

## **BAB IV**

### **HASIL DAN ANALISIS PEMBAHASAN**

Pembahasan yang terdapat dalam bab empat yaitu peneliti akan mengulas seluruh informasi lebih lanjut mengenai temuan data yang sudah dikumpulkan terhadap empat informan dalam penelitian ini. Pembahasan yang akan dilakukan ini mengacu pada tujuan penelitian yang sudah ditentukan pada awal penelitian. Proses wawancara dilakukan secara langsung tatap muka dengan para informan sehingga proses tanya jawabnya berlangsung dengan baik.

Data yang sudah didapatkan saat dilakukannya proses wawancara akan dikaitkan dengan tujuan penelitian mengenai motif dan kepuasan yang dilakukan oleh pengguna TikTok khususnya untuk kalangan *Digital Native* dan *Digital Immigrant*.

#### **4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian**

Empat informan yang terdapat didalam penelitian ini sudah disesuaikan dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini yaitu berjenis kelamin perempuan dan laki-laki, berusia 17-50 tahun (*Digital Native* dan *Digital Immigrant*), menggunakan aplikasi TikTok, Informan berasal dari Jakarta, dan menggunakan TikTok selama kurang lebih 5-6 jam dalam sehari. Informan yang terdapat dalam penelitian ini meliputi:

Heri Prasetyo (Informan 1), Kafka Afdal (Informan 2), Findy Amira (Informan 3), dan Mira Hagustina (Informan 4). Keempat informan ini sudah sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti dengan rata-rata usia pada 2 informan di kalangan *Digital Immigrant* 40-50 tahun, dan rata-rata usia pada 2 informan di kalangan *Digital Native* 20-25 tahun. Keempat informan juga sudah menggunakan TikTok selama kurang lebih 5-6 jam perhari, serta sudah lebih dari 1 tahun menggunakan TikTok.

**1. Informan 1**

Informan yang terdapat dalam penelitian ini bernama Bapak Heri Prasetyo. Pak Heri merupakan salah satu laki-laki dari kalangan *Digital Immigrant* yang berusia 46 tahun dan berdomisili di Jakarta. Saat ini Pak Heri sedang sibuk bekerja sebagai HR di salah satu perusahaan di Jakarta. Pak Heri memiliki akun TikTok sejak awal 2021 dan membuat beberapa konten didalam akun TikToknya. Sehingga peneliti dapat memberikan pertanyaan terkait dengan motif dan kepuasan penggunaan TikTok pada kalangan *Digital Immigrant*. Sebagai seorang pengguna TikTok, menurutnya beliau masih dapat mengikuti perkembangan teknologi terutama pada bagian media sosial yang mulai banyak digunakan oleh masyarakat. TikTok merupakan salah satu aplikasi yang mudah digunakan oleh siapa saja. Menurut Pak Heri, beliau senang menggunakan TikTok karena tidak berfokus dalam mencari teman karena hanya menikmati konten orang lain dan beliau senang membuat konten untuk branding.

**2. Informan 2**

Informan kedua yang terdapat dalam penelitian ini bernama Kafka Afdal. Kafka merupakan seorang laki-laki dari kalangan *Digital Native* dengan usia 24 tahun dan berdomisili di Jakarta. Saat ini Kafka merupakan seorang karyawan swasta pada bidang Creative di salah satu perusahaan di Tangerang Selatan. Kafka sudah memiliki Akun TikTok sejak 2019 dan dapat disebut sebagai seorang Content Creator. Menurutnya, TikTok merupakan salah satu aplikasi *media sosial* yang mudah digunakan karena fitur yang terdapat di TikTok sudah lengkap dan dengan mudah mendapatkan informasi dari berbagai sisi baik itu mengenai hiburan, referensi, kata-kata motivasi melalui cuplikan video yang tercantum didalamnya.

**3. Informan 3**

Informan ketiga yang terdapat dalam penelitian ini bernama Findy Amira. Mira merupakan seorang perempuan dari kalangan *Digital Native* dengan usia 20 tahun dan berdomisili di Jakarta. Saat ini mira sedang disibukan dengan perkuliahan dan pekerjaan sebagai salah satu Content Writer di

perusahaan di Jakarta. Mira sudah memiliki akun TikTok sejak 2019, selain menjadi seorang pengguna atau penikmat Mira juga membuat konten di TikTok. Menurutnya TikTok dapat dengan mudah digunakan dan dapat mencari segala informasi yang dibutuhkan. Menurutnya, TikTok merupakan salah satu media sosial yang tidak bertele-tele atau to the point dalam memberikan informasi yang dibutuhkan, dan dapat digunakan dimana saja dan kapan saja.

#### 4. Informan 4

Informan keempat yang terdapat dalam penelitian ini bernama Mira Hagustina. Ibu Mira merupakan seorang perempuan dari kalangan *Digital Immigrant* dengan usia 45 tahun dan berdomisili di Jakarta. Saat ini ibu Mira disibukan dengan menjadi seorang Karyawan dan Ibu Rumah Tangga. Ibu Mira sudah bergabung atau menggunakan TikTok selama kurang lebih 3 tahun sejak 2020, dan dapat disimpulkan ibu Mira merupakan seorang pengguna TikTok. Menurutnya TikTok mudah digunakan untuk mencari banyaknya informasi yang dibutuhkan, serta dengan menggunakan TikTok tanpa mengikuti konten kreator beliau tetap dapat menikmati konten yang ada didalamnya. Kesimpulan secara menyeluruh yaitu keempat informan dalam penelitian ini masuk dengan kriteria peneliti yaitu generasi *Digital Native* dan *Digital Immigrant*. Masing-masing informan memiliki latar belakang pekerjaan yang berbeda diantaranya sebagai HRD, Creative, Content Writer/Mahasiswa, dan Karyawan swasta pada bagian tahun, keempat informan menggunakan TikTok sudah lebih dari 1 tahun.

Tabel 4.1 Deskripsi Umum Informan

Deskripsi	Heri Prasetyo	Kafka Afdal	Findy Amira	Mira Hagustina
Jenis Kelamin	L	L	P	P
Usia	46 thn	24 thn	20 thn	45 thn
Tahun Menggunakan TikTok	2021	2019	2019	2020
Pekerjaan	HRD	Creative	Content Writer	Karyawan Swasta
Generasi	<i>Digital Immigrant</i>	<i>Digital Native</i>	<i>Digital Native</i>	<i>Digital Immigrant</i>

Sumber: Olahan Penelitian, 2023

## 4.2 Hasil dan Analisis Penelitian

### 4.2.1 Pengguna Tiktok

Media baru saat ini dapat mengubah proses komunikasi manusia, dan media sosial menjadi salah satu wadah dalam melakukan pertukaran informasi. media sosial juga menjadi salah satu wadah untuk penggunanya membagikan sebuah konten dan menikmati konten. Seperti yang sedang ramai salah satu media sosial tersebut adalah TikTok, pada bagian pembahasan mengenai penggunaan TikTok dalam penelitian ini mengacu pada intensitas dan kegiatan yang dilakukan oleh narasumber saat proses dalam menggunakan media sosial TikTok. TikTok sendiri merupakan platform digital yang dapat memungkinkan penggunanya berbagi video dan foto mengenai kehidupan mereka, dan lainnya. Dengan TikTok sekarang seseorang dapat mengekspresikan dirinya melalui media sosial. Dalam konsep penggunaan TikTok satu ini peneliti mendapatkan informasi dari keempat informan mengenai penggunaan TikTok dari waktu, tahun dalam menggunakan TikTok atau seberapa lama menggunakan media sosial tersebut, alasan menggunakan TikTok dan bagaimana kalangannya menggunakan TikTok.

Dalam mengetahui pemahaman informan mengenai TikTok, peneliti menanyakan pertanyaan yang relevan dengan penggunaan media sosial TikTok tersebut. Karena menurut konsep komunikasi dan media baru yang sudah peneliti tulis, media baru ini menjadi salah satu mediasi komunikasi antara manusia dalam berbagai konteks. Media sosial juga menjadi salah satu wadah untuk penggunanya memberikan konten, melakukan interaksi dan adanya kebutuhan pokok untuk setiap orang. Pertanyaan ini atas dasar nantinya pertanyaan mengenai TikTok dan penggunaan media tersebut sesuai dengan motif dan kepuasan untuk pengguna TikTok. Menurut informan 1, dirinya menggunakan TikTok sejak 2021. Seperti pernyataan yang disampaikan Pak Heri sebagai berikut :

“Sejak kapan ya? harusnya sih kurang lebih 1,5 tahunan lah. kalo diakumulasi ee... 5 atau 6 jam an lah ya.” (Heri, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Dari jawaban yang diberikan oleh Informan 1 atau Bapak Heri Prasetyo, peneliti menyimpulkan bahwa informan 1 masuk kedalam kriteria yang ada karena

menggunakan TikTok dalam sehari selama 5-6 jam dan menggunakan TikTok lebih dari satu tahun.

“Kurang lebih.. dua ribu berapa ya, kayaknya udah empat tahunan deh kalo ditanya sehari, ya sesering itu sih buka TikTok Mungkin lima sampai enam jam kalo di totalin, karena sebelum tidur juga pasti liat TikTok..” (Kafka, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Dari jawaban yang diberikan oleh Informan 2 atau Kafka Afdal, peneliti menyimpulkan bahwa Informan 2 masih masuk kedalam kriteria yang sedang diteliti karena menggunakan TikTok dalam sehari selama 5-6 jam, dan menggunakan TikTok lebih lama dari Informan 1.

“Udah dari 2019 sih kak.. Eee.. dalam sehari bisa 5 atau 6 jam gitu deh kak kayaknya..” (Findy Amira, Hasil Wawancara, 22 Mei 2023)

Dari jawaban yang diberikan oleh informan 3 atau Findy Amira, peneliti menyimpulkan bahwa Informan 3 masih masuk kedalam kriteria yang sedang diteliti karena menggunakan TikTok dalam sehari selama 5 atau 6 jam, dan menggunakan TikTok dengan tahun yang sama seperti Informan 2.

“Eee kayaknya dari.. dua ribu ee.. covid tuh dua ribu berapa ya? dua ribu dua puluh berarti. ee dalam satu hari ya? coba saya itung ya.. kan saya pulang kerja ya mungkin dari jam.. sekitar enam sampe tujuh jam kayaknya, pokoknya sampe saya mau tidur biasanya saya scroll TikTok” (Mira, Hasil Wawancara, 23 Mei 2023)

Dari jawaban yang diberikan oleh informan 4 atau Ibu Mira Hagustina, peneliti menyimpulkan bahwa Informan 4 masih masuk kedalam kriteria yang sedang saya teliti karena menggunakan TikTok lebih lama dari ketiga informan yaitu 6 sampai 7 jam dan menggunakan TikTok sudah hampir 3 tahun.

Selain tahun dan lamanya menggunakan TikTok dalam sehari, peneliti juga mencari tahu mengenai alasan mereka menggunakan TikTok dan mengapa memilih TikTok dari banyaknya media sosial yang ada di Indonesia saat ini. Untuk Informan 1 dengan Bapak Heri sebagai salah satu kalangan dari generasi *Digital Immigrant* menjawab sebagai berikut:

“Karena gak ada yang kenal hahaha, kalo di media sosial lain mungkin udah banyak misalnya ee.. saya temenan sama si A atau di ig temenan banyak jadi yaudah, kalo

TikTok karena memang gak fokus cari temen yang ada di circle kita, ya gitu. Karena gak ada yang kenal kalo mau bikin sesuatu konten ya orang gak tau siapa gua ya lu nikmatin aja kontennya” (Heri, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Dapat disimpulkan dari jawaban yang diberikan oleh informan 1 atau Bapak Heri bahwa menurutnya TikTok menjadi salah satu platform media sosial yang menjadi tempat ternyaman untuk beliau bermain media sosial, karena didalamnya tidak fokus untuk mencari teman tetapi untuk menikmati konten yang ada didalamnya.

”Sebenarnya karena ngikutin perkembangan jaman kan, sekarang media sosial yang lagi rame tuh kebetulan TikTok. Terus akhirnya mau gak mau beradaptasi sih sama media. Sejauh ini sih.. ee apay a mungkin karena di TikTok konten yang diambil to the point aja gitu, kalo medsos lain kan mau nyari intinya aja harus dengerin dulu.. kalo 10 menit ya 10 menit itu didengerin, kalo TikTok kan paling banyak 3 menit kali ya? terus udah poinnya aja yang di kasih” (Kafka, Hasil Wawancara 21 Mei 2023)

Dari jawaban yang diberikan oleh Informan 2 atau Kafka Afdal, dapat peneliti simpulkan bahwa menurutnya perkembangan zaman yang ada dan diramaikan oleh media sosial TikTok sampai akhirnya harus beradaptasi dengan media baru tersebut dan apa yang diberikan oleh TikTok seperti isi dari kontennya tidak bertele-tele dan sudah memberikan poin yang dituju.

“Nah menurut aku konten di TikTok tuh menarik kak, dan bisa menghibur diri sendiri gitu hahaha Karena.. ee.. di TikTok kita bisa lakuin komunikasi juga kan kak terus bikin bikin apa ya.. konten yang menarik, terus bisa bertukar pendapat.. eee sama itu kak informasi yang dikasih juga gak bertele-tele jadi udah intinya aja gitu hehehe” (Findy Amira, Hasil Wawancara, 22 Mei 2023)

Dari jawaban yang diberikan oleh Informan 3 atau Findy Almira, peneliti dapat menyimpulkan bahwa konten yang ada di TikTok dapat menarik perhatiannya dan menghibur, serta media sosial satu ini dapat dijadikan tempat untuk berkomunikasi dan bertukar pendapat sehingga segala informasi yang diberikan juga tidak bertele-tele, menyatu pada inti dari isi konten tersebut.

“Eee, karena TikTok tuh apa ya, eee saya merasa lebih seru aja gitu dari media sosial lain gitu, lebih suka gitu saya pake TikTok. Eee karena ini sih ya suka ngeliat konten-konten yang ada di TikTok hahahaha. Mmm kenapa ya? atau karena gak banyak yang saya kenal ya, random yang muncul orangnya.. kalo Instagram harus berteman dulu, kalo TikTok saya bisa liat kontennya padahal gak follow” (Mira, Hasil Wawancara, 23 Mei 2023)

Dari jawaban yang diberikan oleh Informan 4 atau Ibu Mira Hagustina, peneliti dapat menyimpulkan bahwa TikTok menjadi salah satu media sosial yang dapat dinikmati oleh banyak orang dan dari banyaknya generasi yang menggunakan TikTok dan menurut Informan 4 ini karena di TikTok tidak harus berteman jika ingin melihat sebuah konten, tetapi sudah muncul segala bentuk isi konten di beranda media sosial mereka.

Selain alasan menggunakan TikTok dan mengapa memilih TikTok sebagai platform media sosial yang digunakan, peneliti juga menanyakan apakah media sosial satu ini mudah digunakan untuk generasi *Digital Immigrant* dan generasi *Digital Native*, berikut merupakan jawaban dari Informan 1 atau Bapak Heri:

“Digital Immigrant tuh maksudnya peralihan ya? eee.. iya justru menggunakan TikTok juga karena belajar dari pengalaman aja ya. Cuma sih sejauh ini harusnya ok, bisa experience dari TikTok ok, Iya bener gak susah” (Heri, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Dari jawaban yang diberikan oleh Informan 1 atau Pak Heri, dapat peneliti simpulkan bahwa media sosial TikTok menjadi salah satu aplikasi atau sebuah media sosial yang mudah digunakan oleh salah satu orang dari kalangan *Digital Immigrant* Laki-laki, karena dapat belajar juga dengan media sosial satu ini dan mendapatkan experience ketika menggunakan TikTok.

“mudah sih, karena menudur aku di TikTok nih fiturnya udah lengkap banget.. kayak video juga dulu di TikTok tuh kalo gak salah Cuma bisa satu menit sekarang bisa sampe 10 menit lebih ya gak sih? Jadi menurut aku semuanya udah terangkum nih dalam satu aplikasi ya TikTok ini.” (Kafka, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Dari jawaban yang diberikan oleh Informan 2 atau Kafka Afdal, dapat peneliti simpulkan bahwa media sosial TikTok menjadi salah satu aplikasi atau sebuah media sosial yang mudah digunakan oleh salah satu generasi *Digital Native* laki-laki. Mudah karena dalam satu media sosial TikTok fitur yang ada didalamnya sudah lengkap dan video yang diunggah memiliki durasi yang panjang.

“Iya dong kak memudahkan banget sih, dari TikTok tuh aku bisa nyari informasi yang aku butuhin terus juga kayak resep resep atau inspirasi gitu, ya mudah lah digunainnya” (Findy Amira, Hasil Wawancara, 22 Mei 2023)

Dari jawaban yang diberikan oleh Informan 3 atau Findy Amira, dapat peneliti simpulkan bahwa media sosial TikTok menjadi salah satu aplikasi atau media sosial yang memang mudah digunakan oleh generasi *Digital Native* terkhusus laki-laki dan perempuan, cara penggunaannya juga mudah dan dapat mencari informasi yang dibutuhkan dengan mudah.

“ohh generasi gitu ya? eee sejauh ini engga sih karena saya.. konten konten yang lewat itu.. di beranda saya itu rata rata konten yang saya suka tonton Mudah, mudah.. sejauh ini mudah” (Mira, Hasil Wawancara, 23 Mei 2023)

Dari jawaban yang diberikan oleh Informan 4 atau ibu Mira, dapat peneliti simpulkan bahwa media sosial TikTok menjadi salah satu media sosial yang sangat mudah digunakan untuk dua generasi *Digital Immigrant* dan *Digital Native* dan dari laki-laki maupun perempuan, seperti segala konten yang dapat dinikmati dengan mudah sudah muncul ketika Informan membuka aplikasi TikTok tersebut. Dalam konsep komunikasi dan media baru yang masuk kedalam media sosial, dimana hal ini menjadi sebuah wadah dan kebutuhan pokok setiap orang. Jika sudah terbiasa menggunakan media sosial biasanya akan terasa mudah dalam mencari hal yang diinginkan.

Tabel 4.2 Pengguna TikTok

Deskripsi	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4
<b>Tahun penggunaan</b>	2021 / 1,5 tahun.	2019 / 4 tahun	2019 / 4 tahun.	2020 / 3 tahun.
<b>Durasi menggunakan</b>	5-6 jam perhari menggunakan TikTok.	. 5-6 jam perhari menggunakan TikTok	. 5-6 jam perhari menggunakan TikTok	6-7 jam perhari menggunakan TikTok
<b>Memilih TikTok sebagai Media Sosial yang digunakan</b>	Iya	Iya	Iya	Iya
<b>Bagi generasi <i>Digital Native</i> dan <i>Digital Immigrant</i> TikTok mudah atau sulit digunakan</b>	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah

Sumber: Olahan Penelitian, 2023



#### 4.2.2 Motif Penggunaan Tiktok

Sesuai dengan penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti, teori *Uses and Gratifications* ini menjadi salah satu teori yang memiliki turunan pertanyaan yang peneliti ajukan kepada para informan mengenai motif, kepuasan, serta penggunaan.(bukunya) Teori ini juga yang mencoba memahami bagaimana dan kenapa individu atau audiensi aktif untuk mencari media tertentu dalam memenuhi kebutuhannya. Dalam penelitian ini terdapat dua generasi yang melihat motif, kepuasan dan penggunaan TikTok yaitu generasi atau kalangan *Digital Native* dan *Digital Immigrant*. Menurut teori *Uses and Gratifications* terdapat 10 komponen motif yang dikemukakan Whiting dan Williams (2013) *Social interaction, Information Seeking, Pass Time, Entertainment, Relaxation, Expression of opinions, communicatory utility, convenience utility, Information Sharing, Surveillance / knowledge about other*. Berikut motif yang didapatkan dari dua kalangan generasi:

##### A. Digital Native

Merupakan salah satu kalangan yang lahir sudah diterpa oleh teknologi komputer dan telepon selular sejak usia dini, mereka yang dikelilingi oleh komputer, internet, media sosial dan lainnya. Pada penelitian kali ini, peneliti sudah mewawancarai dua informan dari kalangan Digital Native, motif dalam penggunaan media sosial TikTok menurut kedua informan tersebut adalah sebagai berikut:

“ee... motifnya pertama cari informasi atau referensi terkait konten yang aku suka sih kayak fashion, otomotif segala macam lah. Tutorial-tutorial juga aku cari informasinya di TikTok. Selain itu aku juga apa ya.. berhubung suka bikin konten, suka.. emang dari dulu sebelum TikTok di Instagram kan sempet bikin konten, akhirnya kan bikin lagi di TikTok.. ya buat nyebar informasi terkait aku nih..branding aku, tadinya di ig jadi dipindahin ke TikTok.. biar followers aku tau nih aku ngapain di TikTok. Jadi selain nyari informasi aku juga nyebarin informasi, kayak rilis lagu aku dikit lagi nih..” (Kafka, Hasil Wawancara, 24 Juni 2023)

Informan 2 mengatakan bahwa motif dirinya menggunakan TikTok untuk mencari informasi (*Information Seeking*) dan memberikan informasi (*Information*

*Sharing*). Selanjutnya terdapat pernyataan lagi dari informan 2 bahwa tidak hanya mencari dan memberikan informasi, melainkan sebagai berikut:

“paling ini sih, buat hiburan juga.. untuk cari.. apa ya? tontonan hiburan, entertaint aja gitu.. paling cari rekomendasi film kalo dibutuhin, atau biasanya kan ada tuh yang share konten cuplikan film, nah itu tuh bisa jadi nonton sedikit di TikTok. Atau musik, video video lucu tuh biasanya” ( Kafka, Hasil Wawancara, 24 Juni 2023)

Menurut informan 2, tidak hanya kedua motif tersebut melainkan juga motif hiburan ketika dirinya membuka TikTok. Selain ketiga hal tersebut, berikut merupakan tanggapan dari informan 3:

“motif aku sih buat cari informasi kak, kayak cara gunain sesuatu atau lakuin sesuatu, terus terkait sama pembelajaran atau tips gitu.. karena mudah banget kan kak sekarang di TikTok cari informasi gitu, jadi apa apa aku kalo mau cari informasi di TikTok. terus motif aku yang lain hiburan sih kak, karena kalo aku bete nih cape mumet ya udah aku cari aja konten-konten di TikTok.. biasanya lewat fyp aku nih tentang rekomendasi film, terus video lucu ntah yang couple lucu atau yang orang pada ngelawak aja. Bener bener hiburan banget sih kak. motif ngisi waktu luang juga iya kali ya kak, soalnya aku kalo gabut atau gak ada kerjaan nyari nya TikTok. Ya balik lagi buat dapetin informasi atau hiburan tadi.. karena kerjaan juga kan nyari trending apa nih bisa aku jadiin tulisan..” (Findy Amira, Hasil Wawancara 26 Juni 2023)

Menurut informan 3, dirinya juga memiliki motif untuk mencari informasi, hiburan dan mengisi waktu luang. Terdapat satu perbedaan dengan informan 2. Karena, informan 2 senang membagikan informasi di TikTok nya sedangkan informan 3 merasa jarang dan hanya senang mencari informasi.

Terdapat motif hiburan/Entertainment, Information Seeking, Information Sharing, dan Pass Time yang digunakan oleh informan 2 dan 3. Berikut merupakan penjelasannya dari beberapa motif yang digunakan :

Motif hiburan ini merupakan kebutuhan seseorang atas hiburan, dan ditekankan biasanya untuk rasa senang dalam menggunakan media tersebut. Berikut merupakan tanggapan informan 2:

“ee.. untuk saat ini sih.. oh aku sebenarnya awal sih nyari referensi-referensi fashion, terus kebetulan suka.. ee apa namanya.. potongan-potongan podcast, gitu yang bisa aku dapetin insight lah dari videonya. Terus gatau kenapa sekarang sering banget muncul konten-konten nikah gitu.. jadi kayak mungkin gara-gara sering ngelike konten pernikahan jadi munculnya konten itu terus.. saya menikmati dan seneng sih ketemu sama konten itu” (Kafka, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Menurut tanggapan informan 2 jenis konten yang selalu di konsumsi merupakan beberapa referensi *fashion* atau mengenai *lifestyle*, podcast dan konten mengenai pernikahan. Berikut merupakan tanggapan informan 3:

“kayak resep masakan, terus fashion, dan aku kan kpopers ya kak jadi suka kpop juga dan muncul aja di fyp TikTok aku.. **hahahhaa ooo berarti masuknya fyp TikTok kamu tuh banyak hiburannya ya mir?** bener banget kak..” (Findy Amira, Hasil Wawancara, 22 Mei 2023)

Menurut tanggapan informan 3 jenis konten yang dikonsumsi merupakan referensi terkait fashion, resep masakan dan hiburan seperti Kpop. Tanggapan informan 2:

“kaya apa atau sebutin akunya? hiburan sih, sejauh ini hiburan itu kaya referensi-referensi.. referensi pakaian, referensi rumah, aku suka tuh ngeliatnya.. sambil ngebayangkan kayaknya seru deh kalo punya rumah kayak gini..” (Kafka, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Tanggapan informan 2 mengenai akun dan jenis konten yang diikuti merupakan hiburan, dan referensi seperti pakaian atau rumah. Menurut informan 2 referensi rumah sejauh ini dapat memberikan rasa suka dan keseruan tersendiri ketika mengkhayal hal tersebut. Selanjutnya, tanggapan informan 3:

“banyak banget kak, kayak itu sih... apa ya hmmm.. konten kreator yang bidang fnb, masak masak, atau DIY, terus fashion gitu, atau yang podcast-podcast tentang kehidupan atau motivasi yang kayak gitu sih kak, itu masuknya hiburan ya? hahaha iya terus kayak yang bagi-bagi uang, terus kan konten kpop gitu.. sama paling sedikit news atau *Entertainment* sih kak yang suka lewat aja bukan ngikutin banget..” (Findy Amira, Hasil Wawancara, 22 Mei 2023)

Tanggapan informan 3 mengenai akun dan jenis konten yang diikuti merupakan masak, DIY, fashion dan lainnya yang menurut informan 3 masuk ke dalam hal yang menghibur, Kpop dan pemilik akun berbagi yang dapat menambah kesenangan dalam dirinya.

Selanjutnya masuk kedalam pertanyaan dari peneliti mengenai konten di TikTok membuat terhibur atau tidak, tanggapan dari informan 2:

“wah terhibur banget, kaya aku kan suka fashion juga hiburan juga iya” (Kafka, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Menurut informan 2 konten di TikTok dapat membuatnya merasa terhibur karena memiliki ketertarikan pada konten yang dibutuhkan, menjadi salah satu informasi terbaru pada bagian *Information Seeking*. Menjadikan hiburan setelah masuk pada dimensi ini karena ada kata-kata kesukaan dan terhibur atas konten yang dibuat. Lalu, tanggapan informan 3:

“bener, terhibur banget sih kak karena ya bisa bikin apa ya.. hmm mood aku jadi naik, terus nambah informasi dan wawasan juga..” (Findy Amira, Hasil Wawancara, 22 Mei 2023)

Menurut informan 3 tanggapannya terkait konten di TikTok dapat membuatnya terhibur karena mood yang dirasakan menjadi terkontrol dan merasa naik ketika melihat konten tersebut.

Hal ini sesuai dengan yang ada di dalam *Uses and Gratification* studi yang dikemukakan oleh Whiting dan William (2013) bahwa pada dimensi *Entertainment* atau hiburan adalah kebutuhan atas rasa senang ketika menggunakan media tersebut. Karena para informan merasa senang karena terdapat konten terkait dengan kebutuhannya seperti podcast, referensi, lifestyle, inspirasi, KPop, dan lainnya.

Selanjutnya adalah motif pass time atau mengisi waktu luang ketika bosan, salah satu motif memiliki waktu luang yang membosankan dan penggunaanya mencari media untuk menghilangkan rasa bosan tersebut. Pada dimensi ini, peneliti bertanya kepada para informan apakah mereka menggunakan TikTok saat waktu kosong.

Berikut merupakan tanggapan informan 2:

“untuk.... Saat ini sih emang lebih sering larinya ke TikTok sih kalo untuk media sosialya.. mungkin ee.. beberapa tahun lalu kayak masih di instagram atau youtube. Sekarang balik lagi, fitur lengkap dan durasi lama jadi aku sekarang lebih.... Apa namanya, gunain TikTok sih untuk waktu kosong.” (Kafka, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Tanggapan informan 2 menggunakan TikTok untuk waktu kosong, saat ini media sosial TikTok menjadi salah satu yang dicari karena fitur di dalamnya sudah lengkap dan durasi videonya lama. Selanjutnya tanggapan informan 3:

“suka... malah hampir tiap waktu kosong aku mainnya TikTok kak hahaha” (Findy Amira, Hasil Wawancara, 22 Mei 2023)

Tanggapan informan 3 bahwa TikTok menjadi salah satu media sosial yang sangat dicari dan digunakan saat waktu kosong.

Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana cara mengimbangi TikTok dengan tugas dan tanggung jawab sehari-hari.

tanggapan informan 2:

“aku kalo gabut kan juga bisa aja sambil cari tren yang rame sekalian nonton, sekalian biar gak bosan bosan banget” (Kafka, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Menurut tanggapan informan 2 dalam cara mengimbangi TikTok dengan tugas dan tanggung jawab sehari-hari masuk ke dalam dimensi yang satu ini. Karena ketika merasa bosan dan memiliki waktu luang tetap bisa bekerja mencari tren dan lainnya, supaya tidak merasa bosan. Lalu, tanggapan informan 3:

“kuliah sambil kerja juga.. biasanya aku gunain TikTok tuh kalo lagi istirahat, atau selesai ngerjain tugas atau kerjaan.. gitu sih, jadi sebisa mungkin emang gak ganggu kerja sama tugas aku.. tapi namanya TikTok kalo lagi iseng ya liat aja TikTok sedikit buat nyegerin otak atau liat liat hiburan sedikit hehehe.. nah kebetulan juga kan kerjaan aku ada yang liat informasi kayak news atau Entertainment ya kak, jadi yaudah sekalian aja sih suka liat yang trending gitu..” (Findy Amira, Hasil Wawancara, 22 Mei 2023)

Lalu, dapat disimpulkan dari tanggapan informan 3. Biasanya informan tersebut menggunakan TikTok saat sedang istirahat dan ketika iseng atau bosan mencoba untuk tetap melihat TikTok sebagai pengalihan dari rasa bosan yang mengganggu. Hal ini sesuai dengan yang ada di dalam Uses and Gratification studi yang dikemukakan oleh Whiting dan William (2013). Dalam motif pada dimensi Pass Time. Dimana dimensi satu ini dapat diartikan motif menghabiskan waktu, dan memiliki waktu luang yang membosankan dan mereka ingin melakukan sesuatu. Cocok dengan tanggapan para informan bahwa menggunakan TikTok untuk mengisi waktu yang luang.

Selanjutnya motif Information sharing yang dimaksud adalah penggunaan media untuk berbagi informasi mengenai diri sendiri kepada orang lain atau

informasi umum yang diketahui khalayak dan kemudian dibagikan untuk kebutuhan orang lain. Pada dimensi ini, peneliti menanyakan pertanyaan alasan membagikan informasi kepada orang lain. Tanggapan informan 2:

“buat konten, kebetulan sering banget.. kenapa bikin kontennya di TikTok? karena mungkin emang hobi sih, kaya hobi bikin video-video segala macam, terus ditambah lagi fitur itu tadi yang missal orang gak follow kita tapi video kita muncul di orang-orang itu.. jadi menurut aku kesempatan buat naiknya nih konten lebih besar sih gitu..”  
(Kafka, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Menurut informan 2 terkait dengan ketertarikannya dalam membuat konten karena hobi membuat video dan memberikan informasi kepada para pengguna lain, informasi tersebut akan lewat ke FYP mereka, algoritma yang mudah dapat menaikkan konten tersebut ke pengguna lain. Selanjutnya tanggapan informan ke 3:

“juga bisa dapet informasi banyak ya dari TikTok kan kayak referensi, podcast..”  
(Findy Amira, Hasil Wawancara, 22 Mei 2023)

Menurut informan 3 terkait dengan ketertarikannya dalam membuat konten di TikTok karena mendapatkan informasi yang banyak seperti referensi atau podcast yang muncul. Hal ini sesuai dengan yang ada di dalam Uses and Gratification studi yang dikemukakan oleh Whiting dan William (2013). Dalam dimensi Information Sharing merupakan motif penggunaan media untuk berbagi informasi mengenai diri sendiri untuk orang lain seperti informasi umum yang diketahui khalayak dan dibagikan untuk kebutuhan orang lain. Sesuai dengan informan 1-3 bahwa cara mereka menggunakan TikTok untuk menyebar konten karena ingin memberikan informasi mengenai kebutuhan orang lain.

Selanjutnya adalah Motif mencari informasi yang bermanfaat untuk pendidikan diri, terkait dengan pelajaran, instruksi, opini dan lainnya. Peneliti menanyakan mengenai informasi yang didapat dari konten yang ada di TikTok. Menurut tanggapan informan 2:

“selain terhibur juga eee apa namanya, yaitu dapet insight baru, ilmu dan pelajaran baru dari konten-konten yang ada.. kaya aku kan suka fashion juga kan jadi buat

referensi, buat hiburan juga iya, buat pengetahuan aku dibidang fashion juga iya..”  
(Kafka, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Tanggapan informan 2 terkait dengan hiburan yang didapat dari konten di TikTok adalah dengan menggunakan TikTok dan melihat kontennya, informan 2 mendapatkan insight baru, ilmu, bahkan pelajaran baru dari konten yang ada. Menurutnya membantu dalam pengetahuan dibidang fashion. Lalu, tanggapan informan 3:

“terus nambah informasi dan wawasan juga..” (Findy Amira, Hasil Wawancara, 22 Mei 2023)

Tanggapan informan 3 terkait hiburan yang didapat dari konten tersebut ada, untuk kutipan wawancara informan 3 mungkin terdapat juga pada bagian hiburan/Entertainment diatas. Tetapi masuk juga ke dalam Information Seeking karena konten yang didapat bisa menambah informasi serta wawasan untuk pengguna. Selanjutnya peneliti menanyakan mengenai konten yang dapat mengubah pandangan pengguna TikTok. Menurut informan 2:

“wah banget, banget.. sejauh ini banyak yang kayak apa namanya.. kayak sebelumnya aku berpikiran A terus pas nonton konten di TikTok langsung jadi A+ A-, tapi masih yang berhubungan dengan A ya.. tapi banyak tambahan yang aku dapet sih” (Kafka, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Menurut informan 2, konten yang dapat mengubah pandangannya seperti saat ada opini A. informan hanya akan mendapatkan opini A saja, tetapi ketika melihat TikTok ternyata ada banyak opini atau pelajaran baru sehingga poin yang didapat selalu konten positif. Selanjutnya, menurut informan 3:

“ada, kaya tadi aku suka liat motivasi atau podcast yang tentang kehidupan gitu.. kalo konten yang berisikan informasi edukasi gitu jadi dapet insight baru aja kak, jadi kalo aku tau Cuma A tapi pas liat dan baca lagi ada pandangan baru atau pendapat baru dari orang banyak jadi kebuka tuh, informasi yang aku dapet bisa b c d e f g gitu...”  
(Findy Amira, Hasil Wawancara, 22 Mei 2023)

Menurut informan 3, konten di TikTok dapat mengubah pandangannya. Dimana informan merasa mendapatkan edukasi atau insight baru atau pandangan

baru, informasi yang didapat biasanya hanya A tetapi setelah membuka TikTok informasi yang didapat menjadi b, c, d, e, dan seterusnya.

Hal ini sesuai dengan yang ada di dalam Uses and Gratification studi yang dikemukakan oleh Whiting dan William (2013). Information Seeking yang berarti motif dalam mencari atau mendapatkan informasi yang bermanfaat dan untuk pendidikan diri juga. Dapat dilihat dari jawaban informan ketika menggunakan TikTok mendapatkan insight baru, pengetahuan baru, ilmu baru hanya dengan melihat informasi tersebut.

Informan 2 menggunakan TikTok sebagai motif untuk *Information Seeking*, *Information Sharing*, dan hiburan. Sesuai dengan pekerjaannya sebagai tim creative disalah satu perusahaan, hal yang pastinya dicari terkait dengan informasi-informasi, atau inspirasi mengenai fashion dan tren lainnya yang sedang marak di TikTok, sebagai bentuk referensi dalam mencari ide lain untuk kontennya sendiri atau konten kantornya, lalu memberikan informasi juga untuk menambah pengalaman dan pengetahuan pengguna lainnya. Serta adanya hiburan agar membantunya dalam memberikan refreshing setelah banyaknya pekerjaan yang dilakukan. Untuk informan 3 pun memiliki kesamaan karena sebagai *information Seeking*, hiburan, dan *pass time*. Dimana informan 3 merupakan salah satu content writer di sebuah perusahaan yang membutuhkan banyak informasi terkait selebriti, berita dan hal lain. Informan 3 juga senang untuk mencari informasi terkait dengan referensi masakan dan fashion, serta dalam mengisi waktu luangnya dapat melihat hiburan demi memberikan refreshing karena sudah bekerja seharian.

Tabel 4.3 Motif Kalangan Digital Native

Deskripsi	Kafka	Findy Amira
<b>Motif menggunakan TikTok</b>	<i>Information Seeking, Information Sharing, Hiburan/Entertainment</i>	<i>Information Seeking, Hiburan/Entertainment, Pass Time</i>
<b>Jenis konten yang menghibur</b>	Referensi fashion, rumah, Podcast	Referensi masak, fashion, DIY & Entertainment (Kpop)
<b>Terhibur dengan konten di TikTok</b>	Terhibur	Terhibur
<b>Menggunakan TikTok saat waktu kosong</b>	Selalu	Selalu
<b>Cara Menyeimbangi TikTok dengan tugas dan tanggungjawab sehari-hari</b>	Menggunakan TikTok saat waktu luang atau bosan	Menggunakan TikTok saat waktu luang atau bosan
<b>Tertarik untuk membuat konten</b>	Membuat konten	Jarang membuat konten



<b>Konten yang biasa dibuat</b>	Terkait referensi fashion, otomotif, branding, promosi diri	Tidak
<b>Alasan dari motif information seeking</b>	Mendapatkan informasi, insight yang baru melalui TikTok	Mendapatkan informasi, insight yang baru melalui TikTok
<b>Informasi dalam Konten TikTok dapat mengubah pandangan penggunanya</b>	Iya	Iya

Sumber: Olahan Penelitian, 2023

## B. Digital Immigrant

Merupakan salah satu kalangan yang lahir sebelum tahun 1980-an. Dimana tumbuh tidak dengan era teknologi digital dan belum adanya media sosial seperti saat ini. Sehingga terdapat kurangnya pengalaman dan kemampuan dalam menggunakan teknologi tersebut, atau salah satu generasi yang terimigrasi mulai dari belum mengenal teknologi dan dihadapkan dengan teknologi yang harus dimengerti. Berikut merupakan motif penggunaan TikTok dari dua informan kalangan Digital Immigrant:

“motifnya buat cari informasi sama dapet informasi. iya.. oh sama ini nih carr yang eee... communicatory utility biasanya saya liat-liat TikTok ya buat kalo ada obrolan sama temen temen saya, atau sama ya orang yg saya kenal..” (Heri, Hasil Wawancara, 26 Juni 2023)

Menurut informan 1, beliau merasa bahwa motifnya dalam menggunakan TikTok adalah dengan mencari informasi, mendapatkan informasi dan TikTok menjadi salah satu platform media sosial yang memiliki banyak konten untuk dibahas dengan orang lain. Berikut terkait tanggapan informan 1 mengenai motif pilihannya:

“biasanya saya akurasi nih dari motif saya liat konten2 gitu untuk kerjaan.. atau teknologi atau isu sosial, karena saya hrd kan jadi ada aja ngobrol sama karyawan lain, nanya ini itu jadi ya bisa jadi bahan bicaraan saya sama orang itu. haha, sama karena saya bisa nyari informasi dan ngasih informasi aja sih di TikTok, itu motifnya.. dan kalo dapet informasi tuh gak kaya di youtube, lebih ke to the point aja. saya lebih seneng dapet informasi yang ya udah informasi, kita yang sharing informasi kan juga bisa liat nih ooo kaya gini ya to the point aja kalo mau bagiin informasi..” (Heri, Hasil Wawancara, 26 Juni 2023)

Berikut merupakan tanggapan dari informan 1 karena motifnya untuk mencari informasi, memberikan informasi, dan mendapatkan sebuah konten untuk

menjadi bahan obrolan dengan mudah ditemukan di TikTok. Selanjutnya, merupakan tanggapan dari informan 4:

“kalo motif saya sih ya ngisi waktu luang, terus cari informasi sama buat hiburan”  
(Mira, Hasil Wawancara, 24 Juni 2023)

Sedangkan, menurut informan 4 motifnya dalam menggunakan TikTok untuk mengisi waktu luang, hiburan dan mencari informasi. Berikut merupakan alasan dari informan 4 terkait dengan motif tersebut:

“karena saya tiap lagi gatau mau ngapain, ya saya larinya ke TikTok.. saya ngisi waktu luang itu buat buka TikTok liat apa aja yang ada di TikTok. terus cari informasi, biasanya saya buka TikTok dengerin ceramah, atau informasi informasi artis.. berita tentang artis gitu suka lewat, karena ngomongnya langsung inti gitu mba terus kalo pun informasi yang dikasih ada di akhir ya udah di TikTok juga Cuma 3 menit paling lama.. jadi seneng saya buka TikTok buat cari yang viral atau ceramah gitu, langsung intinya.. terus kalo bete saya suka nyari TikTok juga buat hiburan.. hiburannya juga yang lewat aja di beranda kayak ada tuh seleb TikTok yang suka bikin video aneh-aneh tapi lucu, terus cuplikan di youtube yang lucu suka masuk ke TikTok..” (Mira, Hasil Wawancara, 24 Juni 2023)

Informan 4 memberikan alasan mengapa beliau memilih motif tersebut. Dapat disimpulkan dari kedua informan tersebut bahwa motif yang digunakan mendapatkan informasi, memberikan informasi, mengisi waktu luang, hiburan dan segala bentuk konten dapat dijadikan obrolan.

Motif hiburan ini merupakan kebutuhan seseorang atas hiburan, dan ditekankan biasanya untuk rasa senang dalam menggunakan media tersebut. Peneliti bertanya mengenai jenis konten apa yang selalu dikonsumsi oleh para informan. Berikut merupakan tanggapan informan 1:

“eeee.. kalo yang pertama kan tergantung fyp nya, kalo emang lagi marak let say kaya info tentang coldplay kemarin rata rata isinya itu, atau trending filter biasanya ya gitu aja sih isinya. Tapi menurut saya ada hiburannya karena filter itu bisa saya coba dan gunain. Emang bedanya gak saya share aja ke TikTok saya” (Heri, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Menurut tanggapan informan 1 jenis konten yang selalu dikonsumsi sesuai dengan FYP yang ada, dan biasanya yang muncul dalam berandanya merupakan konten seputar filter yang ada di TikTok. Informan merasa terhibur karena

menurutnya fyp TikTok yang seperti itu memberikan sebuah kesenangan. Selanjutnya, merupakan tanggapan informan 4:

“maksudnya yang sering saya liat ya? hmm biasanya tuh konten tentang apa namanya.. ceramah, terus konten yang apa sih ibu-ibu biasanya quotes gitu kan terus masak-masak atau misalnya yang mukbang-mukbang dikampung gitu saya suka tuh liat videonya ahahahahaha.. oh pernah, sesekali sih paling kayak tentang selebriti tuh, kayak kemarin siapa sih tuh ya.. Rebecca ya? iya tuh lewat tuh disaya, sama si ini... eee.. siapa yang baru tuh, ooo mario dandi..” (Mira, Hasil Wawancara, 23 Mei 2023)

Menurut tanggapan informan 4 konten yang dikonsumsi merupakan konten mengenai ceramah atau quotes, dan seputar dengan selebriti dan mukbang. Bahkan informan 4 menyatakan bahwa ia menyukai video seperti itu.

Selanjutnya, peneliti menanyakan terkait akun atau jenis konten yang diikuti dan informan 1 menjawab:

“kalo ngikutin TikTokers tuh engga paling cewe cewe cantik hahaha lah manusiawikan? Hahaha, sebenarnya buat hiburan aja sih. jadi buka TikTok lo semua bisa baca nih algoritma nya gw..” (Heri, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Tanggapan informan 1 terkait dengan akun atau jenis konten yang diikuti merupakan perempuan cantik, dan sebagai hiburan. Informan 1 merasa ketika membuka TikTiknya, semua orang dapat membaca FYP yang ada di informan 1 bahwa isinya merupakan hiburan bagi dia dengan banyaknya perempuan cantik. Lalu, tanggapan informan 4:

“ohhh... ini biasanya yang diikuti tuh akun masak, ceramah, atau quotes gitu.. hiburan, paling follow artis aja sih kaya prilly pinter masak atau si atta aurel, cipung gitu..” (Mira, Hasil Wawancara, 23 Mei 2023)

Menurut pendapat informan 4 bahwa akun dan jenis konten yang diikuti seperti masak, ceramah, quotes dan biasanya menurut informan 4 yang menjadi hiburan saat mengikuti akun para selebriti. Selanjutnya masuk kedalam pertanyaan dari peneliti mengenai konten di TikTok membuat terhibur atau tidak, berikut merupakan tanggapan informan 1:

“hahaha sebenarnya yang cewe cewe cantik itu kayak ooo buat hiburan mata aja” (Heri, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Menurut informan 1 konten di TikTok membuat terhibur karena konten mengenai perempuan cantik, sebagai salah satu hiburan mata menurut informan tersebut.

Selanjutnya, informan 4:

“karena saya suka sih sama kontennya, sesuai sama kebutuhan saya gitu.. jadi suka aja nontonnya, suka jadi ketawa sendiri..” (Mira, Hasil Wawancara, 23 Mei 2023)

Menurut informan 4, tanggapannya terkait konten yang ada di TikTok membuatnya tertarik dan suka karena sesuai kebutuhan dan menyukai hal tersebut, ketika menonton pun informan 4 merasa senang karena dapat ketawa sendiri. Hal ini sesuai dengan yang ada di dalam *Uses and Gratification* studi yang dikemukakan oleh Whiting dan William (2013) bahwa pada dimensi *Entertainment* atau hiburan adalah kebutuhan atas rasa senang ketika menggunakan media tersebut. Karena para informan merasa senang karena terdapat informasi terkait dengan ceramah, lifestyle, selebriti dan lainnya.

Selanjutnya adalah motif *pass time* atau mengisi waktu luang ketika bosan. salah satu motif memiliki waktu luang yang membosankan dan penggunanya mencari media untuk menghilangkan rasa bosan tersebut. Pada dimensi ini, peneliti bertanya kepada para informan apakah mereka menggunakan TikTok saat waktu kosong. Berikut merupakan tanggapan informan 1:

“hmmmm biasanya hahaha” (Heri, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Menurut informan 1, saat waktu kosong dia menggunakan TikTok untuk mengisi waktu. Lalu, tanggapan informan 4:

“saya tapi kan waktu kosongnya kalo saya lagi hari gak libur berarti abis pulang kerja dan abis beres rumah aja, tapi kalo weekend Cuma beres-beres rumah baru kalo saya bosan ya saya suka pake waktu buat istirahat nah kalo bosan ya scroll TikTok..” (Mira, Hasil Wawancara, 23 Mei 2023)

Tanggapan informan 4 menggunakan TikTok untuk waktu kosong ketika sedang libur dan tidak ada kegiatan apapun selalu TikTok yang dicari oleh

informan. Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana cara mengimbangi TikTok dengan tugas dan tanggung jawab sehari-hari. Informan 1 memberi tanggapan:

“Kalo lagi butuh konten ngomong yang harus bicara itu biasa di kantor, atau ada biasa di hari sabtu minggu. Ntah di kamar atau lagi jalan jogging gitu.. menurut saya, mau ngomong apa nanti udah direncanain hahaha” (Heri, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Dari tanggapan yang diberikan oleh informan 1, konten yang dibuat biasanya digunakan saat hari libur atau sedang berada di tempat apapun yang memungkinkannya dalam membuat sebuah konten, karena ingin melakukan sesuatu. Selanjutnya, tanggapan orang ke 4:

“ya itu tadi yang saya bilang mba saya main TikTok kalo saya gabut aja.. hahaha gak selalu main TikTok terus karena kan ngurus anak sama suami.. tapi gampang aja sih mba orang saya bisa pake kapan aja curi curi waktu hahahaha” (Mira, Hasil Wawancara, 23 Mei 2023)

Tanggapan yang disampaikan oleh informan 4 sangat menyatakan bahwa informan tersebut hanya ketika merasa iseng atau bosan untuk memberikan pengalihan dari rasa tersebut.

Hal ini sesuai dengan yang ada di dalam Uses and Gratification studi yang dikemukakan oleh Whiting dan William (2013). Dalam motif pada dimensi Pass Time. Dimana dimensi satu ini dapat diartikan motif menghabiskan waktu, dan memiliki waktu luang yang membosankan dan mereka ingin melakukan sesuatu. Cocok dengan tanggapan para informan bahwa menggunakan TikTok untuk mengisi waktu yang luang.

Selanjutnya motif Information sharing yang dimaksud adalah penggunaan media untuk berbagi informasi mengenai diri sendiri kepada orang lain atau informasi umum yang diketahui khalayak dan kemudian dibagikan untuk kebutuhan orang lain. Pada dimensi ini, peneliti menanyakan pertanyaan alasan membagikan informasi kepada orang lain. Tanggapan informan 1:

“pertama branding, karena pekerjaan saya HR, biasanya di dunia HR. kedua tentang relationship pernikahan. Ketiga keluarga. Keempat ya sedikit sedikit tentang agama yang kata kata akhirnya saya bisa mapping tuh..” (Heri, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Menurut tanggapan informan 1 terkait dengan pembuatan konten, dia tertarik karena untuk branding karena pekerjaannya yang mengharuskan juga berbagi informasi terkait hal tersebut, dan informasi terkait hal-hal seperti itu. Tanggapan informan 4:

“Cuma kaya bikin aja foto anak saya.. pake TikTok foto gitu soalnya anak saya pada cantik-cantik..” (Mira, Hasil Wawancara 23 Mei 2023)

Menurut informan 4 terkait dengan ketertarikannya dalam membuat konten hanya untuk mengunggah ketika waktu luang saja, memberi informasi terkait keluarga seperti kebiasaan atau hal yang dilakukan saat berada dirumah, tetapi isinya hanya mengenai keluarga saja.

Hal ini sesuai dengan yang ada di dalam Uses and Gratification studi yang dikemukakan oleh Whiting dan William (2013). Dalam dimensi Information Sharing merupakan motif penggunaan media untuk berbagi informasi mengenai diri sendiri untuk orang lain seperti informasi umum yang diketahui khalayak dan dibagikan untuk kebutuhan orang lain. Terutama pada pekerjaan yang diambil oleh informan 1, pekerjaannya adalah seorang HRD jadi dalam memberikan sebuah informasi informan 1 dapat memberikan informasi terkait dengan pekerjaannya seperti branding, informasi terkait dunia HRD atau pekerjaan, pernikahan dan lainnya.

Selanjutnya adalah Motif mencari informasi yang bermanfaat untuk pendidikan diri, terkait dengan pelajaran, instruksi, opini dan lainnya. Peneliti menanyakan mengenai informasi yang didapat dari konten yang ada di TikTok.

Menurut tanggapan informan 1:

“selebihnya karena ya gw dapet aja informasi baru dari TikTok” (Heri, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Tanggapan yang diberikan informan 1 terkait dengan hiburan yang didapat dari konten di TikTok juga masuk kedalam Information Seeking karena baginya TikTok menjadi wadah dalam mendapatkan informasi baru.

Selanjutnya, tanggapan informan 4:

“suka sih sama kontennya, sesuai sama kebutuhan saya gitu..” (Mira, Hasil Wawancara, 23 Mei 2023)

Mengenai tanggapan informan 4 terkait dengan hiburan yang didapat dari bermain TikTok juga karena kontennya sesuai dengan kebutuhannya. Seperti sebelumnya dapat di lihat dari beberapa tanggapan di dimensi lainnya bahwa informan 4 juga menyukai konten seperti ceramah, atau podcast sehingga dapat dengan mudah mendapatkan insight. Selanjutnya peneliti menanyakan mengenai konten yang dapat mengubah pandangan pengguna TikTok, menurut informan 1:

“hmmm bukan konten model gitu yang jadi insight gitu, biasa aja.. tapi lebih ke konten yang opini.. oh keren juga ya opini dia ternyata ada sudut pandang lain dari fakta apa gitu.. misalnya perselingkuhan apa ya terakhir tuh virgoun. Kan ada beberapa TikTokers yang ngeluarin akhirnya opini apa, nah kaya gitu tuh keren.. atau ada akun agama yang kayak bukan ceramah tapi Cuma ngasih tau fakta-fakta islam atau apa gitu Cuma juga diselipin musik. Oh ternyata gw baru tau, ternyata dulu ada iblis yang datang ke bumi memerangi setan2 dan akhirnya entah malaikat atau iblis yang dia yang gamau sujud.. ya pelajaran2 yang dulunya gw gapernah diajarin kaya gini gini..” (Heri, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Dalam menggunakan TikTok, tanggapan dari informan 1 terkait dengan konten yang dapat mengubah pandangan penggunanya adalah model insight atau opini yang keren, dimana informan menemukan sebuah sudut pandang baru dan fakta terbaru terkait konten tersebut atau biasanya mengenai akun agama yang dapat dijadikan pelajaran dan lainnya. Menurut informan 4:

“mungkin dulu saya mikirnya di TikTok tuh kontennya negatif ya.. tapi setelah saya apanamanya.. saya pakai banyak konten yang berguna dan saya suka sih.. jadi kayak Cuma ada poin a tapi di TikTok ternyata ada poin b c d nya gitu ya bu? bener.. bener banget, kayak saya dapet banyak informasi dari TikTok” (Mira, Hasil Wawancara, 23 Mei 2023)

Menurut informan 4 juga memiliki hal yang sama bahwa konten yang didapat di TikTok mengubah pandangannya. Awalnya informan merasa konten di

TikTok hanya ada negatifnya saja, tetapi setelah menggunakan terdapat beberapa poin dan pembelajaran yang didapat.

Hal ini sesuai dengan yang ada di dalam Uses and Gratification studi yang dikemukakan oleh Whiting dan William (2013). Information Seeking yang berarti motif dalam mencari atau mendapatkan informasi yang bermanfaat dan untuk pendidikan diri juga. Dapat dilihat dari jawaban informan ketika menggunakan TikTok mendapatkan insight baru, pengetahuan baru, ilmu baru hanya dengan melihat informasi tersebut.

Salah satu dimensi atau komponen dalam motif, communicatory utility adalah pengguna media sosial memiliki bahan untuk dibicarakan oleh orang lain. Seperti peneliti memberikan pertanyaan apakah para informan pernah memberikan atau membagikan sebuah konten kepada orang sekitar. Peneliti sudah memberikan pertanyaan mengenai para informan pernah memberikan atau membagikan konten pada orang sekitar. Berikut tanggapan informan 1:

“oh sama ini nih carr yang eee... communicatory utility biasanya saya liat-liat tiktok ya buat kalo ada obrolan sama temen temen saya, atau sama ya orang yg saya kenal.. jadi kayak masalah pilpres kan sekarang udah lumayan nih bahas a b c d, walaupun gak detail ngobrolnya tapi ya jadi ada obrolan tentang konten yang saya liat itu sama orang lain.. biasanya saya akurasi nih dari motif saya liat konten2 gitu untuk kerjaan.. atau teknologi atau isu sosial, karena saya hrd kan jadi ada aja ngobrol sama karyawan lain, nanya ini itu jadi ya bisa jadi bahan bicaraan saya sama orang itu. haha” (Heri, Hasil Wawancara, 26 Juni 2023)

Motif informan 1 dalam menggunakan TikTok adalah TikTok sebagai platform yang memiliki bahan untuk dibicarakan oleh banyak orang. Seperti yang terdapat pada konsep, dimana dimensi ini menyatakan bahwa motif penggunaan media sosial itu memberikan sebuah bahan untuk dibicarakan oleh orang lain. Informan 1 memilih untuk menjadikan TikTok sebagai bahan mendekatkan diri kepada orang lain. Informan memberikan pernyataan sebagai berikut :

“biasanya saya liat-liat tiktok ya buat kalo ada obrolan sama temen temen saya, atau sama ya orang yg saya kenal.. walaupun gak detail ngobrolnya tapi ya jadi ada obrolan tentang konten yang saya liat itu sama orang lain.. motif saya liat konten2 gitu untuk kerjaan.. atau teknologi atau isu sosial, karena saya hrd kan jadi ada aja ngobrol sama



karyawan lain, nanya ini itu jadi ya bisa jadi bahan bicaraan saya sama orang itu. haha” (Heri, Hasil Wawancara, 26 Juni 2023)

Menurut informan 1, biasanya dalam mendekati diri dengan seseorang caranya adalah menjadikan konten tersebut obrolan secara langsung. Karena seperti pada konsep dan dimensi Communicatory Utility yang menjelaskan bahwa media memberikan bahan untuk dibicarakan orang lain.

Selanjutnya, menurut informan 4:

“Pernah mba, paling saya share ke anak saya. Terus kalo ceramah saya kirim aja trs ngomongin sama anak, kadang yang kita ketawa tawa sampe ribut ngomongin kontennya.. apalagi anak saya yang pertama tuh kalo saya kasih konten kak jangan gini ya atau apalah nasehatin dia, kadang kitanya jadi berantem atau kadang dia bilang ya aku beda gak kaya orang itu. ya gitu lah mba hahaha” (Mira, Hasil Wawancara, 23 Mei 2023)

Informan 4 memberikan tanggapan terkait dengan memberikan atau membagikan konten kepada orang sekitar seperti pada dimensi ini, informan 4 memberikan konten dan lawan bicaranya banyak yang memberikan feedback atau informan menjadi dapat obrolan terkait dengan konten yang ada.

Hal ini sesuai dengan yang ada di dalam Uses and Gratification studi yang dikemukakan oleh Whiting dan William (2013). Communicatory utility merupakan para pengguna media sosial yang memberikan bahan untuk dibicarakan oleh orang lain, seperti yang sudah disebutkan oleh para informan bahwa beberapa dari mereka melakukan interaksi untuk membahas dan membicarakan konten tersebut. Menurut informan 1 sebagai salah satu kriteria informan yang memiliki pekerjaan sebagai HRD, banyak sekali bahan pembicaraan melalui TikTok yang dapat dibicarakan dengan orang disekitarnya, terutama sebagai seorang HRD beliau merasa bahwa banyak sekali informasi yang dapat dijadikan bahan pembicaraan untuk mendekati diri kepada para karyawannya.

Informan 1 yang memiliki motif *Information Sharing, Information Seeking, dan Communicatory Utility* sangat cocok dengan kriteria informan dalam pekerjaannya karena sebagai seorang HRD, informan dapat memberikan informasi terkait dengan pekerjaan kepada para pengguna TikTok dan mencari informasi terkait dengan hal-hal yang dapat membantunya mendapatkan informasi atau

pengalaman dan pengetahuan. Untuk informan 2 yang memiliki *motif information seeking*, hiburan, dan *pass time* sesuai dengan kriteria pekerjaannya yang karyawan membutuhkan informasi dan ketika sudah melewati kerja, ketika ada waktu kosong diisi dengan membuka TikTok dan mencari hiburan untuk memberikan refreshing.

**Tabel 4.4 Motif Digital Immigrant**

Deskripsi	Heri	Mira
<b>Motif yang digunakan</b>	<i>Information Sharing, Information Seeking, communicatory Utility</i>	<i>Information Seeking, hiburan, Pass Time</i>
<b>Jenis konten yang menghibur</b>	Selebriti, filter tiktok, agama, lifestyle	Ceramah, quotes, referensi masak, mukbang, entertainment
<b>Terhibur dengan konten tersebut</b>	Terhibur	Terhibur
<b>Menggunakan TikTok saat waktu kosong</b>	Selalu	Selalu
<b>Cara Menyeimbangi TikTok dengan tugas dan tanggungjawab sehari-hari</b>	Menggunakan TikTok saat waktu luang atau bosan	Menggunakan TikTok saat waktu luang atau bosan
<b>Tertarik untuk membuat konten</b>	Membuat konten	Jarang membuat konten
<b>Konten yang biasa dibuat</b>	Terkait branding, pernikahan, pekerjaan	Tidak
<b>Alasan dari motif information seeking</b>	Mendapatkan informasi baru yang dibutuhkan di TikTok, mendapatkan opini baru.	Mendapatkan informasi, insight yang baru melalui TikTok
<b>Informasi dalam Konten TikTok dapat mengubah pandangan penggunanya</b>	Iya	Iya
<b>Memberikan dan membagikan konten untuk dibicarakan oleh orang lain</b>	pernah	Pernah
<b>Konten yang dijadikan bahan perbincangan</b>	Terkait dengan informasi yang muncul di FYP (news, hubungan, dan lainnya)	Ceramah atau nasehat.

Sumber: Olahan Penelitian, 2023

### 4.2.3 Kepuasan Pelanggan Tiktok

Dengan menggunakan konsep kepuasan ini adalah sebuah kepuasan yang dicari atau diinginkan oleh individu dalam mengonsumsi jenis media tertentu (media baru – TikTok). Menjadi salah satu kepuasan yang nyata didapat oleh seseorang setelah mengonsumsi media tersebut. Terdapat 10 dimensi atau komponen seperti *Social Interaction, Information Seeking, Hiburan/Entertainment, Pass Time, Relaxation, Communication Utility, Convenience Utility, Surveillance, Social Interaction, Expression of Opinions*. Berikut merupakan jawaban kepuasan dari informan terkait dengan kepuasan motif penggunaan TikTok. Sesuai dengan kalangan:

## A. Digital Native

Merupakan salah satu kalangan yang lahir sudah diterpa oleh teknologi komputer dan telepon selular sejak usia dini, mereka yang dikelilingi oleh komputer, internet, media sosial dan lainnya. Pada penelitian kali ini, peneliti sudah mewawancarai dua informan dari kalangan Digital Native, mengenai kepuasan dari motif yang sudah disebutkan tadi. Berikut menurut informan 2:

“puas.. karena di TikTok menurut aku udah lengkap sih, sebagai media cari informasi dan sebagai aku nyebar informasi pribadi aku. Menurut aku sudah cukup banget buat ketiga motif itu. iya, kayak aku main TikTok nih buat cari informasi ya aku puas karena aku dapet informasi2 nya bahkan kalo muncul informasi a, tau tau ada lagi informasi b yang sebenarnya aku belum cari tapi udah dapet aja gitu.” (Kafka, Hasil Wawancara, 24 Juni 2023)

Informan 2 merasa terpuaskan dengan motif yang diambil tadi karena tujuannya dalam mencari sebuah informasi ter-realisasikan dengan dimunculkannya banyak informasi tersebut dari TikTok. Selanjutnya informasi 2 juga mengatakan:

“nah kalo menyebarkan informasi, aku puas sama motif ini sih orang banyak kok penggunaanya yang senang sama informasi yang aku sebarin dari liat jawaban mereka di konten aku ya.. terus motif hiburan, kenapa aku ngerasa puas karena setelah aku cape kerja nih atau lagi mumet banget, tujuan buka TikTok ya buat cari hal hal random tau tau bisa bikin aku ketawa, jadi kayak apa ya.. senang aja gitu..” (Kafka, Hasil Wawancara, 24 Juni 2023)

Informan 2 kembali merasa puas dengan motif yang sudah dipilih. Selanjutnya, menurut informan 3 :

“puas kak, ini kan nyambung sama cari informasi sama hiburan juga ya.. jadi ya aku senang aja kalo ke TikTok buat ngisi waktu luang aku terus tau tau dapet informasi, tau tau dapet nih video lucu bikin ketawa.. gitu..” (Findy Amira, Hasil Wawancara, 26 Juni 2023)

Menurut informan 3, dirinya merasa puas dengan motifnya dalam menggunakan TikTok karena segala hal berkesinambungan, dengan adanya waktu kosong informan 3 merasa bahwa bisa mendapatkan banyak informasi dan hiburan dengan TikTok. Dapat disimpulkan bahwa kedua informan merasa puas dengan

motif yang mereka pilih karena dapat memenuhi kepuasan mereka dalam mencari informasi, mendapatkan informasi, memberikan informasi, hiburan dan mengisi waktu luang.

Menurut para informan dari digital Native, dengan mengikutinya perkembangan zaman membuat para informan dari kalangan ini merasa semakin dimudahkan dan merasa motifnya dalam mencari informasi, memberikan informasi, mencari hiburan dan mengisi waktu luang sangat terpuaskan. Dengan adanya TikTok, motif yang dilakukan dan digunakan sangat terpenuhi, karena seluruh yang ada di TikTok terkait penggunaannya juga memudahkan informan karena tidak membuatnya merasa kesulitan dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin hari bertambah.

Salah satu bentuk kepuasan dimana dapat mencari informasi dan mendapatkan sebuah pengetahuan. Peneliti memberikan pertanyaan mengenai kepuasan terkait dengan Information Seeking, salah satunya apakah TikTok memberikan semua informasi dan para informan apakah merasa puas.

Menurut informan 2:

“Menurut aku sih iya ya, bisa nyari semua informasi di TikTok juga bikin puas banget. puas.. karena di tiktok menurut aku udah lengkap sih, sebagai media cari informasi dan sebagai aku nyebar informasi pribadi aku” (Kafka, Hasil Wawancara, 24 Juni 2023)

Menurut informan 2 terkait dengan kepuasan dari motif yang digunakan, dengan seluruh hal yang terdapat di TikTok. Motifnya dalam mencari informasi terpenuhi, karena media yang lengkap dalam penyebaran informasinya dan langsung menemukan sebuah informasi yang dibutuhkan. Menurut informasi 3:

“puas kak, ini kan nyambung sama cari informasi sama hiburan juga ya.. jadi ya aku senang aja kalo ke tiktok buat ngisi waktu luang aku terus tau tau dapet informasi” (Findy Amira, Hasil Wawancara, 26 Juni 2023)

Menurut informan 3 terkait kepuasan TikTok dalam memberikan sebuah informasi, karena motifnya untuk mencari informasi sesuai dengan kebutuhan langsung bisa mendapatkan informasi tersebut. Selanjutnya peneliti menanyakan

bagaimana caranya para pengguna merasa konten di TikTok sudah memuaskan.  
tanggapan informan 2:

“konten yang menurut aku punya pesan di videonya terus apa ya kaya konten yang bisa kita serap nih kaya ilmu dari kontennya menurut aku kaya dapet insight baru” (Kafka, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Menurut informan 2 cara para penggunanya merasa konten di TikTok sudah memuaskan adalah karena memiliki pesan di dalam video tersebut dan konten tersebut dapat diserap ilmunya supaya dapat insight baru. Terkait dengan hal ini para informan pastinya merasa bahwa konsep information seeking memang untuk memberikan sebuah pembelajaran, ilmu, informasi terkait dengan yang dibutuhkan oleh orang sekitar. Menurut informan 3:

“ya itu sih kak, informasi yang dikasih berguna terus to the point jadi aku gak bete dengerin sama bacanya, gak bertele tele maunya yang cepet aja gitu.. terus naikin mood juga” (Findy Amira, Hasil Wawancara, 22 Mei 2023)

Menurut informan 3 penggunaannya merasakan konten TikTok sudah memuaskan karena informasi yang diberikan to the point dan berguna serta pembaca tidak bete dalam membaca karena hanya inti yang diberikan oleh TikTok. Menyimpulkan bahwa dimensi kepuasan Informasi seeking adalah karena dapat mencari informasi dan pengetahuan. Seperti jawaban dari 4 informan bahwa TikTok dapat memudahkan dalam mencari informasi, pengetahuan, ilmu, sampai insight baru melalui konten yang ada didalamnya. Walaupun tidak semua isinya konten yang bernilai, di TikTok juga memiliki konten hiburan.

Memberikan sebuah hiburan atau mendefinisikan pelarian dari kenyataan adalah sebuah kesenangan. Peneliti menanyakan mengenai kepuasan, apakah para informan merasa puas dengan suma konten yang ada di TikTok.

tanggapan menurut informan 2:

“puas banget, kalo ketemu konten lucu biasanya filter yang aneh-aneh terus bocil ngapain, gitu deh banyak yang lucu yang jail menghibur banget. Puas banget malah kalo apa namanya... kalo dapet konten kaya gitu, seneng rasanya..” (Kafka, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

“terus motif hiburan, kenapa aku ngerasa puas karena setelah aku cape kerja nih atau lagi mumet banget, tujuan buka tiktok ya buat cari hal hal random tau tau bisa

bikin aku ketawa, jadi kayak apa ya.. seneng aja gitu..” (Kafka, Hasil Wawancara, 24 Juni 2023)

Menurut informan 2, tanggapan mengenai kepuasan dengan seluruh konten yang ada di TikTok membuatnya puas ketika bertemu dengan konten lucu yang memiliki banyak filter lucu, atau video lucu lainnya. Jika dikaitkan dengan motifnya dalam menggunakan TikTok untuk hiburan, kepuasan yang dirasakan menjadi senang dan mendapatkan konten lucu. Merasa senang dan merasa puas ketika menggunakan TikTok sebagai tempat hiburan. Lalu, tanggapan menurut informan 3:

“oh ini mah puas banget kak, aku pernah sampe yang ketawa ngakak banget karena konten TikTok.. jadi bawaannya seneng kak ada aja deh orang TikTok tuh kelakuannya..” (Findy Amira, Hasil Wawancara, 22 Mei 2023)

“jadi ya aku seneng aja kalo ke tiktok buat ngisi waktu luang aku terus tau tau dapet informasi, tau tau dapet nih video lucu bikin ketawa.. gitu..” (Findy Amira, Hasil Wawancara, 26 Juni 2023)

Tanggapan menurut informan 3, mengenai kepuasan dan seluruh konten yang ada di TikTok membuatnya sangat merasa puas karena hal yang menyenangkan terdapat pada konten yang ada di TikTok. Karena motifnya membuka TikTok untuk mencari hiburan, hal-hal tersebut langsung didapatkan oleh informan 3. Dalam dimensi kepuasan Entertainment dapat disimpulkan bahwa seluruh informan merasa memiliki kesenangan dan hiburan sendiri dalam membuka TikTok dan setelah melihat konten yang ada didalamnya. Ada yang merasa puas karena video tutorial yang nyeleneh, filter yang aneh-aneh, video lucu dan jail, sampai konten selebriti yang menurutnya bisa membawa kesenangan tersendiri ketika pengguna melihat konten tersebut.

Kepuasan untuk mengisi waktu luang dan menghilangkan kebosanan. Pada bagian ini peneliti sudah memberikan pertanyaan dan memastikan apakah para informan merasa puas karena meluangkan waktunya untuk bermain TikTok. tanggapan dari informan 2:

“puas karena ngisi waktu luang itu di TikTok? Puas, bisa bikin video, simpen dulu video, bisa scroll TikTok seru dan puas sih. Ngilangin bosan kalo ketemu kontenn lucu” (Kafka, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Menurut informan 2, mengisi waktu luang dan menghilangkan kebosanan dengan menggunakan TikTok sangat puas, karena dapat membuat dan menyimpan terlebih dahulu jika ingin membuat TikTok. Bahkan dapat dengan mudah scroll TikTok untuk menghilangkan bosan dan waktu luang karena adanya konten lucu. Lalu, menurut tanggapan informan 3:

“puas kak, hmmm kenapa ya karena kayak ya seru aja gitu loh bosan buka TikTok balik lagi bisa ketawa tawa, terus mau ngisi waktu luang secara produktif simpen aja dulu kontennya hahaha” (Findy Amira, Hasil Wawancara, 22 Mei 2023)

“puas kak, ini kan nyambung sama cari informasi sama hiburan juga ya.. jadi ya aku seneng aja kalo ke tiktok buat ngisi waktu luang aku terus tau tau dapet informasi, tau tau dapet nih video lucu bikin ketawa.. gitu..” (Findy Amira, Hasil Wawancara, 26 Juni 2023)

Menurut informan 3, mengisi waktu luang membuat dirinya terpuaskan karena motif tersebut. Dengan adanya waktu luang informan 3 dapat secara langsung mendapatkan informasi dan hiburan terkait yang dibutuhkan.

Dapat disimpulkan bahwa dimensi kepuasan satu ini yaitu Pass Time, mendapatkan banyak kepuasan karena mengisi waktu kosong dan waktu luang dengan mengscroll TikTok dan membuat sebuah konten, yang nantinya jika waktu luang dan kosong tersebut sudah terpakai. Para informan atau pengguna lain tetap dapat menyimpan video yang belum jadi tersebut supaya nantinya dapat dilanjutkan lagi setelah memiliki waktu luang.

Penggunaan media untuk berbagi mengenai informasi diri sendiri kepada orang lain. Walaupun hal ini terkait dengan informan yang senang membagikan sebuah konten dan memang pada media sosial TikTok dapat dikatakan menjadi seorang Content Creator memudahkan mereka dan memberikan motif untuk membagikan hal terkait dengan diri sendiri dan pengetahuan kepada orang lain. menurut informan 2:

“puas.. karena di tiktok menurut aku udah lengkap sih, sebagai media cari informasi dan sebagai aku nyebar informasi pribadi aku. nah kalo menyebar informasi, aku puas sama motif ini sih orang banyak kok penggunanya yang seneng sama informasi yang aku sebarin dari liat jawaban mereka di konten aku ya..” (Kafka, Hasil Wawancara, 24 Juni 2023)

Informan 2 merasa puas setelah memberikan sebuah informasi. karena baginya, motif dalam menyebarkan informasi membuatnya puas karena para pengguna merasa senang dengan informasi yang disebarkan. Informan 1 melihat dari feedback yang diberikan, itulah motif dalam menyebarkan informasi memberikan kepuasan karena diterima dengan baik oleh para penggunanya.

Terkait dengan kepuasan lain yang bukan merupakan kepuasan motif utama dari para informan, tetapi kepuasan yang satu ini menjadi salah satu kepuasan penggunaan TikTok. Karena, TikTok dapat dengan mudah diakses dimana saja dan kapan saja, dan memberikan kenyamanan untuk seluruh penggunanya dalam menggunakan TikTok.

Tabel 4.5 Kepuasan Digital Native

Deskripsi	Kafka	Findy Amira
Merasa terpuaskan karena motif penggunaan TikTok	Puas	Puas
Alasan Kepuasan pemenuhan motif	Mendapatkan seluruh informasi yang dibutuhkan, memberikan informasi yang dibutuhkan	Informasi dan hiburan yang dibutuhkan terpenuhi, dapat mengisi waktu luang karena konten yang diberikan.
Merasa terpuaskan dengan motif information sharing	Puas	tidak memakai motif ini
Merasa terpuaskan dengan motif information seeking	Puas	Puas
Merasa terpuaskan dengan motif Pass Time	Puas	Puas



---

Merasa terpuaskan dengan puas  
motif hiburan

puas

---

Sumber: Olahan Penelitian, 2023

## B. Digital Immigrant

Merupakan salah satu kalangan yang lahir sebelum tahun 1980-an. Dimana tumbuh tidak dengan era teknologi digital dan belum adanya media sosial seperti saat ini. Sehingga terdapat kurangnya pengalaman dan kemampuan dalam menggunakan teknologi tersebut, atau salah satu generasi yang terimigrasi mulai dari belum mengenal teknologi dan dihadapkan dengan teknologi yang harus dimengerti. Berikut merupakan kepuasan dari motif kedua informan tersebut, informan 1:

“oooo.. puas dong, bisa dijadiin bahan obrolan dan nambah informasi kita juga kan karena saya gunain TikTok ya itu motifnya juga untuk bisa cari informasi, dapet informasi, syukur2 bisa diobrolin bareng karena kontennya terkait sama pekerjaan..” (Heri, Hasil Wawancara, 26 Juni 2023)

Menurut informan 1 terkait dengan kepuasannya dapat menambah informasi dan menjadikan bahan obrolan terkait dengan konten informasi yang dicari dan ditemukan. Selanjutnya, menurut informan 1 terkait kepuasan lainnya:

“karena pas dapet informasi nya to the point, saya puas loh karena niat saya buka TikTok cari dan ngasih informasi.. jadi orang-orang yang dapet informasi dr saya suka relate dan happy. Nah kalo saya yg dapet informasi itu ya saya juga puas langsung dapet point nya gak kemakan durasi yang muter2 aja gitu.. karena saya

suka cari dan ngasih informasi, senengnya itu kalo kita udah tonton sampe abis konten lainnya muncul aja terus yang satu topik gitu.. ngerti gak nih car hahaha” (Heri, Hasil Wawancara, 26 Juni 2023)

Menurut informan 1 kepuasan yang dirasakan dari motif yang sudah dipilih karena to the point dan merasa puas karena seluruh orang yang melihat konten informan 1 merasa relate dan happy. Sedangkan, menurut informan 4:

“puas banget dong. ya puas toh, orang saya pengen cari informasi di TikTok lah dapet langsung. Terus saya cari hiburan juga langsung dapet. Karena saya sering cari dua duanya jadi di beranda saya muncul terus kaya gitu. Informasi yang saya cari ada, jadi saya gak ketinggalan info juga mau itu tentang artis atau apa aja.. terus hiburan juga saya terhibur toh mba.. ketawa2 jadi ya bener gak bosan, karena buka TikTok isi waktu dengan ketawa tawa dan dapet info baru..” (Mira, Hasil Wawancara, 24 Juni 2023)

Menurut informan 4 merasa puas dengan motifnya dalam menggunakan TikTok. Karena ketika mencari informasi dan hiburan langsung dapat, dan merasa terhibur. Kesimpulan kedua informan merasa puas karena dengan mudah mendapatkan informasi, memberi informasi, memberikan bahan untuk dibicarakan, menjadi hiburan dan mengisi waktu luang. Menurut informan digital immigrant yang terdapat pada konsep bahwa kalangan ini merupakan salah satu kalangan yang melakukan adaptasi karena tidak tumbuh bersamaan dengan teknologi yang sudah berkembang. Para informan merasa dimudahkan dan puas karena bisa mendapatkan informasi, memberikan informasi, mendapatkan hiburan dan mengisi waktu luang dengan menggunakan TikTok. Karena hal tersebut pemenuhan kepuasan motif sudah membuat informan merasa terpuaskan.

Salah satu bentuk kepuasan dimana dapat mencari informasi dan mendapatkan sebuah pengetahuan. Peneliti memberikan pertanyaan mengenai kepuasan terkait dengan Information Seeking, salah satunya apakah TikTok memberikan semua informasi dan para informan apakah merasa puas. Berikut merupakan tanggapan informan 1:

“karena pas dapet informasi nya to the point, saya puas loh karena niat saya buka tiktok cari dan ngasih informasi.. Nah kalo saya yg dapet informasi itu ya saya juga puas langsung dapet point nya gak kemakan durasi yang muter2 aja gitu..” (Heri, Hasil Wawancara, 26 Juni 2023)

Menurut informan 1 dengan motif yang diambil yaitu untuk mencari sebuah informasi, informan 1 merasa puas karena informasi yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya dan mendapatkan informasi yang to the point dengan menggunakan TikTok.

Selanjutnya, tanggapan dari informan 4:

“ya puas toh, orang saya pengen cari informasi di tiktok lah dapet langsung. Terus saya cari hiburan. jadi di beranda saya muncul terus kaya gitu. Informasi yang saya cari ada, jadi saya gak ketinggalan info juga mau itu tentang artis atau apa aja..” (Mira, Hasil Wawancara, 24 Juni 2023)

Menurut informan 4 mengenai kepuasan dari motif bermain TikTok adalah mendapatkan seluruh informasi secara langsung, karena sudah muncul pada beranda dan tidak kehilangan atau ketinggalan terkait informasi yang dibutuhkan.

Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana caranya para pengguna merasa konten di TikTok sudah memuaskan, berikut merupakan tanggapan informan 1:

“Yang ada nilai jual ya, maksud nilai jual disini tuh ada isi nya.. informasi pengetahuan, saya puas kok, sekarang kan banyak info cara bikin cv, cara jawab pertanyaan hrd, wah apa lagi saya kan kerja HR kan..” (Heri, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Menurut informan 1 mengenai cara para pengguna merasa konten di TikTok sudah memuaskan adalah karena memiliki nilai jual atau isi didalam konten tersebut, misalnya ada informasi mengenai pengetahuan seperti hal bergantung dengan pekerjaan sesuai dengan informan 1 dan merasa puas

Lalu, Menurut informan 4:

“Karena menurut saya informasi yang dikasih jadi pembelajaran buat pengguna, emang gak semua sih pasti ada yang Cuma joget-joget, tapi banyak kan yang ngasih informasi dan ilmu.” (Mira, Hasil Wawancara, 23 Mei 2023)

Menurut informan 4 penggunaannya merasakan konten TikTok sudah memuaskan karena informasi yang diberikan ada nilai pembelajaran, walaupun tidak semua isinya pembelajaran terkadang ada hiburan tetapi banyak yang memberikan informasi dan ilmu. Menyimpulkan bahwa dimensi kepuasan Informasi seeking adalah karena dapat mencari informasi dan pengetahuan. Seperti

jawaban dari 4 informan bahwa TikTok dapat memudahkan dalam mencari informasi, pengetahuan, ilmu, sampai insight baru melalui konten yang ada didalamnya. Walaupun tidak semua isinya konten yang bernilai, di TikTok juga memiliki konten hiburan.

Memberikan sebuah hiburan atau mendefinisikan pelarian dari kenyataan adalah sebuah kesenangan. Peneliti menanyakan mengenai kepuasan, apakah para informan merasa puas dengan semua konten yang ada di TikTok. Informan 1 memberi tanggapan:

“puas banget, saya suka nemuin konten tentang tutorial ngomong sama mertua atau apa gitu yang nyeleneh. Hal hal yang kayak gitu cukup bikin saya terhibur karena ya saya seneng aja konten kaya gitu ketawa sendiri nontonnya.” (Heri, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Menurut informan 1, mengenai kepuasan dengan seluruh konten yang ada di TikTok karena dapat memberikan sebuah kesenangan dan hiburan ketika membuka konten tersebut.

Selanjutnya, tanggapan informan 4:

“puas banget, seneng saya kalo liat konten artis makan atau ngapain bawaannya seru aja.. suka ketawa sendiri..” (Mira, Hasil Wawancara, 23 Mei 2023)

“ya puas toh, Terus saya cari hiburan juga langsung dapet. terus hiburan juga saya terhibur toh mba.. ketawa2 jadi ya bener gak bosan, karena buka tiktok isi waktu dengan ketawa tawa dan dapet info baru..” (Mira, Hasil Wawancara, 24 Juni 2023)

Menurut tanggapan informan 4, beliau merasa puas dan senang ketika melihat beberapa konten milik artis dan dapat merasakan kesenangan sampai tertawa dan seru sendiri. Karena motif yang dirasakan juga untuk mencari hiburan, informan 4 akhirnya mendapatkan kepuasan tersendiri untuk hal tersebut.

Dalam dimensi kepuasan Entertainment dapat disimpulkan bahwa seluruh informan merasa memiliki kesenangan dan hiburan sendiri dalam membuka TikTok dan setelah melihat konten yang ada didalamnya. Ada yang merasa puas karena video tutorial yang nyeleneh, filter yang aneh-aneh, video lucu dan jail, sampai konten selebriti yang menurutnya bisa membawa kesenangan tersendiri ketika pengguna melihat konten tersebut.

Kepuasan untuk mengisi waktu luang dan menghilangkan kebosanan. Pada bagian ini peneliti sudah memberikan pertanyaan dan memastikan apakah para informan merasa puas karena meluangkan waktunya untuk bermain TikTok. Berikut merupakan tanggapan informan 1:

“hahaha iya gapapa, oke sebenarnya puas banget sih car apa lagi saya kalo waktu luang bikin konten, bosen bikin konten. Puas banget sama fitur nya itu jadi kalo lagi luang bikin video atau vo terus upload atau mau disimpen dulu aman..” (Heri, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

Menurut tanggapan informan 1, kepuasannya dalam mengisi waktu luang dan menghilangkan kebosanan di TikTok sangat puas karena dalam meluangkan waktu untuk membuat konten pun bisa, dan fitur nya dapat menyimpan atau memberikan draft yang aman untuk para penggunanya, jadi cocok ketika merasa bosan dan ingin membuat konten saat waktu sedang luang.

Selanjutnya, menurut informan 4:

“puas, kalo saya gabut banget atau bosen banget tuh foto anak saya pada jadi hahaha seru lah konten di TikTok mah ada semua jadi saya puas kalo bosen langsung buka TikTok” (Mira, Hasil Wawancara, 23 Mei 2023)

“ya puas toh jadi ya bener gak bosen, karena buka tiktok isi waktu dengan ketawa tawa dan dapet info baru..” (Mira, Hasil Wawancara, 24 Juni 2023)

Informan 4 merasa motif yang digunakan dalam bermain TikTok terpuaskan, karena dapat dilihat dari konsepnya bahwa pass time merupakan salah satu penggunaan media yang dapat menghilangkan rasa bosan atau mengisi waktu luang. Oleh karena itu informan 4 puas, karena dengan adanya waktu luang ketika membuka TikTok, ia mendapatkan banyak informasi dan hiburan terkait yang dibutuhkan.

Dapat disimpulkan bahwa dimensi kepuasan satu ini yaitu Pass Time, mendapatkan banyak kepuasan karena mengisi waktu kosong dan waktu luang dengan mengscroll TikTok dan membuat sebuah konten, yang nantinya jika waktu luang dan kosong tersebut sudah terpakai. Para informan atau pengguna lain tetap dapat menyimpan video yang belum jadi tersebut supaya nantinya dapat dilanjutkan lagi setelah memiliki waktu luang.

Salah satu bentuk kepuasan untuk membantu kita dalam berkomunikasi dan media sosial sebagai bahan pembicaraan. Pada dimensi kepuasan ini peneliti sudah menanyakan apakah fitur serta komentar untuk berkomunikasi membuat informan puas. Berikut tanggapan informan 1:

“saya jarang sih komunikasi gitu di TikTok, tapi puas kok bisa bales balesan kalo komunikasinya udah dua arah di komentar atau direct message” (Heri, Hasil Wawancara, 21 Mei 2023)

“karena saya hrd kan jadi ada aja ngobrol sama karyawan lain, nanya ini itu jadi ya bisa jadi bahan bicaraan saya sama orang itu. haha oooo.. puas dong, bisa dijadiin bahan obrolan dan nambah informasi kita juga kan karena saya gunain tiktok ya itu motifnya juga untuk bisa cari informasi, dapet informasi, syukur2 bisa diobrolin bareng karena kontennya terkait sama pekerjaan..” (Heri, Hasil Wawancara, 26 Juni 2023)

Tanggapan informan 1, merasa puas karena dengan membicarakan sebuah konten yang ada di berandanya selain mendapatkan informasi juga masih terkait dengan pembicaraan secara langsung dengan teman, orang yang dikenal, dan dapat memperdalam pekerjaannya. Karena, adanya komunikasi dua arah juga secara langsung setelah mendapatkan bahan pembicaraan.

Menurut tanggapan informan 4 mengenai fitur komunikasi di TikTok merasa puas karena dapat memberikan konten didalam obrolan tersebut dan dapat bertukar pesan mengenai konten tersebut bersama dengan teman dan anak.

Menurut kesimpulan yang dapat diambil pada bagian dimensi kepuasan Communicatory Utility adalah sebuah kepuasan yang membantu dalam berkomunikasi.

Penggunaan media untuk berbagi mengenai informasi diri sendiri kepada orang lain. Walaupun hal ini terkait dengan informan yang senang membagikan sebuah konten dan memang pada media sosial TikTok dapat dikatakan menjadi seorang Content Creator memudahkan mereka dan memberikan motif untuk membagikan hal terkait dengan diri sendiri dan pengetahuan kepada orang lain. Berikut tanggapan informan 1 terkait dengan kepuasaannya dalam motif ini:

“saya buka tiktok ya buat saya share informasi ke orang-orang. Memang itu aja tujuannya.. ngasih informasi.. jadi orang-orang yang dapet informasi dr saya suka relate dan happy.” (Heri, Hasil Wawancara 26 Juni 2023)

Informan 1 merasa bahwa dengan memberikan sebuah informasi kepada khalayak yang menggunakan TikTok memiliki kepuasan tersendiri karena sudah menjadi motif dan tujuannya menggunakan TikTok untuk menyebarkan informasi, dan merasa puas ketika pengguna merasa relate dan happy setelah mendapat informasi dari informan 1.

**Tabel 4.6 Kepuasan Digital Immigrant**

<b>Deskripsi</b>	<b>Heri</b>	<b>Mira</b>
<b>Merasa terpuaskan karena motif penggunaan TikTok</b>	Puas	Puas
<b>Alasan Kepuasan pemenuhan motif</b>	Mendapatkan seluruh informasi yang dibutuhkan, memberikan informasi yang dibutuhkan	Informasi dan hiburan yang dibutuhkan terpenuhi, dapat mengisi waktu luang karena konten yang diberikan.
<b>Merasa terpuaskan dengan motif information sharing</b>	Puas	tidak memakai motif ini
<b>Merasa terpuaskan dengan motif information seeking</b>	Puas	Puas
<b>Merasa terpuaskan dengan motif Pass Time</b>	Puas	Puas
<b>Merasa terpuaskan dengan motif communicatory utility</b>	puas	Tidak menggunakan motif ini
<b>Merasa terpuaskan dengan motif hiburan</b>	puas	puas

Sumber: Olahan Penelitian, 2023

Informan hanya memilih motif yang dapat memuaskan tersebut, karena seperti yang sudah dijelaskan diatas pada bagian motif. Karakteristik pekerjaan informan, menjadikan para informan hanya menggunakan motif serta kepuasan 5 saja yaitu *information sharing, information seeking, pass time, hiburan/entertainment, communicatory utility*. Para informan merasa puas terkait dengan pemenuhan kepuasan motif tersebut, karena 5 motif dan kepuasan ini sudah merangkum seluruh alasan informan dalam menggunakan TikTok, serta TikTok sudah menjadi salah satu media sosial yang dapat dengan mudah memberi dan mencari informasi. semua bentuk motif yang dipilih memiliki keterkaitan, karena dengan motif mengisi waktu luang atau bosan para informan juga dapat memenuhi kebutuhan motif lainnya seperti mencari dan mendapatkan informasi maupun hiburan.

Untuk 5 motif yang tidak dipilih dapat disimpulkan beberapa hanya merupakan bagian dari penggunaan TikTok. Dimana TikTok memberikan rasa nyaman karena mudah digunakan, dapat digunakan dimana saja dan kapan saja. serta seluruh informasi yang diberikan oleh TikTok sudah melengkapi semua kebutuhan para informan karena sama dengan karakteristik pekerjaan para informan.

Tabel 4.7 Kesimpulan 2 Kalangan

	<b>Motif</b>	<b>Kepuasan</b>
<b>Digital Native</b>	<i>Information Sharing, Information Seeking, Pass Time, Entertainment</i>	Dari motif yg disampaikan, informan merasa sudah terpuaskan (motif sudah terpenuhi)
	<b>Motif Information Sharing</b> memberikan informasi terkait dengan branding diri, memberikan informasi terkait lifestyle (fashion, otomotif, lagu), atau mempromosikan lagu yang dimiliki, dan informasi	Merasa terpuaskan dengan informasi yang diberikan kepada khalayak dapat diterima dengan baik dan Sebagian merasa senang karena informasi yang diberikan oleh informan
	<b>Motif Information Seeking</b> yang satu ini membuat para informan mendapatkan informasi terkait dengan referensi, podcast, Kpop, dan hal-hal lain terkait dengan memberikan informasi atau pengetahuan untuk informan.	Dengan mencari informasi di TikTok, tujuannya dan motifnya sudah terpenuhi karena informasi yang diinginkan atau dibutuhkan dengan mudah didapatkan
	<b>Motif Pass Time</b> Informan beranggapan bahwa motifnya dalam menggunakan TikTok untuk mengisi waktu luang memberikan banyak insight	Puas karena ketika mengisi waktu luang tersebut, banyak hal yang didapat dengan mudah melalui TikTok.



---

seperti mendapat informasi atau hiburan terkait didalamnya.

**Motif Hiburan.** Hiburan yang dimaksud seperti mencari video lucu, referensi, filter dan hal lainnya.

Merasa hiburan yang diberikan sesuai dengan apa yang dicari, terkait dengan kontennya dan meringankan beban karena membuka TikTok untuk mencari hiburan

*Information Sharing, Information Seeking, Pass Time, Entertainment, Communication Utility*

**Motif Information Sharing** memberikan informasi terkait dengan pekerjaan yang sesuai dengan informan, percintaan, pernikahan, informasi lainnya untuk diberikan kepada orang lain.

**Motif Information Seeking** Motif yang membuat para informan mendapatkan informasi terkait dengan pekerjaan, berita, selebriti, referensi masak, quotes ataupun ceramah.

Dari motif yg disampaikan, informan merasa sudah terpuaskan (motif sudah terpenuhi)

Merasa terpuaskan dengan informasi yang diberikan kepada khalayak, dan orang lain merasa relate dan happy dengan konten yang dibuat oleh informan

Motif mencari informasi terpenuhi karena informasi yang dibutuhkan dan diinginkan dengan mudah didapatkan dan langsung pada intinya. Karena konten yang dibutuhkan setelah ditonton dapat muncul selalu.

### Digital Immigrant

**Motif Pass Time** Informan beranggapan motif satu ini memudahkannya dalam mengisi waktu untuk melihat apa saja yang ada di TikTok.

**Motif Hiburan** Hiburan yang dimaksud seperti selebriti, video lucu atau aneh selebgram.

**Motif Communicatory Utility** Informan 1 membicarakan dengan maksud untuk mendekati diri dengan orang lain secara langsung, informan 4 membicarakan melalui media sosial.

Puas karena ketika mengisi waktu luang tersebut, banyak hal yang didapat dengan mudah melalui TikTok.

Karena segala bentuk konten membuat informan merasa terhibur dan senang.

Merasa mendapatkan bahan obrolan dan tambahan informasi untuk hal-hal terkait dengan sesuatu yang dibutuhkan oleh informan

---

Sumber: Olahan Penelitian, 2023