa dan atau oleh kalangan gereja. Padahal domain tersebut bisa dibincangkan dan melibatkan publik secara lebih luas. filsafat, seni, dan sastra yang diklaim hanya boleh diinterpretasikan dan menjadi kemenangan eksklusif dalam hal publisitas oleh kalangan gerejawi, menjadi sesuatu yang bisa diakses oleh publik. Karya-karya tersebut bukan lagi berada dalam kebutuhan untuk bisa diakses, melainkan sudah menjadi komoditas yang diperdagangkan oleh industri. Distribusi karya-karya tersebutlah yang menjadi bahan dalam diskusi kritis yang terjadi di ruang publik. Interpretasi menjadi lebih beragam dan bisa berasal dari siapa saja dalam anggota ruang publik tersebut.

3. Inklusif (*inclusivity*).

Dalam ruang publik, inklusivitas publik tercipta karena pada dasarnya setiap masalah yang diperbincangkan adalah persoalan-persoalan umum yang harus bisa dan mudah untuk diakses setiap orang. Dengan kata lain setiap orang harus sanggup berpartisipasi di dalamnya. Bahwa betapapun eksklusifnya publik dalam kasus tertentu, akan tetapi dalam ruang publik ia menjadi bagian dari kelompok kecil tersebut. Ide-ide yang muncul dalam perdebatan khusus mereka pada dasarnya bukan menjadi milik mutlak anggota publik, melainkan ketika disebarkan melalui media publik dapat pula mengaksesnya. Isu yang diangkat sebagai bahan diskusi menjadi lebih umum karena setiap orang bisa mengakses sumber-sumber yang terkait dengan isu tersebut. Setiap orang pada dasarnya di ruang publik itu menemukan dirinya bukan sebagai publik itu sendiri, melainkan

seolah-olah menjadi juru bicara dan bahkan mungkin sebagai guru dari apa yang dikatakan publik itu sendiri yang menurut Habermas sebagai perwakilan atau bentuk baru representasi borjuis (Nasrullah: 2012: 28-29).

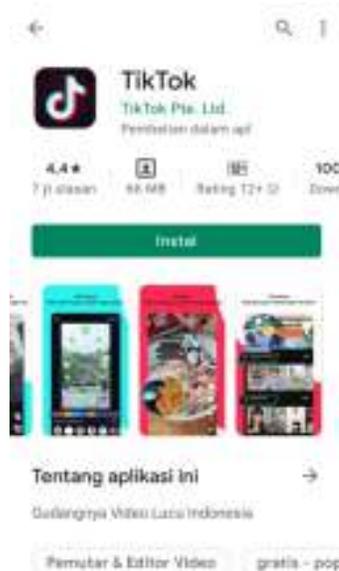
Habermas juga mengungkapkan bahwa seiring dengan berkembangnya teknologi dan komunikasi, ruang publik telah merambah pada dunia maya atau dengan kata lain *cyberspace*. Ruang *cyber* pada dasarnya menyediakan ruang publik baru atau ruang publik virtual yang dapat dimaknai sebagai sesuatu yang umum atau pribadi, hingga pada publik yang terkontrol sampai pada publik yang bebas. ruang *cyber* ini memberikan dan menyediakan fasilitas bagi pengguna untuk menemukan cara baru dalam berinteraksi baik dari segi aspek ekonomi, politik, sosial dan sebagainya.

Realitas di ruang maya kemudian menjadikan internet sebagai ruang terbuka untuk berinteraksi atau sekedar membentuk identitas diri. Internet merupakan salah satu media yang dapat digunakan untuk berdiskusi, debat maupun pertukaran ide atau gagasan sehingga membangun wacana sebagai jawaban atas realitas sesungguhnya. Ruang yang ada di dalam media sosial dijadikan sebagai tempat penyampaian maupun pertukaran ide, atau menginformasikan suatu realitas sampai pada olah pikir kritis atas suatu realitas sosial yang terjadi di masyarakat. Berdasarkan keberadaan pengguna, internet hadir dalam bentuk yang beragam. Bagi Habermas, internet telah memperluas konteks komunikasi. Meski dalam kasus tertentu internet memiliki efek bagi kehidupan masyarakat khususnya intelektual, tetapi di sisi lain juga membantu komunikasi nonformal menjadi lebih terbangun dan menjadi alternatif dalam memperoleh informasi.

Namun ketika internet mentransformasikan segala data dalam bentuk banyak sehingga disebarluaskan tanpa adanya koreksi lagi maka sebenarnya disinilah yang menjadi permasalahannya, media telah mentransformasikan data asli atau data palsu. Kondisi demikian kemudian menjadikan segala informasi maupun realitas yang ada di ruang publik virtual menjadi semu yang membingungkan dan cenderung membuat keberadaan intelektual ruang publik termarginalkan. Klaim kebenaran data maupun informasi publik menjadi tidak jelas dan tidak dapat ditemukan kebenarannya. Munculnya kelompok-kelompok diskusi maupun forum perbincangan dalam ruang maya merupakan salah satu wujud adanya ruang publik virtual di dalam internet sebagai pengganti ruang diskusi, pengganti ruang baca, kafe, maupun tempat-tempat umum lainnya yang dianggap Habermas sebagai fasilitas diskursi. Ruang virtual ini menjadi fasilitas bersama untuk berdiskusi maupun interaksi melalui berbagai jenis dan ragam jaringan internet salah satunya ialah media sosial.

Dilihat dari segi kultural, ruang publik telah melahirkan budaya baru dalam proses demokratisasi. Tidak ada lagi batas-batas antara kelas sosial di masyarakat, batas gender, dan batas-batas lainnya menjadi kabur. Ruang publik virtual tidak hanya diisi oleh kalangan borjuis saja, melainkan melibatkan entitas yang beragam. Ruang publik dapat menjadi sebuah arena bagi manusia untuk bercerita, mengungkapkan perasaannya maupun berbagai aktivitas lainnya. Cerita tersebut kemudian di bawa ke ranah publik sehingga menjadi bagian dari kehidupan bersama dan menjadi persoalan bersama dan harus pula diselesaikan secara bersama.

2.2.4. Aplikasi TikTok



Gambar 2. 1
Aplikasi TikTok

Aplikasi TikTok adalah aplikasi yang memberikan *special effects* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh pengguna dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Aplikasi sosial video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian atau gaya bebas.

Aplikasi TikTok merupakan salah satu aplikasi yang membuat penggunannya terhibur. Aplikasi ini bisa dikatakan adalah salah satu aplikasi penghibur. Beberapa orang pengguna banyak sekali yang mengatakan bahwa aplikasi ini aplikasi yang dapat membuat si pengguna terhibur. Dalam aplikasi ini pengguna dapat melihat-lihat berbagai kreatifitas setiap pengguna lain di beranda. Aplikasi TikTok ini pun dapat

membuat si pengguna dikenal atau terkenal. Dikenal atau terkenal karena video-video yang mereka buat, ada video yang terkenal karena kreatifitasnya, ada juga yang terkenal karena videonya lucu, bahkan ada juga yang terkenal karena keunikan video yang dibuat. Semua sesuai pandangan dari setiap penonton atau si pengguna lainnya.

Fitur-Fitur dalam aplikasi TikTok :

a. Musik

Dalam aplikasi TikTok fitur musik jadi salah satu fitur utama untuk mendukung pengguna memproduksi konten video. Judul-judul musik pun terbagi menjadi sejumlah kategori seperti Valentine, Dangdut, Back to 90s dan lain sebagainya. Musik yang tersedia dapat disesuaikan dengan jenis video. Jika ingin memproduksi video bertema komedi, musik yang relevan dengan tema komedi bisa dipilih sebagai latar suara.

b. Sticker dan Effect

Setelah pengguna TikTok menentukan konsep dan tema video yang akan dibuat, ini saatnya menambahkan stiker. Fitur ini fungsinya tak lain adalah menjadikan video variatif. Salah satu stiker yang boleh dicoba adalah stiker horror yang dapat disesuaikan dengan ekspresi wajah pengguna serta latar belakang atau kondisi sekitar pengguna. Para pengguna pun bisa mengeksplor diri dengan ekspresi wajah seram untuk menjadi sosok seram.

c. Voice Changer Function

Bukan hanya stiker dan filter, sekarang pengguna juga dapat mengubah suaranya dengan fitur Voice Changer Function. Dengan beragam efek suara berbeda,

termasuk suara tupai, suara pria, suara vibra, elektronik, echo, mic, elf and raksasa, pengguna kini dapat menambahkan keseruan dan kreativitas ke dalam video mereka dengan mudah.

d. Filter

Setelah ada fitur stiker dan musik, pengguna juga dapat memperindah tampilan fisik dengan filter yang telah disediakan oleh TikTok. Banyak sekali filter yang ditawarkan dengan berbagai kategori. Contohnya, jika objeknya adalah pemandangan maka tona dan rona akan disesuaikan dengan konsep pemandangan sehingga tampak lebih segar dan natural. Bila objeknya dalam bentuk makanan, maka tona dan rona akan disesuaikan sehingga objek tersebut tampak lebih mengunggah selera.

e. Timer

Fitur ini berfungsi sebagai asisten pribadi untuk membidik objek. Bila pengguna TikTok tak memiliki rekan yang bisa membantu mengambil gambar atau video, dengan adanya fitur ini pengguna dapat melakukannya sendiri berkat fitur timer.

f. Beautify

TikTok menyediakan berbagai filter agar wajah pengguna tampak berbeda. Dengan fitur ini para pengguna akan terlihat jadi jauh lebih cantik atau lebih tampan, bahkan terlihat lebih keren dan unik. Fitur ini juga bisa mengatur bentuk wajah, warna mata, dan memperhalus wajah sehingga tampak lebih cantik dan tampan dan lebih menarik.

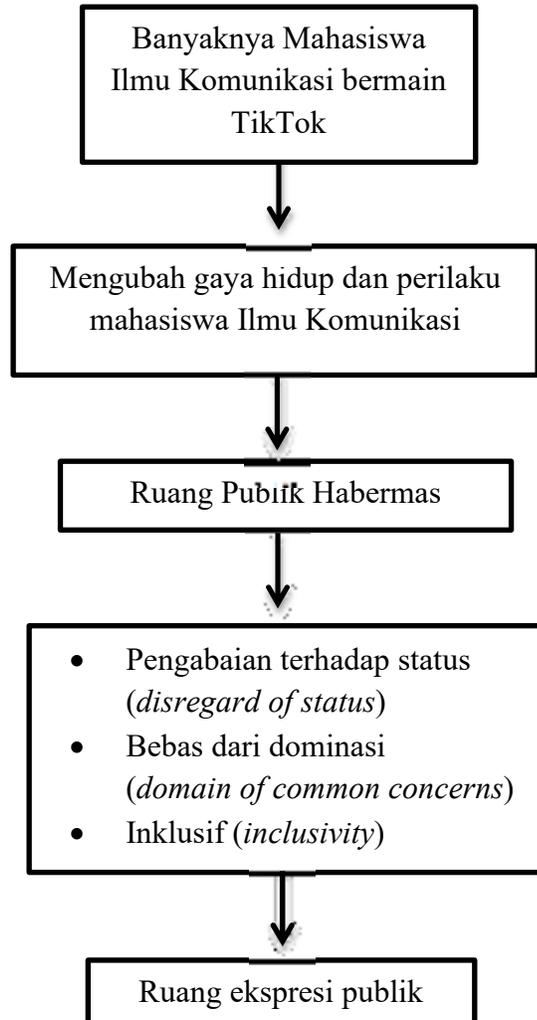
2.3. Kerangka Berpikir

Fenomena bermain TikTok saat ini menjadi *trend* yang sangat digandrungi oleh berbagai kalangan, mulai dari kalangan anak-anak, remaja bahkan dewasa. Pengguna media sosial memanfaatkan aplikasi tersebut sebagai media untuk mengekspresikan diri secara bebas. Walaupun aktivitas yang dilakukan itu sama, namun pengaruh yang ditimbulkan akan berbeda-beda.

Panduan dasar dalam penelitian ini adalah teori Ruang Publik Jürgen Habermas, teori ini merupakan teori yang menyatakan bahwa ruang publik diartikan sebagai ruang masyarakat privat (*sphere of private people*) yang berkumpul membentuk suatu publik, untuk memperbincangkan masalah publik. Ruang publik sendiri bersifat terbuka bagi siapa saja dan tidak berkonsentrasi terhadap kekuasaan dalam bentuk perintah yang memecah belah namun mengamalkan prinsip yang jadi alasan aturan tersebut.

Berdasarkan landasan teori di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2. 2
Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007:6). Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data.

Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif ini adalah untuk memahami fenomena-fenomena atau gejala-gejala yang terjadi pada situasi sosial. Dalam penelitian ini fenomena yang dikaji yaitu aplikasi TikTok sebagai ruang ekspresi publik khususnya dikalangan mahasiswa. Hasil dari penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif, dimana nantinya laporan hasil penelitian berupa penjelasan mengenai apa saja yang menjadi alasan mereka menjadikan TikTok ini sebagai ruang ekspresi mereka.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Teuku Umar. Di Jalan Alue Penyareng, Ujong Tanoh Darat, Meureubo, Kabupaten Aceh barat. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi, peneliti ingin menggali informasi mengenai penggunaan aplikasi TikTok sebagai ruang ekspresi oleh mahasiswa khususnya dari program studi Ilmu Komunikasi.

3.3. Waktu Penelitian

Adapun waktu pelaksanaan penelitian dimulai sejak diterima usulan penelitian sampai selesai yaitu dari bulan Maret tahun 2021 sampai bulan Juni 2021.

Tabel 3. 1

Jadwal Penelitian

| Tahap Kegiatan | Waktu (Tahun 2021) | | | | | | | |
|--|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | Des | Jan | Feb | Mar | Apr | Mei | Jun | Jul |
| Persiapan a. Penyusunan Proposal b. Seminar Proposal | | | | | | | | |
| Persiapan Penelitian a. Observasi b. Penyiapan Pedoman Wawancara | | | | | | | | |
| Pelaksanaan Penelitian a. Wawancara b. Pengumpulan data | | | | | | | | |
| Penyusunan Hasil | | | | | | | | |
| Sidang Akhir | | | | | | | | |

3.4. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, subjek yang di butuhkan adalah subjek yang sesuai dengan fokus penelitian dan termasuk kriteria yang sudah di tentukan oleh peneliti sebelumnya. Subjek ini berjumlah 6 orang pengguna aplikasi TikTok yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar. Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah TikTok sebagai ruang ekspresi di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar. Berdasarkan pra-survei yang dilakukan, sebagian besar mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UTU mempunyai *account* bergabung dalam aplikasi TikTok. Disamping itu juga mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP termasuk dalam kategori aktif dengan media internet dalam kesehariannya.

3.5. Jenis dan Sumber Data penelitian

3.5.1. Jenis Data

a. Data primer

Data primer adalah data yang didapat secara langsung dari lapangan yang bersumber dari wawancara dengan informan.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari berbagai literatur, artikel dan internet yang berkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder ini digunakan untuk melengkapi data primer yang didapat dari lapangan.

3.5.2. Sumber Data

a. Informan

Informan merupakan bagian penting dari penelitian ini karena informan ini adalah subjek dari penelitian ini dan data yang di dapat dari informan akan sangat berpengaruh terhadap penelitian ini.

b. Dokumen

Dokumen adalah benda atau buku yang berkaitan dengan fokus penelitian ini.

c. Catatan Lapangan

Catatan lapangan merupakan catatan dari peneliti yang di dapat dari hasil wawancara dengan informan.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian data merupakan instrumen yang sangat penting sehingga keberadaan data sangat dibutuhkan. Data dapat diperoleh dengan bermacam-macam cara atau metode. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi adalah bagian dari pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Mengutip dari Nasution (2009 :106) yang mengatakan bahwa observasi dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kelakuan manusia seperti dalam kenyataan. Pada tahap ini peneliti terjun langsung mengamati motivasi yang digunakan oleh mahasiswa ilmu komunikasi di media sosial TikTok dan media sosial lainnya. Namun peneliti disini tergolong

kedalam partisipasi pasif, karena hanya melihat proses penggunaan motivasi yang dilakukan mahasiswa Ilmu Komunikasi tanpa terlibat langsung.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mencari informasi yang tidak didapatkan dari proses observasi. Mengutip perkataan Esterberg dalam Sugiyono (2010 :231) yang mengatakan bahwa wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara ini dengan tujuan untuk memperoleh informasi dari responden (informan) yang sudah di pilih secara langsung. Dalam wawancara ini peneliti memberikan pertanyaan yang cukup fleksibel agar informasi yang didapat sesuai dengan fokus penelitian.

c. Dokumentasi

Sugiyono (2010 :233) menyebutkan dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen ini bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental. Dalam penelitian ini, dokumen berbentuk foto dari *screenshoot* unggahan media sosial para informan. Tujuan dilakukan dokumentasi ini untuk melengkapi data yang didapat dari observasi dan wawancara.

3.7. Teknik Penentuan Informan

Dalam penentuan informan peneliti menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2010 :218-219) *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, seseorang atau sesuatu diambil

sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, karena peneliti merasa sampel yang diambil paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Dalam teknik *purposive sampling* peneliti memilih informan penelitian dengan tujuan untuk menentukan informan kunci (*key informan*) yang sesuai dengan fokus penelitian yang dilakukan secara sengaja atas dasar atau pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, pemilihan informan didasarkan kriteria dengan urutan sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi
2. Memiliki akun aplikasi TikTok
3. Mengetahui tentang aplikasi TikTok
4. Mahasiswa dengan tingkat partisipasi dan intensitas penggunaan media sosial TikTok paling aktif

Penentuan kriteria ini di dasari oleh fokus penelitian yang mana para informan adalah pengguna aktif dari media sosial tersebut. Pemilihan informan ini dengan tujuan agar dapat memiliki data yang pas dari pengguna aktif media tersebut. Selain aktif dalam membuat video-video di TikTok, kemudian video TikTok yang dibagikan keberbagai akun media sosial lainnya menjadi sebuah gambaran bagi peneliti untuk melihat apa saja motivasi para informan dalam menggunakan media sosial tersebut.

Dari kriteria tersebut, maka peneliti memilih 5 informan di bawah ini:

Tabel 3. 2

Nama-Nama Informan

| No. | Informan (Inisial) | Umur | Akun TikTok |
|-----|-----------------------|----------|-------------|
| 1. | FR (Perempuan) | 22 tahun | @xxxxxxxxx |
| 2. | NM (Perempuan) | 21 tahun | @xxxxxxxxx |
| 3. | EM (Perempuan) | 20 tahun | @xxxxxxxxx |
| 4. | NA (Laki-Laki) | 19 tahun | @xxxxxxxxx |
| 5. | FP (Laki-Laki) | 22 tahun | @xxxxxxxxx |

3.8. Teknik Analisis Data

Pada tahap ini peneliti menggunakan Teknik analisis data model Miles dan Huberman (Sugiyono, 2010:246) menjadi tiga komponen yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), verifikasi dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verivication*).

a. Reduksi data (*data reduction*),

Reduksi data adalah merangkum dan memilih hal-hal yang penting didata yang didapatkan agar peneliti mudah mendapat apa yang menjadi pokok atau inti dari data tersebut.

b. Penyajian data (*data display*)

Penyajian data adalah menampilkan hasil dari data yang sudah direduksi baik dalam bentuk uraian singkat, bagian maupun *flowchart*.

c. Penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verivication*)

Verifikasi data adalah sebagian dari suatu kegiatan utuh, artinya makna-makna yang muncul dari data telah disajikan dan diuji kebenarannya, kekokohnya.

Penarikan kesimpulan berdasarkan pada pemahaman terhadap data yang disajikan dan dibuat dalam pernyataan singkat dan mudah dipahami dengan mengacu pada pokok permasalahan yang diteliti.

3.9. Uji Validitas Data

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Untuk mendapatkan keabsahan dan validitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi pengecekan keabsahan data dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Menurut Wiersma (1986) dalam Sugiyono (2010:273) menjelaskan Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber yaitu membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Selain itu sebagai pembuktian data yang benar-benar valid, maka peneliti menggunakan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data atau informasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk melakukan suatu penelitian dengan tujuan tertentu. Lokasi penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu Universitas Teuku Umar pada mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi yang beralamat di Alue Peunyareng Kecamatan Meureubo Kabupaten Aceh Barat.

4.1.1. Sejarah Universitas Teuku Umar

Universitas Teuku Umar (UTU) adalah Perguruan Tinggi Negeri yang terletak di kota Meulaboh, Kabupaten Aceh Barat, Provinsi Aceh yang berdiri pada tanggal 10 November 2006 yang telah diresmikan sebagai Universitas Negeri oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 1 April 2014.

Universitas ini berawal pada tahun 1984 didirikan sebuah yayasan dengan nama “Yayasan Teuku Dirundeng Meulaboh”. Tepatnya pada tanggal 28 Agustus 1984 Yayasan tersebut resmi terbentuk dengan Badan Hukum Akte Notaris Nomor 45 Tahun 1984 dengan Notaris Hamonongan Silitonga,SH di Banda Aceh. Yayasan ini bercita-cita membangun suatu wadah Pendidikan Tinggi di Aceh Barat, yaitu “Universitas Teuku Oemar Djohan Pahlawan”. Tentu cita-cita itu tidaklah semudah membalikkan telapak tangan, perlu persiapan yang matang untuk mewujudkan cita-cita tersebut. Langkah awal yang diupayakan adalah mendirikan “Sekolah

Pembangunan Pertanian” pada tahun 1984 yang diiringi dengan mendirikan “Akademi Pertanian Meulaboh”. Selanjutnya terjadi penataan kembali yayasan dengan Akte perubahan No.32 Tahun 1986 Tanggal 16 Agustus 1986 Notaris Munir, SH.

Pada tahun 1993 dilakukan perubahan status Akademisi Pertanian Meulaboh menjadi Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian (STIP) dengan SK DIRJEND DIKTI NO:635/DIKTI/1993 Tanggal 23 November 1993. Dalam perjalanannya STIP Teuku Dirundeng menjadi cikal bakal lahirnya Universitas Teuku Umar, yang dimulai dengan keluarnya IZIN PRINSIP berdasarkan SK DIRJEN DIKTI NO : 1318/D2/2002 Tanggal 25 Juli 2002.

Selanjutnya diikuti dengan IZIN OPERASIONAL berupa Perubahan Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian (STIP) Menjadi Universitas Teuku Umar (UTU) berdasarkan SK DIRJEND DIKTI NO : 262/D/O/2006 Tanggal 10 November 2006 dan telah diubah dengan PREMENDIKNAS No:200/D/O/2009 Tanggal 31 Desember 2009.

Sesuai dengan UU No.16 Tahun 2001 Jo UU No.28 Tahun 2004 Tentang Yayasan selanjutnya pada tahun 2009 Yayasan Pendidikan Teuku Dirundeng Meulaboh berubah menjadi YAYASAN TEUKU UMAR JOHAN PAHLAWAN (YAPENTUJOPAH) AKTE No. 155 Tahun 2009 Notaris Azhar Ibrahim, SH.

Seiring berjalannya waktu, Universitas Teuku Umar terus berbenah, mempersiapkan diri sebagai Universitas Negeri. Mengingat, di wilayah Barat Selatan Aceh yang terdiri dari 7 Kabupaten/Kota Madya (Aceh Barat, Aceh Jaya, Nagan

Raya. Aceh Barat Daya, Kabupaten Simeulue, Aceh Selatan, Aceh Singkil dan Kota Subulussalam) belum terdapat satu pun Perguruan Tinggi Negeri.

Selama ini kebanyakan masyarakat yang mendiami wilayah Barat Selatan Aceh (BARSELA) bila ingin melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri harus ke pusat kota Provinsi Aceh, yaitu kota Banda Aceh yang memiliki dua Perguruan Tinggi Negeri yaitu Universitas Syiah Kuala dan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, ataupun Universitas Malikussaleh yang terletak di kota Lhokseumawe. Untuk menjangkau ketiga Universitas tersebut, membutuhkan biaya yang besar, sedangkan perekonomian masyarakat di wilayah Barat Selatan Aceh (Barsela) belumlah dikategorikan daerah maju, artinya masih banyak masyarakat Aceh di Barsela yang hidupnya dibawah garis kemiskinan. Jangankan untuk melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi, ke Perguruan Tinggi Swasta saja masih sangat terbatas.

Maka atas dasar pertimbangan itulah, Pihak YAYASAN TEUKU UMAR JOHAN PAHLAWAN (YAPENTUJOPAH) dengan di bantu oleh Pemerintah Kabupaten Aceh Barat dan Pemkab sekitarnya bertekad untuk berusaha meningkatkan status Universitas Teuku Umar menjadi Universitas Negeri. Sejak dikeluarkannya izin Operasional pada tahun 2006, Universitas Teuku Umar sudah mendeklarasikan diri sebagai Kampus Jantoeng Hatee Masyarakat Barat Selatan Aceh. Perjuangan menuju kampus Negeri terus di suarkan, berbagai upaya dilakukan baik oleh Civitas Akademika UTU, Mahasiswa maupun pemkab Aceh Barat sendiri.

Pada tanggal 14 Maret 2014 Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menandatangani Keppres Penegerian Universitas Teuku Umar, dan pada tanggal 02 April 2014 bertempat di Istana Negara, Jakarta Presiden meresmikan dan menyerahkan Keppres penegerian Universitas Teuku Umar kepada Bupati Aceh Barat H.T.Alaidsyah.

Secara administratif, pada tahun 2020 Universitas Teuku Umar memiliki 6 (enam) fakultas yang tersebar di berbagai jurusan dan program studi sebagai berikut:

- a. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dengan program studi:
 - Ilmu Komunikasi
 - Ilmu Administrasi Negara
 - Ilmu Hukum
 - Sosiologi
- b. Fakultas Pertanian, dengan program studi:
 - Agroteknologi
 - Agribisnis
 - Teknologi Hasil Pertanian
- c. Fakultas Teknik, dengan program studi:
 - Teknik Mesin
 - Teknik Sipil
 - Teknik Industri
 - Tknik Informasi

- d. Fakultas Ekonomi, dengan program studi:
 - Ekonomi Pembangunan
 - Manajemen
 - Akuntansi
- e. Fakultas Kesehatan Masyarakat, dengan program studi:
 - Ilmu Kesehatan Masyarakat
 - Gizi
- f. Fakultas Perikanan, dengan program studi:
 - Perikanan
 - Akultur
 - Ilmu Kelautan
 - Manajemen Sumber Daya Akuatik

4.1.2. Letak Geografis



Gambar: 4.1.

Letak Geografis Universitas Teuku Umar

Lokasi penelitian yang dilakukan peneliti terletak di Universitas Teuku Umar yang beralamatkan di Alue Peunyareng Kecamatan Meurebo Kabupaten Aceh Barat. Kampus Universitas Teuku Umar terletak (\pm 8 km) dari Kota Meulaboh. Tepatnya di Jalan Meulaboh-Tapak Tuan (Gampong Gunoeng Kleng) Kecamatan Meurebo, Kabupaten Aceh Barat.

4.1.3. Visi dan Misi

VISI :

Menjadi sumber inspirasi dan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan berdasarkan keilmuan sosial politik dalam mengembangkan SDM yang handal di peringkat regional dan nasional melalui riset yang inovatif, kreatif dan berdaya saing tinggi pada tahun 2025”.

MISI :

1. menyelenggarakan program pengembangan ilmu pengetahuan di bidang sosial politik melalui penguasaan teknologi dan informasi yang relevan dengan kebutuhan pembangunan baik regional, nasional dan internasional .
2. menghasilkan riset yang inovatif dan berdaya saing tinggi untuk menunjang pembangunan dan pengembangan ilmu pengetahuan politik dan teknologi.
3. Mempublikasikan hasil-hasil riset yang dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan social politik.
4. Menciptakan ilmu pengetahuan dan SDM yang relevan dengan kebutuhan pasar.

5. Menciptakan lulusan yang memiliki semangat tinggi dan keahlian dalam berkarya dan berkarir di dunia kerja.

Tujuan

1. Menghasilkan program pengembangan ilmu pengetahuan dibidang social politik melalui penguasaan teknologi dan informasi yang relevan dengan kebutuhan pembangunan
2. Menghasilkan riset yang inovatif dan berdaya saing tinggi untuk menunjang pembangunan dan pengembangan ilmu pengetahuan sosial politik dan teknologi
3. Menpublikasikan hasil-hasil ridet yang dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan sosial politik
4. Menciptkan ilmu pengetahuan dan SDM yang relevan dengan kebutuhan pasar
5. Menciptakan lulusan yang memiliki semangat tinggi dan keahlian dalam berkarya dan berkarir di dunia kerja.

4.2. Hasil Penelitian

Informan dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa dari program studi Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar yang berjumlah 5 (lima) orang. Dalam pengambilan data, peneliti sudah mengamati dan mewawancarai mahasiswa tersebut. Seiring perkembangan media sosial yang semakin pesat, media sosial memberikan kesempatan kepada siapapun untuk terlibat di dalamnya secara langsung. Sebagian masyarakat memanfaatkan media sosial untuk kegiatan berbagi informasi, akan tetapi tidak sedikit juga masyarakat memanfaatkan media sosial untuk menampilkan dirinya sebagai bentuk pengekspresian dirinya. Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan, peneliti dapat menangkap bentuk-bentuk ekspresi diri yang ditunjukkan oleh informan. Ekspresi diri yang ditunjukkan oleh informan berupa postingan positif maupun negatif.

Berikut ini adalah hasil dari observasi dan wawancara penulis lakukan terhadap mahasiswa keseluruhan informan ada 5 (lima) mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana aplikasi TikTok menjadi ruang ekspresi publik bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar.

4.2.1. TikTok Sebagai Ruang Ekspresi Publik di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Hadirnya media sosial dapat memudahkan penggunaanya dalam mendapatkan informasi sekaligus hiburan dari penjuru dunia tanpa harus terbatas oleh jarak dan waktu. Salah satu media sosial yang sedang ramai digunakan oleh hampir kebanyakan orang saat ini adalah TikTok. Media sosial TikTok dengan mudah

diakses oleh hampir kebanyakan kaum millennial, hanya dengan mengunduh dan membuat akun, mereka sudah bisa memiliki sebuah akun TikTok.

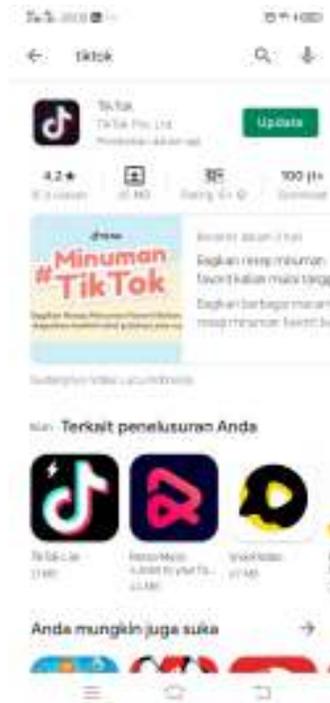
4.2.1.1. Pengabaian Terhadap Status (*Disregard of Status*)

Ruang publik adalah jembatan yang menghubungkan kepentingan pribadi dan individu dalam kelompok sosial dan publik yang muncul dalam konteks kekuasaan negara. Tidak ada perlakuan istimewa (*previlege*) terhadap siapapun yang ada di dalamnya (*partisipant*). Kesetaraan menjadi salah satu poin penting dari konsep Habermas. Dalam ‘Modern European Thinker (Goode, 2005:9), Habermas menegaskan bahwa “*the borgeous public sphere was, in principle, shaped by the values of egalitarian dialogue.*” Singkatnya ruang publik yang ideal lahir dari dialog setara dari partisipannya. Sehingga dapat dikatakan buku ‘*The Structural Transformation of the Public Sphere*’, berisi artefak sejarah serta utopia Habermas dalam menggambarkan masyarakat ideal, berupa masyarakat yang setara dengan kesadaran komunikatif.

Dalam kontek penelitian ini, premis kesetaraan saling mendukung dengan poin kebebasan akses dalam menggunakan aplikasi TikTok. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar berinisial NM yang mengungkapkan bahwa:

“Saya mulai menggunakan TikTok itu sejak dari SMA, dari tahun 2018 dan sampai sekarang. Menurut saya TikTok ini aplikasi yang sangat menghibur, kita bisa mengeskpresikan diri kita seperti joget-joget, menyanyi, ngedance dan lain-lain! Tampilan aplikasinya juga menarik dengan gaya terbaru, musik-musik baru juga challenge-challenge yang keren dibandingkan aplikasi lain. Untuk mengakses aplikasinya juga

mudah, kita tinggal unduh di playstore, siapapun bisa mengaksesnya mau orang tua, remaja bahkan anak-anak sekarang tuh banyak yang main TikTok.” (Wawancara, Senin 19 April 2021)



Gambar 4. 1

Tampilan aplikasi TikTok di *Playstore*

Pengaksesan yang mudah membuat siapapun bisa menggunakan aplikasi TikTok tersebut. Dikarenakan aplikasi ini memang sudah tersedia di *playstore* pada *smartphone* siapapun. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu informan yang bernama FR yang mengatakan bahwa:

“Saya mengakses aplikasi TikTok sejak tahun 2020, saya memilih aplikasi TikTok karena di aplikasi ini saya bisa mengekspresikan apa yang saya inginkan seperti menari gitu, kayak misalnya apa eee saya mau lihat tutorial apa makeup, tutorial masak ada gitu di aplikasi TikTok. Dan memang bener ada aplikasi lain yang hampir sama dengan

TikTok, tetapi pada saat itu yang saya ketahui adalah TikTok jadi saya duluan mendownload aplikasi TikTok. Menurut saya juga aplikasi TikTok ini lebih menarik, lebih keren dibandingkan aplikasi lain. Siapapun bisa mengakses aplikasi ini karena aplikasi ini ada di smartphone bukan di komputer, jadi kita bisa langsung download di playstore kapanpun dan dimanapun kita berada. Tidak.. tidak ada pembatasan apapun untuk para penggunanya, yang penting kita ada paket internet aja sih untuk mengaksesnya.” (Wawancara, Kamis 22 April 2021)

Hal yang sama juga diungkapkan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi EM yang mengatakan bahwa banyak pengetahuan didalam aplikasi ini yang tidak terdapat di aplikasi lain. Aplikasi TikTok menurutnya lebih menarik dibandingkan aplikasi yang serupa seperti Likee, berikut kutipan wawancaranya:

“Saya mulai mengakses aplikasi ini sejak satu tahun terakhir. Aplikasi ini cukup menghibur dan banyak pengetahuan dalam aplikasi ini yang tidak ada di aplikasi lain. Aplikasi yang serupa dengan TikTok ada seperti Likee, tapi saya kurang tertarik gitu dengan Like karena emang pertama kenal dengan TikTok truss aplikasi ini emang udah jadi tren disemua kalangan gitu. (Wawancara, Selasa 20 April 2021)

Tidak hanya menarik, TikTok juga menyediakan berbagai konten bermanfaat didalamnya. Selain itu juga rating aplikasi TikTok lebih tinggi, tidak heran jika aplikasi ini jauh lebih populer dibandingkan aplikasi lain yang serupa. Seperti penuturan FP dalam wawancaranya:

“Aplikasi TikTok sangat menarik, banyak konten-konten bermanfaat didalamnya, saya memilih aplikasi ini dikarenakan rating TikTok lebih tinggi dari pada aplikasi lain dan lebih viral. Aplikasi TikTok sangat mudah diakses dan bisa digunakan oleh siapapun karena aplikasi ini bisa didapat di playstore.” (Wawancara, Jumat 30 April 2021)

Rating yang tinggi menjadikan TikTok sebagai media sosial paling populer diberbagai kalangan, terutama dikalangan millennial. Kepopuleran TikTok menjadi alasan para millennial untuk ikut menggunakannya. Seperti yang disampaikan informan NA dalam wawancaranya:

“Sejak awal tahun 2020 saya sudah mengakses aplikasi TikTok, saya memilih aplikasi ini karena tertarik aja lebih menghibur gitu, dan kebanyakan dikalangan saya itu mereka menggunakan aplikasi TikTok, bisa dibilang ini sudah menjadi tren dikalangan para millennial saat ini.” (Wawancara, Selasa 27 April 2021)

Wawancara dengan NA memberikan deskripsi bahwa memang aplikasi TikTok menjadi ikon baru mengalahkan aplikasi serupa dalam dunia berbagi video. Munculnya TikTok membawa tren baru dan dapat menyita perhatian banyak generasi muda sebagai generasi yang sangat dekat dengan perangkat telepon pintar dan teknologi. Selain itu yang menjadi poin penting dalam keterbukaan akses adalah kemampuan dan keterampilan pengguna aplikasi TikTok dalam membuat konten, mencari, menemukan, memanfaatkan, mengelola informasi yang didapatkan agar bernilai positif. Seperti yang diungkapkan EM dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Mengenai konten, disamping konten yang menghibur tentunya ada beberapa konten yang bermanfaat, contohnya seperti konten pengetahuan. Konten-konten seperti itu bisa diakses bebas karena itu umum, namun ada juga beberapa konten yang harus diverifikasi dulu untuk menontonnya seperti adanya unsur kekerasan didalamnya.” (Wawancara, Selasa 20 April 2021)

Hal serupa juga diungkapkan FP, ada banyak sekali konten-konten yang bermanfaat pada aplikasi TikTok, seperti konten ibadah, konten tips-tips yang

berguna yang bisa dimanfaatkan oleh penggunanya. Selain itu melalui aplikasi TikTok para pengguna juga dapat mengembangkan bakatnya kemudian membagikan di beranda TikTok miliknya. Selengkapnya FP menjelaskan:

“Konten-konten di TikTok ada banyak sekali yang bermanfaat, seperti konten ibadah, konten Bela Tobing yang dapat mengajarkan kita mengatur waktu yang baik dan sebagainya. Ditambah lagi aplikasi ini tidak membatasi siapapun yang ingin mengaksesnya. Orang-orang bisa secara bebas mengekspresikan dirinya, mengembangkan kreativitasnya dan membagikannya di halaman FYP TikTok milik mereka tentunya.”
(Wawancara, Jumat 30 April 2021)

NA kemudian menambahkan, konten pada aplikasi TikTok bermacam-macam seperti adanya konten ceramah, konten tips dan trik yang bermanfaat bagi lainnya. Tidak ada batasan untuk siapapun yang ingin mengaksesnya selama konten kreator mengizinkannya. Selengkapnya NA mengungkapkan:

“Konten-konten di TikTok itu bermacam-macam, ada konten-konten ceramah, konten tips dan trik dan konten yang bermanfaat lainnya. Konten-konten itu bisa ditonton oleh siapa saja, jadi tidak ada batasan dalam mengakses aplikasi TikTok.” (Wawancara, Selasa 27 April 2021)

Sepemikiran dengan mereka FR mengungkapkan hal yang sama, bahwa konten-konten yang ada di TikTok pada dasarnya tidak hanya sekedar konten berjoget-joget saja, lebih dari itu kembali lagi kepada para penggunanya. Para pengguna bisa mencari konten-konten yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Konten-konten tersebut bisa diakses bebas selama pemilik akun tidak mengunci akun miliknya. Selengkapnya FR menjelaskan:

“Oh bisaa.. seperti yang saya bilang tadi kan kalau misalkan kita perlu ni.. ada orang yang suka tutorial makeup nah itu bermanfaat bagi dia.

Perlu ni dia yang memerlukan tutorial memasak yang enak itu gimana. Itu perlu bagi dirinya gitu. Bisa, kecuali ni di privasiin itu iya enggak bisa.” (Wawancara, Kamis 22 April 2021)

Membenarkan pernyataan diatas informan NM mengatakan bahwa konten yang ada dalam aplikasi TikTok itu beragam jenisnya. Mulai dari konten hiburan, edukasi, tutorial-tutorial yang bisa dimanfaatkan oleh pengguna lain. Beragam konten tersebutlah menjadi daya tarik TikTok hingga digandrungi oleh semua kalangan.

“Konten-konten yang ada di TikTok itu banyak sekali yaa...eee.,ada konten yang bermanfaat kayak konten edukasi, tutorial-tutorial makeup, tutorial masak, video-video tips unik juga banyak. Tapi ada juga konten yang kurang bermanfaat kayak konten nari-nari gitu untuk gaya-gayaan karena ikut tren aja. Banyaknya konten TikTok yang beragam itulah yang membuat aplikasi ini sangat menghibur dan enggak ngebosnin menurut saya yaa dibandingkan aplikasi lain..gitu.” (Wawancara, Senin 19 April 2021)

Berdasarkan pemaparan para mahasiswa di atas, dijelaskan bahwa aplikasi TikTok dapat diakses oleh siapapun dan dimanapun kita berada. Pengaksesan yang mudah, konten-konten menarik dan beragam membuat aplikasi ini menjadi media sosial dengan pengguna terbanyak dibandingkan aplikasi lain. Tidak ada pembatasan apapun bagi para pengguna dalam mengakses aplikasi TikTok. Pembatasan seperti gender, usia maupun kelas-kelas sosial tidak menjadi tolak ukur bagi seseorang yang ingin mengaksesnya. Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh NM yang membenarkan:

“Nah.. kayak saya bilang tadi siapapun bisa mengakses aplikasi ini mau dia anak-anak, remaja orang tua pun itu bisa. Apalagi kelas-kelas sosial. Mau kita kaya miskin enggak ada tuh larangan untuk bisa atau tidak download aplikasi ini.” (Wawancara, Senin 19 April 2021)

Masih dalam konteks yang sama, NA menambahkan bahwa tidak ada pembatasan akses pada aplikasi TikTok, namun terkait usia pengguna TikTok melakukan kebijakan terhadap akun pengguna yang berusia dibawah 18 tahun atau mereka dalam kategori anak-anak. TikTok menerapkan kebijakan pembatasan penggunaan akun pada anak-anak di bawah umur. Hal tersebut dilakukan untuk melindungi penggunanya yang masih dibawah umur dari konten-konten dewasa yang mungkin diunggah ke media sosial TikTok tersebut. Sama halnya dengan media sosial pada umumnya, tidak ada verifikasi nyata yang bisa memastikan akurat atau tidaknya suatu data yang diberikan oleh pengguna. Maka demikian para pengguna dibawah umur 18 tahun masih tetap bisa membuat atau mengakses aplikasi TikTok sesuai dengan cara memalsukan identitas data usianya. Seperti yang dijelaskan NA sebagai berikut:

*“Tidak.. aplikasi TikTok tidak membatasi siapapun penggunanya, tapi kalau dari segi usia untuk anak-anak itu akunnya akan sedikit berbeda dengan orang dewasa. Berbeda disini maksudnya akun mereka lebih bersifat pribadi. Jadi pas pertama daftar akun akan diminta keterangan usia, nah kalo usia 18 tahun kebawah biasanya akun mereka secara default akan diubah jadi private. Aturan itu dibuat supaya pengguna dibawah umur akan terlindungi dari konten-konten dewasa yang mungkin diunggah ke platform tersebut. Tapi disamping itu kita jangan lupa yaa namanya juga platform media sosial, pastinya tidak ada verifikasi nyata yang bisa memastikan akurat atau tidaknya data yang kita isi jadi bisa saja anak-anak ngisinya data palsu biar bisa login ”
(Wawancara, Rabu 28 April 2021)*

Selain itu, mendapatkan fasilitas yang sama dari TikTok juga menjadi poin yang mendukung kesetaraan lainnya. Setiap pengguna mendapatkan perlakuan yang

sama. Fasilitas yang diberikan dapat diakses oleh setiap pemilik akun. Seperti penuturan EM dalam wawancaranya, dia menjelaskan:

“Aplikasi ini bisa didownload oleh siapapun. Fasilitas yang diberikan ya tentu saja sama. Dalam aplikasi TikTok ada pengaturan private akun. Kalau mau kontennya tidak dilihat oleh orang lain yaa tinggal diprivatkan saja akunnya. Akun jadi terkunci. Sejauh ini terkait hak cipta karya seseorang belum ada aturan yang pasti namun jika seseorang talent tiktok lainnya menggunakan karya yang mirip dengan milik talent TikTok lain maka penggunaan harus membuat “ibu” caption postingan.” (Wawancara, Selasa 20 April 2021)

Tidak ada perlakuan khusus pada aplikasi TikTok. TikTok menyediakan segala fasilitas dan aturan yang sama bagi para penggunanya. Para pengguna dapat mematuhi segala aturan yang sudah tertera di fitur yang telah disediakan sehingga terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan. Selengkapnya NM mengatakan:

“Kalau perlakuan khusus di TikTok itu perasaan enggak ada. Semua pengguna punya fitur yang sama. Kalau aturan yang melindungi para pengguna itu ada, kita bisa membuat akun menjadi privat. Kalau akun kita sudah terprivat otomatis pengguna lain enggak bisa membuka ataupun melihat feed konten di akun kita. Tapi kalau misalkan ada ni orang lain ambil video kita terus dipost ulang di akun sosial medianya mau di instagram, facebook, atau apalah gitu kita enggak usah khawatir karena di dalam video kita tuh ada muncul username akun TikTok milik kita, jadi kita enggak perlu khawatir ni karya kita diplagiat sama orang lain gitu.” (Wawancara, Senin 19 April 2021)

Berdasarkan penuturan dari wawancara informan yang menjelaskan bahwa TikTok memberikan fasilitas yang sama kepada tiap pengguna. Mulai dari berbagai jenis fitur edit yang disediakan hingga fitur keamanan akun juga ikut diberikan. Fitur-fitur tersebut diberikan untuk melindungi akun para pengguna dari hal-hal yang tidak diinginkan. Tidak ada perlakuan khusus atau apapun pada *platform* TikTok.

Hal tersebut menunjukkan bahwa salah satu kriteria ruang publik pada poin kesetaraan sudah terpenuhi dalam *platform* TikTok. FR memberikan penjelasan sebagai berikut:

“Sama enggak ada bedanya. Semua pengguna dapat fasilitas yang sama dari menunya, fitur-fitur, tingkat keamanan dan lain-lain semua sama. Aturan yang melindungi akun pengguna ada, setiap aplikasi pasti ada punya fitur yang melindungi penggunanya gitu biar karya kita enggak dicopas sama pengguna lain konten kreator yang lain gitu! Kalau di TikTok itu ada munculnya logo sama username akun penggunanya di video yang diunggah. Nah kalau di video itu sudah ada username kita jadi orang lain enggak bisa dong melakukan plagiat atas karya kita. Jadi konten kita aman enggak bisa dicopas sama orang lain.” (Wawancara, Kamis 22 April 2021)

Ungkapan yang sama disampaikan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi NA yang memberikan deskripsi kepada peneliti bahwa fitur-fitur yang telah disediakan dalam TikTok dapat diakses oleh semua pengguna. Termasuk di dalamnya fitur keamanan akun pengguna. Jadi TikTok tidak hanya memberikan kemudahan-kemudahan dalam pengeditan video saja, dalam hal ini keamanan akan privasi dan juga hak cipta atas suatu karya juga telah diatur pada fitur privasi dan keamanan. Hal ini dilakukan guna untuk melindungi dan mengatur jalannya sebuah komunitas TikTok. Selengkapnya NA menjelaskan:

“Sama.. semua sama fasilitasnya dari segi filter-filter, backsound, maupun yang lainnya. Kalau untuk keamanan pengguna itu ada fiturnya. Fitur pengaturan “Privasi dan Keamanan” namanya. Difitur ini kita bisa menentukan siapa yang boleh follow, siapa yang boleh berkomentar siapa yang boleh mengirim pesan, siapa yang bisa berduet dan lain sebagainya” (Wawancara, Selasa 27 April 2021)

Ungkapan diatas juga dibenarkan oleh FP yang menegaskan bahwa tidak ada perlakuan khusus atau perlakuan apapun yang dapat membedakan pengguna satu dengan pengguna lain. Berikut penuturan dari FP:

*“Tidak.. Tidak ada perlakuan khusus untuk para pengguna TikTok. Setiap pengguna TikTok mendapatkan fitur-fitur yang sama. Terkait aturan yang melindungi para pengguna, kalau kita tidak mau konten kita dilihat oleh pengguna lain, kita cukup memprivat akun TikTok milik kita. Dengan begitu pengguna lain tidak bisa membuka akun milik kita. Jadi aturan semacam itu cukup aman untuk melindungi akun kita”
(Wawancara, Jumat 30 April 2021)*

Poin kesetaraan dalam praktik media sosial TikTok digambarkan melalui penyediaan fasilitas yang sama untuk tiap pengguna. Namun jika dilihat dari segi kritikan bebas dari dominasi, Tidak ada perlakuan khusus dan serta tidak adanya perlakuan deskriminatif terhadap tiap pengguna TikTok yang ditunjukkan dari wawancara tersebut menampilkan kebebasan dan kesetaraan dalam ruang publik sehingga seluruh elemen publik dapat saling berinteraksi tanpa ada paksaan dan membuka dalam mencari kesepakatan bersama.

4.2.1.2. Bebas dari Dominasi (*Domain of Common Concern*)

Ruang publik merupakan wilayah sosial yang bebas dari sensor dan dominasi. Adanya jaminan bagi mereka untuk berkumpul dan mengekspresikan diri serta gagasan secara bebas tanpa adanya rasa takut atau tekanan dari pihak manapun. Kebebasan berekspresi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari adanya ruang publik. Kebebasan berekspresi dalam ruang publik virtual diakomodir dalam bentuk tersedianya fasilitas interaksi antar pengguna aplikasi. Pada aspek kebebasan

berekspresi, TikTok telah menyediakan ruang virtual sebagai tempat para penggunanya berinteraksi. Aplikasi TikTok merupakan *platform* video pendek yang memungkinkan pengguna berimajinasi dan mengekspresikan diri secara bebas dalam bentuk video pendek. Aplikasi TikTok hadir dengan beberapa fitur canggih dan keren, dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya menjadi konten kreator.

Kebebasan berekspresi tentu saja bukan kebebasan tanpa aturan. Aturan yang diterapkan guna mengatur dinamika dan keteraturan komunitas para pengguna TikTok. Hal ini senada seperti yang disampaikan oleh EM sebagai berikut:

“Iya bebas tapi kalau misalkan konten yang diposting itu kontennya bersifat negatif atau melanggar hak cipta maka pihak TikTok langsung takedown konten tersebut, video yang kita unggah itu akan terhapus dengan sendirinya. Di kolom komentar kita juga enggak bisa bebas berkomentar, karena pemilik akun bisa saja memprivasi kolom komentar akun TikTok mereka. Jadi di TikTok ini ada aturan untuk privat akun penggunanya. Kalau ada ni yang enggak mau kontennya terpublish gitu aja bisa milih fitur privasi akun.” (Wawancara, Selasa 20 April 2021)



Gambar 4. 2

Tampilan akun TikTok Informan EM

Bedasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa para pengguna TikTok dapat mengeskpresikan dirinya secara bebas lewat video singkat yang dibagikannya. Mengaktualisasikan diri melalui aplikasi TikTok merupakan cara yang tepat bagi mahasiswa dalam menunjukkan eksistensinya. Sepemikiran dengan EM, NA juga mengungkapkan bahwa para pengguna TikTok dapat secara bebas memposting foto atau video apa saja selama postingan yang dibagikan masih wajar. Akan tetapi, apabila seseorang sengaja memposting postingan yang tidak wajar maka postingan tersebut akan menghilang dengan sendirinya. Selengkapnya NA menjelaskan:

“Iya disini kita bisa bebas memposting foto atau video apapun, tapi ada juga konten yang tidak wajar di posting di aplikasi tersebut, palingan video seperti itu bisa dipost tapi lama kelamaan bakal di take down. Kalau mau komentar bisa saja tapi ada juga sebagian konten creator membatasinya karena di TikTok ada namanya fitur untuk membatasi komentar dari orang lain.” (Wawancara, Selasa 27 April 2021)

FP juga menyampaikan bahwa aplikasi TikTok memberikan kebebasan kepada para pengguna dalam memposting konten apapun selama dalam batas kewajaran. Namun apabila terdapat konten yang tidak wajar seperti konten yang mengandung unsur pornografi maka pihak TikTok akan melakukan kebijakan dengan cara *mentake-down* atau menghapus postingan tersebut. Selengkapnya FP menjelaskan:

“Bebas... kita bebas buat konten apapun... tapi aplikasi ini juga membatasi konten-konten yang bersifat seksual. Konten-konten yang dinilai negatif itu akan di-takedown sama TikTok mereka akan hapus konten-konten seperti itu. Penggunaan bahasanya bebas tergantung penggunaannya tidak mematikan kolom komentar pada kontennya supaya semua orang bisa berkomentar pada kontennya tersebut.” (Wawancara, Jumat 30 April 2021)

Berdasarkan pernyataan para mahasiswa diatas, TikTok dalam hal ini telah menyediakan fasilitas yang cukup beragam untuk diakses oleh para penggunanya. Fasilitas tersebut berupa fitur-fitur menarik yang bisa digunakan para pengguna dalam mengekspresikan dirinya. Mudahnya pengaksesan dan fitur-fitur yang menarik menjadi alasan para pengguna lebih menyukai aplikasi ini dibandingkan aplikasi lain yang serupa. Selain itu, TikTok juga memberikan fitur yang bisa mengatur keamanan akun para pengguna. Dengan adanya fitur keamanan maka para pengguna akan merasa lebih aman saat mulai menjelajahi aplikasi tersebut.

Banyak hal yang dapat dilakukan oleh masyarakat di dalam atau lewat aplikasi TikTok. Ada sebagian orang menggunakan media sosial TikTok sebagai media konten bermanfaat, mulai dari berbagai macam tutorial, tips unik, dan sebagainya. Ada juga sebagian dari mereka menggunakan TikTok sebagai media konten secara

personal. Hal tersebut yang memperlihatkan TikTok menjadi ruang yang membuat para penggunanya merasa bebas dalam membuat apapun bahkan hingga sesuatu yang personal sekalipun. TikTok merupakan media yang dapat menyebarkan informasi secara cepat dan aktual. Selain memiliki berbagai manfaat bagi penggunanya tentu TikTok juga memiliki dampak buruk bagi penggunanya dapat mengganggu privasi pengguna itu sendiri. Seperti penuturan NM dalam wawancaranya mengungkapkan bahwa:

‘Ruang privasi itu penting, tapi berjoget ria itu bukanlah sesuatu yang privasi menurut saya, selama konten yang dibuat itu masih wajar yaa enggak masalah. Kayak postingan saya ni.. selama saya buat konten memakai pakaian sopan, menutup aurat jadi bagi saya itu tidak menjadi sesuatu hal yang harus diprivasi gitu.’ (Wawancara, Senin 19 April 2021)

Kemudian FR mengatakan bahwa ruang privasi adalah sesuatu hal yang diinginkan oleh siapapun, akan tetapi konten-konten seperti berjoget ria bukanlah sesuatu yang dianggap privasi menurutnya. Dia menganggap konten-konten seperti menari, berjoget ria adalah sesuatu hal yang mendorong jiwa seseorang untuk bahagia. Selengkapnyan FR mengungkapkan:

“Nah kalau ruang privasi itu siapapun pasti menginginkan gitu kan, dan semua orang juga pasti ingin sesuatu dipublikasikan tapi ada beberapa orang yang justru kayak menari, berjoget ria itu adalah salah satu hal yang mendorong jiwanya untuk bahagia untuk senang. Jadi kenapa dia tidak memprivasikan itu yaa karena dia merasa kalau dia berekspresi dengan menari berjoget ria dia happy gitu dan itu bukan sesuatu privasi.” (Wawancara, Kamis 22 April 2021)



Gambar 4. 3

Tampilan postingan Informan FR

Sumber : Diolah peneliti

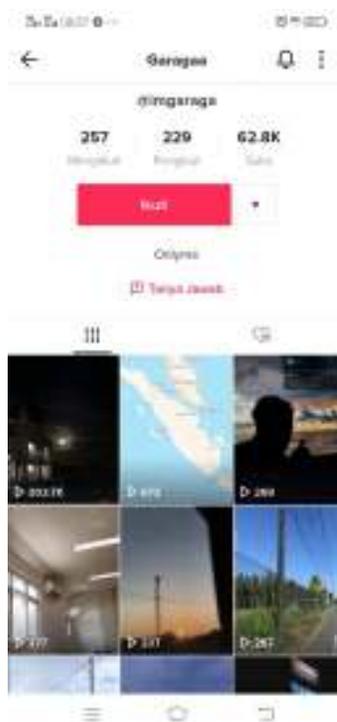
Bentuk ekspresi diri dapat dilihat dari *posting-an* para mahasiswa pada akun TikTok miliknya. Melalui video dengan durasi singkat mereka menuangkan segala kreativitasnya untuk ditampilkan di ruang publik virtual pada TikTok. Bentuk ekspresi yang ditampilkan berupa konten hiburan. Berdasarkan pernyataan diatas dijelaskan bahwa aktualisasi diri melalui ekspresi diri di TikTok merupakan suatu hal yang menyenangkan bagi mereka. terlepas dari populer atau tidaknya konten yang dibuat, upaya mengeskpresikan diri dengan cara menuangkannya ke dalam video, adalah cara yang tepat untuk memfasilitasi bagaimana cara pikiran kita menerjemahkan setiap tindakan. Sama halnya dengan EM yang membenarkan bahwa konten-konten menari, berjoget ria yang mereka buat bukanlah sesuatu yang bersifat privasi. Konten-konten tersebut bukan hal yang terlalu senonoh untuk ditampilkan

pada beranda TikTok. Hal tersebut menjadi hiburan untuk diri sendiri. EM dalam wawancaranya:

“Pada dasarnya ruang privasi itu memang penting yaa namun kalau menurut saya konten berjoget ria itu bukan hal terlalu senonoh jika kita hanya berjoget-joget ria biasa saja, itu bisa menjadi hiburan untuk kita sendiri.” (Wawancara, Selasa 20 April 2021)

Berbeda dengan mereka sebelumnya, NA mengungkapkan privasi setiap orang berbeda-beda dan tergantung pada orangnya. Aga juga mengatakan bahwa konten yang ada pada akun TikTok miliknya tidak ada hal yang perlu diprivasi. Dia menjadikan TikTok sebagai tempat melatih diri untuk belajar *editing* video. Selengkapnya NA menjelaskan:

“Privasi itu tergantung dari orangnya, karena privasi setiap orang itu berbeda-beda dan juga di konten saya itu tidak ada hal yang di privasi. Karna konten-konten yang saya buat hitung-hitung buat belajar ngedit saja.” (Wawancara, Selasa 27 April 2021)



Gambar 4. 4

Tampilan akun TikTok Informan NA

Menurut pengakuan NA aman atau tidaknya privasi kita di media sosial TikTok tergantung dari penggunaannya itu sendiri. Dalam hal ini NA yang merupakan satu di antara pengguna TikTok lainnya yang memanfaatkan TikTok sebagai wadah tempat ia belajar mengasah bakatnya dalam hal *editing* video. Berbeda dari informan sebelumnya yang menganggap TikTok hanya sebagai tempat mencari hiburan, dalam hal ini NA telah mengekspresikan dirinya melalui kemampuan *editing* yang ia kembangkan pada aplikasi TikTok menghasilkan sebuah karya berupa video pendek yang menarik. Karya-karya tersebut sengaja di-*publish*-kan agar pengguna lain bisa melihatnya dan itu merupakan suatu hal yang menurutnya tidak perlu untuk di privasi. Kemudian FP juga menuturkan hal yang sama bahwasanya pemaknaan dari

ruang privasi itu kembali lagi kepada orangnya, bagaimana seseorang memberikan jarak antar ruang privasi dengan ruang publik. Hal tersebut juga berlaku pada penggunaan aplikasi ini, bagaimana orang tersebut lebih bijak dalam menggunakan aplikasi tersebut. FP dalam wawancaranya:

“Ruang privasi itu penting tetapi kembali lagi penggunaanya agar lebih bijak menggunakan aplikasi yang digunakan.” (Wawancara, JUmata 30 April 2021)

Secara perlahan apapun yang sifatnya rahasia kini bukanlah menjadi rahasia, bahkan sesuatu yang sifatnya publik menjadi hal yang biasa. Hal ini dapat terjadi karena proses pembiasaan dan rasa nyaman yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial, sehingga kondisi ini menimbulkan mahasiswa terobsesi dan larut dalam ekstasi media. Perkembangan teknologi inilah yang secara perlahan akan menimbulkan ekstasi-ekstasi informasi bagi manusia. Hingga pada akhirnya mahasiswa menjadi semakin larut dalam realitasnya di dunia maya.

Adanya seperangkat hukum yang mengatur akan hak dan kewajiban yang sama untuk setiap orang sangat diperlukan dalam konteks ruang publik. Hukum sebagai alat untuk menjamin adanya perlindungan bagi setiap orang untuk berekspresi di ruang publik. Di samping itu, hukum juga menjadi acuan dalam memberikan sanksi atas pelanggaran yang dilakukan para pengguna di ruang publik. Sebagaimana TikTok dalam hal ini juga telah menyediakan beberapa aturan untuk mengatur jalannya komunitas para penggunaanya. Selengkapnya NM mengungkapkan:

“Ya..ada. Nah! TikTok dulu kan sempat di blokir ya sama kemkominfo karna banyak mengandung konten pornografi, terus pertanyaannya kenapa sekarang dibuka lagi? Yaa karena di TikTok itu sekarang sudah ada namanya..ee..kebijakan-kebijakan dan aturan yang mengatur terkait konten-konten tersebut. Contohnya kayak saya bilang tadi kalau ada konten negatif maka TikTok langsung takedown video tersebut, Terus di TikTok juga memberikan perlindungan tentang hak cipta. Jadi kita enggak bisa menyalin karya-karya sinematografi orang kayak film-film gitu tanpa izin atau persetujuan dari TikTok.” (Wawancara, Senin 19 April 2021)

Pemblokiran terhadap aplikasi TikTok oleh Kemkominfo pada beberapa waktu yang lalu menunjukkan bahwa sebelumnya aplikasi TikTok tidak memiliki payung hukum untuk mengatur para pengguna yang membuat atau membagikan konten-konten yang mengandung unsur *pornografi*. Berangkat dari kejadian tersebut kini TikTok telah menerapkan beberapa aturan serta layanan untuk mengatur jalannya sebuah komunitas TikTok yang baik. Seperti pembenaran dari EM sebagai berikut:

“Saya kurang tau juga, tapi kayaknya ada aturan semacam itu. Seperti konten -konten negatif, tentu ada kebijakan dari pihak TikTok sendiri dalam mengatasinya, karena harus verifikasi terlebih dahulu dan bisa saja konten tersebut akan di takedown oleh TikTok.” (Wawancara, Selasa 20 April 2021)

Sependapat dengan EM, dalam hal ini FR mengungkapkan bahwa TikTok akan menindaklanjuti konten-konten negatif yang dibagikan para penggunanya. Dalam penjelasannya dia mengatakan konten dengan caption 18+ tidak bisa untuk *diposting* pada beranda TikTok. Selengkapnya FR menjelaskan:

“Kurang tau juga sih! Tapi kalau konten-konten negatifnya akan ditindak lanjut. Nah! Itu saya pernah kan! Saya pernah buat konten yang dulu sempat viral terus saya buat caption 18+ ke atas gitu dan pihak TikTok

langsung mem-blacklist nya dan saya pribadi ada tuh.” (Wawancara, Kamis 22 April 2021)

Terakhir NA menambahkan, TikTok menyediakan sejumlah peraturan serta layanan untuk mengatur apapun pelanggaran yang terjadi dalam *platform* tersebut. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa TikTok akan menindaklanjuti konten-konten yang bersifat negatif, selain itu juga TikTok mengatasi jika terjadinya pelanggaran hak cipta atau karya seseorang. Kebijakan dan layanan tersebut terdapat pada fitur ketentuan layanan. Pada fitur tersebut terdapat aturan-aturan serta konsekuensi yang harus dipatuhi dan diterima oleh para pengguna TikTok pada umumnya. Seperti yang dikatakan oleh NA:

“Ya ada. Kalau tidak salah di fitur ketentuan layanan. Fitur ini mengatur masalah pelanggaran hak cipta. Kalau ada konten negatif akan ditakedown langsung dari pihak TikTok.” (Wawancara, Selasa 27 April 2021)



Gambar 4.5

Tampilan Ketentuan Layanan TikTok

Berdasarkan paparan di atas, dijelaskan bahwa TikTok memberikan sejumlah aturan yang sama dan harus dipatuhi oleh tiap penggunanya. Selain itu TikTok juga menyediakan fitur yang mengatur tentang penegakan hukum yang akan menjamin dan melindungi akan hak dan kewajiban tiap penggunanya. Sejumlah aturan hukum tersebut bisa dilihat pada fitur pengaturan dan privasi. Dimana di fitur tersebut memuat aturan mengenai ketentuan layanan bagi pengguna, kebijakan privasi dan penegakan hukum.

4.2.1.3. Inklusif (*Inclusivity*)

Dalam ruang publik, inklusivitas publik tercipta karena pada dasarnya setiap masalah yang diperbincangkan adalah persoalan-persoalan umum yang harus bisa dan mudah untuk diakses setiap orang. Dengan kata lain setiap orang harus sanggup berpartisipasi di dalamnya. Keterbukaan akses aplikasi TikTok pada *playstore* telah memenuhi salah satu kriteria sebagai ruang publik yang ideal. Di samping itu juga yang menjadi poin penting pada kriteria inklusif ini adalah alasan yang melatarbelakangi para penggunanya dalam mengkonsumsi media sosial tersebut. Seperti yang disampaikan EM dalam wawancaranya:

“ Tidak.. aplikasi TikTok ini sendiri hanya sebuah hiburan saja. Ya tentu saja aplikasi ini ideal, karena setiap orang bisa mengeskpresikan apa saja yang ada dalam dirinya.” (Wawancara, Selasa 20 April 2021)

Hal serupa disampaikan NM dalam wawancaranya ia menjelaskan bahwa jika dilihat dari segi hiburan TikTok telah menjadi sebuah ruang ekspresi publik yang ideal menurutnya. Selengkapnya NM menjelaskan sebagai berikut:

“Belum sih.. tapi dari segi hiburan sudah ya! Karena aplikasi ini cukup menghibur bagi saya tapi kalau dari segi kebutuhan lainnya itu belum. Karna saya belum menghasilkan uang selama saya bermain TikTok ini. Selama ini aplikasi TikTok cukup ideal bagi saya sebagai ruang ekpresi publik karena saya selalu mengekspresikan apa yang saya inginkan didalamnya.” (Wawancara, Senin 19 April 2021)

Ungkapan yang sama juga dibenarkan oleh NA dalam wawancaranya ia mengatakan bahwa aplikasi TikTok dijadikan sebagai ruang yang memenuhi kebutuhan akan hal hiburan, sedangkan untuk kebutuhan lainnya TikTok masih dinilai belum memenuhinya. Selengkapnya NA menjelaskan:

“Kalau dari segi ngehibur yaa sudah memenuhi tapi kalau dari segi sehari-hari belum karena saya belum menghasilkan uang. Iyaa.. aplikasi ideal karena sudah banyak bukti-bukti yang viral. (Wawancara, Selasa 27 April 2021)

Tidak semua pengguna TikTok menjadikan *platform* ini sebagai ruang ekspresi yang ideal. Karena pada dasarnya memang tidak ada batasan bagi pengguna aplikasi ini yang mengharuskan mengunggah video untuk bisa menggunakannya. Mahasiswa yang hanya menggunakan aplikasi TikTok untuk mencari dan menonton video-video yang menurut mereka menarik, tidak seintens mahasiswa yang memang memiliki ketertarikan berkarya dan berkontribusi pada komunitas TikTok melalui akunnya,. Bagi sebagian mahasiswa menggunakan TikTok hanya untuk mencari hiburan dan menghilangkan stress, sebatas menikmatinya saja, mereka tidak memiliki kecenderungan untuk terlibat dan ikut serta dalam komunitas TikTok secara lebih mendalam. Seperti penuturan FP dalam wawancaranya ia mengungkapkan:

“Tidak, tidak terlalu memenuhi kebutuhan hanya saja sebagai sarana hiburan sudah oke untuk buang suntuk jika tidak ada aktivitas lain. Belum sepenuhnya ideal, tapi bagi konten kreator lainnya yang mengeskpresikan bakatnya disini itu iya sudah bisa dibilang ideal. Tapi kalau untuk saya sejauh ini belum.” (Wawancara, Jumat 30 April 2021)

Berbeda dengan FR yang mengungkapkan bahwa TikTok sudah bisa dikatakan sebagai ruang ekspresi publik yang ideal dari segi hiburan. Menurutnya TikTok telah menjadi akses pribadi untuk seseorang dalam mengembangkan kreativitasnya. Selengkapnya FR mengungkapkan:

“Iyaa...memenuhi dari segi hiburan. Sudah karena kan yang saya ketahui juga TikTok ini tuh sudah sangat viral banget bahkan diluar Indonesia sendiri TikTok ini sudah menjadi kayak akses pribadi untuk mengembangkan kreativitasnya.” (Wawancara, Kamis 22 April 2021)

Berdasarkan pernyataan mahasiswa diatas, TikTok telah menjadi rumah bagi setiap orang yang ingin mencari hiburan. Dari segi hiburan TikTok dianggap telah ideal sebagai sebuah ruang ekspresi publik. Para mahasiswa mengatakan bahwa TikTok merupakan media sosial yang sangat menghibur para penggunanya. Untuk menjadi sebuah ruang ekspresi publik TikTok telah memenuhi syaratnya dari segi hiburan. Dengan aplikasi ini juga para penggunanya dapat secara bebas mengekspresikan dirinya tanpa takut akan pandangan orang lain. Tersedianya fitur pengaturan dan privasi akun memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi para penggunanya.

BAB V

PEMBAHASAN

5.1. Representasi Ruang Ekspresi Publik dalam TikTok

Habermas mendefinisikan ruang publik sebagai ruang yang terletak diantara komunitas ekonomi dan negara tempat publik melakukan diskusi rasional, membentuk opini mereka, serta menjalankan pengawasan terhadap pemerintah (Saleh, 2004: 49). Definisi ini menjadikan ruang publik sebagai ruang ajang pembentukan pendapat anggota-anggota masyarakat di luar kendali pemerintah. Sejalan dengan pemikiran Habermas, Carr (1992) pada bukunya yang berjudul *Public Space*, ruang publik adalah ruang milik bersama dimana publik dapat melakukan berbagai aktivitas dan tidak dikenakan biaya untuk memasuki area tersebut. Aktivitas yang terjadi dapat berupa rutinitas sehari-hari dan kegiatan pada musim tertentu atau sebuah *event*. Rutinitas sehari-hari adalah seperti bersantai atau sekedar menikmati suasana lingkungan. Sedangkan kegiatan pada musim tertentu atau sebuah *event* bisa berupa diselenggarakannya sebuah komunitas dalam periode tertentu. Ruang ini kemudian menjadi titik pertemuan sehingga menciptakan interaksi publik yang tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa ruang publik adalah faktor paling penting dalam rutinitas kehidupan, ruang pergerakan, titik pertemuan, dan ruang untuk bersantai dan rekreasi (Lesil, 2016 :14).

Dalam penelitian Ishaq (2018: 21) menyebutkan ruang publik yang diperkenalkan Jurgen Habermas pada tahun 1989, pada dasarnya merupakan ruang

dimana individu berkumpul bersama sehingga menjadi publik untuk membicarakan sekaligus memperdebatkan masalah-masalah publik secara rasional hingga akhirnya muncul kritik guna mealawan penguasa. Pendapat habermas tersebut mendapat kritikan dari Nancy Fracer (2007). Dia mengatakan bahwa Habermas hanya menekankan legitimasi ruang publik abad 18 yang bisa keterwakilan. Ruang publik yang otentik hanya mewakili kaum borjuis saja dan tidak mewakili kelas bawah. Kemudian sebagai reaksi atas kritikan tersebut Habermas dalam *Between Facts and Norms* menempatkan ruang publik sebagai ruang yang plural. Setiap komunitas dan kelompok masyarakat dapat menciptakan ruang publiknya sendiri.

Dalam perubahan yang sedemikian rupa, ruang publik tidak lagi hanya berlangsung dalam ruang-ruang fisik, namun juga dalam ruang-ruang virtual. Terbuka lebarnya akses partisipasi masyarakat melalui internet menjadikan ruang publik semakin berkembang. Seperti yang dikatakan Habermas bahwa di era masyarakat yang semakin jarang bertemu secara tatap muka, keterlibatan entitas dalam diskusi publik lebih terwakili melalui teks atau *image* di internet. Ruang virtual memberikan dan menyediakan fasilitas bagi pengguna untuk menemukan cara baru dalam berinteraksi baik dalam aspek ekonomi, politik, sosial, dan sebagainya (Camp dan Chien, 2000: 13-19). Ruang publik virtual merupakan ruang publik kedua dan bersifat maya yang digunakan sebagai cara untuk mengganti ruang publik pertama yang lebih nyata keberadaanya. Salah satu ruang publik virtual yang dapat terbentuk di dunia maya adalah ruang publik yang berada di dalam media sosial.

Dengan memanfaatkan media sosial yang leluasa dan selalu terbuka setiap saat untuk diakses siapa pun tanpa bisa dibatasi regulasi politik, kalangan warganet sebetulnya memiliki peluang untuk turut berperan aktif mengembangkan demokrasi deliberatif. Tetapi *digital native* merupakan bagian dari anak-anak muda urban yang tumbuh dengan karakteristik sosial-budaya yang cenderung haus hiburan dan konsumtif, maka yang terjadi umumnya mereka bukannya sibuk untuk terlibat dalam aktivitas pemberdayaan masyarakat dan mengembangkan diri sebagai bagian dari gerakan *civil society* yang militan, melainkan yang lebih banyak *leisure* dan *pleasure* (Sugihartati, 2014).

Kehadiran media sosial membuat ruang privat seseorang melebur dengan ruang publik. Hal tersebut juga berlaku pada pengguna *platform* TikTok. Terjadi pergeseran budaya dikalangan para millennial khususnya para pengguna media sosial, mereka tidak segan-segan *mengupload* segala kegiatan pribadinya untuk disampaikan kepada pengguna lainnya melalui akun media sosial dalam membentuk identitas diri mereka. Pada dasarnya setiap orang memiliki langkah-langkah khusus dalam mempresentasikan dirinya kepada orang lain. Erving Goffman (1959) dalam karyanya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday* menyatakan bahwa individu, disebut aktor mempresentasikan dirinya secara verbal maupun non-verbal kepada orang lain yang berinteraksi dengannya. Presentasi diri atau sering disebut manajemen impresi (*impression management*) merupakan sebuah tindakan menampilkan diri yang dilakukan oleh setiap individu untuk mencapai sebuah citra diri yang diharapkan. Realitas di ruang virtual inilah yang menjadikan internet

sebagai ruang terbuka bagi siapa saja untuk berinteraksi atau sekedar untuk mengekspresikan diri.

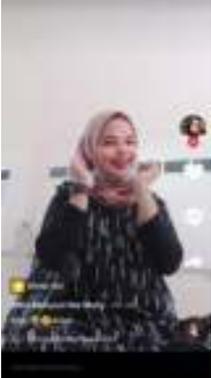
Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI *online*) ekspresi diri merupakan bentuk pengungkapan atau proses menyatakan (yaitu memperlihatkan atau menyatakan maksud, gagasan, perasaan, dan sebagainya) yang keluar dari perasaan hati seseorang berupa pandangan muka yang memperlihatkan suasana hati seseorang, baik senang, kecewa, rasa tidak puas, dan sebagainya. Ekspresi yang sering kali digunakan adalah ekspresi wajah. Ekspresi wajah merupakan salah satu cara penting dalam menyampaikan pesan sosial dalam kehidupan manusia. Akan tetapi di era digital seperti sekarang ini ekspresi diri tidak hanya diperlihatkan melalui ekspresi wajah semata, khususnya ekspresi dengan menggunakan anggota badan menjadi tren di kalangan millennial saat ini. Pengekspresian diri yang beragam dapat ditemukan pada pengguna media sosial TikTok. TikTok dijadikan sebagai ruang yang mampu menyediakan dan melibatkan publik secara lebih luas dalam mengekspresikan diri secara bebas tanpa takut akan pandangan dari pihak manapun.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan, peneliti dapat menangkap bentuk-bentuk ekspresi diri yang ditampilkan oleh informan. Ekspresi diri yang ditampilkan berupa ekspresi yang umumnya terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya ekspresi diri terdiri dari beberapa bentuk yaitu seperti bentuk ekspresi senang, sedih, marah, takut, jijik, terkejut, dan muak.

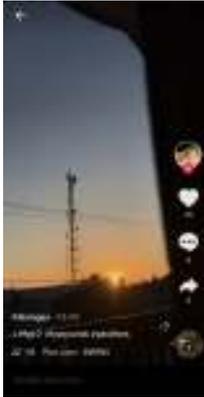
Ekspresi wajah dapat diketahui maknanya dengan mudah, misalnya kemarahan, kesedihan, narsisme dan kepuasan. Namun, beberapa ekspresi lainnya terkadang sulit diartikan, misalnya ketakutan, kejjikan yang kadang sulit untuk dibedakan. Terkadang ekspresi wajah seseorang dapat disalahartikan saat mengalami emosi tertentu, karena susunan otot-otot wajah orang tersebut secara alami sudah tersusun menyerupai wajah seseorang yang mengalami ekspresi tertentu, misalnya wajah seseorang yang tampak selalu tersenyum. Dalam hal ini, ekspresi yang ditunjukkan juga cukup beragam sesuai dengan keinginan pengguna bahkan hingga terlihat unik di mata orang lain. Seperti banyak media sosial lainnya, TikTok menyimpan data bagaimana setiap tren saling berganti. Umumnya para pengguna akan membuat konten mengikuti konten yang sedang *trending*, seperti kebanyakan konten menari dan berjoget ria. Seperti pada beberapa konten para informan berikut ini.

Tabel 5. 1

Bentuk Ekspresi Informan

| Konten TikTok Informan | Bentuk Ekspresi yang ditampilkan |
|---|---|
|  | <p>Senang : Ekspresi yang ditampilkan oleh informan NM dalam videonya ialah bentuk ekspresi senang. Dimana NM terlihat tersenyum lepas saat memainkan musik dan tariannya. Ekspresi ini menggambarkan perasaan senang dan gembira. Seseorang akan merasa puas disaat kebutuhannya terpenuhi. Dalam hal ini menandakan bahwa NM merasa senang dengan tariannya.</p> |

| | |
|---|---|
|  | <p>Bahagia: Bentuk ekspresi yang ditunjukkan merupakan bentuk ekspresi kebahagiaan. Kebahagiaan merupakan keadaan emosi yang menyenangkan, seperti perasaan puas, gembira, dan sejahtera. Kebahagiaan dapat diekspresikan dengan banyak cara seperti melalui ekspresi wajah tersenyum, bahasa tubuh yang terlihat santai atau bersemangat.</p> |
|  | <p>Jengkel: ekspresi ini meliputi benci, rasa tidak suka, mual, muntah dan sebagainya. Jika merujuk pada keterangan yang tertera pada gambar yaitu “biasalah!” maka informan EM menunjukkan ekspresi tidak suka. Ekspresi yang ditunjukkan mendekati bentuk dari ekspresi jengkel. Dimana ekspresi ini menggambarkan perilaku seseorang terhadap sesuatu yang tidak disukainya.</p> |
|  | <p>Jijik : Ekspresi dimana seseorang tidak menyukai terhadap sesuatu. Dimana ia terlihat mengerutkan hidungnya, menipitkan mata dan menekuk bibir keatas. Rasa jijik ditandai dengan rasa tidak suka, baik itu melihat, mencium, merasakan, atau mendengar sesuatu sehingga berusaha keras untuk menghindarinya. Rasa jijik biasanya ditunjukkan dengan beberapa cara seperti berpaling menjauh dari objek yang dianggap menjijikkan, reaksi fisik seperti mual dan ingin muntah, ekspresi wajah yang mengerutkan hidung, menyipitkan mata, dan menekuk bibir ke atas.</p> |

| | |
|---|---|
|  | <p>Ketenangan : terlihat bahwa NA menjadikan alam sebagai objek pada kontennya. Momen yang ditangkap kemudian dikreasikan dengan berbagai fitur TikTok sehingga menjadi sebuah karya yang indah untuk dinikmati.</p> |
|---|---|

Berdasarkan pemaparan diatas maka ekspresi diri yang lebih dominan ditampilkan oleh para informan dalam kontennya ialah bentuk ekspresi senang. Mereka lebih menyukai membuat konten video dengan karakter hiburan. Dimana pada umumnya para pengguna TikTok berlomba-lomba membuat video sesuai dengan trennya. Berbagai ekspresi dapat kita jumpai dalam konten-konten TikTok yang dibagikan. Seperti pada gambar diatas, melihat keterangan yang tertera pada video tersebut merupakan sebuah tren yang sempat *booming* pada beberapa waktu lalu. Seiring dengan berkembangnya tren TikTok maka selama itulah para pengguna berlomba-lomba ikut mencobanya. Terlepas dari populer atau tidaknya konten tersebut. Tren TikTok yang beragam tentunya tidak lepas dari perhatian para penggunanya. Konten yang dianggap menarik akan ditonton dan disukai banyak orang. Alasan ini juga membuat banyak pengguna TikTok berlomba-lomba membuat konten terbaik supaya bisa ditonton oleh banyak orang,

TikTok memiliki ruang untuk mengembangkan diri kearah yang dinilai lebih bermanfaat. Salah satunya adalah adanya akun TikTok yang menyediakan konten-konten tutorial yang bermanfaat bisa dijadikan media pembelajaran bagi banyak pengguna lainnya. Ada juga pengguna yang memanfaatkan TikTok sebagai wadah pengembangan kreativitas mereka. Pengguna dengan hobi *editing* video tentunya akan membagikan konten-konten yang telah dikreasikan sebaik mungkin untuk dinikmati oleh pengguna lainnya.

Ruang yang tercipta dalam TikTok dapat dilihat pada interaksi satu arah dalam bentuk video yang dilakukan oleh TikTokers atau konten kreator. Dimana para pengguna yang dimaksudkan disini adalah para audiens dan para kreator. Seperti yang diketahui, tiap ruang memiliki karakteristik tersendiri yang dapat berpengaruh pada siapapun yang ada di dalam ruang tersebut. Para pengguna TikTok membentuk TikTok menjadi sebuah ruang yang bebas untuk mengekspresikan diri mereka.

Jika pada ruang publik Habermas, publik mengekspresikan diri melalui gagasannya, maka ekspresi diri yang ditampilkan oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi pada ruang TikTok ialah berupa video pendek dengan tema hiburan, umumnya seperti konten menari. TikTok digunakan sebagai sarana untuk menghibur diri dari rasa bosan dan menjadi panggung untuk menunjukkan ataupun mengasah bakat-bakat yang ada. Sebagian besar dari mereka memanfaatkan TikTok hanya untuk mencari kesenangan atau hiburan semata. Mereka berkreasi dengan membuat video menari dan bergaya bebas dengan aplikasi ini. Sehingga setiap individu dapat meningkatkan kepercayaan diri untuk tampil di depan publik melalui video yang mereka buat.

TikTok merupakan media pengekspresian diri yang tepat dan aman bagi para penggunanya dalam hal ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi.

TikTok merupakan media sosial yang bisa diakses oleh siapapun dan dimanapun. Oleh karenanya sebagai pengguna tentu harus menggunakan TikTok dengan bijak. Terlepas dari aman atau tidaknya, efek negatif ataupun positif yang diberikan kepada penggunanya tergantung dari apa yang dilakukan pengguna itu sendiri.

Mengkritisi pemikiran Habermas, ruang publik Habermas sebagai ruang yang tercipta dari kumpulan orang-orang tertentu (*private people*) dalam konteks sebagai kalangan borjuis, yang diciptakan seolah-olah sebagai bentuk penyikapan terhadap otoritas. Habermas dalam karyanya *Between Fact and Norm* kemudian memunculkan apa yang disebutnya sebagai “*institutional criteria*”, kriteria tersebut diciptakan untuk membantu kita memahami apa yang dimaksud dengan ruang publik. Kriteria tersebut terdiri dari pangabaian terhadap status (*disregard of status*) atau *egaliter* (kesetaraan), bebas dari dominasi (*domain of dommon concern*), dan inklusif (*inclucivity*).

Selaras dengan konsep tersebut Rouser mengungkapkan terdapat tiga prinsip utama dalam ruang publik (Saleh, 2004: 49) yaitu (1) Akses yang mudah terhadap informasi. Teknologi masa kini memungkinkan anggota masyarakat untuk mendapatkan akses terhadap informasi. Pada masa awal ruang publik berkembang, akses ini hanya dimiliki oleh sebagian kecil kelompok masyarakat, dalam hal ini kaum borjuis. Keberadaan *public sphere* kemudian berkembang seiring dengan

pesatnya perkembangan media massa. Media massa semakin memungkinkan setiap anggota masyarakat untuk menyampaikan ide maupun gagasannya untuk dibicarakan di forum-forum publik. Akan tetapi, keberadaan media massa dalam ruang publik kemudian memunculkan persoalan diri ketika kepemilikan media massa terkonsentrasi pada sekelompok kecil pengusaha media; (2) Tidak ada hal yang istimewa (*privilege*) terhadap peserta. Artinya bahwa setiap anggota masyarakat memiliki kesetaraan dalam proses komunikasi penyampaian gagasannya. Tidak ada kelompok yang lebih dominan atas kelompok lainnya; (3) Peserta/partisipan mengemukakan alasan rasional menjadi syarat penting terwujudnya ruang publik yang baik. Rasionalitas dalam debat akan menjamin bahwasanya debat yang berlangsung adalah debat yang dapat menghindarkan terjadinya debat kusir atau pertarungan emosional antar partisipan.

TikTok merupakan *platform* media sosial yang dapat membantu manusia serta memberikan inovasi baru dalam dunia berkespresi. Ekspresi diri yang dimaksudkan disini adalah lebih dominan kearah *leisure* dan *pleasure*. Akan tetapi, TikTok juga berpeluang menjadi ruang diskusi dan wadah bagi aktivitas politik. TikTok menghapus batasan-batasan ruang maupun waktu. TikTok dapat dikatakan sebagai ranah publik yaitu TikTok dijadikan sebagai ruang yang mampu menyediakan dan melibatkan publik secara luas dalam mendiskusikan ataupun berbagi informasi yang ada.

Konsepsi ruang publik diartikan sebagai kawasan netral dimana publik mempunyai akses yang sama dan dapat berpartisipasi dalam wacana publik dengan

kedudukan yang sejajar dan terbebas dari dominasi negara maupun pasar. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan, maka dijadikannya TikTok sebagai ruang ekspresi publik dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Teuku Umar adalah sebagai berikut:

5.1.1. Pengabaian Terhadap Status (*Disregard Of Status*)

Pemandangan ruang publik di Eropa pada awalnya diisi oleh kalangan borjuis, namun menurut Habermas sebuah ruang publik memiliki tiga kriteria sebagai ruang publik masyarakat. Kriteria pertama adalah mengesampingkan perbedaan status sosial dan memunculkan prinsip-prinsip kesamaan dan kesetaraan sebagai semangat setiap pertemuan-pertemuan diantara mereka. Stratifikasi sosial yang menempatkan kalangan pedagang sebagai masyarakat kelas menengah (borjuis) mulai berubah. Pengunjung yang datang ke kedai-kedai kopi tidak hanya datang dari kalangan borjuis saja, namun para pegawai, pemilik toko, serta kaum profesional dan masyarakat lainnya pun ikut berkumpul. Istilah borjuis kemudian meluas tidak hanya sebatas saudagar. Strata baru masyarakat borjuis lahir dan segera menempati posisi sentral di dalam publik. Setiap individu yang datang ke ruang publik tersebut diberikan kesempatan berpendapat mengenai persoalan-persoalan yang menyangkut wilayah privat maupun wilayah publik. Dalam kondisi ini, ruang publik memiliki peranan utama sebagai pendorong bagi kemampuan komunikasi setiap lapisan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian telah dijelaskan bahwa ruang pada TikTok dapat diakses oleh siapapun. Ini menandakan bahwa ruang yang tercipta dalam TikTok

sama halnya dengan ruang publik yang dijabarkan oleh Habermas. Dimana para pengguna TikTok terdiri dari berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, orang tua, termasuk para mahasiswa. Para mahasiswa merupakan kalangan yang berada pada kelas menengah sebagai netizen aktif dalam pengguna internet di Indonesia. Aplikasi TikTok ini mampu memberikan kesempatan yang sama bagi siapapun untuk mengakses konten di dalam aplikasi tersebut tanpa memandang latar belakang maupun status sosialnya. Sifat *egaliter* (kesetaraan) dalam konsep ruang publik Habermas jelas terlihat pada pengguna TikTok, dengan tidak melihat kondisi status sosial baik dari kalangan akademisi, mahasiswa, penggiat kebudayaan, para siswa, serta masyarakat secara umum dalam ruang yang ada pada TikTok. Sehingga semua orang dapat mengakses konten apapun secara bebas dan luas.

5.1.2. Bebas dari Dominasi (*Domain of Common Concern*)

Gagasan Habermas tentang ruang publik yang bebas dari dominasi penguasa sepertinya memang layak disematkan pada internet termasuk media sosial di dalamnya seperti TikTok. Ruang publik yang terjadi di dalam media sosial TikTok membuka kesempatan bagi siapapun yang ingin terlibat didalamnya. Berdasarkan hasil penelitian ruang TikTok memang menyediakan kebebasan kepada para penggunanya, akan tetapi kebebasan yang diberikan tidak lepas dari aspek dominasi. Cita-cita Habermas dalam mewujudkan ruang publik yang bebas dari dominasi belum bisa dikatakan sepenuhnya terwujud dalam ruang TikTok. Hal tersebut bisa dilihat dari popularitas sebuah video yang muncul di *timeline* TikTok. Konten video yang unik dan menarik perhatian akan membuat video tersebut menjadi viral. Akun-akun

yang menampilkan video yang menarik akan mendapatkan jumlah pengikut dan jumlah *like* yang banyak yang kemudian akan muncul pada tiap *timeline* akun pengguna lainnya. Seperti halnya sebuah akun yang dibangun oleh seorang artis, model terkenal, pemain film, dan figur-figur lain yang sudah memiliki popularitas sebelumnya dengan mudahnya mencapai *follower* yang tinggi. Sementara itu, akun-akun yang dibangun oleh orang biasa tentu tidak akan mendapatkan hal tersebut dengan mudah. Disinilah terjadi dominasi, dimana popularitas video dengan jumlah *like* terbanyak akan mendominasi *timeline* TikTok para pengguna lainnya.

Bentuk dari dominasi lainnya juga dapat dilihat pada karakteristik sebuah konten video di TikTok. Tidak seperti media sosial lainnya, peristiwa terkini bukanlah faktor dominan yang menghiasi ruang TikTok. TikTok bukan *platform* untuk membahas apa yang sedang terjadi di dunia. Konten dengan karakteristik hiburan lebih mendominasi karakteristik lainnya seperti edukasi, tutorial masak, tutorial *makeup* dan lainnya. Unggahan video hiburan seperti menari, berjoget ria umumnya lebih disukai oleh pengguna TikTok terutama generasi millennial. Dominasi dari popularitas sebuah konten di TikTok bukan berarti ikut membatasi para pengguna lainnya dalam mengekspresikan diri. Banyak dari pengguna TikTok lainnya ikut berlomba-lomba membuat konten yang sama mengikuti tren yang ada. Hal ini menandakan bahwa kebebasan masih diberikan untuk mengekspresikan diri mereka disamping dominasi yang ada.

Selain itu adanya aturan hukum yang mengatur terkait *privacy* pengguna dan hak cipta juga merupakan bentuk dari dominasi lainnya pada ruang TikTok.

Kebijakan tersebut merupakan regulasi yang dibuat oleh *platform* TikTok. Pengelola *platform* TikTok berupaya mengontrol kebebasan berkespresi dengan memangkas akun-akun dan unggahan pengguna yang dianggap tidak sesuai dengan norma sosial yang berlaku. Konten-konten seperti unsur sara, kekerasan, pornografi menjadi bidikan utama *platform* media sosial ini dalam mengatur tindak-tanduk para pengguna. Regulasi berupa fitur-fitur layanan akan mengatur dinamika komunitas TikTok itu sendiri. Serangkaian aturan tersebut harus dipatuhi oleh tiap pengguna supaya bisa menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Seperti yang telah dijelaskan para mahasiswa, pihak TikTok akan men-*takedown* konten-konten yang dianggap tidak wajar dan tidak seharusnya ditampilkan dalam aplikasi TikTok.

5.1.3. Inklusif (*Inclusivity*)

Ruang publik digambarkan oleh habermas sebagai ruang inklusif dimana masyarakat secara kolektif membuat sebuah opini publik dalam sebuah lingkungan terkait dengan kondisi sosial politik maupun ekonomi. Inklusivitas publik tercipta karena pada dasarnya setiap masalah yang diperbincangkan adalah persoalan-persoalan umum yang harus dan mudah untuk diakses oleh setiap orang. Dengan kata lain setiap orang harus sanggup berpartisipasi di dalamnya.

Dalam prinsip inklusif, para partisipan mengemukakan alasan rasional dalam berdiskusi mencari konsensus. Alasan rasional menjadi syarat penting terwujudnya ruang publik yang baik. Pembentukan ruang publik virtual sendiri terjadi ketika para pengguna bersama-sama membentuk sebuah keterikatan. Keterikatan-keterikatan tersebut seringkali dilatarbelakangi oleh beberapa hal seperti halnya bakat yang sama,

kesukaan maupun hobi yang sama, tujuan yang sama, tugas yang sama sampai pada kepentingan yang sama.

Berawal dari berbagai kesamaan tersebut yang pada akhirnya terbentuk sebuah kesepakatan untuk membentuk sebuah ruang yang bisa menyatukan mereka. Keterbukaan akses ruang pada pengguna media sosial TikTok sangat tergambarkan melalui alasan para pengguna dalam memilih aplikasi ini sebagai media hiburan. Mereka menganggap media sosial TikTok telah memenuhi kriteria sebagai sebuah ruang ekspresi publik yang ideal dari segi hiburan. Berangkat dari alasan inilah menjadikan TikTok sebagai ruang ekspresi publik.

Seperti yang telah dijabarkan dalam hasil wawancara sebelumnya, para mahasiswa menjadikan TikTok sebagai tempat dimana mereka bisa mencari hiburan. Mereka menggunakan media sosial ini pada saat sedang bosan karena tidak ada aktifitas lain sehingga mereka jenuh. Pada saat mereka melihat berbagai konten yang di unggah orang lain, mereka merasa sangat terhibur, sehingga media sosial TikTok menjadi pilihan mereka untuk menghilangkan segala beban pikiran dengan sejenak. Tujuan yang sama tiap pengguna merupakan latarbelakang terbentuknya sebuah keterikatan. Keterikatan ini pada akhirnya akan ditemui dalam sebuah ruang publik yang bisa menyatukan mereka. Media sosial TikTok justru digunakan sebagai sarana pemasaran dan ajang eksistensi diri.

Jika pada ruang publik borjuis membicarakan isu-isu politis dan ekonomi, maka ruang publik pada TikTok dibentuk karena gaya hidup dan hiburan. seperti yang telah

dijelaskan sebelumnya, mayoritas pengguna media sosial di Indonesia didominasi kebutuhan *leisure* dan *pleasure*. Mayoritas pengguna TikTok menggunakan TikTok sebagai sarana penyaluran bakat atau sarana curhat baik itu sifatnya negatif maupun positif yang kemudian ditanggapi dan dikomentari oleh pengguna lainnya. Sejatinya, ruang publik virtual yang berbasis media sosial ini mampu melakukan transformasi masalah privat menjadi ruang publik yang kemudian untuk dikritisi satu sama lainnya tergantung pada isu yang diangkat. Adanya *platform* media sosial yang *real time* menjadikan isu privat menjadi tersebar begitu cepat ke dalam ruang diskusi publik lainnya. Selain menawarkan proses intim dan respon yang cepat, keunggulan yang ditawarkan lainnya adalah mampu menarik dukungan massa yang kuat.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Setelah membahas serta menganalisis data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan terkait TikTok sebagai Ruang Ekspresi Publik dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar, dalam bab ini peneliti mencoba menarik kesimpulan yang merujuk pada penelitian.

Terciptanya ruang pada aplikasi TikTok dapat dilihat pada interaksi satu arah dalam bentuk video yang dibuat oleh penggunanya. Para kreator TikTok membentuk TikTok menjadi sebuah ruang yang bebas untuk mengekspresikan diri mereka. TikTok mempengaruhi para pengguna menjadi lebih berekspresi di dalamnya, kebebasan berekspresi inilah yang kemudian membentuk ciri dari ruang TikTok. Ekspresi yang ditampilkan oleh para mahasiswa sebagai pengguna TikTok cukup beragam mulai dari ekspresi senang, bahagia, jijik, jengkel dan tenang. Ekspresi diri yang ditampilkan sebagian besar didominasi oleh ekspresi senang dan bahagia.

Terdapat tiga elemen/kriteria dalam sebuah ruang publik, yaitu pengabaian terhadap status (*disregard of status*), bebas dari dominasi (*domain of common concern*), dan inklusif (*inklucivity*). Prinsip pertama, dalam ruang publik hal yang menempati posisi lebih tinggi dari yang lain bukanlah status, pangkat, harta atau keturunan, melainkan argument yang baik. Dalam konteks ruang TikTok, premis kesetaraan/*egaliter*, terjadi pada kebebasan akses tanpa melihat latarbelakang para

penggunanya. Prinsip ruang publik kedua adalah bebas dari dominasi. Dalam konteks pengguna media sosial TikTok, premis dari bebas adalah adanya kebebasan pengguna dalam penggunaan TikTok, namun kebebasan yang diberikan disini tidak lepas dari dominasi yang ada. Terakhir prinsip dari ruang publik adalah inklusif. Alasan rasional menjadi syarat penting terwujudnya ruang publik yang baik. Keterbukaan akses ruang mampu membuat pengguna ikut berpartisipasi dalam media sosial TikTok. Keterikatan yang terbentuk sangat menggambarkan melalui alasan para pengguna dalam memilih aplikasi ini sebagai media hiburan.

Berdasarkan konsep ruang publik Habermas dapat dikatakan bahwa ruang yang terjadi dalam media sosial TikTok belum sepenuhnya menjadi ruang ekspresi publik yang ideal. Dikarenakan TikTok belum sepenuhnya memenuhi ketiga kriteria ruang publik yang disebutkan oleh Habermas. Adanya regulasi-regulasi serta syarat-syarat yang ada membatasi kebebasan penuh para pengguna TikTok dalam mengekspresikan diri. Sehingga publik hanya bisa berekspresi hanya sebatas mencari *leisure* dan *pleasure* saja.

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan penulis ialah menyampaikan beberapa rekomendasi dan saran:

1. Bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa agar lebih lebih bijaksana dalam menggunakan aplikasi TikTok agar mendapatkan manfaatnya. Hendaknya mampu menjadikan media sosial

TikTok sebagai media ruang ekspresi publik sebagaimana mestinya. Sehingga ruang virtual dapat berjalan dengan benar-benar bebas, terbuka dan mampu menjadi ladang demokratisasi yang sesungguhnya tanpa mengesampingkan realitas sosial di dalam masyarakat yang sesungguhnya.

2. Bagi Pembaca

Pada umumnya bagi pembaca secara keseluruhan, peneliti berharap penelitian ini mampu memberikan sumbangsih bagi kemajuan ilmu pengetahuann dan menambah wawasan bagi pembaca secara umum khususnya dalam kajian ilmu komunikasi. Sebagai bentuk kepedulian atas perkembangan ilmu pengetahuan dan perbaikan dalam penelitian selanjutnya, peneliti berharap mendapatkan kritik dan saran yang konstruktif demi perkembangan penelitian di kemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ali, M dan Asrori, M. 2008. *Psikologi Remaja-Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Goleman, Daniel. 1995. *Emotional Intelligence*. Jakarta: Gramedia Utama
- Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, N.Y: Doubleday
- Goodin, Robert E. and Philip Pettit. 1997. *Contemporary Political Philosophy: An Anthology*. Oxford: Blackwell Publisher Ltd
- Habermas, Jurgen. 1962/1989. *The Structural Transformation of the Public Sphere : An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge Massachusetts: The MIT Press.
- Habermas, Jurgen. 2007. *Ruang Publik Sebuah Kajian tentang Kategori Masyarakat Borjuis*. Diterjemahkan oleh Santoso, Yudi. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Hadirman, Frans Budi. 2009. *Menuju Masyarakat Komunikatif, Ilmu, Masyarakat, Politik, dan Postmodernisme Menurut Jurgen Habermas*, Yogyakarta: Kanisius
- Kaplan, A dan Haenlein, M. 2010. *Users of the World, The Challenges and Opportunities of Social Media Business Horizon 53*.
- Kartono, Kartini. 2004. *Pemimpin dan Kepemimpinan, Apakah Kepemimpinan Abnormal itu?*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kriyantono, Rachmad. 2010. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

- Lefebvre, Henry. 1991. Translate by Donald Lincholin Smith. *The Production of Space*. Blacwell: Cambridge
- Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi Antar-Personal*. Jakarta: Kencana
- Mayfield, Antony. 2008. *E-book What is Social Media?*. London: iCrossing.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution. 2009. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurudin, M.Si. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rakatama Media
- Stephen. Carr, et all. 1992. *Public Space*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sugihartati, Rahma. 2014. *Perkembangan Masyarakat Informasi Dan Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Wiersma, William. 1986. *Research method in education: an introduction*. Massachusetts: Allyn and Bacon, Inc.

Jurnal dan Skripsi

- Aprillian, D., Elita, Y., & Afriyati, V. 2020. *Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi TikTok Dengan Perilaku Narsisme Siswa Kelas VIII Di SMP Negeri 8 Kota Bengkulu. Consilia: Jurnal Ilmiah Bimbingan Dan Konseling*,2(3),220-228. <https://doi.org/10.33369/consilia.2.3.220-228>
- Alfindra, Muhammad Furqan & martunis Yahya. 2017. *Motivasi Mahasiswa Bergabung Dalam Media Sosial Instagram*. Jurnal. FISIP, Universitas Syiah Kuala, Aceh.
- Ayun, Primada Qurrota. 2015. *Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas*. Vol. 3, No. 2, Oktober 2015, hal. 1-16
- Camp, J. & Chien, Y.T. (n.d.). *The Internet as Public Space : Concepts, Issues, and Implications in Public Policy*. Dalam Jurnal ACM SIGCAS Computers and Society, Volume 30 Issue 3, September 2000, p.13-19
- Caniago, Ragil Logian. 2017. *Selfie Sebagai Wujud Eksistensi Diri Mahasiswa Melalui Akun Instagram (Studi Kasus Mahasiswi Bimbingan Konseling Islam IAIN Purwokerto Tahun 2014)*. Skripsi Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Frazer, Nancy. 2007. *Transnationalizing The Public Sphere, On The Legitimacy and Efficacy of Public Opinion in a Post-Westphalian*. *Journal Theory, Culture and Society*
- Ishaq, Ropingi el & Prima Ayu Rizqi Mahanani. 2018. *Media Sosial, Ruang Publik, dan Budaya Pop*. *Journal of communication* Vol.3, No. I, Juni 2018
- I'tikoh, Amalia Nurul. 2018. *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kebumen*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

- Lesil, Steven Michael. 2016. *Pontianak Waterfront City Sebagai Obyek Wisata Ruang Terbuka Publik*. Jurnal Fakultas Teknik. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Matsumoto, David. 2005. *Display Rules Assessment Inventory*. (on-line). David matsumoto San Fransisco State University
- Matsumoto, David & Ekman, Paul. 2007. *Facial Expression Analysis*. *Journal of Paul Ekman Group LLC*
- Nasrullah, Rulli. 2012. *Internet dan Ruang Publik Virtual, Sebuah Refleksi atas Teori Ruang Publik Habermas*. Jurnal Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Saleh, R. 2004. *Potensi Media Sebagai Ruang Publik*. Jurnal Tesis Volume III/No. 2, Mei – Agustus 2004, Jurnal Penelitian Ilmu Komunikasi Departemen Ilmu Komunikasi UI.
- Zubaidi, A.N. 2011. Ruang Publik dalam Media Baru. (www.kaskus. us). Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(2), 139-158. <https://s.id/mm8A8>

Web

- <https://kbbi.web.id/ekspresi.html>. Diakses pada tanggal 13 Mei 2021.
- <https://www.selera.id/pilih-mana-tiktok-atau-likee/>. Diakses pada tanggal 10 April 2021.
- Liputan6.com 2020. *Orang Indonesia Kedua Paling Banyak Unduh TikTok per Juli 2020*. Diakses pada tanggal 03 Januari 2021. <https://m.liputan6.com/teknoread/4324103/orang-indonesia-kedua-paling-banyak-unduh-tiktok-per-juli-2020>

LAMPIRAN-LAMPIRAN*Lampiran i. (Biodata Informan)*

| No | Nama | Umur | Angkatan | Mulai Mengakses TikTok |
|----|----------------|----------|----------|------------------------|
| 1. | NM (Perempuan) | 21 Tahun | 2018 | 2018 |
| 2. | EM (Perempuan) | 20 Tahun | 2019 | 2020 |
| 3. | FR (Perempuan) | 22 Tahun | 2017 | 2020 |
| 4. | NA (Laki-Laki) | 19 Tahun | 2020 | 2020 |
| 5. | FP (Laki-Laki) | 22 Tahun | 2017 | 2019 |

Lampiran ii. (Hasil Wawancara)

| | |
|--|---|
| NM | |
| Pengabaian terhadap status (<i>disregard of status</i>) | <p>“Untuk mengakses aplikasinya juga mudah, kita tinggal unduh di playstore, siapapun bisa mengaksesnya mau orang tua, remaja bahkan anak-anak sekarang tuh banyak yang main TikTok.”</p> <p>“Nah.. kayak saya bilang tadi siapapun bisa mengakses aplikasi ini mau dia anak-anak, remaja orang tua pun itu bisa. Apalagi kelas-kelas sosial. Mau kita kaya miskin enggak ada tuh larangan untuk bisa atau tidak download aplikasi ini”</p> |
| Bebas dari dominasi (<i>domain of common concern</i>) | <p>“Yaa karena di TikTok itu sekarang sudah ada namanya..ee.kebijakan-kebijakan dan aturan yang mengatur terkait konten-konten tersebut. Contohnya kayak saya bilang tadi kalau ada konten negatif maka TikTok langsung <i>takedown</i> video tersebut, Terus di TikTok juga memberikan perlindungan tentang hak cipta. Jadi kita enggak bisa menyalin karya-karya sinematografi orang kayak film-film gitu tanpa izin atau persetujuan dari TikTok.”</p> |
| Inklusif (<i>inlucivity</i>) | <p>“Tapi dari segi hiburan sudah ya! Karena aplikasi ini cukup menghibur bagi saya tapi kalau dari segi kebutuhan lainnya itu belum. Karna saya belum menghasilkan uang selama saya bermain TikTok ini. Selama ini aplikasi TikTok cukup ideal bagi saya sebagai ruang ekspresi publik karena saya selalu mengekspresikan apa yang saya inginkan didalamnya.”</p> |
| EM | |
| Pengabaian terhadap status (<i>disregard of status</i>) | <p>“Aplikasi ini cukup menghibur dan banyak pengetahuan dalam aplikasi ini yang tidak ada di aplikasi lain. Aplikasi yang serupa dengan TikTok ada seperti Likee, tapi saya kurang tertarik gitu dengan Like karena emang pertama kenal dengan TikTok truss aplikasi ini emang udah jadi tren disemua kalangan gitu.”</p> |
| Bebas dari dominasi (<i>domain of common concern</i>) | <p>“Iya bebas tapi kalau misalkan konten yang diposting itu kontennya bersifat negatif atau melanggar hak cipta maka pihak TikTok langsung <i>takedown</i> konten tersebut, video yang kita unggah itu akan terhapus dengan sendirinya. Di kolom komentar kita juga enggak bisa bebas berkomentar, karena pemilik akun</p> |

| | |
|---|--|
| | bisa saja memprivasi kolom komentar akun TikTok mereka. Jadi di TikTok ini ada aturan untuk privat akun penggunanya. Kalau ada ni yang enggak mau kontennya terpublish gitu aja bisa milih fitur privasi akun.” |
| Inklusif (<i>includivity</i>) | “Aplikasi TikTok ini sendiri hanya sebuah hiburan saja. Ya tentu saja aplikasi ini ideal, karena setiap orang bisa mengeskpresikan apa saja yang ada dalam dirinya.” |
| FR | |
| | “Siapapun bisa mengakses aplikasi ini karena aplikasi ini ada di <i>smartphone</i> bukan di komputer, jadi kita bisa langsung <i>download</i> di <i>playstore</i> kapanpun dan dimanapun kita berada. Tidak.. tidak ada pembatasan apapun untuk para penggunanya, yang penting kita ada paket internet aja sih untuk mengaksesnya. Semua pengguna dapat fasilitas yang sama dari menunya, fitur-fitur, tingkat keamanan dan lain-lain semua sama. Aturan yang melindungi akun pengguna ada, setiap aplikasi pasti ada punya fitur yang melindungi penggunanya gitu biar karya kita enggak dicopas sama pengguna lain konten kreator yang lain gitu!” |
| Bebas dari dominasi (<i>domain of common concern</i>) | “Kurang tau juga sih! Tapi kalau konten-konten negatif iya akan ditindak lanjut. Nah! Itu saya pernah kan! Saya pernah buat konten yang dulu sempat viral terus saya buat <i>caption</i> 18+ ke atas gitu dan pihak TikTok langsung mem- <i>blacklist</i> nya dan saya pribadi ada tuh.” |
| Inklusif (<i>includivity</i>) | “Iyaa...memenuhi dari segi hiburan. Sudah karena kan yang saya ketahui juga TikTok ini tuh sudah sangat viral banget bahkan diluar Indonesia sendiri TikTok ini sudah menjadi kayak akses pribadi untuk mengembangkan kreativitasnya.” |
| FP | |
| Pengabaian terhadap status (<i>disregard of status</i>) | “Aplikasi TikTok sangat mudah diakses dan bisa digunakan oleh siapapun karena aplikasi ini bisa didapat di <i>playstore</i> . Tidak ada perlakuan khusus untuk para pengguna TikTok. Setiap pengguna TikTok mendapatkan fitur-fitur yang sama. Terkait aturan yang melindungi para pengguna, kalau kita tidak mau konten kita dilihat oleh pengguna lain, kita cukup memprivat akun TikTok milik kita. |

| | |
|--|---|
| Bebas dari dominasi (<i>domain of common concern</i>) | “Bebas... kita bebas buat konten apapun... tapi aplikasi ini juga membatasi konten-konten yang bersifat seksual. Konten-konten yang dinilai negatif itu akan di- <i>takedown</i> sama TikTok mereka akan hapus konten-konten seperti itu. Penggunaan bahasanya bebas tergantung penggunaanya tidak mematikan kolom komentar pada kontennya supaya semua orang bisa berkomentar pada kontennya tersebut.” |
| Inklusif (<i>includivity</i>) | “Tidak, tidak terlalu memenuhi kebutuhan hanya saja sebagai sarana hiburan sudah oke untuk buang suntuk jika tidak ada aktivitas lain. Belum sepenuhnya ideal, tapi bagi konten kreator lainnya yang mengeskpresikan bakatnya disini itu iya sudah bisa dibilang ideal. Tapi kalau untuk saya sejauh ini belum.” |
| NA | |
| Pengabaian terhadap status (<i>disregard of status</i>) | “Tidak.. aplikasi TikTok tidak membatasi siapapun penggunaanya, tapi kalau dari segi usia untuk anak-anak itu akunnya akan sedikit berbeda dengan orang dewasa. Berbeda disini maksudnya akun mereka lebih bersifat pribadi. Jadi pas pertama daftar akun akan diminta keterangan usia, nah kalo usia 18 tahun kebawah biasanya akun mereka secara default akan diubah jadi private. Aturan itu dibuat supaya pengguna dibawah umur akan terlindungi dari konten-konten dewasa yang mungkin diunggah ke platform tersebut.” |
| Bebas dari dominasi (<i>domain of common concern</i>) | “Iya disini kita bisa bebas memposting foto atau video apapun, tapi ada juga konten yang tidak wajar di posting di aplikasi tersebut, palingan video seperti itu bisa dipost tapi lama kelamaan bakal di take down. Kalau mau komentar bisa saja tapi ada juga sebagian konten creator membatasinya karena di TikTok ada namanya fitur untuk membatasi komentar dari orang lain.” |
| Inklusif (<i>includivity</i>) | “Kalau dari segi ngehibur yaa sudah memenuhi tapi kalau dari segi sehari-hari belum karena saya belum menghasilkan uang. Iyaa.. aplikasi ideal karena sudah banyak bukti-bukti yang viral. |

Lampiran iii. (Biodata Peneliti)

Nama Lengkap : Fia Daniati
Nim : 1705905030037
Tempat Tanggal Lahir : Kuta Jeumpa, 14 Agustus 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Tempat Tinggal : Desa Jeumpa Barat, Kec. Jeumpa, Kab. Aceh Barat Daya
Email/Nomor HP : fiadaniati149@gmail.com/082242886342
Nama Orang Tua
Ayah : Ramli
Ibu : Salmah
Pekerjaan Orang Tua
Ayah : Petani
Ibu : IRT
Alamat Tempat Tinggal : Desa Jeumpa Barat, Kec. Jeumpa, Kab. Aceh Barat Daya
Riwayat Pendidikan : SDN 1 A.S Pinang (2010)
SMPN 1 Blangpidie (2013)
MAN Blangpidie (2016)



KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS TEUKU UMAR

NOMOR : 510/UN59.5/HK.04/2020

TENTANG

PENETAPAN KOMISI PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA

ATAS NAMA FIA DANIATI NIM 1705905030037

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS TEUKU UMAR

REKTOR UNIVERSITAS TEUKU UMAR

- Menimbang :
- bahwa untuk kelancaran Mahasiswa dalam penyelesaian skripsi mahasiswa pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar, dipandang perlu ditunjuk pembimbing skripsi;
 - bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menetapkan Keputusan Rektor Universitas Teuku Umar;
- Mengingat :
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301)
 - Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336)
 - Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5500)
 - Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan
 - Peraturan Presiden Nomor 25 Tahun 2014 tentang Pendirian Universitas Teuku Umar (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 65)
 - Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 133 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Teuku Umar Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 1664
 - Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 1952)

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
- KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS TEUKU UMAR TENTANG PENETAPAN KOMISI PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA ATAS NAMA FIA DANIATI NIM 1705905030037 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS TEUKU UMAR



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS TEUKU UMAR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
KAMPUS UTU MEULABOH – ACEH BARAT 23615, PO BOX 59
Laman : fisip.utu.ac.id, e-mail : fisip@utu.ac.id

- KESATU : Menunjuk Putri Maulina, S.I.Kom., M.I.Kom sebagai pembimbing skripsi mahasiswa nama FIA DANIATI NIM 1705905030037 Program Studi ILMU KOMUNIKASI Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar.
- KEDUA : Dalam menjalankan tugasnya, komisi pembimbing bertanggung jawab kepada Rektor Universitas Teuku Umar melalui Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- KETIGA : Segala biaya yang ditimbulkan akibat dikeluarkannya keputusan ini dibebankan pada DIPA Universitas Teuku Umar.
- KEEMPAT : Jika dikemudian hari terdapat kesalahan dan/atau kekeliruan, maka dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
- KELIMA : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan selesainya pelaksanaan sidang akhir skripsi mahasiswa tersebut.

Ditetapkan di Meulaboh
Pada Tanggal 23 Oktober 2020

An. REKTOR

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Isan :

Ketua Jurusan
Bendahara Pengeluaran UTU
Arsip



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

KAMPUS UTU MEULABOH – ACEH BARAT 23615, PO BOX 59

Laman fisip.utu.ac.id, e-mail : fisip@utu.ac.id

Nomor : 1062/UN59.5/PT.01.05/2021

19 Agustus 2021

Lampiran : -

Hal : **Permohonan Izin Wawancara Penelitian dan
Pengambilan Data untuk Skripsi**

Yth;

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar

Di

Tempat

Dengan Hormat;

Sehubungan dengan penulisan skripsi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar, maka mahasiswa/i perlu melakukan wawancara penelitian dan pengumpulan data primer dan data sekunder.

Untuk itu kami mohon kepada Bapak/ibu agar memberikan izin bagi mahasiswa/ i untuk melakukan penelitian dan pengumpulan data pada instansi yang Bapak/ibu pimpin.

Adapun mahasiswa/ i yang melakukan penelitian adalah :

Nama : Fiadaniati
NIM : 1705905030037
Jurusan : Ilmu komunikasi
No. Hp : 082242886342
Dosen Pembimbing : Putri Maulina, M.I. Kom

Demikian kami sampaikan, atas bantuan serta kerjasamanya kami ucapakan terimakasih.

Wakil Dekan I

Dr. Afrizal Tjoetra, M. Si
NIDN 01-0110-7101

Tembusan:

- Mahasiswa
- Arsip