

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pandemi ini mengakibatkan banyak sekali aktivitas yang mengharuskan orang-orang untuk tidak bertatap muka secara langsung dan bahkan mengharuskan semua orang untuk selalu tetap tinggal di rumah, bekerja dirumah bahkan tidak sedikit pula orang-orang yang kehilangan pekerjaannya akibat pandemi ini. Banyak orang menghabiskan waktunya selama pandemic menggunakan *smartphon*nya untuk berselancar didunia maya. Pada saat pandemic munculah sebuah istilah baru ditengah-tengah masyarakat yang aktif dalam bermedia sosial khususnya yaitu “*Overthinking*”. Hal ini bisa memberikan dampak positif juga dampak negatif berdasarkan dari intensitas dan seberapa besar hal itu terjadi. *Overthinking* ini termasuk kedalam *psychological disorder* atau gangguan psikologis karena dapat membuat kecemasan (*anxiety*) pada penderitanya. Bagi para penderitanya *overthinking* ini bisa terjadi kapan saja, salah satunya disaat memikirkan kejadian yang akan datang atau kejadian dimasa lampau hingga memikirkan hal-hal sepele yang dianggap ringan secara berlebihan.

(sumber:<https://tirto.id/hari-kesehatan-mental-dunia-2020-dampak-pandemi-hasil-survei-who-f5Ne>, diakses pada tanggal 10 Oktober 2020).



Gambar Error! No text of specified style in document..1.1 platform aplikasi

Munculnya berbagai macam *platform* aplikasi, membuat kecanggihan dari teknologi semakin sempurna dan juga semakin berkembang. Beberapa *platform* aplikasi ini menyediakan berbagai fitur – fitur menarik, salah satunya ialah aplikasi Tiktok. Aplikasi ini merupakan sebuah aplikasi yang berasal dari perusahaan teknologi asal Tiongkok. Aplikasi Tiktok ini merupakan sebuah jaringan sosial dan juga merupakan *platform* video musik. Aplikasi ini merupakan aplikasi musik yang digunakan secara *lip-sync* dengan durasi 15-60 detik. Aplikasi Tiktok ini mengukuhkan diri sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali. Jumlah ini membuktikan bahwa Tiktok mampu mengalahkan *platform* populer lainnya seperti Instagram, youtube, twitter dan lain-lainnya. Menurut Bytedance, Indonesia merupakan suatu negara yang memiliki pengguna aktif aplikasi aktif sebanyak 10 juta disetiap bulannya.

(sumber:<https://tekno.kompas.com/read/2020/07/12/16050087/pandemi-bikin-orang-indonesia-makin-betah-berlama-lama-buka-aplikasi>, diakses pada tanggal 12 Juli 2020 pada pukul 16.05 WIB).

Layanan video singkat ini pun pernah meluncurkan program “*Move for Mental Health : Lets invest*” dimana program ini merupakan sebuah kampanye gabungan Bersama dengan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), Federasi Dunia untuk Kesehatan Mental (WFMH) dan juga United for Global Mental Health (UnitedGMH) dimana program ini bertujuan untuk meningkatkan pentingnya kesadaran mengenai kesehatan mental, terutama ditengah masa pandemic covid-19. Menurut Kestel, kampanye global yang disalurkan melalui teknologi juga dapat menjadi alternatif bagi mereka yang tidak memiliki akses terhadap dukungan kesehatan mental yang tepat dan sesuai. Tiktok Director of Trust and Safety, Asia Pasific, Arjun Narayan menyatakan bahwa pelaku di dunia teknologi juga perlu untuk meningkatkan kesadaran mengenai

kesehatan mental bagi para penggunanya. Aplikasi Tiktok ini pun memiliki banyak sekali fitur untuk membangun yang mendukung kesehatan mental, selain fitur *screen time management and restricted mode*, pengguna diberdayakan untuk focus terhadap keselamatan merek didunia digital.

(sumber: <https://mediaindonesia.com/humaniora/351544/tiktok-dan-who-kampanye-gabungan-untuk-kesehatan-mental>).

Salah satu pengguna Tiktok yang aktif dalam konten bertemakan “tips psikologi, *self development* dan juga kesehatan mental” ialah Ananza April. Ananza April menggunakan akun Tiktoknya untuk memberikan tips dan triknya dalam dunia psikologi untuk menghadapi permasalahan yang sering dialami oleh orang-orang disekitarnya dengan memberikan konten yang ia namakan sebagai “*sharing self development*”. Terlihat dari tampilan pada akun Tiktok milik Ananza ini berisikan nama Id, Bio, jumlah *following*, *followers* dan jumlah total likes yang diberikan dari semua video yang telah Ananza *upload*. Dalam setiap konten yang diupload oleh akun ini merupakan sebuah video singkat yang menjelaskan alasan beserta solusi dari permasalahan-permasalahan yang sering orang disekitarnya hadapi berdasarkan pengetahuan yang telah ia pelajari pada saat perkuliahannya sebagai mahasiwi di jurusan psikologi.

Sebagai makhluk hidup di dunia ini, diperlukan sekali untuk mengembangkan diri yang bertujuan untuk keberlanjutan hidup. Dan hal tersebut pun harus dilandasi dengan pemahaman dari setiap makhluk hidup atau individu itu sendiri. *Self development* ini dpat meningkatkan kesadaran seseorang dan juga perlu dipahami agar aspek tersebut dapat tercapai dengan baik. *Self development* ini mengimplementasikan setiap individu untuk memiliki kualitas hidup yang lebih baik dengan cara memiliki kesadaran terhadap diri sendiri yang tinggi agar dapat mencapai potensinya sendiri. *Self*

development mengacu pada komitmen seorang individu untuk keputusan tentang dirinya sendiri dan juga komitmen ini akan dipengaruhi oleh tingkat pemahaman seseorang atas dirinya sendiri, dimana kesadaran akan diri sendiri ini membuat seorang individu dapat belajar dan terus mengembangkan dirinya.

Ananza memanfaatkan fitur yang ada dalam aplikasi TikTok itu sendiri sehingga membuat orang yang melihat konten dari Ananza ini merasa tertarik dan juga penjelasan yang ia berikan disetiap video berdasarkan buku yang telah ia pelajari dan telah ia baca. salah satu contoh komentar yang masuk pada akun Tiktok Ananza April mengatakan bahwa “kak, aku akhir- akhir ini emosinya ga bisa ke kontrol banget, setelah marah baru kerasa kalau itu salah, please help me ” ketertarikan masyarakat atau *followers* sangat nyaman untuk berinteraksi langsung bahkan menceritakan segala keluh kesahnya melalui kolom komentar.

Kehadiran media sosial sebagai platform media baru membawa sebuah perubahan bagi peradaban kehidupan manusia. Seseorang dapat terkenal mendadak hanya karena unggahan yang dihasilkan menjadi viral, sehingga mendapat banyak pujian ataupun sebaliknya. Media sosial kini menjadi sebuah area publik yang memungkinkan seseorang untuk terlibat dalam percakapan publik, pertukaran gagasan dengan menggunakan internet. Singkatnya siapapun kini bisa menjadi komunikator secara individu untuk memproduksi pesan-pesan tertentu dengan dampak tanggung jawab masing-masing dari *content creator*. Adapun beberapa *content creator* yang aktif pula seperti Ananza yang membuat konten bertemakan “kesehatan mental” antara lain akun atas nama @Analisawidyaningrum @Charlietanara dan juga @Fardiyandi

Dari beberapa konten kreator yang memiliki konten yang serupa akun Tiktok @Ananzaaprill ini memiliki jumlah *followers* yang lebih banyak

dibandingkan dengan yang lainnya, akun @analysawidyaningrum memiliki sebanyak 64.100 lebih pengikut, akun @charlietanara dengan 78.700 pengikut, @fardiyandi dengan 151.900 pengikut dan sedangkan akun Tiktok @Ananzaaprill memiliki pengikut sebanyak 319.300 lebih pengikutnya di Tiktok. Dilihat dari latar belakangnya Ananza yang masih berstatus sebagai mahasiswi memiliki jumlah pengikut yang lebihnbanyak dibandingkan dengan beberapa competitor kotennya yang merupakan seorang yang telah mendapatkan gelar sarjana

Tabel 1.1

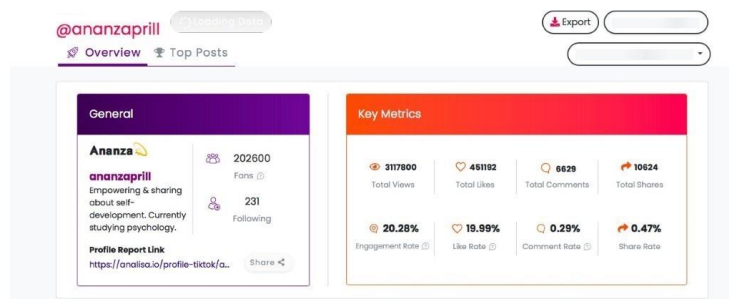
Latar Belakang Profil Followers akun @Ananzaprill

No	Nama akun	Usia	Profesi	Motif
1	@cobaa	22	mahasiswi	Mendapatkan ilmu baru dari setiap kontennya.
2	@araagrni	21	Mahasiswi	Mendapat insight baru tentang mental health
3	@saycece01	19	Mahasiswi	Dapat bertanya tentang masalah psikologis, Membahas

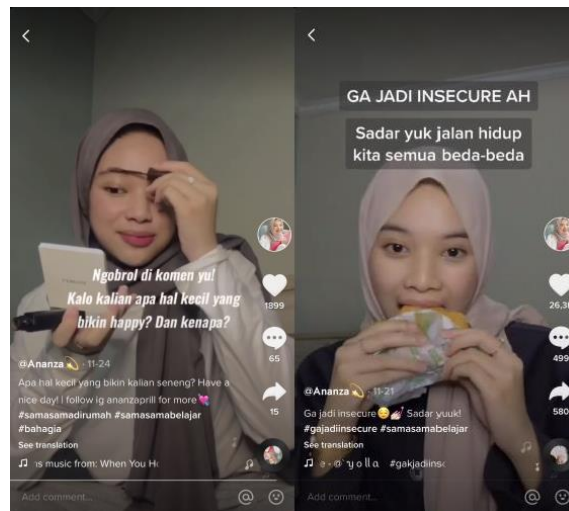
				masalah- masalah yang relate dengan keseharian.
4	@alfaniadsa	19	Mahasiswa	Ingin mengetahui solusi dari permasalahan yang dihadapi.
5	@frdillaalif	21	Mahasiswi	Mendapatnya ilmu tentang <i>self love</i>
6	@findmys3lf	15	Pelajar	Merasa punya banyak teman yang merasakan hal yang sama.
7	@akumahubi_	19	Mahasiswi	Mendapatkan ilmu baru
8	@ngkurrrr2	21	Mahasiswi	Menarik karena bisa menambah ilmu tentang Kesehatan mental

9	@hesaidllets	18	Mahasiswi	Bisa belajar tentang bagaimana menghadapi orang-orang sekitar
10	@annisaintanf	24	Wiraswasta	Mengisi waktu luang dengan melihat kontennya yang bermanfaat.

Tabel 1.1 Latar Belakang Profil Followers akun @Ananzaprill

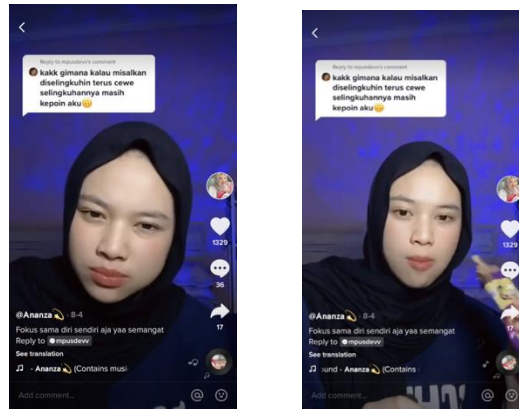


Gambar 1. Error! No text of specified style in document..2 jumlah followers akun tiktok @Ananzaprill



Gambar 1. Error! No text of specified style in document..3 tampilan konten akun tiktok @Ananzaprill

Melalui Tiktok, Ananza April berbagi informasi, komunikasi dan kebahagiaan terhadap para pengikutnya di akun Tiktok miliknya. Kebahagiaan yang sederhana saja dapat dilihat dari seseorang yang kita ikuti dalam sebuah media sosial khususnya Tiktok sangat terbuka memanfaatkan Tiktok dan berinteraksi dengan para pengikutnya. Seperti yang penulis ungkapkan sebelumnya, bahwasannya media sosial kini menjadi sarana komunikasi bagi berbagai lapisan masyarakat untuk berinteraksi dengan mudah. Dilihat dari beberapa konten ang Ananza buat, Ananza menyampaikan pesan mengenai bagaimana cara mengembangkan diri apabila dihadapkan dengan suatu permasalahan. Gaya penyampaian Ananza dalam setiap kontennya pun terbilang unik karena Ananza memberikan informasi sembari *make up*.



Gambar 1. Error! No text of specified style in document. 4 tampilan konten tanggapan dari akun tiktok @Ananzaprill

Berbagai tanggapan yang diberikan oleh *followers* Ananza April diunggahannya sangat bermacam-macam. Seperti akun @mpusdew yang mengomentari unggahan Ananza dalam komentarnya akun tersebut mengatakan “*kak gimana kalaumisalkan diselingkuhin terus cewe seligkuhannya masih kepoin aku*”. Ketertarikan para pengikut akun Tiktok Ananza terhadap kontennya yang bertemakan kesehatan mental dan tips cara menghadapi masalah-masalah yang dianggap sepele di kehidupan sehari-hari ini sangat dimanfaatkan baik oleh Ananza April, terjalin pesan komunikasi yang interaktif membuat para *followers* sangat nyaman untuk berinteraksi langsung lewat kolom komentar dan memanfaatkan fitur yang bisa langsung menjawab pertanyaan para pengikutnya menggunakan video dan fitur yang ada pada Tiktok, dengan candaan, masukan bahkan serta pujian.

Penelitian terdahulu tentang motif yang pertama berjudul “*Motif followers dalam mengakses akun instagram @rodaduasampetua*” yang dilakukan oleh Huda Priambada (2013). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden 400 orang. Pada akun Instagram @Rodaduasampetua ditemukan bahwa motif yang paling besar bagi para pengikutnya dalam menggunakan media sosial Instagram adalah motif interaksi sosial. Sementara itu motif yang kurang besar bagi follower akun @rodaduasampetua dalam menggunakan instagram adalah motif identitas diri dengan perolehan persentase

sebesar 56% dari jumlah total responden. Penelitian terdahulu yang kedua berjudul “*Motif followers dalam mengakses @Collegemenfess di media sosial*” yang dilakukan oleh Ananda Mayang (2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden 100 orang. motif social interaction mempunyai nilai tertinggi dibandingkan indikator lainnya.

Motif terendah dimiliki oleh indikator motif *relaxion* atau relaksasi. Motif *Social interaction* paling banyak dipilih karena para pengikut memanfaatkan auto base @collegemenfess untuk menanyakan karena follower dapat tentang hal-hal seputar perkuliahan, dapat memanfaatkan autobase @collegemenfess untuk membuat topik diskusi, serta juga saling bertukar tanggapan lewat kolom komentar disetiap tweet yang diposting oleh @collegemenfess. Motif terendah yaitu motif relaxation karena follower cenderung tidak mengakses @collegemenfess untuk mengurangi stress dari kegiatan sehari-hari dengan melihat tweet-tweet yang ada pada akun @collegemenfess serta follower juga cenderung tidak mengakses @collegemenfess untuk mengisi waktu luang dan bersantai sambil membaca tweet-tweet yang ada pada akun @collegemenfess.

Penelitian terdahulu yang ketiga berjudul “*Motif followers akun media sosial Instagram @eventsurabaya*” yang dilakukan oleh Dini Andarista (2018). Motif yang dikatakan tinggi dalam responden yang mengakses akun Instagram @eventsurabaya yaitu pada motif information seeking. Oleh karena itu peneliti menyimpulkan bahwa *followers* akun Instagram @eventsurabaya mempunyai keinginan yang mendorong untuk mencari informasi seputar kegiatan yang ada di Surabaya dan sekitarnya dengan mengakses akun @eventsurabaya sebagai media komunikasi. Urutan tertinggi hingga terendah motif lain yang muncul adalah motif *information sharing*, *pass time*,

convenience utility, entertainment, communicatory utility, knowledge about others, expression of opinion, and social interaction, relaxion.

Penelitian ini memiliki keunikan dari tiga penelitian sebelumnya. Keunikannya ialah penelitian ini mencari tahu motif follower ketika mengakses konten yang berkaitan dengan kesehatan mental yang menjurus pada pengembangan diri karena belum ada penelitian deskriptif kuantitatif yang membahas isu kesehatan mental yang berfokus pada pengembangan diri khususnya pada akun Tiktok @Ananzaprill selain itu juga belum ada penelitian yang membahas mengenai motif followers dalam mengakses sosial media khususnya Tiktok.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu moyif apa saja yang mendorong *followers* mengakses konten *sharing self development* pada akun Tiktok @Ananzaprill.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk engetahui motif-motif *followers* dalam mengakses konten *sharing self development* pada akun Tiktok @Ananzaprill

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa referensi kajian Ilmu Komunikasi terkait motif mengakses konten *self development* di media social.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi akun Tiktok @Ananzaprill dapat memberikan informasi terkait *trend* masalah social dan mental yang sering terjadi.

2. Bagi *followers* dapat memberikan pertimbangan dalam mencari informasi seputar cara mengembangkan diri di Tiktok @Ananzaprill.

E. Kerangka Teori

1. Teori Motif Penggunaan *New Media*

Motif merupakan suatu dorongan yang berupa tingkah laku yang pada akhirnya menyebabkan manusia untuk melakukan suatu hal dengan alasan tertentu sesuai dengan kebutuhan dan juga keinginannya. Untuk menganalisis tingkah laku manusia ada beberapa yang harus diperhatikan yaitu dapat dilihat dari alasan mengapa itu ia lakukan, bagaimana ia melakukannya dan juga apa yang ia lakukan. Motif merupakan sebuah pengertian yang melengkapi semua penggerak dari alasan-alasan diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu (Geerungan, 2002:140).

Geerungan membedakan motif menjadi beberapa bagian yaitu :cx

- a. Motif biogenesis, merupakan motif yang berkembang pada diri orang dan berasal dari organisme sebagai makhluk biologi dan merupakan motif yang berasal dari lingkungan kebudayaannya.
- b. Motif sosiogenesis, merupakan motif yang dipelajari orang dan berasal dari lingkungan kebudayaan tempat orang itu berada dan berkembang.
- c. Motif teogenesis, merupakan motif yang berasal dari interaksi antar manusia dengan Tuhan seperti yang terwujud dalam ibadahnya dan dalam kehidupannya sehari-sehari dimana ia berusaha merealisasi norma-norma agama tertentu.

Alasan seseorang dalam menggunakan media sosial terdiri dari dua motif utama yaitu motif rasional dan motif emosional. Beberapa alasan atau motif rasional seseorang dalam menggunakan media sosial diantaranya adalah :

- a. Media sosial dipercaya mampu memberikan informasi terkini.

- b. Media sosial mudah dijangkau akses informasinya dibandingkan dengan media konvensional
- c. Media sosial juga memudahkan untuk para penggunanya berinteraksi dengan pengguna lainnya.
- d. Media sosial juga memudahkan untuk bertukar pengalaman meskipun tidak bertatap muka secara langsung.
- e. Media sosial juga memberikan informasi yang lebih jelas karena tidak hanya bersumber pada informasi dalam bentuk kata atau kalimat tetapi juga dilengkapi dengan bentuk visual berupa gambar ataupun video.

Menurut (Syam, 2016) motif yang dilakukan seseorang ketika mengakses media sosial juga bisa dipengaruhi oleh kurangnya dukungan sosial dari dunia nyata. Adanya sebuah partisipasi dari seseorang dalam berinteraksi di media sosial menjadi sebuah ajang untuk mengeksplorasi identitas dalam menyampaikan sebuah informasi mengenai citra dirinya. Respon yang didapatkan pada akhirnya akan menjadi sebuah motif lanjutan seseorang untuk tetap atau terus menggunakan media sosial itu atau tidak.

Penelitian menurut Innova (2016) mengatakan bahwa motif seseorang menggunakan media baru dalam hal ini khususnya Instagram adalah mencari informasi dan juga sesuai dengan fungsi dari Instagram itu sendiri sebagai tempat untuk menyebarkan dan berbagi informasi serta juga berinteraksi dengan banyak orang dan juga untuk dapat dikenal dengan sesama penggunanya (Innova, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh (Mikhael, 2019) menunjukkan bahwa alasan utama remaja dalam menggunakan Tiktok yaitu sebagai tren masa kini adalah untuk memenuhi kebutuhan berinteraksi sosial dan juga sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dan juga pendapat melalui konten berupa video.

Dapat disimpulkan dari beberapa penjelasan diatas yaitu motif merupakan sebuah alasan seseorang untuk melakukan sesuatu hal yang berdasarkan atas ehendaknya agar mencapai keinginannya. Penggunaan media sosial yang semakin tinggi juga didorong oleh beberapa faktor utama yang mempengaruhi penggunanya untuk menggunakan media sosial, faktor tersebut adalah :

- 1) Relasi sosial, menjadi sebuah alternatif yang mudah untuk penggunanya melakukan atau menjalin komunikasi dengan sesama pengguna.
- 2) Menghibur diri, sebagai sebuah tempat untuk melepaskan emosional atau pelarian dari kegiatan sehari-hari dan juga mencari kesenangan untuk mendapatkan kepuasan.
- 3) Promosi diri, dengan banyaknya fitur yang disediakan oleh media sosial yang pada akhirnya memberikan kebebasan kepada apara penggunanya untuk berekspresi.
- 4) Mendapatkan umpan balik, sebagai sebuah fasilitas yang tepat untuk mengetahui umpan balik atau *feedback* terkait suatu *brand*.
- 5) Berbagi konten, membagikan pengetahuan melalui sebuah konten sangat memungkinkan sekali untuk pengguna media sosial.
- 6) Berdiskusi, media sosial menjadi sebuah media yang memberikan kesempatan untuk para penggunanya melakukan diskusi mengenai segala sesuatu.

Dalam jurnal yang berjudul “*Motivations For using Media : An Exploratory Study*” pada tahun 2016 mengatakan bahwa digotalisasi dan akses internet yang mudah merupakan pendorong utama dibalik pertumbuhan penggunaan media sosial. Media sosial telah membentuk budaya kontemporer

dan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mayoritas anak muda. (Solanki, Motivation For Using Social Media: An Exploratory Study, 2016) Adapun beberapa motif seseorang dalam mengakses media sosial yaitu :

1). Umpan balik dan kegunaan pribadi, dalam motif ini ada beberapa variabel yang mendukungnya antara lain adalah untuk mengetahui promosi produk baru, memuaskan rasa ingin tahu dan juga untuk mengetahui ulasan mengenai topik tertentu.

2). Hiburan dan Sosialisasi, manfaat utama dari media sosial adalah media sosial juga menyediakan bagi para penggunanya untuk mengekspresikan pikiran dan ide mereka secara bebas dengan orang lain. Dalam motif ini ada beberapa variabel yang mendukungnya yaitu adalah untuk menemukan bahan pembicaraan, mengisi waktu luang dan juga untuk melepaskan diri dari permasalahan.

3). Berbagi konten, dalam motif ini ada beberapa variabel yang mendukungnya yaitu adalah berbagi foto dan video, berkontribusi di forum dan juga berdiskusi secara online dan juga berbagi pemikiran pribadi.

4). Jaringan, dalam motif ini ada beberapa variabel yang mendukungnya yaitu adalah kontak profesional dan bisnis, mencari orang baru sebagai teman dan juga mencari beberapa informasi.

F. Definisi Konseptual dan Operasional

1. Definisi Konseptual

Pada penelitian ini mengacu pada kerangka teori mengenai penggunaan media baru atau *new media* yang dikemukakan dalam jurnal yang berjudul "*Motivations For using Media : An Exploratory Study*" pada tahun 2016 mengatakan bahwa digitalisasi dan akses internet yang mudah merupakan pendorong utama dibalik pertumbuhan

penggunaan media sosial. Media sosial telah membentuk budaya kontemporer dan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mayoritas anak muda. (Solanki, Motivation For Using Social Media: An Exploratory Study, 2016) Adapun beberapa faktor seseorang dalam mengakses media sosial yaitu umpan balik dan kegunaan pribadi, hiburan dan sosialisasi, berbagi konten dan juga jaringan.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dari penelitian ini yaitu motif followers dalam mengakses konten *sharing self development* pada akun Tiktok @ananzapril. Berdasarkan uraian dari teori diatas, maka penulis menggunakan acuan pada jurnal yang berjudul “*Motivations For using Media : An Exploratory Study*” yang dikemukakan oleh Chintan H Rajani dan Dr. Ashvin Solanki sebagai berikut :

a. Motif Umpan Balik dan Kegunaan Pribadi

Motif ini merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan umpan balik dan kegunaan pribadi:

1. mengetahui ulasan terkait produk
2. untuk mempromosikan produk atau layanan
3. Memuaskan rasa ingin tahu mengenai pengembangan diri

b. Motif Berbagi Konten

Motif ini merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan kontennya dalam hal :

1. Berbagi foto dan video
2. Berkontribusi di dalam forum dan berdiskusi online
3. Berbagi pemikiran pribadi

c. Motif Jaringan

Motif ini merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan khalayak dalam hal :

1. Memungkinkan seseorang untuk mencari teman baru

2. untuk mencari orang baru, teman dan kontak untuk menemukan informasi mengenai pengembangan diri

3. untuk memperoleh pengetahuan tentang orang lain

d. Motif Hiburan dan Sosialisasi

Motif ini merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan khalayak dalam hal :

1. Untuk menemukan bahan pembicaraan

2. Untuk bersantai

3. untuk mengisi waktu luang

4. Untuk melepaskan diri dari permasalahan

G. Teknik Pengukuran Variabel

Skala pengukuran merupakan sebuah acuan yang digunakan untuk menentukan panjang dan pendeknya interval pada alat ukur sehingga pada akhirnya akan menghasilkan data kuantitatif. Pada penelitian ini penulis menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial sehingga menggunakan variable interval. Data interval adalah data yang memiliki jarak yang sama dan tidak memiliki jarak yang sama dan juga tidak mempunyai nilai nol (0) mutlak (Sugiyono, 1994: 15).

Matrik Indikator Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Motif Followers dalam Mengakses Akun Tiktok @Ananzaprill	Umpan dan Kegunaan Pribadi	Promosi mengenai topik yang dibuat Ulasan terkait topik Memuaskan rasa ingin tahu	Interval Interval Interval

Berbagi Konten	Berbagi foto dan video	Interval
	Berkontribusi dan berdiskusi dalam forum online	Interval
	Berbagi pemikiran pribadi	Interval
Jaringan	Mencari teman baru	Interval
	Membuat kontak profesional dan bisnis	Interval
	Menemukan beberapa informasi tentang pengembangan diri	Interval
Hiburan dan sosialisasi	Menemukan bahan pembicaraan	Interval
	Untuk mengisi waktu luang	Interval
	Melepaskan diri dari permasalahan	Interval

Tabel 1. 2 Tabel matrik indikator variabel

Indikator-indikator dari motif followers dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. **Motif Umpan Balik dan Kegunaan Pribadi**

Motif yang digunakan oleh seseorang ketika mengakses konten *sharing self development* pada akun Tiktok @ananzapril sebagai berikut :

- 1). Pengguna Tiktok mengikuti akun @Ananzaprill untuk mengetahui promosi mengenai topik yang dibuat @Ananzaprill.
- 2). Pengguna Tiktok mengikuti akun @Ananzaprill untuk memuaskan rasa ingin tahu mengenai pengembangan diri
- 3). Pengguna Tiktok mengikuti akun @Ananzaprill untuk mengetahui ulasan mengenai topik yang dibuat oleh @Ananzaprill.

b. Motif Berbagi Konten

Motif yang digunakan oleh seseorang ketika mengakses konten *sharing self development* pada akun Tiktok @ananzapril sebagai berikut :

- 1). Pengguna Tiktok mengikuti akun @Ananzaprill untuk berbagi foto dan video yang dibuat @Ananzaprill
- 2). Pengguna Tiktok mengikuti akun @Ananzaprill untuk berkontribusi diforum dan juga berdiskusi online yang diadakan oleh @Ananzaprill
- 3). Pengguna Tiktok mengikuti akun @Ananzaprill untuk berbagi pemikiran pribadi melalui konten @Ananza yang *relate* dengan pengguna.

c. Motif Jaringan

Motif integrasi dan interaksi sosial yang digunakan seseorang Ketika mengakses akun Tiktok @ananzaprill sebagai berikut :

- 1). Pengguna Tiktok mengikuti akun @Ananzaprill untuk mencari teman baru.
- 2). Pengguna Tiktok mengikuti akun @Ananzaprill untuk membuat kontak profesional dan bisnis

3). Pengguna Tiktok mengikuti akun @Ananzaprill untuk menemukan beberapa informasi tentang pengembangan diri

d. Motif Hiburan dan Sosialisasi

Motif hiburan yang digunakan seseorang ketika mengakses akun Tiktok @Ananzaprill sebagai berikut :

- 1). Pengguna Tiktok mengikuti akun @Ananzaprill untuk menemukan bahan pembicaraan.
- 2). Pengguna Tiktok mengikuti akun @Ananzaprill untuk mengisi waktu luang
- 3). Pengguna Tiktok mengikuti akun @Ananzaprill untuk melepaskan diri dari permasalahan.

H. Hipotesis

H_a : Terdapat motif umpan balik dan kegunaan pribadi, motif berbagi konten, motif jaringan, motif berbagi konten serta motif hiburan dan sosialisasi yang mendorong *followers* dalam mengakses akun Tiktok @Ananzaprill.

H_0 : Tidak terdapat motif umpan balik dan kegunaan pribadi, motif berbagi konten, motif jaringan, motif berbagi konten serta motif hiburan dan sosialisasi yang mendorong *followers* dalam mengakses akun Tiktok @Ananzaprill.

I. Metodologi Penelitian

a. Jenis Penelitian

Allen, Titswort dan Hunt menyebutkan ada tiga tradisi penelitian dalam komunikasi. Pertama adalah retorika yang telah ada sejak lama, meskipun watak dari retorika sekarang yang diperkenalkannya sudah jauh berbeda dengan

retorika sekarang tetapi isu-isu mendasar yang telah dikemukakan tersebut masih relevan dengan kondisi hari ini. Kedua adalah tradisi penelitian kualitatif yang agak mirip dengan kajian retorika dalam penelitian terhadap proses komunikasi. Ketiga adalah tradisi penelitian kuantitatif, dalam penelitian kuantitatif ini peneliti merumuskan secara berbeda mengenai makna yang utuh tersebut (Ibrahim, 2016).

Penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian yang bersifat deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu atau untuk menentukan frekuensi atau penyebaran suatu gejala yang ada dalam masyarakat. Penelitian deskriptif juga disebut lebih luas karena penelitian ini dilakukan tidak hanya terhadap masalah tetapi juga variabel-variabel lain yang berhubungan dengan masalah itu (Silalahi, 2017).

b. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada media online akun Tiktok @Ananzaprill dengan menggunakan Google form sebagai bantuan dalam menyebarkan kuisioner kepada *followers*.

c. Populasi dan Sampel

1). Populasi

Populasi adalah jumlah total dari keseluruhan unit atau elemen dimana penyelidik tertarik. Populasi merupakan seluruh unit-unit dari mana sampel dipilih. Satu populasi adalah satu kelompok dari individu-individu, objek-objek dari mana sampel akan diambil untuk mengukur (Silalahi, 2017).

Populasi dalam penelitian ini yaitu *followers* akun Tiktok @Ananzaprill. Akun ini dipilih berdasarkan riset peneliti karena menjadi akun

yang memiliki konten *self development* dengan jumlah followers terbanyak dari yang lainnya terhitung ada 319.300 dengan bebrbagai latar belakang usia dan juga profesi.

2). Sampel

Sampel adalah Sebagian elemen yang dipilih dengan cara tertentu dari populasi. Satu sampel juga dapat didefinisikan sebagai bagian terbatas dari populasi yang digunakan untuk membuat perkiraan tentang populasi secara keseluruhan, ketika berhadapan dengan orang ini dapat disefinisikan sebagai sekumpulan target responden yang dipilih dari populasi yang lebih besar untuk tujuan survei (Silalahi, 2017). Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti ini adalah sampling konvensiensi atau *Convenience sampling*. Sampling konvensiensi atau sampel kemudahan atau sampling sembarang merupaang sampling dari siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai atau tersedia menurut keinginan peneliti (Silalahi, 2017). Untuk menentukan sampel dalam penyebaran kuisisioner, peneliti menggunakan rumus Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}, \text{ dimana :}$$

n = Ukuran sampel. Ukuran n yang digunakan dalam rumus Slovin ini adalah minimal.

N = Ukuran populasi.

e = kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir atau nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel).

Sehingga ditemukan hasil sebagai berikut :

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

$$n = \frac{241.000}{1 + 241.000 \times (0,05)^2}$$

$$n = \frac{189.000}{1 + 241.000 \times 0,0025}$$

$$n = \frac{189.000}{1 + 602,5}$$

$$n = \frac{189.000}{603,5}$$

$$n = 399,3 ; \text{ disesuaikan menjadi } 400$$

Dari populai *followers* akun Tiktok @Ananzaprill yaitu 241.000 peneliti menggunakan rumus Solvin dengan margin error sebesar 5% sehingga pada akhirnya totak dari sampel yang diambil sebanyak 400 responden.

d. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kuantitatif ada beberapa cara dalam teknik pengumpulan data diantaranya dalah wawancara, kuisisioner, observasi dan juga studi dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuisisioner.

1). Kueisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017). Pada pertanyaan yang terdapat dalam kuisisioner bertujuan untuk mengetahui motif dari *followers* dalam mengakses akun Tiktok @Ananzaprill. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan model kuesioner skala likert. Skala ini berisikan sejumlah dengan kategori respons dan kemudian nilai/skor seseorang pada skala dihitung dengan menjumlahkan jumlah tanggapan yang dberikan (Silalahi, 2017). Dalam skala pengukuran dengan tipe ini akan didapatkan jawaban sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Dalam penelitian ini penyebaran kuesioner dilakukan kepada para *followers* akun Tiktok @Ananzaprill melalui pengisian Google Form yang telah disediakan dan dipilih melalui teknik *Purposive*. Data yang diperoleh dengan skala likert berbentuk data interval (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian sosial, skala likert ini sebagai teknik penskalaan yang banyak digunakan untuk mengukur sikap, pendapat atau persepsi seseorang tentang dirinya atau sekelompok orang yang berhubungan dengan suatu hal. Skala ini berisikan sejumlah pertanyaan dengan kategori respons dan kemudian nilai/skor seseorang pada skala dihitung dengan menjumlahkan jumlah tanggapan yang ia berikan (Silalahi, 2017).

2). Studi Dokumen

Dalam (Arikunto, 1996) dalam pengumpulan data studi dokumen hal ini seperti mencari data mengenai variabel berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger dan juga agenda. Metode ini tidak begitu sulit dibandingkan dengan metode lainnya. Dokumen yang dibutuhkan dalam studi dokumentasi ini dapat peneliti ambil dari buku, jurnal, berita website dan juga data-data di media sosial khususnya akun Tiktok @Ananzaprill.

e. **Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan proses mengumpulkan dan pula menyusun data yang diperoleh dari catatan lapangan, wawancara dan juga dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, Menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang dipelajari dan jga membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain ((Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan statistik deskriptif. Menurut Husaini dalam (Shilkhah, 2016), statistik deskriptif dalam arti sempit merupakan susunan angka yang memberikan gambaran tentang data yang disajikan dalam bentuk tabel, diagram, histogram, polygon, frekuensi, ogive (ogive), ukuran penempatan (median, kuartil, desil, dan persentil), ukuran gejala pusat (rata-rata hitung, rata-rata ukur, rata-rata harmonik, dan modus), simpangan baku, angka baku, kurva normal, korelasi dan regresi linier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus mean, median, modus dan standar deviasi.

Rumus mean

$$Mean = \frac{\sum X}{N}$$

Keterangan : X = Jumlah tiap data

N = Jumlah responden/data

Rumus modus

$$Mo = Bb + P \left(\frac{f1}{f1 + f2} \right)$$

Keterangan : Bb = Batas bawah kelas nilai modus

P = Panjang kelas

f1 = Selisih antara f modus dengan f sebelumnya

f2 = Selisih antara f modus dengan f setelahnya

Rumus median

$$Me = Bb + p \frac{\frac{1}{2}n - \sum f}{\sum f}$$

Keterangan : Bb = Batas bawah kelas sebelum nilai median

P = Panjang kelas

n = Jumlah data

jf = Jumlah f kumulatif sebelum nilai median

Rumus Standar Deviasi

$$SD \sqrt{\frac{\frac{\sum fx^2(\sum fx)^2}{\sum f-1}}{\sum f-1}}$$

Keterangan : X = Simpangan rata-rata

f = Jumlah sampel

Dalam analisis data ini peneliti juga menggunakan uji t (*t-test*) yang bertujuan untuk uji korelasi, uji perbandingan, dan uji estimasi secara statistik. Uji t digunakan untuk membandingkan beda mean antara 2 faktor dalam suatu kelompok sampel. Pada penelitian ini penulis membandingkan rata-rata antara 2 kelompok dalam satu sampel yaitu ada motif dan tidak ada motif yang mempengaruhi *followers* mengakses akun Tiktok @Ananzaprill.

f. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas menunjuk pada sejauh mana ukuran yang secara akurat merefleksikan pokok isi konstruk yang diukur. Jika ukuran mewakili konstruk maka instrument ukuran penelitian adalah valid atau shahih. Validitas menunjuk pada sejauh mana perbedaan dalam skor pada suatu instrument (item-item dan kategori respons yang diberikan kepada satu variable khusus) mencerminkan kebenaran perbedaan antara individu-individu, kelompok-kelompok atau situasi-situasi dalam karakteristik (variabel) yang diketemukan untuk ukuran. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Metode CFA digunakan untuk menguji keabsahab atau mengkonfirmasi teori dalam sebuah model (Haryono, 2016) . CFA

digunakan untuk menguji apakah indicator-indikator pertanyaan yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah variabel (Wijayanti, 2017).

Uji realibilitas merupakan suatu alat pengukur, yang menunjukkan akurasi, konsistensi dan ketepatan dari pengukuran. Uji realibilitas merupakan uji untuk mengetahui kebaikan dari suatu alat pengukur yang dapat dilihat dari konsistensi dan stabilitas suatu alat ukur. Menurut Umar dalam (Ardial, 2014) suatu nilai yang ditunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama. Dalam melakukan uji realibilitas, peneliti menggunakan rumus *Alpha Crobbach* :

$$\alpha = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$