

**BERJOGET UNTUK EKSIS:
MOTIVASI DAN DAMPAK PRODUKSI VIDEO TIKTOK
PADA KONTEN KRETOR MAHASISWA**

SKRIPSI

YAYAN
NIM. 190305075

Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat

Program Studi: Sosiologi Agama



**FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM BANDA ACEH**

2023 M/1444 H

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan Ini Penceliti

Nama : Yayan
NIM : 190305075
Jenjang : S1 (S1)
Program Studi : Sosiologi Agama

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang di rujuk sumbernya.

Banda Aceh, 29 Oktober 2023

Yang Menyatakan



Yayan

NIM. 190305075

جامعة الرانيري

AR-RANIRY

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Filsafat
UIN Ar-Raniry Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
dalam Ilmu Ushuluddin dan Filsafat
Sosiologi Agama

Diajukan oleh :

Yayan
190305075

Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat
Program Studi Sosiologi Agama

Disetujui oleh

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Dr. Sehat Ihsan Shadiqin, M.Ag
NIP. 197905082006041001

Musdawati, MA
NIP. 197509102009012002

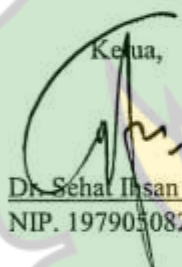
SKRIPSI

Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry dan
Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban
Studi Program Strata Satu (S1) dalam Ilmu Ushuluddin dan Filsafat
Prodi Sosiologi Agama

Pada hari/tanggal: Kamis, 7 Desember 2023 M
Di Darussalam – Banda Aceh

Panitia Ujian Munaqasyah

Ketua,



Dr. Sehat Ihsan Shadiqin, M.A.
NIP. 197905082006041001

Sekretaris,



Mustawati, S.Ag., M.A.
NIP. 197509102009012002

Anggota I,



Dr. Arfiansyah, S.Fil.I., M.A.
NIP. 198104222006041004

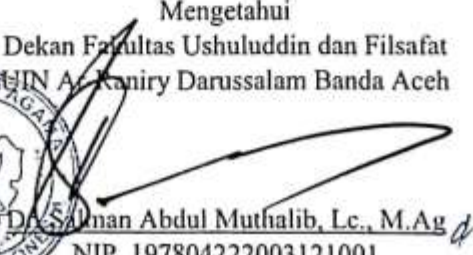
Anggota II,



Fatimahsyam, S.E., M.Si.
NIDN. 01131227201

Mengetahui

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Filsafat
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh



Dr. Saifuddin Abdul Muthalib, Lc., M.Ag.
NIP. 197804222003121001

**BERJOGET UNTUK EKSIS: MOTIVASI DAN DAMPAK
PRODUKSI VIDEO TIKTOK PADA KONTEN KRETOR
MAHASISWA**

Nama : Yayan
NIM : 190305075
Pembimbing 1 : Dr. Sehat Ihsan Shadiqin, M.Ag
Pembimbing 2 : Musdawati, MA

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena penggunaan aplikasi TikTok dalam pembuatan konten joget oleh mahasiswa UIN Ar-Raniry. Dengan tujuan untuk memahami motivasi di balik pembuatan konten tersebut, mengkaji dampaknya pada mahasiswa sebagai pembuat konten, dan menjelaskan bagaimana fenomena ini berlangsung di kampus Islam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yaitu untuk mengkaji fenomena yang terjadi. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa motivasi konten kreator UIN Ar-Raniry di TikTok melibatkan ekspresi diri, keinginan popularitas, partisipasi dalam tren, dan peluang monetisasi. Jenis tarian seperti "Jedag Jedug (JJ)," "Joget Tiba-Tiba Aku Melayang," "Joget Sound Don't," dan "Korean Dance" mencerminkan tren media sosial. Dampak positifnya melibatkan peningkatan rasa percaya diri, popularitas, dan respons positif dari penonton, menegaskan peran signifikan TikTok dalam transformasi budaya digital dan pencapaian tujuan moneter di kalangan mahasiswa UIN Ar-Raniry..

KATA PENGANTAR

Segala bentuk puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan nikmat kepada seluruh ciptaannya . Shalawat dan salam kita sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW. Syukur alhamdulillah, skripsi ini dapat selesai tepat waktu dengan judul “Berjoget Untuk Eksis: Motivasi Dan Dampak Produksi Video Tiktok Pada Konten Kreator Mahasiswa.” Skripsi ini disusun untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) Program Studi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin dan Filsafat, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Peneliti ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan arahan, dukungan, dan bimbingan selama perjalanan dalam menyelesaikan skripsi ini. Peneliti tidak akan pernah dapat menyelesaikannya tanpa bantuan dan kerjasama yang luar biasa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan umur yang berkah sehingga memiliki kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua yang tercinta yaitu Bapak Ali Sasman dan Ibu Jarnita yang telah mendukung, mendoakan serta memberikan limpahan kasih sayang sehingga skripsi ini dapat selesai dan tersusun dengan baik.

3. Bapak Dr. Azwarfajri, S.Ag. M.Si dan Bapak Noval Lianta, M.Si selaku Ketua Prodi dan Sekretaris Prodi Sosiologi Agama UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Bapak Dr. Sehat Ihsan Shadiqin, M.Ag dan Ibu Musdawati, MA, selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah membimbing, memberikan arahan, meluangkan waktu dan memberikan motivasi sampai skripsi ini selesai.
5. Kepada seluruh staf Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry yang telah membantu dalam pencapaian skripsi ini.
6. Kepada para informan dan rekan-rekan seperjuangan yang telah berpartisipasi dalam penelitian sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
7. Kepada Safura Maula Ardhian yang telah menemani, mendoakan dan mendukung peneliti dalam segala hal yang sedang peneliti hadapi.

Banda Aceh, 31 Oktober 2023

Peneliti,

Yayan

NIM. 190305075

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Peneletian.....	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II: KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	8
A. Kajian Pustaka	8
B. Kerangka Teori	17
C. Definisi Operasional	18
BAB III: METODE PENELITIAN	21
A. Lokasi Peneletian	21
B. Jenis Penelitian	21
C. Informan Penelitian.....	22
D. Sumber Data	22
E. Teknik Pengumpulan Data	23
F. Teknik Analisis Data.....	24
BAB IV: HASIL PENELITIAN.....	26
A. Sejarah dan Penemu TikTok	26
1. Sistem aplikasi	30
2. Pengguna TikTok di Indonesia dan Aceh.....	32

3. Remaja muslim di TikTok	35
B. Sejarah Universitas Negeri Islam Ar-Raniry	37
1. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry	39
2. Subjek Penelitian	40
C. Motivasi Konten Kreator Joget TikTok.....	55
1. Sarana ekspresi diri	56
2. Popularitas dan pengikut	58
3. Ikut dalam Tren TikTok	60
4. Potensi Monetisasi	62
D. Ragam Joget TikTok oleh Konten Kreator UIN Ar-Raniry	64
1. Jedag jedug(JJ).....	64
2. Joget Tiba-Tiba Aku Melayang.....	69
3. Joget Sound Don't	72
4. Korean Dance	75
E. Dampak Konten Joget TikTok Terhadap Konten Kreator UIN Ar-Raniry	78
1. Dampak terhadap rasa percaya diri	78
2. Dampak terhadap popularitas	80
3. Dampak terhadap penilaian dan kritik publik.....	83
PENUTUP.....	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	96
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	100

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 4.1 Aplikasi TikTok di PlayStore
Gambar 4.2 Akun TikTok @hi_ahmaadfaa
Gambar 4.3 Akun TikTok @rhdatu**aaa
Gambar 4.4 Akun TikTok @1*j*.ya
Gambar 4.5 Akun TikTok @no**aa5702
Gambar 4.6 Akun TikTok @ter****a
Gambar 4.7 Akun TikTok @ca***aa_cha
Gambar 4.8 Akun TikTok @ati**ee
Gambar 4.9 Akun TikTok @sp**ri.ayu_
Gambar 4.10 Akun TikTok @s**a.ind
Gambar 4.11 Akun TikTok @kamisnabrkh
Gambar 4.13 Video TikTok @teri**ulandari
Gambar 4.14 Video TikTok @ca***aa_cha
Gambar 4.15 Video TikTok @no**aa5702
Gambar 4.16 Video TikTok @s**a.ind
Gambar 4.17 Video TikTok @ati**ee
Gambar 4.18 Video TikTok @hi_ahmaadfaa
Gambar 4.19 Video TikTok @hi_ahmaadfaa
Gambar 4.20 Komentar pada postingan @kamisnahbrkh

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Wawancara dengan @hi_ahmaadfa
- Lampiran 2 Wawancara dengan @rhdatu**aaa
- Lampiran 3 Wawancara dengan @1*j*.ya
- Lampiran 4 Wawancara dengan @no**aa5702
- Lampiran 5 Wawancara dengan @ter****landari
- Lampiran 6 Wawancara dengan @ca***aa_cha
- Lampiran 7 Wawancara dengan @ati**ee
- Lampiran 8 Wawancara dengan @sp**ri.ayu
- Lampiran 9 Wawancara dengan @s**a.ind
- Lampiran 10 Wawancara dengan @kamisnabrkh



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Media sosial adalah media di Internet yang memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan, berkomunikasi, berkolaborasi, berbagi, terhubung dengan orang lain, dan memiliki teman sosial virtual. Media sosial adalah media digital dimana realitas sosial terjadi dan pengguna berinteraksi dalam ruang.¹ Media menjadi sosial sangat populer karena memungkinkan interaksi virtual, berbagi pengalaman, informasi, dan konten menarik. Dampaknya signifikan terhadap cara kita berinteraksi dan berbagi dalam kehidupan sehari-hari, memperluas jejaring sosial pengguna, dan memfasilitasi diskusi global tentang isu-isu sosial, politik, lingkungan, serta memberikan akses ke berita *real-time* dan sudut pandang yang beragam.

Di era teknologi yang berkembang pesat, media sosial telah menjadi pilar utama komunikasi dan interaksi manusia, terutama di kalangan generasi muda. Berbagai platform seperti Instagram, Twitter, Whatsapp, dan TikTok telah mendominasi pangsa pasar dengan fungsinya masing-masing. Meskipun membuka peluang kreativitas dan konektivitas yang tak terbatas, media sosial juga membawa tantangan seperti konten tidak sesuai, informasi palsu, dan risiko privasi. Oleh karena itu, pengguna dan perusahaan media sosial perlu bijak dan bertanggung jawab dalam memanfaatkan dan mengelola platform ini demi menjaga perubahan sosial yang positif dan hubungan yang bermakna. Dengan adanya kehadiran berbagai platform media sosial yang dapat menjangkau dan membuat banyak manusia saling terhubung di seluruh dunia baik di mana pun dan kapan saja yang telah menciptakan ruang dunia baru untuk saling berinteraksi, baik itu dalam urusan dunia pekerjaan, pendidikan, jual

¹ Kartini, Imam Azhari Harahap, Nazmia Yusdi Arwana, dan Suci Wahyu Tami Br Rambe, "Teori Dalam Penelitian Media", dalam *Jurnal Edukasi Nonformal, Volume 3, Nomor 2*,(2020), hlm. 136

beli atau hanya sekedar ingin membangun ruang lingkup sosial tanpa bertemu secara langsung.²

Internet di Indonesia dimulai pada awal tahun 1990-an. Saat itu jaringan internet di Indonesia lebih dikenal sebagai jaringan komunitas, dimana semangat gotong royong, kekeluargaan dan gotong royong sangat hangat dan terasa diantara para pelakunya.³ Dilansir dari web databoks yang di dukung oleh Kominfo, Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat selama dekade terakhir. Dalam periode Januari 2013 hingga Januari 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sebanyak 142,5 juta orang, dari 70,5 juta menjadi 213 juta. Pertumbuhan tertinggi terjadi pada Januari 2016 dengan pertumbuhan tahunan sebesar 50,16%, sedangkan pertumbuhan paling lambat tercatat pada Januari 2022, hanya tumbuh sebesar 0,5%.⁴ ada saat ini sudah banyak sekali pengembangan aplikasi dengan ragam inovasi baru, menyediakan banyak platform digital yang ditawarkan untuk kebutuhan sosial. Tak hanya konten artikel yang berupa tugas tulisan saja, Tapi juga konten video banyak juga tersebar di media sosial di berbagai Negara. pertumbuhan konten video sendiri ditunjang dengan kemajuan dari kecepatan internet sehingga dapat diunggah keberbagai platform digital dengan cepat. Banyak platform maupun aplikasi yang menyediakan dukungan pembuatan video dengan hal menarik pada pengguna *smartphone*, salah satunya terdapat pada aplikasi TikTok yang berasal dari negara Tiongkok yang di publikasikan pada tahun 2016 lalu.

² Alim Puspianto, “Realita Media Sosial Dalam Kehidupan Cyber Society”, dalam *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Volume 11, Nomer 2,(2023)*, hlm. 49

³ Nurbait dan Muhammad Faisal Alfarisyi, “Sejarah Internet di Indonesia”, dalam *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM). Volume 3, Nomor 2,(2023)*, hlm. 2336-2344

⁴ Cindy mutia annur, “Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 213 Juta Orang Hingga Awal 2023”, databoks, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>

TikTok adalah layanan jejaring sosial berbagi yang menggunakan video berdurasi pendek sebagai media untuk menangkap dan menyajikan kreativitas, pengetahuan, dan momen lainnya yang dimiliki oleh ByteDance, sebuah perusahaan teknologi internet yang berbasis di Beijing dan diciptakan pada tahun 2012 oleh Zhang Yiming. Awal mula TikTok berawal dari tahun 2016 dengan nama Douyin dan baru masuk ke China hingga tahun 2017 diluncurkan dengan nama TikTok untuk seluruh dunia.⁵ Aplikasi TikTok memungkinkan pengguna berhubungan dengan jutaan orang di berbagai belahan dunia, bahkan yang tidak kita kenal sekalipun, dengan hanya menggunakan *smartphone* atau juga bisa di akses melalui komputer pribadi masing-masing pengguna. Komunikasi antar manusia pun kini secara perlahan tergantikan dengan interaksi manusia dengan *smartphone*, kapan pun dan di mana pun orang selalu tergantung dengan *smartphone* yang selalu berada di genggamannya. Banyak orang yang lebih nyaman dengan mengakses aplikasi media sosial dibandingkan berinteraksi dengan lingkungan sosial di sekitarnya.

Internet sejatinya bertujuan memberikan dampak positif yang begitu besar bagi kehidupan manusia, seperti menjadi sumber informasi, mempercepat arus komunikasi dan memudahkan segala keperluan manusia. Namun, kemajuan teknologi juga memberikan pengaruh negatif yang cukup besar seperti kemerosotan perilaku di semua kalangan hanya karena di pengaruhi oleh jejaring sosial yang berbasis video yaitu TikTok, khususnya di kalangan anak muda.⁶ Seiring dengan perkembangan zaman dan semakin berkembangnya media umum berbasis video, terutama TikTok sangatlah berdampak besar pada semua kalangan termasuk di antaranya mahasiswa UIN Ar-Raniry.

⁵ Trie Damayanti dkk, “Kajian Dampak Negatif Aplikasi Berbagi Video Bagi Anak-Anak di Bawah Umur di Indonesia”, dalam *Jurnal Communication*, Volume 10, Nomor 1,(2019), hlm 4

⁶ Prasetya dan Rangga Dwi, “Pengaruh Penggunaan Internet Terhadap Perkembangan Moral Remaja (Analisis Penelitian Kuantitatif Di Desa Bantarujeg, Kabupaten Majalengka”,(Skripsi, Universitas Pasundan, 2018), hlm. 37.

Kegiatan pembuatan konten joget TikTok oleh mahasiswa UIN Ar-Raniry merupakan hal yang umum terjadi, terutama di era modern saat ini di mana banyak orang, termasuk mahasiswa, membuat konten untuk diposting di media sosial. Penelitian ini muncul karena peneliti menemukan sejumlah akun TikTok mahasiswa UIN Ar-Raniry yang memposting konten joget di media sosial mereka. Contohnya adalah pada akun @hi_ahmaadfaa yang aktif dalam membuat konten joget atau dance mengikuti trendd joget yang sedang viral di aplikasi TikTok, dengan gerakan tangan dan tubuh mengikuti iringan musik populer yang di gunakan dalam video video yang viral di TikTok. contoh lainnya adalah pada akun @iaja_ya seorang mahasiswi fakultas adab yang juga kerap memposting konten joget dan juga foto dalam bentuk video yang kerap di sebut dengan sebutan jedag jedug (JJ). Hal ini menarik karena para konten kreator ini adalah mahasiswa dari universitas Islam yang pada dasarnya memegang utama nilai-nilai syariat Islam. Meskipun fenomena ini dianggap biasa oleh masyarakat, kontroversi muncul karena konten joget tersebut dianggap tidak selaras dengan pendidikan di kampus Islam yang dijalani oleh mahasiswa tersebut. Peneliti tertarik untuk mendalami motivasi mahasiswa dalam menciptakan konten TikTok, khususnya konten joget, serta mengkaji dampaknya pada mahasiswa sebagai konten kreator.

Penelitian tentang bagaimana dampak TikTok ini sebelumnya telah di lakukan oleh beberapa peneliti yaitu oleh Gustafian Jayanata yang menemukan hasil bahwa dampak media sosial terhadap prilaku siswa lebih banyak terlihat dampak negatif seperti siswa kurang dalam belajar, lebih banyak memainkan hp daripada membuka buku, bahkan TikTok tidak pernah di jadikan sebagi media belajar meskipun ada konten edukasi. Mereka hanya melewatkannya saja dan tidak mengikuti apa pembelajaran yang mucul pada beranda aplikasi TikTok mereka.⁷ Selanjutnya oleh Sukma Buton yang

⁷ Gustafian Jayanata, "Dampak Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Siswa Sekolah Dasar Negeri 42 Di Desa Padang Peri Kecamatan Semidang Alas

meneliti tentang bagaimana dampak aplikasi TikTok terhadap mahasiswa, dan dalam hasil penelitian ini di sebutkan bahwa ketertarikan atau minat mahasiswa terhadap aplikasi TikTok dikarenakan fitur fitur pada aplikasi TikTok sangat bervariasi dan beragam sehingga pembuatan video dilakukan lebih menarik, kemudian juga sebagai bahan hiburan ketika ada waktu luang.⁸

Berdasarkan pada penjelasan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna membahas dan menjelaskan tentang motivasi konten kreator TikTok di ruang lingkup mahasiswa UIN Ar Raniry dalam pembuatan konten joget. Terutama membahas tentang apa dan bagaimana hal tersebut terjadi di ranah kampus serta untuk mengetahui bahwasanya bagaimana awal kreator memilih konten joget dalam pemilihan jenis konten serta bagaimana dampak hal tersebut terhadap orang tersebut selaku sebagai konten kreator. Maka dari itu penelitian tentang fenomena tersebut perlu di bahas lebih lanjut dalam penelitian ini. Dengan judul penelitian **“Berjoget Untuk Eksis: Motivasi dan Dampak Produksi Video Tiktok Pada Konten Kreter Mahasiswa”**

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini akan berfokus pada motivasi pembuatan konten joget TikTok oleh mahasiswa UIN Ar-Raniry selaku konten kreator dan membahas bagaimana dampaknya terhadap mahasiswa tersebut selaku orang yang membuat konten TikTok.

Mahasiswa UIN Ar-Raniry memiliki keunikan dalam konteks penggunaan TikTok karena latar belakang pendidikan yang ditujukan untuk studi keagamaan. Sebagai konten kreator, mahasiswa UIN Ar-Raniry memiliki kesempatan untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan, budaya, dan identitas diri melalui konten TikTok yang mereka buat. Fenomena ini menarik

Maras Kabupaten Seluma”(Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022) hlm. 81.

⁸ Sukma Buton, Dampak Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Mahasiswa Fakultas Usuluddin Dan Dakwah Prodi Jurnalistik Islam IAIN Ambon,(Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Iain Ambon, 2021) hlm. 69

untuk dipelajari karena dapat memberikan wawasan tentang peran media sosial dalam mempengaruhi pembentukan identitas keagamaan mahasiswa serta dampaknya terhadap kehidupan sosial.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian di atas, maka yang akan menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa motivasi konten kreator joget TikTok dalam memproduksi kontennya?
2. Apa saja ragam joget TikTok yang dilakukan oleh konten kreator UIN Ar-raniry?
3. Bagaimana dampak konten joget TikTok terhadap konten kreator UIN Ar-raniry?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas yang peneliti uraikan, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa motivasi konten kreator joget TikTok dalam memproduksi kontennya
2. Untuk mengetahui apa saja ragam joget TikTok yang di buat oleh konten kreator UIN Ar-raniry
3. Untuk mengetahui bagaimana dampak konten joget TikTok terhadap konten kreator UIN Ar-raniry

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Kontribusi teoritis: Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang motivasi dan dampak produksi video TikTok pada konten kreator mahasiswa, sehingga dapat melengkapi pengetahuan dalam bidang sosiologi agama dan studi media.

2. Kontribusi praktis: Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pendidik, mahasiswa, dan pihak terkait lainnya dalam memanfaatkan TikTok secara positif dan meminimalkan dampak negatifnya pada kehidupan mahasiswa.
3. Kontribusi metodologis: Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian yang valid dan reliabel, sehingga dapat menjadi referensi bagi penelitian lanjutan tentang pengaruh media sosial dalam lingkungan pendidikan.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Guna melengkapi penulisan penelitian ini, penulis dalam hal ini mengambil beberapa rujukan yang berkaitan tentang pengaruh konten joget TikTok terhadap moralitas pada mahasiswa dan mencocokkannya dengan berbagai bahan bacaan baik itu jurnal maupun sumber-sumber lain dan juga melakukan wawancara penelitian. Kajian pustaka ini merupakan upaya seseorang peneliti untuk mencari buku maupun artikel penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dimana penelitian itu memiliki variabel ataupun kontekstual yang sama dan penelitian ini dinyatakan adalah asli. Kajian pustaka ini bertujuan untuk memberikan gambaran perbedaan atas tulisan-tulisan sebelumnya. Dalam hal ini, peneliti mengutip penulisan tentang moralitas dari penelitian terdahulu seperti pada beberapa penelitian berikut:

Pertama adalah penelitian yang membahas tentang bagaimana Pengaruh TikTok terhadap berbagai aspek. Salah satu penelitian yang menciptakan pemahaman mendalam mengenai hal ini adalah jurnal karya Nur Ilahin berjudul *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok Terhadap Karakter Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah*, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok dapat memengaruhi karakter siswa, menjadikannya faktor luar yang memainkan peran dalam membentuk karakter siswa. Penggunaan media online ini sering kali mengakibatkan siswa menjadi kurang bersemangat dalam belajar, dengan hasil belajar yang mengecewakan di keesokan harinya.¹ Penelitian lainnya, yang dilakukan oleh Faizah dan Khoridzatul Wahyu dengan judul *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisisme Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN Ponorogo*,

¹ Nur Ilahin, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok Terhadap Karakter Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah" Dalam *Jurnal IBTIDA*, Volume 3, Nomor 1,(2022), hlm. 112

menunjukkan bahwa penggunaan TikTok berpengaruh pada perilaku narsistik mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingginya aktivitas media sosial, termasuk TikTok, dapat meningkatkan perilaku narsisme pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo tahun 2021.² Hasna Husniyah dan Imam Tabroni dalam jurnal yang berjudul *Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Akhlak Anak Di Desa Ciharang, Pasawahan*, jurnal ini mengatakan bahwa pengaruh penggunaan aplikasi TikTok lebih dominan ke arah negatif. Hal ini menjadi perhatian bagi para pendidik, orang tua dan masyarakat kedepannya untuk saling bekerjasama dalam membentuk anak muda yang berakhlak baik.³ Yeni Rahma Safitri dalam penelitian yang berjudul *Pengaruh Aplikasi TikTok Terhadap Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPS Di MTs Islamiyah Songgon Tahun Pelajaran 2021/2022*, hasil penelitian mengatakan bahwa terdapat pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap minat belajar siswa pada mata pelajaran IPS di MTs Islamiyah Songgon tahun pelajaran 2021/2022 yaitu akibat sering bermain TikTok membuat minat baca menurun dan lebih suka untuk bermain TikTok.⁴ Penelitian terakhir oleh Apriliyanti Muzayanati, Sutrisno, dan Naila Husna Ramadhana, yang berjudul *Pengaruh Konten TikTok Terhadap Degradasi Akhlak Anak Madrasah Ibtidaiyah*, mengungkapkan bahwa banyak anak mengalami degradasi moral yang dipengaruhi oleh konten TikTok.

² Faizah dan Khoridzatul Wahyu, “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa Kpi Angkatan Tahun 2021”,(Skripsi, Iain Ponorogo,(2022), hlm. 71-72

³ Hasna Husniyah dan Imam Tabroni, “Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Akhlak Anak Di Desa Ciharang, Pasawahan”, dalam *Jurnal Pengabdian, Volume 14, Nomer 2*,(2021) hlm. 24

⁴ Yeni Rahma Safitri, “Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ips Di Mts Islamiyah Songgon Tahun Pelajaran 2021/2022”,(Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022), hlm. 75

Faktor lain yang turut memengaruhi adalah kurangnya pengawasan orang tua dalam penggunaan gadget oleh anak-anak.⁵

Berdasarkan penelitian di atas yang membahas tentang bagaimana pengaruh TikTok maka peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya pada penelitian penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan TikTok cenderung memiliki dampak negatif pada berbagai aspek, seperti perilaku narsisme, akhlak anak-anak, dan minat belajar siswa. Oleh karena itu pada penelitian ini, selanjutnya peneliti akan membahas lebih dalam terkait penggunaan TikTok yang perlu diperhatikan dengan lebih baik dalam pengaturan dan pengawasan, terutama dalam konteks pendidikan dan perkembangan sosial, untuk menghindari potensi dampak negatif pada individu dan masyarakat.

Kedua adalah penelitian yang membahas tentang bagaimana dan apa saja dampak TikTok tersebut terhadap berbagai hal yang telah di teliti. Yaitu pada penelitian Luluk Makrifatul Madhani, Indah Nur Bella Sari, M. Nurul Ikhsan Shaleh. Dalam jurnal yang berjudul *Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta*, menyimpulkan bahwa meski TikTok memiliki dampak negatif seperti penundaan pekerjaan dan rasa malas, banyak mahasiswa memanfaatkannya positif untuk mencari informasi dan memperoleh pengetahuan baru, termasuk dalam aspek keagamaan dan bisnis. Dalam jurnal oleh Ade Rosdiana dan Nurnazmi dengan judul *Dampak Aplikasi Tiktok Dalam Proses Sosial Di Kalangan Remaja Kelurahan Rabadompu Timur kecamatan Raba Kota Bima*, menemukan bahwa remaja menggunakan TikTok sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, hiburan, dan menunjukkan keterampilan mereka. Dampaknya mencakup peningkatan tingkat percaya diri dan tujuan untuk hiburan,

⁵ Apriliyanti Muzayanati, Dkk, “Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Degradasi Akhlak Anak Madrasah Ibtidaiyah”, dalam *Jurnal Kependidikan Dasar Islam Berbasis Sains, Volume 7, Nomer 1*,(2022) hlm. 54

menunjukkan bakat, dan memperluas jejaring sosial.⁶ Pada penelitian oleh Meri Zaputri dengan judul *Dampak Kecanduan Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Belajar Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Iain Batusangkar*, Mengatakan bahwa K dampak negatif kecanduan TikTok pada perilaku belajar mahasiswa. Kecanduan ini berkontribusi pada penurunan motivasi, efektivitas, dan kualitas kerja mahasiswa, dengan lebih memilih bermain TikTok daripada fokus pada pembelajaran.⁷ Dalam jurnal oleh Armylia Malimbe, Fonny Waani Dan Evie A.A Suwu, yang berjudul *Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado*, Mengatakan bahwa penggunaan TikTok oleh mahasiswa memiliki dampak positif, seperti mendapatkan pengetahuan baru, namun juga dampak negatif seperti lupa waktu, kecanduan, dan kurang memperhatikan kesehatan.⁸

Berdasarkan penelitian tersebut yang membahas tentang bagaimana pengaruh TikTok maka dari itu peneliti dapat menyimpulkan bahwa TikTok berdampak besar kepada berbagai hal. Terutama dalam hal yang mencakup perilaku keagamaan, sosial, maupun minat belajar siswa. Dari hasil penelitian tersebut di atas, hasil yang di peroleh bahwasanya TikTok memiliki dampak positif dan negatif, tergantung dari bagaimana pengguna TikTok tersebut menggunakannya. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengkaji

⁶ Ade Rosdiana dan Nurnazmi, "dampak Aplikasi Tiktok dalam Proses Sosial Di Kalangan Remaja Kelurahan Rabadompu Timurkecamatan Raba Kota Bima", dalam *Jurnal Pendidikan Sosiologi, Volume 4, Nomer 1*,(2021) hlm. 104

⁷ Meri Zaputri, "Dampak Kecanduan Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Belajar Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Iain Batusangkar", (Skripsi, IAIN Batusangkar, 2021), hlm. 54

⁸ Armylia Malimbe, Fonny Waani Dan Evie A.A Suwu, "Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado ", dalam *Jurnal Ilmiah Society, Volume 1, Nomor 1*,(2021) hlm. 6

lebih lanjut bagaimana TikTok ini berdampak pada mahasiswa selaku sebagai konten kreator yang membuat konten joget TikTok.

Ketiga adalah penelitian yang membahas tentang bagaimana Eksistensi dari TikTok. Yaitu dalam jurnal hasil riset oleh Melisa Putri Israwani dan Mohammad Isa Gautama dengan judul *Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Remaja (Studi Kasus Siswa SMAN 5 Bukittinggi Kelas XI IPS)*, penelitian ini mendapatkan tiga kelompok pencitraan yang ingin dibangun siswa, yaitu editor video, seleb TikTok, dan motivator. Penelitian ini mengidentifikasi adanya dua panggung yang dikelola siswa, yakni panggung depan berupa video diunggah di TikTok, dan panggung belakang di dunia nyata, di lingkungan sosial sekolah, serta upaya pengelolaan kesan oleh siswa.⁹ Dalam jurnal oleh Erdin Damara Augustha dan Yudha Wirawanda yang berjudul *Media Sosial Tiktok Sebagai Eksistensi Diri (Fenomenologi Penggunaan Tiktok Pada Mahasiswa Di Surakarta)*, disebutkan dua motif penggunaan TikTok, yaitu because motive dan in order to motive. Because motive merujuk pada penggunaan berdasarkan pengalaman masa lalu sebagai alasan aktif di TikTok, sedangkan in order to motive mengacu pada tujuan di masa depan, seperti meningkatkan kepercayaan diri dan menjadi konten kreator.¹⁰ Penelitian yang dilakukan oleh Hani Rizqi Aprilian, pada penelitian yang berjudul *Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Ajang Eksistensi Diri (Studi Fenomenologi Pada Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Jakarta)*, hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa motif penggunaan aplikasi tik tok yang bermacam-macam, yaitu untuk mengekspresikan kreativitas, mencari pertemanan, dan menjadikan

⁹ Melisa Putri Israwani dan Mohammad Isa Gautama, "Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Remaja (Studi Kasus Siswa SMAN 5 Bukittinggi Kelas XI IPS)", dalam *Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan, Volume 5, Nomor 1, (2022)* hlm. 45

¹⁰ Erdin Damara Augustha dan Yudha Wirawanda, "Media Sosial Tiktok Sebagai Eksistensi Diri", dalam *Jurnal Komunikasi, Volume 9, Nomor 1, (2023)* hlm. 25

TikTok sebagai sarana hiburan, eksistensi diri, dan penyalur hobi.¹¹ Dalam penelitian oleh Tina Yuliana yang berjudul *TikTok Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Remaja*, mengatakan bahwa aplikasi TikTok dibagi menjadi tiga kelompok penggunaan, yaitu untuk mengatasi kebosanan, mengekspresikan diri, dan mendapatkan ide-ide baru. Motif penggunaan meliputi mengisi waktu luang, belajar menjadi percaya diri, dan menggunakan platform ini sebagai media ekspresi diri melalui pembuatan konten video menarik.¹²

Berdasarkan penelitian membahas tentang Eksistensi dari TikTok, peneliti dalam hal ini menyimpulkan bahwa pada penelitian penelitian terdahulu menemukan hasil yaitu pengguna dalam menggunakan aplikasi TikTok memiliki tujuan yang beragam, terutama dalam hal yang berkaitan dengan eksistensi. Ada sebagian pengguna yang menggunakan TikTok hanya sebatas mengisi waktu luang dan ada pula pengguna yang memang menggunakan TikTok sebagai sarana ekspresi diri yang bertujuan untuk eksistensi atau menjadi seorang kreator video TikTok. Adapun dalam penelitian ini, peneliti akan mengkaji tentang bagaimana pengguna sekaligus kreator TikTok dalam ruang lingkup UIN Ar-Raniry menggunakan aplikasi TikTok sebagai media eksistensi diri maupun sebagai sarana penyampaian informasi kepada orang lain selaku pengguna TikTok, baik dalam ruang lingkup UIN Ar-Raniry maupun kepada pengguna TikTok secara umum.

Keempat adalah penelitian yang mengkaji tentang keterkaitan antara TikTok dan hubungannya dengan muslim atau sangkut paut dengan agama islam. Yaitu dalam jurnal yang di tulis oleh Muhamad Parhan, Aulia Khaerunnisa, Muhammad Syamsudin Umar dan Syifa Hanifa dengan judul *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI*, hasil dari

¹¹ Hani Rizqi Aprilian, “Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Ajang Eksistensi Diri (Studi Fenomenologi Pada Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Jakarta)”, (Skripsi, Universitas Mercu Buana, 2019), hlm. 65

¹² Tina Yuliana, “TikTok Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Remaja”, Skripsi, Universitas Pasundan, 2021), hlm. 83

penelitian ini mengatakan bahwa mayoritas responden mengenal dan menggunakan TikTok sebagai hiburan, sambil melihat pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui platform tersebut. Ustad Hanan Attaki menjadi kreator dakwah yang populer di TikTok bagi responden, dan penggunaan TikTok dianggap mempengaruhi media dakwah di kalangan mahasiswa Muslim UPI.¹³ Dalam jurnal yang ditulis oleh Fathayatul Husna, Dony Arung Triantoro dan Raudhatun Nafisah yang berjudul *TikTok Islam: Ekspresi Anak Muda, Media Baru, dan Kreativitas di Masa Pandemi*, hasil penelitian jurnal ini mengatakan bahwa peran Husain Basyaiban sebagai seorang anak muda Muslim yang aktif menggunakan TikTok untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan selama pandemi. Meskipun TikTok memunculkan polemik dari segi sosiologis, platform ini juga dianggap sebagai peluang untuk membangun popularitas dan mengungkapkan identitas diri melalui ekspresi di media sosial.¹⁴ Dalam jurnal oleh Febrina Ayu dengan judul *Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah; Studi Kasus Ustad Syam, Di Akun @Syam_Elmarusy*, hasil penelitian ini adalah bahwa TikTok dapat dioptimalkan untuk menyampaikan pesan dakwah, seperti yang dilakukan oleh Ustad Syam melalui akun @syam_elmarusy. Kelebihan TikTok, terutama dalam tampilan visual yang menarik, memungkinkan Ustad Syam menyampaikan pesan dakwah yang tetap berlandaskan Alqur'an dan Hadis, dengan fokus pada ajaran Islam seperti aqidah, syariat, dan akhlak/muamalah. Tujuan utamanya adalah agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh generasi pengguna TikTok sebagai mitra dakwah.¹⁵ Terakhir dalam

¹³ Muhamad Parhan, dkk, " Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI ", dalam *Jurnal Hikmah, Volume 16, Nomor 1,(2022)* hlm. 113

¹⁴ Fathayatul Husna, Dony Arung Triantoro Dan Raudhatun Nafisah, "Tiktok Islam: Ekspresi Anak Muda, Media Baru, Dan Kreativitas Di Masa Pandemi", dalam *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah, Volume 4, Nomor 2,(2022)* hlm. 89-90

¹⁵ Febrina Ayu, "Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah; Studi Kasus Ustad Syam, Di Akun @Syam_Elmarusy", dalam *Jurnal Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah, Volume 11, Nomor 2,(2021)* hlm. 188

jurnal oleh Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida dengan judul *Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang*, hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok memberikan banyak manfaat sebagai media dakwah bagi para dosen. Ada dua bentuk pemanfaatan utama: pertama, TikTok digunakan sebagai media komunikasi, dan kedua, TikTok dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dakwah.¹⁶

Berdasarkan penelitian yang mengkaji tentang keterkaitan antara TikTok dan hubungannya dengan muslim atau sangkut paut dengan agama islam. Maka peneliti menyimpulkan hasil bahwa TikTok bukan hanya sebagai media hiburan saja, akan tetapi juga dapat menjadi sarana pembelajaran terkait akidah-akidah syariat islam. Ada pengguna yang memanfaatkan TikTok sebagai sarana dakwah, dan ada pula yang menggunakan TikTok sebagai media pembelajaran dengan menonton konten konten dakwah. Dalam penelitian tersebut dominan mengatakan bahwa TikTok mempunyai efek positif bagi pengguna muslim. Maka dari itu, dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis tentang bagaimana dampak dari aplikasi TikTok mempengaruhi pengguna TikTok dalam ruang lingkup UIN Ar-Raniry dari sisi keagamaan. Terlebih pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada objek jenis konten joget yang bisa di katakan kurang sesuai dengan kaidah agama islam sedangkan para kreator ini adalah mahasiswa yang menempuh pendidikan dalam universitas islam. Peneliti akan mengkaji tentang bagaimana dan apa yang memotivasi pengguna TikTok di UIN Ar-Raniry ini memilih konten joget dalam membuat konten.

Kelima adalah penelitian yang membahas tentang mengenai Pemanfaatan aplikasi TikTok. Yaitu dalam jurnal yang ditulis oleh Adella Aninda Devi dengan judul *Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran*, disebutkan bahwa selain dari strategi pemanfaatan dan idealisasi, penggunaan aplikasi TikTok dapat

¹⁶ Sholihatul Atik Hikmawati, Luluk Farida, "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang", dalam *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Volume 2, Nomor 1, (2021)* hlm. 9

memberikan manfaat sebagai sarana pembelajaran yang interaktif dan menarik. Dengan kemudahan penggunaan dan beragamnya fungsionalitas, aplikasi TikTok dapat diintegrasikan dalam kegiatan pembelajaran, memungkinkan proses pembelajaran menjadi lebih efisien dan efektif.¹⁷ Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Muhammad Hafif Rafi Andhika, Radja Erland Hamzah, Mukka Pasaribu, dan Citra Eka Putri dengan judul *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi @suasanakopi*, ditemukan bahwa TikTok efektif sebagai media promosi untuk cafe Suasana Kopi. Meskipun efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan audiens, media ini belum sepenuhnya mencapai tingkat keputusan pembelian.¹⁸ Selanjutnya, dalam jurnal oleh Putri Naning Rahmana, Dhea Amalia Putri N, dan Rian Damariswara yang berjudul *Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z*, hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi Z menyukai penggunaan aplikasi TikTok sebagai media edukasi. Berbagai jenis konten TikTok dinilai positif oleh generasi Z, dan aplikasi ini dianggap bermanfaat sebagai sarana untuk menyebarkan konten edukatif serta memberikan perspektif baru mengenai pembelajaran.¹⁹ Terakhir, dalam jurnal yang ditulis oleh AANBJ Dewanta dengan judul *Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia*, hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi TikTok, dengan penggunaan dan metode yang tepat, dapat menjadi media pembelajaran bahasa Indonesia yang menarik dan interaktif. Kemudahan pengaplikasiannya dan fitur yang

¹⁷ Adella Aninda Devi, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran", dalam *Jurnal Epistema, Volume 3, Nomor 1*, (2022) hlm. 13-16

¹⁸ Muhammad Hafif Rafi Andhika, dkk, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi @suasanakopi", dalam *Jurnal Cyber PR, Volume 2, Nomor 2*, (2022) hlm. 107

¹⁹ Putri Naning Rahmana, Dhea Amalia Putri N dan Rian, "Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z", dalam *Jurnal Teknologi Pendidikan, Volume 11, Nomor 2*, (2022) hlm. 401

beragam membuat aplikasi ini dapat diintegrasikan dalam pembelajaran bahasa Indonesia.²⁰

Berdasarkan penelitian tentang Pemanfaatan aplikasi TikTok tersebut peneliti dapat mengkaji bahwa aplikasi TikTok bermanfaat besar pada sektor pendidikan karena memiliki berbagai fitur interaktif yang memudahkan pengguna berbagi konten video edukasi. Tidak hanya dalam sektor pendidikan, TikTok juga bermanfaat sebagai media promosi yang bagus karena fitur fyp pada aplikasi ini memungkinkan luasnya jangkauan promosi. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengkaji lebih dalam tentang bagaimana manfaat TikTok yang dapat dirasakan oleh pengguna sekaligus konten kreator di UIN Ar-Raniry yang sekaligus menjadi alasan mengapa para konten kreator ini membuat dan memilih konten joget sebagai jenis konten mereka.

B. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan kemampuan seorang peneliti dalam menerapkan dan menyusun secara sistematis teori-teori yang mendukung permasalahan dalam penelitian. Maka dalam penelitian ini, peneliti mengambil teori sebagai acuan kerangka berpikir yaitu Teori Dramaturgi oleh Erving Goffman.

Teori Dramaturgi menjelaskan bahwa interaksi sosial dapat disamakan dengan pertunjukan drama, di mana manusia berperan sebagai aktor yang memainkan peran untuk mencapai tujuan tertentu melalui tindakan dramatisnya.²¹

Keterkaitan antara Teori Dramaturgi dan bagaimana fenomena konten kreator UIN Ar-Raniry antara lain sebagai berikut:

1. Peran dan Identitas

²⁰ AANBJ Dewanta, "Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia", dalam *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia, Volume 9, Nomor 2*, (2020) hlm. 79

²¹ Margaret M. Poloma, *Sosiologi Kontemporer*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 229

Konten kreator TikTok sering kali memainkan peran-peran tertentu dalam video mereka. Mereka menciptakan karakter atau identitas yang dapat mencerminkan bagian dari diri mereka atau bahkan sepenuhnya fiktif. Hal ini sejalan dengan konsep peran dalam Teori Dramaturgi di mana individu memainkan peran yang berbeda-beda dalam kehidupan sehari-hari.

2. Pertunjukan Publik

TikTok adalah platform media sosial yang memungkinkan konten kreator untuk melakukan pertunjukan publik. Mereka menyajikan konten mereka kepada penonton yang luas, menciptakan efek dramatisasi pada kehidupan sehari-hari. Para pengguna TikTok, sebagai penonton, dapat melihatnya sebagai pertunjukan dramatis yang disusun untuk mendapatkan perhatian dan interaksi.

3. Pencapaian Tujuan

Sebagian besar konten kreator TikTok memiliki tujuan tertentu, seperti mendapatkan popularitas, meningkatkan jumlah pengikut, atau bahkan mencapai ketenaran. Ini sejalan dengan konsep mencapai tujuan tertentu melalui pertunjukan, seperti yang dijelaskan dalam Teori Dramaturgi.

4. Pembentukan Citra Diri

Konten kreator TikTok menggunakan media ini sebagai sarana untuk membentuk citra diri mereka. Mereka secara sengaja memilih bagian dari kehidupan mereka yang ingin mereka tampilkan dan memanipulasi citra diri mereka melalui presentasi dramatis. Ini mencerminkan konsep representasi diri dalam Teori Dramaturgi.

Dengan demikian, Teori Dramaturgi memberikan kerangka konseptual yang berguna untuk memahami bagaimana fenomena konten kreator TikTok dapat diinterpretasikan sebagai suatu pertunjukan sosial yang melibatkan peran, representasi diri, dan pencapaian tujuan tertentu.

C. Definisi Operasional

Guna memperjelas beberapa pengertian dari istilah di dalam penelitian ini, maka peneliti mencatumkan definisi operasional yang berguna sebagai penjelasan dari istilah terkait agar dapat lebih mudah memahami beberapa istilah yang terdapat dalam penelitian ini, adapun beberapa istilah yang perlu dijelaskan dalam penelitian ini meliputi Eksistensi, Motivasi, Video TikTok, dan Konten Kreator. Yaitu adalah sebagai berikut:

1. Eksistensi

Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu yang menjadi atau mengada. Hal ini sama seperti kata *existere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya mengalami kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengkatualisasikan potensi-potensi didalamnya.²²

Adapun eksistensi yang di maksud peneliti dalam penelitian ini adalah bagaimana seorang konten kreator selaku mahasiswa memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai sarana eksistensi diri guna mencapai tujuan eksis atau berkembang melalui sarana pemanfaatan aplikasi dengan baik.

2. Motivasi

Motivasi dimaknai sebagai dorongan yang mendasari kemampuan seseorang dalam memenuhi kebutuhannya.. Motivasi dapat diartikan sebagai kehendak untuk mencapai status, kekuasaan dan pengakuan yang lebih tinggi bagi setiap individu.²³

Adapun pengertian motivasi yang di maksud peneliti dalam penelitian ini adalah tentang apa asal mula penyebab seorang konten kretor TikTok yaitu mahasiswa UIN Ar-Raniry membuat konten

²² Zaenal Abidin, *Analisis Eksistensial*, (Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada, 2007), hlm. 16

²³ Maya Wulan Pramesti, "Pengertian, Proses dan Arti Penting dalam Organisasi", dalam *Jurnal Gema Eksos, Volume. 5, Nomor. 1, (2009)*.

joget TikTok sebagai suatu jenis konten pada akun sosial media TikTok miliknya.

3. Video TikTok

Video adalah media digital yang menunjukkan susunan atau urutan gambar gambar dan memberikan ilusi, gambaran serta fantasi pada gambar bergerak.²⁴ Sedangkan Aplikasi TikTok merupakan jaringan media sosial yang digunakan oleh penggunanya untuk membuat video pendek.

Adapun video TikTok yang dimaksud oleh peneliti dalam penelitian ini adalah video konten joget TikTok yang berupa gerakan mengikuti alunan musik atau di ikuti dengan *lipsynk* mengikuti lirik lagu. oleh konten kreator mahasiswa UIN Ar-Raniry pada akun media sosial TikTok miliknya.

4. Konten Kreator

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Sedangkan konten kreator adalah profesi yang membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi.²⁵

Konten kreator yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Ar-Raniry yang berperan sebagai pembuat konten video joget TikTok.

²⁴ Muhammad Ridwan Apriansyah, Kusno Adi Sambowo, Arris Maulana, “ Pengembangan Media Pembelajaran Video Berbasis Animasi Mata Kuliah Ilmu Bahan Bangunan Di Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta ”, dalam *Jurnal Pendidikan Teknik Sipil, Volume 9, Nomor 1*,(2020), hlm. 11

²⁵ Daniel Hermawan, “Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding Dalam Media Sosial ”, dalam *Jurnal Communication and Sociology, Volume 2, Nomor 1*,(2018), hlm. 97

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan lokasi untuk melakukan sebuah penelitian dan pengolahan data dengan berbagai cara pengumpulan data. Maka dari itu diperlukan lokasi penelitian yang erat kaitannya dengan fenomena yang sedang diteliti agar mendapatkan hasil data penelitian yang efektif. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan lokasi penelitian di ruang lingkup UIN Ar-Raniry sebagai lokasi penelitian yang sesuai dengan topik dibahas.

B. Jenis Penelitian

Pada penelitian skripsi ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai kualitatif dan bersifat deskriptif guna menjelaskan fenomena perilaku sosial yang terjadi. Mengutip dari gagasan Bodgan dan Taylor, metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan pengalaman peneliti saat berada dilapangan dalam mengamati fenomena yang terjadi sehingga peneliti dapat menemukan serta mengumpulkan data sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan.¹ Penelitian kualitatif digunakan untuk menggambarkan, menemukan, menyelidiki dan memaparkan kelebihan pengaruh sosial yang tidak mampu diukur, dijelaskan dan digambarkan apabila menggunakan penelitian kuantitatif.

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif guna mendapatkan titik terang ataupun jawaban dari pertanyaan yang telah tercantum dalam rumusan masalah, dimana peneliti akan dapat menggambarkan tentang bagaimana keadaan, kondisi serta bagaimana dapat di temukan berbagai gejala dalam hal lain untuk memperoleh berbagai data informasi yang selanjutnya di simpulkan dari hasil penelitian tersebut.

¹ Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Bandung, 2007), hlm. 4

C. Informan Penelitian

Informan penelitian ialah orang-orang yang memiliki informasi tentang objek penelitian. Dalam penelitian ini, informan berasal dari wawancara langsung dengan pelaku ataupun orang paham tentang fenomena yang diteliti dan di jadikan sebagai narasumber.²

Adapun teknik pemilihan informan yaitu dengan berdasarkan pertimbangan tertentu untuk mendapatkan data penelitian yang relevan. Maka dari itu, peneliti menjadikan perwakilan 1 atau 2 orang masing masing setiap fakultas di UIN Ar-Raniry sebagai narasumber terkait dengan penelitian

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan hal yang penting bagi peneliti dalam mencari hasil hasil atau data yang di perlukan untuk penelitian. Adapun sumber data dalam penelitian ini dibagi ke dalam dua, yaitu adanya data primer sebagai data utama dan data sekunder sebagai data tambahan yang di perlukan untuk pelengkap dari data penelitian.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.³ Dapat disimpulkan juga bahwasanya data primer merupakan data yang di dapat secara langsung dari sumber penelitian yang diperoleh saat melakukan pengamatan dan wawancara dengan narasumber atau informan. Artinya data primer adalah data yang diperoleh melalui teknik wawancara terhadap informan. Maka dari itu penulis menggunakan sumber data primer hasil wawancara kepada mahasiswa UIN Ar-Raniry untuk mengetahui tentang bagaimana

² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hlm. 43

³ Bagong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial: Sebagai Alternatif Pendekatan* (Jakarta: Kencana, 2007), hal. 55

dampak dari konten joget TikTok terdapat perilaku mahasiswa tersebut.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari sumber data kedua. Sumber data sekunder ini bisa didapatkan dalam bentuk sumber yang telah ada sebelumnya seperti: jurnal, buku, dokumen dan lainnya.⁴ Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data dari berbagai sumber seperti penelitian skripsi, jurnal, teori dan artikel yang berkaitan dengan konsep konsep penelitian yang membahas tentang apa motivasi mahasiswa UIN Ar-Raniry dalam membuat konten TikTok.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan penelitian secara langsung ke lokasi terjadinya fenomena dan permasalahan yang dibahas dalam penelitian yaitu di UIN Ar-Raniry guna memperoleh data-data yang diinginkan yang relevan dengan beberapa metode yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang melibatkan peneliti dengan mengamati orang-orang yang digunakan sebagai sumber data penelitian.⁵ Teknik observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi digital yang mengacu pada proses pengumpulan data atau informasi dengan memantau dan menganalisis perilaku, aktivitas, atau konten yang terjadi secara online. Ini melibatkan penggunaan teknologi dan alat digital untuk mengamati dan mendokumentasikan fenomena yang terjadi di dunia maya.

Peneliti dalam hal ini melakukan observasi dengan cara mengamati akun dan konten-konten video serta hal-hal yang termasuk di dalamnya. Yaitu pada akun TikTok informan penelitian

⁴ Bagong Suyanto, hal. 55

⁵ Bagong Suyanto, hal. 186

selaku konten kreator TikTok di UIN Ar-Raniry guna memperoleh data relevan dalam penulisan hasil penelitian.

2. Wawancara

Wawancara ialah suatu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan percakapan tanya jawab secara langsung guna memperoleh data penelitian.⁶ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara untuk menggali informasi secara mendalam, terbuka dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat utama pada topik penelitian. Proses sebelum wawancara telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif sehingga dengan wawancara terstruktur ini setiap narasumber diberi pertanyaan yang sama dan setiap proses hasil jawaban tanya jawab di catat guna proses penelitian lebih lanjut.

3. Dokumentasi

berupa setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik yang bersifat tulisan, lisan, gambaran, atau arkeologis.⁷ Adapun dokumentasi yang diambil dalam penelitian ini meliputi dokumentasi pada saat wawancara kepada para informan.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan tahapan dalam penelitian untuk penyederhanaan dari hasil sebuah penelitian. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi data

Reduksi data adalah teknik pemilihan data untuk sebuah hasil penelitian, penyederhanaan dan pembuangan data yang tidak perlu sehingga hasil penelitian menjadi suatu bacaan yang sederhana dan bermakna dan memudahkan pembaca dalam memahami isi pada

⁶ Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Bandung, 2007), hlm. 186

⁷ Natalina Wilamsari, "Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif", dalam *Jurnal Wacana, Volume 13, Nomor 2*, (2014), hlm. 178

penelitian. Penyederhanaan ini lebih menggunakan data yang primer, terarah dan mengacu pada pusat inti dari penelitian.⁸

2. Penyajian data

Penyajian data adalah kumpulan informasi yang tersusun yang dapat berguna untuk pengambilan kesimpulan dan tindakan. Adapun penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah data dalam bentuk teks naratif.⁹ Dengan melakukan penyajian dan menggambarkan sebuah hasil penelitian, lalu disusun secara terstruktur untuk mendapatkan sebuah hasil kesimpulan yang bagus dan dapat dipahami oleh pembaca.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah langkah penting dalam suatu kegiatan yang melibatkan aspek keseluruhan. Untuk memastikan kebenaran dan persetujuan, peneliti akan melakukan pengecekan kembali atau verifikasi sehingga validitasnya dapat terjamin.

10

⁸ Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung:Alfabeta, 2011), hal. 100

⁹ Hamid Patilima, hal. 101

¹⁰ Hamid Patilima, hal. 101

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Sejarah dan Penemu TikTok

TikTok adalah sebuah aplikasi media sosial yang berasal dari China dan dikembangkan oleh perusahaan bernama ByteDance. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi video pendek yang kreatif. TikTok menawarkan beragam pilihan musik dan filter yang dapat digunakan untuk meningkatkan kreativitas video. Durasi video di TikTok dibatasi hanya 30 detik, tetapi memberikan pengalaman video yang unik dan menarik. Awalnya, TikTok dikenal dengan nama Douyin di China. Pengguna dapat membuat video pendek berdurasi 30 detik untuk berbagi dengan pengguna lainnya. Aplikasi ini sangat sukses di China dengan mencapai 100 juta pengguna dalam waktu setahun. Namun, perusahaan memiliki visi untuk memperkenalkan aplikasi ini ke seluruh dunia. Oleh karena itu, nama Douyin diubah menjadi TikTok agar lebih mudah diingat dan menarik perhatian di luar China.¹ Dengan mengubah nama menjadi TikTok, mereka membuka pintu bagi popularitas global dengan konsep berbagi video pendek kreatif. Nama yang lebih universal dan fitur-fitur menarik seperti musik dan filter memastikan TikTok cepat menjadi fenomena global, mempengaruhi budaya digital secara luas dan cepat.

TikTok realease pada tahun 2016, namun popularitasnya melonjak pada tahun 2019, terutama setelah akuisisi perusahaan Musical.ly pada 2017. Aplikasi ini telah diunduh lebih dari 500 juta kali di Google Playstore di seluruh dunia. Keberhasilan TikTok dalam menarik perhatian banyak orang, terutama kalangan muda, tidak lepas dari antarmuka menarik dan berbagai fitur menarik yang ditawarkannya. Dengan jumlah pengguna aktif bulanan mencapai 1,4 miliar, mayoritas berusia di atas 18 tahun, TikTok berhasil

¹ Malimbe, Waani, dan Suwu, "Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado", dalam *Jurnal ilmiah society, Volume 1, Nomer 1,(2021)*, hlm. 132

meningkatkan penggunaan sebanyak 15,34% dari kuartal sebelumnya yang hanya 1,2 miliar. Penggunaan Aplikasi TikTok telah menjadi sangat populer di Indonesia dalam lingkungan media sosial. Aplikasi ini, yang dapat diunduh dari laman play.google.com, berfungsi sebagai platform global untuk berbagi video yang diberi dukungan oleh musik. Pengguna memiliki kemampuan untuk menampilkan tarian dan kreasi bebas melalui aplikasi ini, sementara para pembuat konten mendorong pengguna untuk berimajinasi dengan kreativitas yang tinggi dan mengekspresikan diri secara bebas.

Pada masa popularitas TikTok yang melonjak, TikTok dihadapi pemblokiran di Indonesia karena dianggap berdampak negatif bagi anak-anak. Langkah pemblokiran ini diambil oleh Kominfo sebagai respons terhadap hasil pemantauan yang dilakukan oleh tim AIS Kominfo, laporan dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Anak (Kemen PPA), Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI), serta aspirasi masyarakat umum. Departemen Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) Indonesia secara resmi melakukan pemblokiran TikTok di Indonesia pada tanggal 3 Juli 2018, karena konten dengan muatan negatif dan pengaturan usia pengguna yang dianggap tidak sesuai untuk masyarakat Indonesia.² Pemerintah menerima 2.853 laporan negatif dari masyarakat terkait aplikasi ini. Berita tentang pemblokiran ini menyebar cepat melalui berbagai media di Indonesia, terutama pada tanggal 4 Juli di mana Kemenkominfo menemukan 70 artikel khusus membicarakan aplikasi TikTok.³

² Febi Alicia, Faiza Shakira Saina Harahap, Dini Lestari, “Peran Tiktok Di zaman Milenial Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online”, dalam *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, Volume 2, Nomor 2, (2022), hlm. 355

³ Kementerian Komunikasi dan Informasi, “Ini Penyebab Kominfo Putuskan Blokir Tik Tok”, Kominfo, https://www.kominfo.go.id/content/detail/13331/inipenyebab-kominfo-putuskan-blokir-tik-tok/0/sorotan_media.

Belakangan ini, penggunaan Aplikasi TikTok telah menjadi sangat populer di Indonesia dalam lingkungan media sosial. Aplikasi ini, yang dapat diunduh dari laman play.google.com, berfungsi sebagai platform global untuk berbagi video yang diberi dukungan oleh musik. Pengguna memiliki kemampuan untuk menampilkan tarian dan kreasi bebas melalui aplikasi ini, sementara para pembuat konten mendorong pengguna untuk berimajinasi dengan kreativitas yang tinggi dan mengekspresikan diri secara bebas.



Gambar 4.1 Aplikasi TikTok di PlayStore

TikTok diciptakan untuk menginspirasi kreativitas penggunanya, dengan cara mengajak mereka untuk berkreasi sebebas mungkin dalam membuat video konten yang menarik dan menghibur. Selain itu, durasi video pendek pada platform Tik Tok juga menjadi salah satu alasan mengapa aplikasi ini diminati.⁴

⁴ Armylia Malimbe, Fonny Waani, Dan Evie A.A. Suwui, "Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar Di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam

Berdasarkan laporan dari kr-asia.com, aplikasi jejaring sosial yang fokus pada video pendek memiliki daya tarik khusus bagi pengguna karena mereka dapat dengan cepat mengenali konten yang mereka sukai, dan jika tidak tertarik, mereka dapat segera melompati video tersebut tanpa menghabiskan banyak waktu karena durasinya yang singkat. Laman tersebut juga mencantumkan alasan lain mengenai popularitas TikTok, yaitu penggunaan teknologi AI dari Jinri Toutiao yang meliputi pengenalan wajah, pengenalan tubuh, dan pembuatan gambar 3D yang didukung oleh mesin dan teknologi pengenalan gambar yang inovatif. Aplikasi ini juga menawarkan stiker layar penuh, permainan tari, stiker realitas augmentasi (AR), dan pewarnaan 3D. Selain itu, terdapat juga trend hashtag #Challenge, di mana pengguna yang menggunakan hashtag ini dalam video Tik Tok mereka sebenarnya menantang pengguna lain untuk membuat video dengan tema serupa, yang kemudian bisa menjadi viral karena banyak pengguna yang ikut serta. Hingga saat ini, TikTok masih sangat populer di kalangan milenial di Indonesia dan masih merajai di berbagai belahan dunia.

Kehadiran Tik Tok di Indonesia dimulai pada bulan September 2017. Viv Gong, yang menjabat sebagai Kepala Pemasaran TikTok, menyatakan bahwa Indonesia merupakan salah satu target utama dari perusahaan ini. Dengan pertumbuhan statistik pengguna internet yang terus meningkat di Indonesia, Gong yakin bahwa aplikasi ini memiliki potensi untuk tumbuh di negara ini.⁵ Selain itu, pihak Tik Tok juga menyadari betapa generasi muda di Indonesia memiliki tingkat rasa percaya diri dan kreativitas yang tinggi. Munculnya profesi-profi baru seperti *YouTuber*, *Instagrammer*, *Vlogger*, dan *Blogger* juga menjadi faktor penting yang mendorong optimisme TikTok dalam merambah Indonesia. TikTok mengadopsi strategi

Ratulangi Manado”, dalam *Jurnal Ilmiah Society, Ekonomi Dan Manajemen (Jikem)*, Volume 1, Nomor 1,(2021), hlm. 7

⁵ Ayang Fitrianti, Errika Dwi Setya Watie. Firdaus Azwar Ersyad, “Ersonal Branding Mahasiswa Ilmu Komunikasi Usm Geri Da Pinto”, dalam *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, Volume 23, Nomor 1,(2021), hlm. 20

pemasaran influencer sebagai pendekatan utama dalam memperkenalkan aplikasinya. Ketika diluncurkan di Indonesia, TikTok mengundang 100 kreator konten untuk memperkenalkan aplikasinya. Beberapa tokoh muda yang populer seperti Salshabilla Adriani dan Suppanad Jittaleela juga dilibatkan oleh TikTok untuk mempromosikan peluncuran aplikasi ini. Strategi ini terbukti berhasil, terutama di Indonesia di mana pemasaran melalui influencer menjadi salah satu pilihan utama dalam memasarkan produk.

TikTok menjadi sangat populer di Indonesia, bahkan melampaui target dari tim pemasaran perusahaan itu sendiri. Banyaknya pengguna aplikasi TikTok di Indonesia yang mencapai lebih dari 10 juta, mayoritas penggunanya adalah anak berusia remaja hingga dewasa, maka dari itu dapat kita ketahui aplikasi TikTok telah menjadi primadona, dan digandrungi para generasi millennial yang mayoritasnya adalah anak muda.⁶ Meskipun pada awalnya ditargetkan kepada remaja, minat anak-anak di Indonesia terhadap TikTok juga sangat tinggi. Pengguna Tik Tok kini tidak hanya terbatas pada remaja, tetapi juga melibatkan anak-anak usia 7-15 tahun. Situasi ini mengakibatkan munculnya kontroversi seputar penggunaan TikTok di Indonesia. Akibatnya, pengguna TikTok terbagi menjadi dua kelompok, yakni yang mendukung keberadaan TikTok di Indonesia dan yang menentang kehadirannya.

1. Sistem aplikasi

TikTok merupakan suatu platform media sosial yang fokus pada pembuatan video pendek yang kreatif dan menarik. Penggunaanya dapat menciptakan video dengan durasi singkat, umumnya antara 15 hingga 60 detik, dan menggabungkan elemen musik populer, efek visual, serta fitur interaktif guna menghasilkan

⁶ Yohana Noni Bulele, "Analisis Fenomena Sosial Media dan Kaum Millennial: Studi Kasus TikTok" dalam *Jurnal Universitas Internasional Batam*, Volume 1, Nomor 1, (2020), hlm. 566

konten yang menarik.⁷ Teknologi canggih yang menjadi dasar aplikasi ini menganalisis tingkah laku pengguna, seperti tindakan suka, komentar, dan durasi tontonan, untuk menyusun tampilan beranda yang disesuaikan dengan preferensi masing-masing individu. Melalui fitur-fitur seperti efek augmentasi realitas (AR) dan pilihan musik yang beragam, pengguna memiliki kesempatan untuk menciptakan video yang orisinal dan menarik.

Salah satu ciri khas TikTok adalah trend dan tantangan yang merajalela. Pengguna seringkali ikut serta dalam tantangan kreatif, seperti tarian atau tugas-tugas tertentu, yang membantu memperkuat rasa persatuan dalam komunitas. Se jauh masalah privasi, TikTok memberi wewenang kepada pengguna untuk mengontrol siapa yang dapat melihat konten yang mereka hasilkan, dan juga memiliki kebijakan komunitas yang mengatur jenis konten yang diizinkan bagi para kreator konten.⁸ TikTok juga menyuguhkan peluang untuk menghasilkan pendapatan melalui berbagai program seperti TikTok Creator Fund dan Live Gifts mengizinkan para kreator untuk memperoleh penggantian atas popularitas konten yang mereka buat.

Sebagai wadah utama dan pionir dalam video singkat, TikTok telah meraih popularitas luar biasa di berbagai bidang ekspresi kreatif. Dalam berbagai genre seperti musik, tarian, edukasi, kecantikan, fesyen, dan bakat, TikTok memberikan panggung virtual bagi pengguna untuk menggali imajinasi dan mengungkapkan diri dengan cara bebas dan inovatif.⁹ Dengan antarmuka yang mudah dipahami, platform ini menarik generasi terkini yang ingin dengan cepat dan tanpa hambatan membuat video pendek yang unik, lalu membagikannya kepada teman-teman atau khalayak global. Namun,

⁷Agus Darmawan,Iwan Muhammad Ridwan, “Fenomena Video Vertikal dalam Kehidupan Masyarakat”, dalam *Jurnal Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, Volume 4, Nomor 1,(2023)*, hlm. 25

⁸ Oktaviana Maria,"Analisis Personal Branding Melalui Media Sosial" dalam *Penelitian Inovatif (JUPIN), Volume 3, Nomor 2,(2023)*, hlm. 525

⁹ Rosiana, Puput Silva,, “Analisis Aplikasi Tiktok Berdasarkan Prinsip Dan Paradigma Interaksi Manusia Dan Komputer Menggunakan Evaluasi Heuristic”, dalam *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan, Volume 11, Nomor 1,(2023)*, hlm. 64

TikTok bukan hanya sekadar platform, melainkan komunitas dan juga pengguna dapat merasakan kebebasan dalam mengartikulasikan gagasan dan emosi mereka. Selain itu, TikTok menjadi tempat pertemuan individu dengan minat dan semangat serupa. Dengan cara ini, platform ini mampu membentuk ikatan antara mereka yang berbagi minat dan inspirasi, menciptakan dunia maya yang inklusif.

Di tengah era digital yang cepat, TikTok hadir sebagai tempat di mana trend dan konten populer berkembang pesat. Pengguna dapat dengan mudah menemukan video-video yang sedang viral, mengikuti tantangan kreatif terbaru, atau mengikuti berita terkini yang relevan dan menarik bagi kalangan muda. Dengan begitu, TikTok tak hanya menghibur, tetapi juga menjadi sumber informasi yang menarik bagi generasi saat ini.¹⁰ TikTok juga berkomitmen untuk memberdayakan pembuat konten dan memberikan peluang bagi mereka yang ingin berpartisipasi dalam revolusi konten digital. TikTok menyediakan wadah untuk berbagi, menginspirasi, dan mengembangkan kreativitas guna membentuk ekosistem beragam dan dinamis, menghasilkan berbagai konten berkualitas tinggi. Secara keseluruhan, TikTok muncul sebagai platform inovatif yang mencerminkan semangat masa kini dalam berkegiatan dan berinteraksi dengan memberikan ruang ekspresi yang tak terbatas, memudahkan akses ke trend terkini, serta membangun komunitas yang kreatif dalam era digital.

2. Pengguna TikTok di Indonesia dan Aceh

TikTok telah menjadi sebuah fenomena sosial yang kuat di Indonesia, terutama di kalangan generasi muda, dengan dampak yang signifikan dalam cara mereka berinteraksi dengan konten digital. Sebagai platform media sosial berbasis video, TikTok telah berhasil menarik minat dan kreativitas para pengguna di Indonesia dan juga mengubah cara mereka berpartisipasi dalam pembuatan

¹⁰Shafirah Pertiwi, "Konsumsi Media Sosial Tik Tok Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya ", dalam *Jurnal Emripika, Volume 6, Nomor 1,(2022)*, hlm.131

video pendek yang inovatif dan beragam. Menurut Angga Anugrah Putra, Head of User and Content Operations TikTok Indonesia, selama dua tahun lebih TikTok hadir di Indonesia semakin banyak masyarakat yang menikmati untuk berkreatifitas di TikTok. Popularitas TikTok di Indonesia dapat dijelaskan melalui sejumlah faktor yang mengakibatkan bagaimana fenomena masyarakat Indonesia ramai dalam membuat konten dan terbatas dari kalangan apapun baik tua maupun anak muda, kaya ataupun miskin dan berbagai hal keberagaman lainnya.¹¹ Konten yang dihasilkan oleh pengguna seringkali menggabungkan kreativitas dan hiburan, seperti tarian, tantangan (challenges), lip syncing, vlog singkat, dan video komedi yang memiliki daya tarik tambahan datang dari fitur-fitur visual, filter, dan musik yang beragam, memungkinkan pengguna untuk menciptakan video yang menarik perhatian.

Sejumlah pengguna TikTok di Indonesia telah meraih popularitas yang luar biasa hingga membuka peluang untuk bekerja sama dengan merek-merek terkenal melalui endorse, tampil dalam acara-acara, dan bahkan membangun karier di dunia hiburan. TikTok memiliki dampak yang cukup besar juga dalam perkembangan trend-trend seperti tarian, gaya berpakaian, gaya rambut, dan istilah-istilah baru sering kali bermula atau populer melalui platform ini. Pengguna seringkali berusaha meniru atau mengikuti trend-trend ini, yang memicu popularitas dalam penyebaran video TikTok tersebut dapat membludak dengan sangat pesat hingga trend yang muncul dapat tersebar dan diketahui oleh pengguna dalam skala jumlah penonton yang sangat besar.

Di Aceh sendiri TikTok juga merupakan aplikasi yang ramai di gunakan. Pada awal kemunculannya, TikTok ramai mendatapati berbagai kontroversi di karenakan tontonan konten di dalamnya yang banyak yang tidak sesuai untuk di lihat, terutama untuk anak

¹¹ Zahidah Bashiroturrohman, Sisika Martha Nur Cahyan Dan Andhita Risiko Faristiana, "Pengaruh Media Sosial Tik - Tok Terhadap Karakter Siswa Sekolah Dasar" dalam *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial, Volume 1, Nomor 3,(2023)*, hlm. 124

di bawah umur yang seharusnya tidak melihat konten video yang tidak layak tonton untuk kalangan anak seusianya.¹² Seiring perkembangan teknologi informasi, masyarakat menyadari aplikasi media sosial bisa bermanfaat bukan hanya sebagai hiburan, tetapi juga untuk promosi, berita terbaru, dan fenomena viral. Masyarakat mulai beradaptasi dengan media sosial, tetapi juga perlu adanya pengawasan orang tua untuk anak-anak. Penggunaan aplikasi TikTok di kota Banda Aceh berdampak positif dan negatif. Dampak positifnya adalah hanya untuk sebatas hiburan, sarana promosi bagi online shop dan endorse bagi pengguna TikTok yang sudah terkenal. Sedangkan dampak negatif dari aktualisasi diri dalam penggunaan aplikasi TikTok adalah hilangnya rasa malu yang seharusnya dimiliki oleh kalangan remaja yang telah menempuh dunia pendidikan dan kurang mencerminkan adat dan budaya aceh yang menjunjung syariat islam.¹³

Penggunaan TikTok di Aceh menunjukkan karakteristik unik yang sesuai dengan budaya dan komunitas lokal. Platform ini berperan sebagai wadah bagi penduduk Aceh untuk secara kreatif mengungkapkan aspek identitas budaya mereka secara istimewa dalam bentuk video singkat, mereka mampu berbagi unsur-unsur tradisional, tarian daerah yang khas, serta kekayaan warisan budaya Aceh kepada khalayak global. Selain menjadi alat promosi untuk kecantikan destinasi pariwisata alam dan situs bersejarah Aceh, TikTok juga dimanfaatkan sebagai alat pendidikan informal yang efektif. Masyarakat Aceh menggunakan platform ini untuk menyampaikan informasi terkait sejarah, isu-isu lingkungan, dan permasalahan sosial dengan cara yang menarik, bertujuan untuk

¹² Gina Raehani, Oding Supriadi, dan Hendra Setiawan, "Analisis Tindak Tutar Direktif Pada Akun Tik Tok @Vmulliana dan Relevansinya Sebagai Penyusunan Handout", dalam *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Volume 8, Nomor 1*,(2022), hlm.153-160

¹³ Yurliana, Rahmat Saleh, Dan Zakira Azman, "Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Wujud Aktualisasi Diri Didunia Maya (Studi Pada Pengguna Aplikasi TikTok di Kota Banda Aceh)" dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK, Volume 7, Nomor 1*,(2022), hlm. 7.

meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap hal-hal yang bersifat signifikan. Contoh nyata dapat ditemukan dalam akun TikTok @UIN_Ar-Raniry dari UIN Ar-Raniry, yang menggunakan TikTok sebagai media untuk menyebarkan informasi kepada mahasiswa serta khalayak umum yang aktif menggunakan media sosial ini.

3. Remaja muslim di TikTok

Dalam perkembangan teknologi yang begitu cepat, TikTok telah menjadi panggung bagi remaja Muslim untuk memperlihatkan beragamnya nilai-nilai Islam. Mulai dari pakaian yang mematuhi prinsip-prinsip keagamaan hingga video makanan halal yang sesuai dengan aqidah syariat islam, TikTok telah membuka pintu bagi remaja muslim untuk berbagi bagian-bagian dari kehidupan yang tercermin dari sudut pandang agama islam. Selain daripada itu, platform ini juga menjadi media untuk berbicara tentang isu-isu sosial dan agama yang sedang berkembang dalam masyarakat.

TikTok memberi remaja Muslim panggung kreatif untuk menyebarkan pesan keislaman dan menunjukkan bahwa iman dan budaya modern bisa harmonis. Dakwah disampaikan melalui aplikasi TikTok sangat efektif, karena melihat banyaknya pengguna aplikasi TikTok di zaman sekarang, apalagi konten konten dakwah yang disampaikan kreatif mengikuti perkembangan zaman, mulai dari cara pengemasan hingga penayangan dikemas secara singkat dan sangat baik dapat membuat penonton konten dakwah di aplikasi TikTok lebih mudah untuk memahami.¹⁴ Namun, di tengah semua peluang positif ini, remaja Muslim di TikTok juga menghadapi tantangan. Lingkungan media sosial yang beragam sering kali menciptakan konflik antara berbagai nilai dan norma terutama aturan aturan syariat islam yang harus di patuhi dan menjadi landasan bagi umat muslim dalam bersikap baik dalam kehidupan sehari hari maupun juga dalam menggunakan aplikasi TikTok. Remaja dapat menayangkan konten apapun secara bebas di aplikasi TikTok. Maka

¹⁴ Shafa Tasya Kamilah, dkk, "Analisis Konten Dakwah dalam Aplikasi Tik Tok di Kalangan Remaja" dalam *Jurnal Aladalah, Volume 1, Nomor 1,(2023)*, hlm. 60.

dari itu konten yang di sajikan belum tentu sesuai dengan ajaran islam karena semakin banyaknya konten yang sudah tersedia di Tik tok, sehingga para remaja susah untuk membedakan mana konten yang baik, mana konten yang tidak baik untuk ditonton.¹⁵

Peran remaja Muslim di TikTok, dengan segala tantangannya, sangat penting dalam menjembatani kesenjangan antara identitas agama dan keterhubungan dengan dunia yang lebih luas, serta menjadi perwakilan yang mengusung pesan toleransi, dan pemahaman tentang Islam dalam lingkungan yang mungkin beragam dan terpecah-belah. Melalui konten-konten, remaja muslim tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga mengajak untuk merangkul perbedaan dan merayakan persatuan. Pada akhirnya, fenomena ini menekankan betapa kuatnya dampak teknologi pada cara kita berinteraksi dan berkomunikasi. Generasi muda Muslim di TikTok tidak hanya menciptakan cerita pribadi, tetapi juga turut membentuk cerita bersama tentang bagaimana agama, identitas, dan budaya dapat saling berbaaur dalam dunia digital yang semakin terhubung.

Konsep Islam telah di praktekan oleh Nabi sebagai Uswah Khasanah bagi seluruh umat, Pendidikan etika yang baik terdapat dalam agama karena nilai-nilai etika yang dipatuhi dari kesadaran diri. Islam sebagai pedoman hidup manusia dan untuk memberikan solusi terhadap berbagai persoalan kemanusiaan. Diantaranya masalah etika sosial persaudaraan dan perdamaian. Etika dan moralitas adalah puncak nilai keberagamaan seorang muslim.¹⁶ Oleh karena itu, dalam menyikapi berbagai fenomena sosial pada zaman modern yang semakin berkembang, remaja muslim juga akan harus menyesuaikan dirinya dengan berbagai problematika sosial terutama pada aplikasi TikTok yang jika pemuda muslim tidak dapat memfilter bagaimana dan apa saja konten yang seharusnya tidak di

¹⁵ Shafa Tasya Kamilah,dkk, "Analisis Konten Dakwah dalam Aplikasi Tik Tok di Kalangan Remaja", hlm. 60

¹⁶ Slamet Pujiono, "Membangun Integritas Pendidikan Etika dalam Konsep Islam" dalam *Jurnal Al-Hikmah, Volume 1, Nomor 1*,(2020), hlm. 70.

pertontonkan oleh remaja muslim maka akan berakibat besar melanggar terhadap akidah dan ketentuan syariat.

B. Sejarah Universitas Negeri Islam Ar-Raniry

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry resmi didirikan berdasarkan ketentuan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2013 yang mengatur perubahan status Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Selain itu, langkah ini juga merujuk pada Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 yang menjelaskan secara rinci mengenai struktur organisasi dan tata kerja yang berlaku di lingkungan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

IAIN adalah singkatan dari Institut Agama Islam Negeri dan kata Ar-Raniry yang dinisbahkan kepada IAIN Banda Aceh adalah nama seorang Ulama besar dan mufti yang sangat berpengaruh pada masa Sultan Iskandar Tsani (memerintah tahun 1637-1641). Ulama besar tersebut nama lengkapnya Syeikh Nuruddin Ar-Raniry yang berasal dari Ranir (sekarang Rander) di Gujarat, India. Beliau telah memberikan kontribusi yang amat berharga dalam pengembangan pemikiran Islam di Asia Tenggara khususnya di Aceh.¹⁷ UIN Ar-Raniry menyatakan bahwa telah ada tiga fakultas yang berdiri terlebih dahulu sebelum peresmian IAIN Ar-Raniry, yaitu Fakultas Syariah tahun 1960, dan Fakultas Tarbiyah tahun 1962 yang merupakan cabang dari IAIN Sunan Kalijaga. Sedangkan Fakultas Ushuluddin berdiri tahun 1962 tetapi dengan status swasta. Setelah beberapa tahun menjadi cabang IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, pada tahun 1963 IAIN Ar-Raniry resmi berdiri dengan memiliki tiga fakultas yaitu Fakultas Syariah, Tarbiyah, dan Ushuluddin. Selanjutnya beberapa tahun kemudian, bertambah dua fakultas baru

¹⁷ Direktorat Pembinaan Pengelolaan Keuangan Blu Direktorat Jenderal Perbendaharaan, "Universitas Islam Negeri Ar Raniry Darussalam Banda Aceh ", [https://blu-djpb.kemenkeu.go.id/index.php?r=publication/blu/view&id=112#:~:text=Sejarah,memerintah%20tahun%201637%2D1641\).](https://blu-djpb.kemenkeu.go.id/index.php?r=publication/blu/view&id=112#:~:text=Sejarah,memerintah%20tahun%201637%2D1641).)

yaitu Fakultas Dakwah pada tahun 1968 dan Fakultas Adab tahun 1983.

Sejak berdirinya sampai dengan sekarang, IAIN Ar-Raniry telah mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini dapat dilihat dari pertambahan jumlah jurusan di dalam masing-masing fakultas, jumlah mahasiswa yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Bahkan pada Oktober 2013, IAIN Ar-Raniry telah resmi berubah menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Perubahan status kelembagaan ini telah menuntut UIN Ar-Raniry untuk memperluas kajian keilmuannya tidak hanya pada ilmu pengetahuan agama, tetapi juga mengintegrasikannya dengan ilmu pengetahuan umum (yang selama ini dipahami sekuler), sehingga berdiri tiga fakultas baru yaitu Fakultas Sains dan Teknologi, Psikologi, dan Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan (Fisip). Selain itu, ada juga fakultas yang berdiri sendiri yang sebelumnya merupakan bagian dari Fakultas Syariah dan Hukum, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis.¹⁸

Dalam lingkup administrasi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry berada dalam naungan Kementerian Agama Republik Indonesia, yang pengawasan serta pelaksanaannya dikerahkan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Islam melalui Direktorat Perguruan Tinggi Agama Islam.¹⁹

1. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry memiliki sembilan fakultas. Antara lain, terdapat Fakultas Syari'ah dan Hukum yang memiliki enam program studi, yaitu Ilmu Hukum, Hukum Keluarga, Hukum Pidana Islam, Perbandingan Mazhab dan Hukum, Hukum Ekonomi Syari'ah, serta Hukum Tata Negara. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan memiliki 12 program studi, antara lain Pendidikan Teknik Elektro, Pendidikan Teknologi Informasi, Pendidikan Fisika, Pendidikan Matematika, Pendidikan Kimia, Pendidikan Biologi,

¹⁸ Inayatillah, "Potret Relasi Gender Di Uin Ar-Raniry" . dalam *International Journal Of Child And Gender Studies, Volume 3, Nomor 2,(2017)*, hlm. 49-66

¹⁹ Panduan Akademik Universitas Ar-Raniry 2019/2020, hlm. 2-3

Bimbingan dan Konseling Islam, Pendidikan Agama Islam, Manajemen Pendidikan Islam, Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Pendidikan Islam Anak Usia Dini, serta Pendidikan Bahasa Arab dan Pendidikan Bahasa Inggris. Fakultas Ushuluddin dan Filsafat memiliki lima program studi, yakni Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Aqidah dan Filsafat Islam, Studi Agama-Agama, Sosiologi Agama, dan Ilmu Hadis. Fakultas Dakwah dan Komunikasi memiliki lima program studi: Manajemen Dakwah, Pengembangan Masyarakat Islam, Bimbingan dan Konseling Islam, Komunikasi dan Penyiaran Islam, serta Kesejahteraan Sosial. Fakultas Adab dan Humaniora menawarkan tiga program studi: Ilmu Perpustakaan, Bahasa dan Sastra Arab, serta Sejarah Kebudayaan Islam. Fakultas Ilmu Sosial dan Pemerintahan memiliki dua program studi, yaitu Ilmu Politik dan Administrasi Negara. Fakultas Psikologi hanya memiliki satu program studi, yaitu Psikologi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyediakan tiga program studi: Ilmu Ekonomi, Ekonomi Syari'ah, dan Perbankan Syari'ah. Serta Fakultas Sains dan Teknologi memiliki lima program studi: Arsitektur, Teknik Lingkungan, Teknik Fisika, Biologi, dan Kimia.

Merujuk pada data mahasiswa tahun 2022 Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh memiliki 32.734 mahasiswa yang aktif kuliah. Sedangkan pada tahun ajaran baru 2023 mahasiwa baru UIN Ar-Raniry berjumlah 6.185 mahasiwa jadi jika di jumlahkan total keseluruhan jumlah mahasiswa UIN art raniry adalah berjumlah kurang lebih 38.919 mahasiswa.²⁰

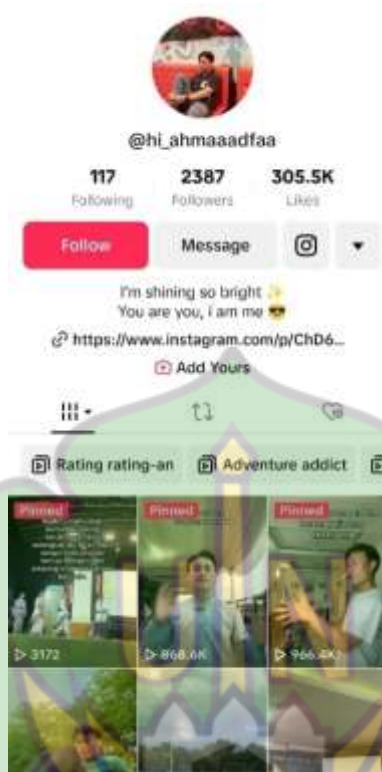
2. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat data akun TikTok 10 orang informan atau mahasiswa yang menjadi subjek dalam penelitian ini, yang telah menjawab pertanyaan dan telah ikut berpartisipasi dalam penelitian ini.

²⁰ Kementerian Agama Republik Indonesia, "UIN Ar-Raniry Terima 6.185 Mahasiswa Baru", <https://kemenag.go.id/nasional/UIN-ar-raniry-terima-6185nbsp-mahasiswa-baru-u6564t>

Pertama adalah pemilik akun TikTok dengan username @hi_ahmaadfaa, seorang mahasiswa berusia 23 tahun yang berasal dari kota Medan, adalah seorang mahasiswa fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry angkatan 2019. @hi_ahmaadfaa pertama kali aktif dan membuat konten di TikTok di mulai pada tahun 2021. Hingga saat ini dia telah membagikan total 116 video dengan beragam tema. Kontennya mencakup video joget atau dance yang penuh semangat, momen dari kegiatan seni yang ia ikuti di sanggar seni kampus, pengalaman seru dalam kegiatan kemahasiswaan, vlog yang memberikan pandangan lebih mendalam tentang kehidupan pribadinya, dan momen-momen seru selama aktivitas perkuliahan.

Akun TikTok @hi_ahmaadfaa telah berhasil menarik perhatian banyak pengguna TikTok. Saat ini akun tersebut telah memiliki 2.399 pengikut, sebuah angka yang terus bertambah seiring berjalannya waktu. Akun tersebut juga mengikuti 117 pengguna lain di platform ini, menunjukkan keterlibatannya aktif dalam komunitas TikTok yang lebih besar. Namun, yang paling mencolok adalah jumlah suka pada kontennya yang mencapai lebih dari 305,4 ribu. Ini adalah indikasi kuat betapa beragamnya audiensnya, yang terdiri dari berbagai latar belakang dan minat. Dalam bio profil TikTok-nya, Fajar dengan jelas mengekspresikan sisi kepribadiannya yang kuat dengan kata-kata yang menggambarkan kepercayaan dirinya dan sikap positifnya, yaitu "I'm shining so bright, you are you, I am me." Postingan pertama yang Fajar bagikan di TikTok pada tanggal 7 Oktober 2021 adalah langkah awal dalam perjalanannya sebagai seorang konten kreator. Postingan tersebut berhasil menarik perhatian 4.265 penonton, dan sejak itu, ia terus berinovasi dengan konten-konten menarik terutama konten joget. Rata-rata jumlah suka di setiap postingannya berkisar antara 100 hingga 3000 lebih suka, dan postingan terpopuler menerima lebih dari 107 ribu suka, menandakan daya tarik dan kualitas kontennya. Jumlah penontonnya pun sangat bervariasi, mulai dari 267 hingga mengesankan 966,2 ribu penonton, yang merupakan bukti bahwa kontennya berhasil menjangkau banyak orang.



Gambar 4.2 Akun TikTok @hi_ahmaadfaa

Kedua adalah akun TikTok dengan username @rhdatu**aaa dimiliki oleh seorang mahasiswa berusia 20 tahun asal Banda Aceh. Ia adalah seorang mahasiswi angkatan 20 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Akun TikTok ini pertama kali dibuat pada tahun 2022 dan mulai mengunggah konten joget pada tanggal 25 Desember 2022. Sejak memulai perjalanannya di dunia TikTok, akun @rhdatu**aaa telah membagikan 43 video dengan fokus utamanya pada tarian TikTok dan konten "jedag jedug" (JJ), yang saat ini sedang populer di platform ini. Menariknya, akun ini telah mengumpulkan 8,914 pengikut, sementara @rhdatu**aaa sendiri mengikuti 276 pengguna lainnya. Total jumlah suka yang diterima oleh akun ini mencapai 298,400, mencerminkan tingginya popularitasnya. Postingan pertama yang diunggah oleh @rhdatu**aaa pada tanggal 9 Januari 2022 telah dilihat sebanyak 278,000 kali, menunjukkan daya tarik

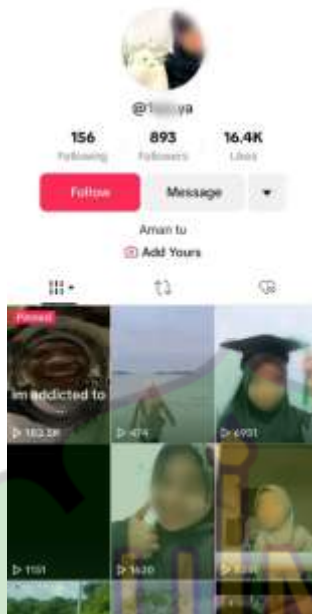
awal kontennya. Rata-rata jumlah suka dalam setiap postingan berada dalam kisaran antara 80 hingga 300 suka, namun ada dua video yang berhasil menarik perhatian pengguna TikTok dengan jumlah suka yang mencapai 38,900 dan 118,400 suka. Ini merupakan prestasi yang sangat mengesankan. Selain itu, akun @rhdatu**aaa juga memiliki jumlah penonton rata-rata yang stabil, dengan setiap video biasanya dilihat oleh antara 1,000 hingga lebih dari 6,000 penonton. Dua video dalam kategori "For You Page" (FYP) bahkan mencapai angka yang luar biasa, dengan jumlah penonton mencapai 278,000 dan bahkan 609,700 penonton. Ini menunjukkan bahwa kontennya sangat disukai oleh banyak orang dan memiliki potensi untuk menjadi viral di TikTok.



Gambar 4.3 Akun TikTok @rhdatu**aaa

Ketiga adalah akun TikTok dengan username @1*j*.ya adalah salah satu akun yang menonjol di platform tersebut. Akun ini dimiliki oleh seorang mahasiswa berusia 23 tahun yang berasal dari

Meulaboh dan saat ini sedang mengejar gelar di Fakultas Sains dan Teknologi di Universitas Negeri Ar Raniry. Dengan pengikut yang terus bertambah, ia telah menjadikan TikTok sebagai tempat untuk mengekspresikan diri, berbagi pengalaman, dan menghibur orang-orang di seluruh dunia. @1*j*.ya pertama kali memulai perjalanannya di TikTok pada tahun 2021, dan sejak itu telah memposting sebanyak 14 video. Dua jenis kontennya yang utama adalah joget dan kegiatan kemahasiswaan. Dalam setiap video yang ia bagikan, ia menampilkan bakatnya dalam menari serta momen-momen seru dan berkesan dari kehidupan mahasiswa di Universitas Negeri Ar Raniry. Postingan pertama yang diunggah oleh @1*j*.ya datang pada tanggal 05 November 2021. Meskipun awalnya hanya dilihat oleh 772 penonton, akun ini telah berkembang pesat dan semakin banyak orang yang menikmati setiap videonya. Dalam perjalanan ini, ia telah melihat fluktuasi dalam jumlah penonton, dengan beberapa video yang mencapai hingga 182.5 ribu penonton. Rata-rata jumlah suka dalam setiap postingan @1*j*.ya berkisar antara 100 hingga 300 suka, yang menunjukkan bahwa pengikutnya selalu aktif memberikan dukungan dengan menyukai dan membagikan kontennya dan Hingga saat ini, ia telah mengumpulkan lebih dari 16.3 ribu suka dari pengikutnya, menunjukkan betapa banyak orang yang terhibur oleh kontennya. Namun, yang paling mengesankan adalah video yang paling populer dengan 14.2 ribu suka. Ini adalah bukti kekuatan kontennya dan kemampuannya untuk menghibur dan menginspirasi banyak orang.



Gambar 4.4 Akun TikTok @1*j*.ya

Keempat adalah Akun TikTok dengan username @no**aa5702 adalah milik seorang mahasiswa berusia 20 tahun yang berasal dari Lhokseumawe, sebuah kota yang terletak di Provinsi Aceh, Indonesia. Saat ini, dia sedang menempuh studi di Universitas Negeri Ar Raniry, tepatnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam(FEBI) angkatan tahun 2020. Akun TikTok ini pertama kali dibuat pada tahun 2021, dan ia mulai memposting konten joget pada tanggal 6 Februari 2022. Hingga saat ini, akun @no**aa5702 telah mengunggah 46 video dengan jenis konten utama berupa joget TikTok dan tarian adat Aceh. Dengan semangat untuk memperkenalkan kekayaan budaya Aceh kepada dunia, akun ini telah berhasil menarik perhatian banyak pengikut. Jumlah pengikut akun ini mencapai 1,134 pengguna, sementara @no**aa5702 sendiri mengikuti 319 pengguna. Total suka (likes) yang diterima akun ini adalah sebanyak 6,423.

Postingan pertama yang diunggah oleh @no**aa5702 ada pada tanggal 3 Maret 2021 dan telah ditonton sebanyak 3,484 kali. Hal ini menunjukkan bahwa sejak awal, kontennya telah mendapatkan perhatian dari pengguna TikTok. Rata-rata jumlah

suka dalam setiap postingan berada dalam rentang 100-300 suka, yang menunjukkan bahwa pengikutnya sangat menyukai kontennya. Jumlah suka tertinggi yang pernah diterima akun ini mencapai 1,271 suka, menunjukkan bahwa ada banyak pengguna yang sangat mengapresiasi kontennya. Jumlah penonton rata-rata setiap video berkisar antara 100 hingga 3,000 penonton, yang menunjukkan bahwa akun ini memiliki basis penonton yang solid. Bahkan, jumlah penonton terbanyak yang pernah ia raih adalah mencapai 50.8 ribu penonton, menunjukkan bahwa kontennya telah menarik perhatian yang besar.



Gambar 4.5 Akun TikTok @noaa5702**

Kelima adalah Akun TikTok @ter****Iandari adalah seorang mahasiswa angkatan 2019 berusia 22 tahun yang berasal dari Gayo Lues, yang saat ini tengah menyelesaikan studinya di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Awal perjalanan akun ini dimulai pada tahun 2023 ketika akun

@ter****landari pertama kali dibuat. Pada saat itu, jumlah pengikut dan popularitas kontennya masih dalam tahap awal. Namun, melalui konsistensi dan kreativitas, akun ini telah berkembang pesat. Yang menarik dari akun ini adalah variasi dalam jenis konten yang dibagikan. Dengan 95 unggahan video, @ter****landari tidak hanya membatasi diri pada satu jenis konten akan tetapi memiliki berbagai variasi konten yaitu video joget, momen kehidupan sehari-hari, kegiatan kemahasiswaan yang seru dan juga potret-potret kegiatan di kampus. Ini mencerminkan kedalaman minat dan kreativitas yang mampu menangkap berbagai aspek kehidupan dengan cara yang menarik. Saat ini, @ter****landari memiliki lebih dari 1,000 pengikut, yang menandakan bahwa kontennya memiliki daya tarik yang kuat di kalangan pengguna TikTok. Jumlah pengikut ini merupakan indikator penting tentang dampak positif yang telah dibuat akun ini di platform tersebut. @ter****landari juga aktif berpartisipasi dalam komunitas TikTok dengan mengikuti 203 pengguna lain. Interaksi dengan pengguna lain adalah salah satu aspek penting dalam membangun basis pengikut yang setia dan meningkatkan visibilitas konten.

Untuk melihat sejauh mana akun ini telah tumbuh, bisa dilihat pada postingan pertama di akun @ter****landari yang diposting pada tanggal 30 Mei 2021. Saat itu, postingan pertama hanya dilihat oleh 7 penonton. Ini adalah titik awal yang menandakan perjalanan akun ini di TikTok, dan perkembangan yang pesat yang telah dicapai sejak saat itu. Selain itu, postingan-postingan @teri**ulandari telah menerima lebih dari 6,000 suka secara keseluruhan. Rata-rata jumlah suka per posting berkisar antara 10 hingga 131 suka. Data ini menunjukkan sejauh mana pengikutnya mengekspresikan dukungan terhadap kontennya. Ketika kita melihat jumlah penonton pada setiap postingan, kita akan menemukan variasi yang menarik. Jumlah penonton berkisar antara puluhan hingga ribuan penonton, menunjukkan variasi dalam popularitas kontennya. Beberapa postingan mungkin mendapatkan perhatian yang lebih besar

daripada yang lain, tetapi keseluruhannya mencerminkan daya tarik dan dampak akun ini.

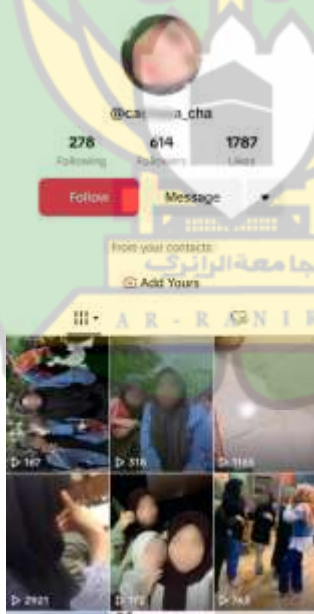


Gambar 4.6 Akun TikTok @ter**landari**

Keenam adalah akun TikTok dengan username @ca***aa_cha seorang mahasiswa berusia 21 tahun dari Takengon. @ca***aa_cha adalah mahasiswa semester 7 di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Bimbingan Konseling Islam di Universitas Negeri Ar Raniry. ia bergabung dengan TikTok Pada tahun 2021, dan memulai perjalanan media sosial TikTok miliknya. Saat ini @ca***aa_cha telah mengunggah sebanyak 24 video dengan beragam jenis konten. Beberapa jenis konten yang ia unggah adalah konten joget TikTok dan kegiatan di kampus. Ini menunjukkan keberagaman minat dan aktivitas yang ia bagikan dengan pengikutnya.

Akun TikTok @ca***aa_cha juga telah membangun basis pengikut yang cukup solid. Dengan total 607 pengikut, ia memiliki

komunitas yang terlibat dengan kontennya. Di sisi lain, Khairunnisa juga aktif dalam mengikuti 278 pengguna lain di platform ini, menunjukkan bahwa ia aktif dalam berinteraksi dengan komunitas TikTok. Salah satu poin penting di TikTok adalah jumlah suka (likes) yang diterima oleh video-video yang diunggah. Akun @ca***aa_cha telah berhasil mengumpulkan 1782 suka pada seluruh unggahannya. Ini menunjukkan bahwa kontennya mendapat respon positif dari pengikutnya. Meskipun jumlah suka rata-rata dalam setiap postingan berkisar antara 40 hingga 131 suka, ia mencatat jumlah suka tertinggi sebanyak 131 suka pada salah satu videonya. Untuk memahami sejauh mana akun ini memengaruhi audiensnya, bisa dilihat dari jumlah penonton pada video-videonya. Jumlah penonton pada video-video ini bervariasi, mulai dari 161 hingga mencapai 2913 penonton. Ini menunjukkan bahwa akun @ca***aa_cha memiliki daya tarik yang bervariasi dan mampu menarik perhatian sejumlah besar penonton.

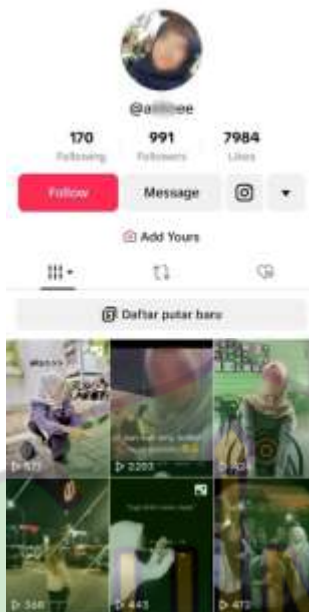


Gambar 4.7 Akun TikTok @ca***aa_cha

Ketujuh adalah Akun TikTok dengan nama pengguna @ati**ee adalah seorang mahasiswa yang berusia 22 tahun, yang

berasal dari Meulaboh, Indonesia, dan saat ini sedang menjalani pendidikan sebagai mahasiswa di Universitas Negeri Ar Raniry, Fakultas Psikologi, angkatan 2019. Perjalanan perkenalannya dengan platform TikTok dimulai pada tahun 2021, namun dalam mengunggah konten joget dimulai pada tanggal 5 Februari 2022.

Hingga saat ini, akun @ati**ee telah memiliki 991 pengikut ia mengikuti 171 akun di TikTok membuktikan bahwa ia telah membangun komunitas yang baik di TikTok. Ia telah membagikan 52 video dengan beragam jenis konten, di mana video joget TikTok mendominasi, menjadi sorotan utama. Selain itu, ia juga sering mempublikasikan video estetik yang sedang trend di TikTok. Terkumpulnya total 7946 suka dalam semua kontennya mengindikasikan bahwa @ati**ee telah membuat banyak orang yang menonton kontennya merasa tertarik ataupun terhibur dengan konten yang ia posting. Postingan pertamanya muncul pada tanggal 29 Juli 2021 dan telah mendapatkan perhatian sebanyak 8200 penonton. Rata-rata jumlah suka dalam setiap unggahan berada dalam kisaran 50 hingga lebih dari 100 suka, dengan jumlah suka tertinggi mencapai 120 suka. Ini menegaskan bahwa kontennya secara konsisten mendapat respons positif dari para pengikutnya. Adapun jumlah penonton rata-rata dalam setiap video, berkisar antara 200 hingga lebih dari 1000 penonton. Menariknya, terdapat satu video yang berhasil mencapai jumlah penonton tertinggi, yakni mencapai 8204 penonton, menjelaskan betapa @ati**ee berhasil menarik perhatian banyak individu dengan kontennya yang kreatif dan menarik.

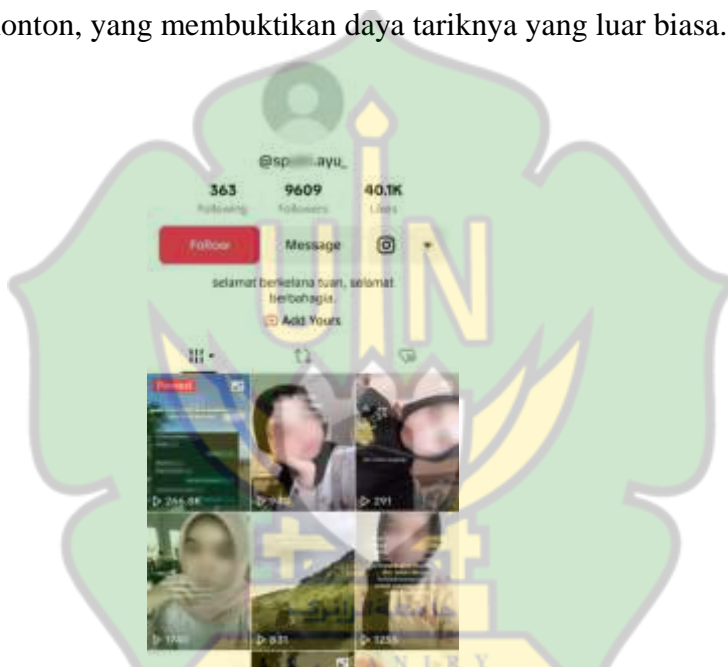


Gambar 4.8 Akun TikTok @atiee**

Kedelapan pada akun dengan username @sp**ri.ayu_ seorang mahasiswa yang berusia 22 tahun, berasal dari daerah Pidie adalah seorang mahasiswa yang sedang mengejar gelar di Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Negeri Ar Raniry, bergabung dalam angkatan 2019. Ia memulai perjalanan kreatifnya dalam dunia TikTok pada tahun 2022 dengan menggunakan username @sp**ri.ayu_. Dengan semangat yang konsisten, @sp**ri.ayu_ mengunggah konten-konten menariknya yaitu konten joget TikTok dan trend trend di TikTok sejak tanggal 13 Januari 2023.

Sejak waktu itu, @sp**ri.ayu telah secara aktif mengisi feed-nya dengan 33 video, hampir semuanya berfokus pada konten joget. Karena kontennya yang menghibur dan menarik, akunnya telah berhasil membangun basis pengikut yang kuat dengan jumlah pengikut yang mencapai 9620 orang. Selain itu, ia juga membangun kunitas yang baik di TikTok dengan mengikuti 361 pengguna lain. Total jumlah suka yang telah diterima oleh akun @sp**ri.ayu_ hampir mencapai 39,9 ribu suka. Setiap video yang diunggah olehnya rata-rata mendapatkan antara 20 hingga lebih dari 100 suka. Tetapi yang paling mengesankan adalah jumlah suka tertingginya

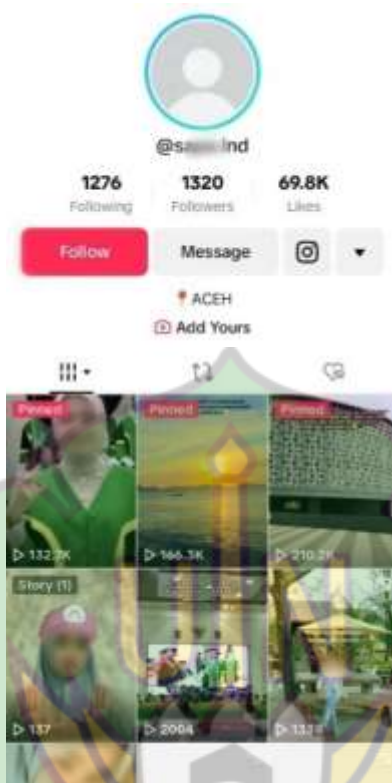
yang mencapai 14,6 ribu suka, yang merupakan bukti nyata bahwa @sp**ri.ayu_ mampu menarik banyak penonton dari unggahan kontennya. Postingan pertama @sp**ri.ayu di platform ini muncul pada tanggal 20 September 2022 dan telah ditonton sebanyak 738 kali. Hal ini menandai awal perjalanan indah nya di platform ini dengan Jumlah penonton rata-rata setiap video berada dalam kisaran antara 400 hingga lebih dari 1000 penonton, dengan pencapaian puncaknya adalah video yang telah disaksikan oleh 266,4 ribu penonton, yang membuktikan daya tarik nya yang luar biasa.



Gambar 4.9 Akun TikTok @spri.ayu_**

Kesembilan adalah akun TikTok @s**a.ind. Akun ini adalah milik seorang mahasiswa berusia 21 tahun berasal dari pulau Simeulue yang sedang menempuh pendidikan di Uin Ar-raniry Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan angkatan 2019. Akun TikTok @s**a.ind pertama kali dibuat pada tahun 2021, tetapi aktivitas yang signifikan dimulai pada 13 Juli 2022. Sejak saat itu, akun ini telah mengunggah sebanyak 166 video. Mayoritas kontennya adalah dalam bentuk video joget TikTok dan konten foto aesthetic yang indah dilihat dan telah menjadi ciri khas dari akun ini. Akun ini telah berhasil menarik perhatian sebanyak 1,278 pengguna.

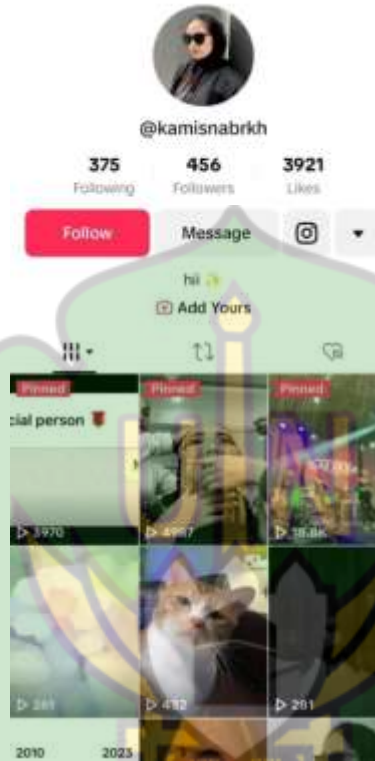
Jumlah pengikut yang besar ini menunjukkan bahwa kontennya sangat disukai oleh komunitas pengikutnya, dan akun ini memiliki daya tarik yang kuat dalam genre kontennya. Selain itu, sang pemilik akun juga aktif dalam mengikuti 1,258 pengguna, menunjukkan bahwa ia adalah bagian dari komunitas TikTok yang aktif dan berinteraksi dengan berbagai jenis konten yang ada di platform ini. Dalam hal jumlah suka (likes) yang diterima, akun ini telah mengumpulkan total 68.9 ribu suka. Rata-rata jumlah suka dalam setiap postingan berada dalam rentang 100 hingga lebih dari 2000 suka. Ini adalah indikasi bahwa kontennya disukai oleh banyak pengikutnya. Tiga video yang menjadi sorotan adalah video fyp yang telah mencapai jumlah suka yang sangat tinggi, yaitu 6.2 ribu, 18.3 ribu, dan bahkan 26.4 ribu suka. Ini adalah prestasi yang mengesankan dan menunjukkan bahwa akun ini mampu membuat konten yang sangat menarik dan populer. Jumlah penonton rata-rata setiap video juga mencerminkan kesuksesan akun ini. Setiap video memiliki jumlah penonton yang berkisar antara 400 hingga lebih dari 3000 penonton. Bahkan lebih mengesankan, ada tujuh video yang mencapai puluhan ribu hingga ratusan ribu penonton, dengan jumlah penonton tertinggi mencapai 266.4 ribu. Ini adalah pencapaian yang luar biasa dan menunjukkan daya tarik besar dari akun ini di TikTok.



Gambar 4.10 Akun TikTok @sa.ind**

Kesepuluh adalah akun TikTok dengan username @kamisnabrkh milik seorang mahasiswa angkatan 2019 yang saat ini berusia 22 tahun dan berasal dari Banda Aceh. Saat ini, ia sedang menjalani studi di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Akun ini pertama kali dibuat pada tahun 2022 dan mulai memposting konten joget sejak tanggal 11 Desember 2022. Hingga saat ini, akun @kamisnabrkh telah mengunggah 57 video dengan jenis konten utama berupa konten make-up dan konten joget TikTok. Jumlah pengikut akun ini mencapai 456 pengguna, sementara @kamisnabrkh sendiri mengikuti 370 pengguna. Total suka (likes) yang diterima akun ini adalah sebanyak 3,873. Postingan pertama yang diunggah oleh @kamisnabrkh ada pada tanggal 27 Februari 2022 dan telah ditonton sebanyak 741 kali. Rata-rata jumlah suka dalam setiap postingan berada dalam rentang 100 sampai 800 lebih suka, dengan jumlah suka tertinggi mencapai 896

suka. Jumlah penonton rata-rata setiap video berkisar antara 400 sampai 3000 lebih penonton, dengan jumlah penonton terbanyak mencapai 18,800 penonton.



Gambar 4.11 Akun TikTok @kamisnabrkh

C. Motivasi Konten Kreator Joget TikTok

Motivasi adalah dorongan, baik sadar maupun tidak sadar, yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu.²¹ Hasil wawancara dan analisis data menunjukkan sejumlah motivasi yang mendorong mereka untuk terlibat dalam membuat konten TikTok terutama konten joget pada media sosial TikToknya. Contohnya seperti popularitas, sarana ekspresi diri dengan mengikuti trend trend yang sedang viral, maupun karena termotivasi karena adanya potensi monetisasi yang menjanjikan jika

²¹ <https://id.wikipedia.org/wiki/Motivasi>, diakses pada 25 November 2023

kepopuleran konten yang di hasilkan kreator tersebut menjadi populer.

1. Sarana ekspresi diri

Mayoritas responden mengungkapkan bahwa motivasi utama mereka adalah ekspresi diri dan kreativitas. Banyak konten kreator TikTok yang menjadikan platform ini sebagai wadah untuk mengekspresikan kreativitas melalui berbagai hal yang mereka senangi termasuk dengan joget di TikTok, juga mereka menikmati proses menciptakan video yang unik dan kreatif yang mencerminkan kepribadian dan gaya mereka sendiri. Mereka melihat joget sebagai sarana ekspresi diri yang memungkinkan mereka untuk berkreasi dengan berbagai gerakan dan musik serta dapat mengikuti koreografi dan gaya dance yang sedang trending di fyp TikTok mereka.

Seperti yang di katakan @1*j*.ya, “awal saya termotivasi membuat konten di TikTok adalah karena saya memang senang membuat konten. baik itu konten video joget, video jedaj jedug. Dengan memposting di TikTok saya mendapat respon yang bagus dari penonton, terutama teman teman terdekat saya. sehingga saya menjadi lebih semangat lagi dalam membuat konten untuk mengeksperisikan diri agar suatu sat nanti bisa melihat kembali momen momen bersama ketika sedang membuat konten bersama teman teman saya ”.²² Hal yang sama juga dikatakan oleh @ati**ee, “karena dengan membuat konten di TikTok saya merasa jadi lebih bebas berekspresi memposting hal hal yang saya senangi sehingga orang juga termotivasi dengan hobi saya, baik itu dance atau joget TikTok maupun foto-foto ”.²³ Selanjutnya @teri**ulandari melanjutkan dan mengatakan bahwa ia awalnya menggunakan TikTok karena ikutan bergabung dengan teman yang sedang membuat konten TikTok. setelah sering membuat konten TikTok bersama temannya, lalu ia menjadi terbiasa dan merasa nyaman dengan mengekspresikan diri melalui video joget TikTok.²⁴

²² Hasil wawancara dengan @1*j*.ya di Banda Aceh, 2023

²³ Hasil wawancara dengan @ati**ee di Banda Aceh, 2023

²⁴ Hasil wawancara dengan @teri**ulandari di Banda Aceh, 2023

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sebagian konten kreator TikTok yang menjadi subjek penelitian memiliki motivasi utama dalam berkreasi di platform tersebut adalah ekspresi diri dan kreativitas. Mereka menggunakan TikTok sebagai sarana untuk mengekspresikan diri mereka sendiri melalui berbagai bentuk konten, termasuk video joget, video jedaj jedug, dan foto-foto estetik. Banyak dari mereka menikmati proses menciptakan konten yang unik dan kreatif, yang mencerminkan kepribadian dan gaya mereka sendiri. Mereka melihat joget sebagai salah satu sarana untuk berkreasi, yang memungkinkan mereka untuk bergerak dan mengekspresikan diri melalui gerakan dan musik. Mereka juga mencatat bahwa mengikuti trend dan koreografi dance yang populer di TikTok membantu mereka mendapatkan respons positif dari penonton. Konten kreator ini juga merasakan dukungan positif dari penonton mereka, yang membuat mereka semakin termotivasi untuk terus berkreasi dan mengekspresikan hobi mereka. Hasil wawancara dengan beberapa responden, seperti @1*j*.ya, @s**a.ind, dan @teri**ulandari, menegaskan bahwa membuat konten di TikTok memberikan mereka kesempatan untuk merasa lebih bebas dalam berekspresi dan berbagi apa yang mereka nikmati dengan orang lain.

Hal ini menunjukkan bahwa TikTok, sebagai platform media sosial berbasis video singkat, telah menjadi sebuah wadah yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan kreativitas mereka dan berinteraksi dengan audiens mereka dengan cara yang positif. Dengan demikian, TikTok dapat menjadi media bagi konten kreator memberikan wawasan tentang bagaimana TikTok telah menjadi tempat yang memfasilitasi ekspresi diri dan kreativitas bagi banyak orang, sambil mempromosikan kebebasan berpendapat dan berbagi minat hobi mereka.

2. Popularitas dan pengikut

TikTok adalah sebuah platform media sosial yang telah menjadi sangat populer di kalangan berbagai usia. Kehadirannya telah menjadi ajang utama bagi banyak individu yang berusaha meraih popularitas dan kepopuleran. Salah satu ciri khas media

sosial TikTok adalah halaman utama yang bernama For You Page atau FYP, dan pengguna yang sering ditayangkan dalam FYP dapat menjadi populer dan memiliki banyak pengikut.²⁵ yang memberikan eksposur kepada konten-konten yang menarik. Sebagai hasil dari fitur FYP, banyak pengguna TikTok merasa termotivasi untuk berpartisipasi dalam berbagai trend, tantangan, dan aktivitas lainnya, dengan harapan bahwa konten mereka akan muncul di FYP orang lain. Ketika seseorang berhasil mendapatkan popularitas di TikTok, hal ini sering kali diukur dengan jumlah pengikut (followers) yang mereka miliki. Popularitas dalam platform ini dapat berasal dari berbagai alasan, termasuk kemampuan individu dalam membuat konten yang menghibur, informatif, atau menginspirasi. Selain itu, daya tarik yang dimiliki oleh pengguna, seperti bakat dalam menyanyi, menari, atau kemampuan humor, juga dapat menjadi faktor penting dalam menarik perhatian pengikut.

Sebagaimana yang dikatakan oleh @rhdatu**aaa “awalnya saya cuma sekedar iseng saja untuk post sebuah video di TikTok, saya tidak menyangka jika akhirnya video yang saya post itu fyp dan penontonnya banyak. saya cek sehari setelah saya upload sudah ratusan ribu penonton dan jumlah followers saya naik dengan begitu cepat, awalnya followers saya cuma 18 tapi sehari setelah video saya fyp, followers saya jadi hampir 2 ribu. Dari itulah akhirnya saya termotivasi untuk terus memposting video, hingga saat ini followers saya sudah 8900 an.”²⁶ dari pernyataan @rhdatu**aaa ini terbukti bahwa fyp TikTok mampu menjadikan seseorang populer dan mendapatkan followers dengan sangat cepat. Hal yang sama juga di katakan oleh @sp**ri.ayu__ “motivasi saya dalam membuat konten joget berawal karena saya banyak melihat infulenser di TikTok dan ada video saya yang masuk fyp TikTok. Dulunya saya memposting konten foto foto random di TikTok tetapi video video yang saya

²⁵ Shani Dwi Putri, Suzy Azeharie, “Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok”, dalam *jurnal Koneksi Universitas Tarumanagara, Volume 5, Nomor 2, (2021)*, hlm.280

²⁶ Hasil wawancara dengan @rhdatu**aaa di Banda Aceh, 2023

posting itu tidak ada yang menonton, paling banyak tidak sampai 50 penonton, dan ketika saya memposting konten joget, penontonnya bisa sampai ribuan dan karena itu saya menjadi senang ketika video yang saya posting dilihat oleh banyak orang, saya jadi merasa seakan bersemangat karena itu. Ini memberi saya rasa seperti pencapaian pribadi dan memotivasi saya untuk terus berkembang dalam di TikTok. Saya mencari trend baru dan mencoba berbagai gerakan joget yang tentunya juga saya liat dari fyp TikTok saya. Selain itu, ketika video saya masuk ke FYP, jumlah followes saya jadi meningkat. hal ini juga menjadi sumber motivasi tambahan dan berharap akun TikTok saya akan terus berkembang kedepannya”.²⁷

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa di kalangan mahasiswa di UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, popularitas dan jumlah pengikut di TikTok memegang peranan penting dalam memotivasi mereka untuk terus berkembang dalam platform ini. Fitur FYP, peningkatan jumlah pengikut, dan bakat pribadi adalah beberapa faktor kunci yang mendorong para kreator untuk terus menciptakan konten yang menarik dan berpartisipasi dalam trend-trend yang sedang berlangsung di TikTok termasuk di antaranya trend joget TikTok. Platform ini tidak hanya memberikan pengalaman hiburan, tetapi juga memberikan kesempatan untuk mencapai popularitas dan meraih pengikut dengan cepat, yang dapat menjadi sumber motivasi tambahan bagi para mahasiswa dan konten kreator lainnya. Kesuksesan mereka dalam mencapai popularitas di TikTok adalah bukti betapa platform media sosial ini telah mengubah cara individu berinteraksi, mengekspresikan kreativitas, dan mencapai pencapaian pribadi dalam era digital.

3. Ikut dalam Tren TikTok

TikTok merupakan aplikasi yang terdapat trend-trend terkini di dalamnya. setiap harinya selalu ada saja trend baru yang viral di kalangan pengguna TikTok. Tren ini berawal karena ada hal yang di anggap unik dan belum pernah ada sebelumnya sehingga membuat

²⁷ Hasil wawancara dengan @sp**ri.ayu__ di Banda Aceh, 2023

banyak orang merasa hal itu menarik dan banyak orang meniru trend-trend terbaru di TikTok.

Begitu juga pada pengguna TikTok di kalangan mahasiswa UIN Ar-Raniry. Banyak mahasiswa yang mengikuti trend trend di TikTok, baik itu dalam penggunaan musik yang sedang trending maupun trend gerakan joget TikTok. Trend tersebut tidak hanya diikuti oleh individu pribadi bahkan juga ada organisasi-organisasi di dalam UIN ar-raniry yang mengikuti trend TikTok sebagai wadah penyampaian informasi yang trendi dan unik sehingga membuat jangkauan penonton menjadi lebih luas karena di kemas dalam cara yang unik. Contohnya adalah pada akun @himamukum.uinnar yang menyampaikan informasi kepada penonton dengan mengikuti trend trend di TikTok termasuk diantaranya joget TikTok, hal ini terbukti berhasil untuk menarik perhatian. Bisa dilihat dari jumlah penonton di video mereka rata rata yang berjumlah ribuan, ratus ribu dan bahkan ada salah satu video mereka yang mencapai 5.2 juta kali di tonton.²⁸ Membuktikan bahwa dengan mengikuti trend terbaru di TikTok dapat menarik perhatian orang banyak.

Fenomena joget TikTok di UIN Ar-Raniry ini bukan lagi hal yang asing, dikarenakan banyak mahasiswa maupun mahasiswi yang mengikuti trend trend terkini di TikTok. Seperti yang di katakan oleh @hi_ahmaadfaa, yaitu seorang mahasiswa UIN yang juga memiliki bakat dance atau berprofesi sebagai dancer. Ia mengatakan bahwa awal mula dia memposting konten joget hanya pada instagram miliknya saja. Akan tetapi setelah melihat potensi TikTok sesuai dengan profesinya ia akhirnya juga mengunggah video video dance dirinya ke platform TikTok. Hasilnya, ia berhasil menarik perhatian lebih dari 900 ribu penonton dalam salah satu videonya, mendorongnya untuk terus aktif dalam memposting video tarian sesuai dengan trend joget TikTok terbaru. Dari hal itulah ia mendapat respon yang bagus dari penonton di TikTok sehingga ia rutin dalam memposting video joget atau dance dengan mengikuti

²⁸ Hasil Observasi akun @himamukum.uinnar di TikTok, 2023

trend trend joget TikTok terkini. @cac**aa_cha²⁹ Tak hanya itu, informan lain juga mengatakan pandangannya, yaitu yang mengatakan jika dirinya membuat konten di TikTok karena suka dengan trendd trendd di TikTok yang seru dan kekinian, “trendd joget di TikTok itu bagus bagus dan kekinian sehingga buat rasa senang pas lagi joget TikTok, serasa lebih enjoy ketika sedang membuat konten ”.³⁰ berikutnya @no**aa5702 juga mengatakan, “saya sudah lama menggunakan aplikasi TikTok namun sebelumnya saya hanya sebatas sebagai penonton video saja, tidak memposting konten video. Akan tetapi, setelah saya melihat banyak orang yang ikut membuat video trend di TikTok akhirnya saya juga iseng mencoba dan merasakan keseruan dari saat proses pembuatan video maupun hasil video joget TikTok yang saya buat bersama teman teman saya. Hingga akhirnya saya jadi sering untuk ikutan membuat video joget TikTok yang trending di branda fyp TikTok saya”.³¹ maka dari itu dapat disimpulkan bahwasanya mahasiswa UIN Ar-Raniry yang menggunakan TikTok juga mengalami perubahan dalam interaksi mereka dengan platform ini. Semula hanya sebagai penonton yang menikmati video-video di TikTok, banyak mahasiswa UIN Ar-Raniry akhirnya terinspirasi untuk aktif berpartisipasi dalam trend-trend yang sedang berlangsung. Mereka tidak hanya terpengaruh oleh trend musik yang populer, tetapi juga oleh trend gerakan joget TikTok.

Dari wawancara dengan kedua informan tersebut, dapat diperoleh hasil bahwa sebagian mahasiswa UIN Ar-Raniry yang menggunakan TikTok telah mengalami perubahan signifikan dalam cara mereka berinteraksi dengan platform ini. Mereka telah beralih dari sekadar menjadi penonton menjadi aktif dalam membuat konten mereka sendiri, terutama dalam trend joget TikTok yang populer. TikTok telah menjadi alat ekspresi dan hiburan yang semakin populer di kalangan mahasiswa UIN Ar-Raniry, menghubungkan

²⁹ Hasil wawancara dengan @hi_ahmaadfaa di Banda Aceh, 2023

³⁰ Hasil wawancara dengan @cac**aa_cha di Banda Aceh, 2023

³¹ Hasil wawancara dengan @no**aa5702 di Banda Aceh, 2023

mereka dengan trend terkini dan menginspirasi mereka untuk berpartisipasi dalam dunia konten digital yang kreatif

4. Potensi Monetisasi

Monetasi adalah salah satu dari beberapa frasa yang terkait dengan perdagangan online yang muncul seiring dengan kemajuan teknologi internet.³² dalam hal monetisasi di TikTok tentunya memiliki berbagai persyaratan seperti jumlah pengikut paling minimal berjumlah 10 ribu dan juga 10 rb jumlah tayangan dalam 30 hari terakhir. Karena hal inilah tak sedikit orang yang bercita cita untuk menjadi seorang kreator di TikTok, di samping meraih kepopuleran, seorang kreator juga akan mendapatkan penghasilan yang di dapat dari TikTok melalui live TikTok maupun dari pengiklanan di TikTok.

Dari hasil wawancara dengan beberapa informan sebagai konten kreator yang ada di UIN Ar-Raniry, tak sedikit yang mengatakan bahwa tujuan awal mereka aktif memposting video di TikTok adalah karena termotivasi oleh kreator besar atau yang sering di sebut dengan TikToker, yang telah memperoleh penghasilan yang menjanjikan dari memposting video di TikTok ditambah lagi dengan value kepopuleran yang di dapat karena videonya di tonton banyak orang dan menjadi terkenal. Seperti yang dikatakan oleh @s**a.ind, “motivasi awal saya membuat akun TikTok dan aktif memposting di TikTok dikarenakan termotivasi oleh TikToker yang sudah terkenal, saya termotivasi untuk bisa jadi seperti mereka, selain bisa menyalurkan hobi sambil membuat konten, tentunya bisa mendapat penghasilan juga tentunya. baik itu dari TikTok ataupun karena value kepopuleran yang kemungkinan besar di lirik oleh sebuah brand sehingga mendapatkan penghasilan dari endorse”.³³ hal yang sama juga dikatakan oleh @sp**ri.ayu__ yang mengatakan bahwa akunya sedang berusaha terus ia

³² Diana Novita, dkk, “Monetisasi Media Sosial di Tiktok”, dalam Jurnal Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer, *Volume 6, Nomor 4*,(2022), hlm. 1035

³³ Hasil wawancara dengan @s**a.ind di Banda Aceh, 2023

kembangkan guna nantinya bisa menjadi seorang influencer TikTok yang bisa menjadikan TikTok sebagai suatu profesi yang menghasilkan.³⁴ lain hal yang dikatakan oleh narasumber lain, yaitu @kamsnabrkh ia mengatakan bahwa awal mula ia menggunakan TikTok adalah untuk mempromosikan usahanya yaitu MUA(make-up artist) atau lebih dikenal dengan perias. Di TikTok ia sering memposting hasil riasannya yang bertujuan untuk menarik konsumen agar menggunakan jasanya. Ia menggunakan TikTok sebagai media promosi agar menjangkau lebih banyak orang di TikTok. Diselam konten hasil riasannya, ia juga terkadang memposting konten joget TikTok yang menunjukkan fleksibilitas kontennya.³⁵

Melihat bagaimana para konten kreator di UIN Ar-Raniry termotivasi oleh potensi monetisasi di TikTok, maka dapat dikatakan bahwa fenomena ini mencerminkan perubahan besar dalam cara individu merespons kemajuan teknologi internet. Wawancara dengan beberapa konten kreator dari UIN Ar-Raniry menunjukkan bahwa motivasi utama mereka adalah melihat keberhasilan kreator besar di TikTok yang telah meraih penghasilan yang menjanjikan dan kepopuleran melalui video mereka yang banyak ditonton. Ini mencerminkan dorongan untuk mengejar impian serupa, menjadikan TikTok sebagai sumber penghasilan, dan membangun reputasi mereka sebagai influencer TikTok. secara keseluruhan, fenomena ini menunjukkan bagaimana TikTok telah mengubah lanskap karir digital dan memungkinkan individu untuk menggabungkan hobi, kreativitas, promosi bisnis, dan potensi penghasilan dalam satu platform. Semakin banyak individu yang termotivasi untuk mengikuti jejak kreator sukses di TikTok, menjadikan platform ini sebagai alat yang sangat relevan dalam upaya mencapai tujuan moneter dan kepopuleran.

³⁴ Hasil wawancara dengan @sp**ri.ayu__ di Banda Aceh, 2023

³⁵ Hasil wawancara dengan @kamsnabrkh di Banda Aceh, 2023

D. Ragam Joget TikTok oleh Konten Kreator UIN Ar-Raniry

Joget TikTok adalah suatu trend konten dengan tingkat popularitas tertinggi di platform TikTok. Hal ini dibuktikan dengan berbagai konten fyp yang banyak di penuh oleh konten joget TikTok, bahkan konten edukasi pendidikan pun juga kadang di padukan dengan joget TikTok.

Berdasarkan bagaimana konten joget TikTok yang ada pada akun informan, maka peneliti dalam hal ini mengklasifikasikan konten joget TikTok terhadap 3 jenis, dilihat dari bagaimana bentuk editing video dan jenis musik yang digunakan oleh konten kreator TikTok tersebut. Maka ragam joget TikTok oleh konten kreator UIN Ar-Raniry adalah sebagai berikut:

1. Jedag jedug(JJ)

Jedag-jedug(JJ) merupakan joget yang paling trend di platform TikTok terutama di Indonesia dan banyak anak muda mengikuti trend ini termasuk juga pada kalangan mahasiswa UIN Ar-Raniry. Joget TikTok jedag jedug(JJ) ini berupa video yang di edit dengan template edit di aplikasi capcup, yaitu sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunaanya untuk dapat mengedit video dengan mudah, hanya dengan memakai template yang sudah tersedia di aplikasi capcup tersebut.

Aplikasi ini memiliki berbagai keunggulan yaitu diantaranya adalah mudah digunakan, memiliki fitur yang beragam, memiliki fitur green screen, dan juga terdapat Bahasa Indonesia.³⁶ Video konten joget TikTok jenis ini dimulai dengan gerakan video joget TikTok di awal video, lalu berganti scene di susul dengan transisi foto foto, dengan mengikuti beat musik. Jenis konten ini sangat sering dijumpai di kalangan anak muda dan sudah menjadi trend yang populer terutama di TikTok. Banyak mahasiswa UIN Ar-

³⁶ Yosef Yulius, Dewi Sartika, "Pelatihan Membuat Video Ajar Melalui Aplikasi Capcut Dan Az Screen Sebagai Media Pembelajaran Di SMP 30 Palembang", dalam *Jurnal Lumbang Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Volume 7, Nomor 2,(2022), hlm. 99

Raniry yang yang membuat konten jj ini, terutama konten kretor yang menjadi informan dalam penelitian ini.

Seperti dalam konten @cac**aa_cha, ia memposting video joget TikTok jedag jedug terakhir kali pada 7 maret 2023 lalu. Dalam video TikTiknya pada gambar pertama dimulai dengan melambai lambaikan tangan dan menggeleng gelengkan kepala, di susul dengan 2 foto yang mengikuti beat musik “Remix TikTok dj suka suka”. Dalam wawancara dengan @cac**aa_cha, ia mengatakan bahwa ia beserta kawan kawannya membuat video itu karena merasa senang setelah video yang mereka buat hasilnya bagus dan mereka terlihat cantik di dalmnya. Sehingga mereka memposting video tersebut di TikTok dan juga di story whatsapp mereka masing masing.³⁷



Gambar 4.12 Video TikTok @cacaa_cha**

Selanjutnya, konten video joget TikTok Jedag-jedug(JJ) ini juga di buat oleh @teri**ulandari, konten TikTok yang di posting olehnya di dominasi oleh konten joget TikTok Jedag-jedug(JJ).“Konten joget TikTok dan digabungkan dengan jj

³⁷ Hasil wawancara dengan @cac**aa_cha di Banda Aceh, 2023

membuat video TikTok saya menjadi terlihat lebih menarik dan asik karena tempo transisi maupun efek pada video sesuai dengan beat lagu yang membuat enjoy ketika mendengar lagu yang lagi viral yang asik ketika di dengar”.³⁸

Hingga saat ini, video joget TikTok Jedag-jedug(JJ) yang di posting oleh @teri**ulandari tersebut sudah di tonton sebanyak 284 penonton dengan jumlah suka sebanyak 26. Meskipun skala penonton video tersebut tidak terlalu banyak, tetapi bagi banyak kreator di platform ini, seperti dia, setiap tayangan dan setiap suka memiliki makna yang mendalam. Video joget TikTok Jedag-jedug yang diunggahnya adalah bukti kreativitas dan hasratnya untuk berbagi hiburan dengan dunia. Setiap tayangan dan suka yang dia terima mungkin merupakan dorongan yang signifikan bagi eksistensinya di platform TikTok. Ini bisa menjadi awal dari sebuah perjalanan yang panjang di dunia konten digital, di mana dia bisa membangun audiens yang lebih besar dan mendapatkan lebih banyak pengakuan atas karya-karyanya. Banyak kreator TikTok telah memulai dari nol dan berkembang menjadi tokoh terkenal di platform tersebut. Mereka seringkali menciptakan konten yang unik dan menarik, sehingga dapat memikat penonton dan membangun komunitas yang setia. Dengan ketekunan dan inovasi, @teri**ulandari juga memiliki kesempatan untuk menjadi salah satu kreator di TikTok, sambil terus berbagi video joget Jedag-jedug yang menghibur.

³⁸ Hasil wawancara dengan @teri**ulandari di Banda Aceh, 2023



Gambar 4.13 Video TikTok @teriulandari**

Berdasarkan data hasil observasi pada 10 akun informan dalam penelitian ini, ditemukan 8 informan yang membuat konten jedag jedug yang bervariasi, termasuk di antaranya yang dipadukan dengan joget TikTok. Peneliti menganalisis tentang bagaimana Fenomena ini mencerminkan perkembangan trend media sosial yang sedang terjadi dalam masyarakat saat ini. Joget TikTok telah menjadi tren terkemuka di platform TikTok, menghadirkan berbagai konten fyp yang didominasi oleh joget TikTok. Penelitian ini membagi konten joget TikTok menjadi tiga jenis, berdasarkan metode pengeditan video dan jenis musik yang digunakan oleh para kreator TikTok. Salah satu jenis yang paling menonjol adalah "Jedag Jedug (JJ)," yang dipopulerkan di Indonesia dan juga di kalangan mahasiswa UIN Ar-Raniry. Jenis konten ini sering kali diedit menggunakan aplikasi Capcut, yang menyediakan template pengeditan video yang mudah digunakan. Video jenis ini sering dimulai dengan gerakan joget TikTok, diikuti oleh transisi foto-foto yang mengikuti irama musik dengan beat yang menonjol. Para konten kreator, seperti @cac**aa_cha dan @teri**ulandari, menggabungkan joget TikTok dengan JJ, menciptakan video yang

menarik dan asik. Hasil penelitian ini juga mengungkapkan bahwa pembuatan konten JJ tidak hanya tentang popularitas, melainkan juga tentang ekspresi diri dan kebahagiaan kreator dalam proses menciptakan konten. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana tren media sosial seperti TikTok memengaruhi perilaku dan kreativitas para kreator, serta bagaimana mereka berperan dalam membentuk tren ini di kalangan mahasiswa UIN Ar-Raniry.

Dalam penelitian lain oleh Melisa Putri Iswarani dan Mohammad Isa Gautama pada penelitian jurnal yang berjudul *Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Remaja (Studi Kasus Siswa SMAN 5 Bukittinggi Kelas XI IPS)* menemukan hasil bahwa video yang di unggah di TikTok bukan hasil ide masing-masing, dan salah satu informan dalam penelitian tersebut mengatakan bahwa ia kurang pandai dalam mengedit video sehingga dia mencari alternatif simple dan mudah yaitu dengan menggunakan aplikasi capcup untuk mengedit video jedag jedug.³⁹

Penelitian oleh Melisa Putri Iswarani dan Mohammad Isa Gautama sama dengan penelitian ini. Terutama dalam konteks pembuatan konten jedag jedag TikTok, informan sama-sama menggunakan aplikasi capcup sebagai alat editing video, dengan hanya memilih template dan memasukkan video, video langsung jadi dengan instan dan siap untuk di posting di TikTok. Dalam upaya untuk memahami lebih dalam tentang konten joget TikTok, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan para informan yang terlibat dalam pembuatan konten tersebut. Selama wawancara, sebagian informan menjelaskan bahwa konten jedag jedug mereka merupakan upaya untuk eksis di media sosial dengan cara yang lebih fleksibel dan tidak kaku. Konten kreator menciptakan video yang singkat, sering kali hanya berdurasi beberapa detik, yang disertai dengan musik remix TikTok yang viral. Para informan juga berbagi

³⁹ Melisa Putri Iswarani, Mohammad Isa Gautama, "Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Remaja (Studi Kasus Siswa SMAN 5 Bukittinggi Kelas XI IPS)", dalam *Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, Volume 5, Nomor 1, (2022), hlm.41.

pengalaman mereka dalam menggabungkan joget TikTok dengan konten jedad jedug, menjelaskan bahwa gerakan-gerakan joget ini menjadi semacam trend tersendiri dalam platform TikTok.

2. Joget Tiba-Tiba Aku Melayang

Joget TikTok ini merupakan konten joget TikTok yang menggunakan musik Tiba-Tiba(*Speed Up*) oleh Quimm Salman. Joget TikTok ini menjadi sangat populer di Indonesia pada beberapa waktu lalu tidak terkecuali konten kreator TikTok di UIN Ar-Raniry. Trend joget TikTok ini sangat populer pada akhir tahun 2022 lalu dan hingga saat ini, video TikTok *Tiba Tiba Aku Melayang* ini sudah di buat hingga 3.1 juta postingan. Yaitu dapat dilihat dari penggunaan musik yang di gunakan untuk joget TikTok ini.

Seperti yang dikatakan oleh @ca***aa_cha bahwa ia melihat bagaimana trend ini sangat populer dibuat oleh berbagai kalangan, baik tua ataupun muda.

“Saya membuat konten Joget *Tiba-Tiba Aku Melayang* ini dikarenakan banyak sekali yang membuatnya. Anak-anak, teman sebaya, bahkan orang tuapun juga ikut membuat trend konten joget TikTok ini. Gerakan gerakan dalam videonya terkesan lucu dan menggemaskan, dan musiknya juga demikian. Pokoknya beranda TikTok pada masa populer trend ini di penuh oleh musik dan joget TikTok ini semua”.⁴⁰

⁴⁰ Hasil wawancara dengan @ca***aa_cha di Banda Aceh, 2023



Gambar 4.14 Video TikTok @ca***aa_cha

Tak hanya @ca***aa_cha, informan lain dalam penelitian ini juga turut membuat konten yang sama. Yaitu pada salah satu konten oleh @no**aa5702, ia mengatakan bahwa ia membuat konten joget tersebut lantaran karena teman temannya mengatakan bahwa joget TikTok *Tiba-Tiba Aku Melayang* terlihat lucu dan mereka langsung membuatnya. Hingga saat ini, video yang ia posting tersebut telah di tonton oleh 648 penonton dengan 59 jumlah suka.⁴¹

⁴¹ Hasil wawancara dengan @no**aa5702 di Banda Aceh, 2023



Gambar 4.15 Video TikTok @noaa5702**

Sebuah laman menyebutkan bahwa pencipta lagu tersebut yaitu Quinn Salman mengungkapkan bahwa lagu tersebut diciptakan berdasarkan pengalamannya. Ia menjelaskan bahwa saat lagi kesal seseorang bawaannya ingin tidur, ia pun mengalami itu saat sedang kesal dengan temannya. Lagu Tiba-Tiba yang viral di berbagai media sosial adalah versi speedup total lagu tersebut sudah digunakan sebanyak 3,3 juta kali. Lagu tersebut digunakan untuk video joget TikTok. Bahkan beberapa artis dan selebgram menggunakan lagu ini untuk videonya, seperti Nagita Slavina, Atta Halilintar, hingga Alshad Ahmad.⁴² Ini menjelaskan bagaimana awal mula tercipta lagu tersebut dan kemudian viral serta menjadi sebuah trend joget TikTok di Indonesia.

Analisis penelitian menunjukkan bahwa fenomena TikTok "Joget TikTok Tiba-Tiba (*Speed Up*)" dengan lagu Quinn Salman mempunyai dampak yang signifikan di Indonesia pada akhir tahun 2022. Konten ini menjadi sangat populer dengan lebih dari 3,1 juta postingan, dan hal ini mencerminkan daya tarik yang kuat terhadap

⁴² Medcom.id, "Viral di Tiktok, Ini 5 Fakta Menarik Lagu Tiba-Tiba Aku Melayang", <https://www.medcom.id/hiburan/musik/Rkjel0wb-viral-di-TikTok-ini-5-fakta-menarik-lagu-tiba-tiba-aku-melayang>

gerakan tarian yang lucu dan musik yang menyenangkan. Yang menarik adalah partisipasi dari berbagai kelompok usia, dari anak-anak hingga orang tua, menciptakan kesan bahwa tren ini benar-benar merakyat di kalangan pengguna TikTok. Faktor kesuksesan termasuk keseragaman gerakan tarian dan penggunaan musik yang konsisten dalam konten, menciptakan pengalaman yang dapat diandalkan untuk penonton. Selain itu, peran selebriti dan artis dalam mengadopsi lagu ini untuk konten mereka juga memperkuat popularitasnya. Dalam penelitian ini juga disorot bagaimana lagu ini diinspirasi oleh pengalaman pribadi penciptanya, yang mengungkapkan asal-usulnya yang unik dan bagaimana viralitas media sosial dapat memicu tren joget TikTok yang signifikan di Indonesia.

3. Joget Sound Don't

Joget TikTok musik don't adalah salah satu dari banyaknya trend joget yang ada di TikTok. Joget ini di namakan musik don't dikarenakan menggunakan musik yang berjudul *Don't (Rick Ross Remix)* yang di nyanyikan oleh Ed Sheeran. Trend joget TikTok ini memadukan transisi, lipsing dan juga joget. Hingga saat ini sudah terdapat 200 ribu lebih postingan yang membuat trend ini. Tidak hanya itu, kepopuleran joget "*Sound TikTok Don't*" di TikTok juga disebabkan oleh kemudahan penyebaran konten di platform TikTok. Para pengguna TikTok dengan cepat mengadopsi tren ini dan menciptakan berbagai variasi video dengan interpretasi mereka sendiri. Tren joget seperti ini sering kali menjadi alat ekspresi kreatif bagi para pengguna TikTok, yang dapat menghadirkan pesan atau cerita sederhana melalui gerakan-gerakan yang seringkali mudah diikuti.

Selain itu, kehadiran musik "*Don't (Rick Ross Remix)*" yang populer di kalangan pengguna TikTok juga turut mendukung kesuksesan trend ini. Lagu-lagu yang terkait dengan tren joget seringkali menjadi soundtrack bagi video tersebut, menciptakan ikatan kuat antara musik dan gerakan joget yang mewakili trend tersebut. Dengan begitu, video TikTok tersebut bukan hanya menjadi hiburan bagi pemirsa, tetapi juga menjadi sumber inspirasi bagi pengguna TikTok lain yang ingin bergabung dalam tren ini.

Sebagaimana yang dikatakan oleh @s**a.ind yang memandang bahwa trend musik transisi ini memiliki vibes yang kece ditambah dengan gerakannya yang sederhana menjadikan video terlihat simple dan juga terlihat keren. Apalagi di iringi musik yang juga cocok dengan gerakannya menambah estetika dari transisi videonya.⁴³



Gambar 4.16 Video TikTok @sa.ind**

Bukan hanya @s**a.ind, informan lain yaitu @ati**ee juga mengatakan tentang awal mula kenapa ia dan teman temannya membuat dan memposting trend joget TikTok *Sound TikTok Don't* ini.

“Saya dan teman teman saya awalnya melihat konten tersebut di branda fyp TikTok yang di posting oleh @maudyeffrosinaa, dalam videonya nampak ia bersama 2 orang temannya membuat konten trend TikTok dengan lagu yang berjudul *Don't* . Karena kebetulan saya juga bersama dengan 2 orang teman saya maka dari itu kami memutuskan untuk juga tiktokan dengan lagu itu”⁴⁴

⁴³ Hasil wawancara dengan @s**a.ind di Banda Aceh, 2023

⁴⁴ Hasil wawancara dengan @ati**ee di Banda Aceh, 2023



Gambar 4.17 Video TikTok @ati**ee

Dari apa yang dikatakan oleh @ati**ee, dapat diketahui bahwa bagaimana fyp TikTok dapat mempengaruhi para penonton TikTok untuk mengikuti berbagai trend joget di TikTok, apalagi hal jika trend tersebut sesuai dengan kepribadian orang tersebut, maka kemungkinan besar dia akan mengikutinya.

Dari keterangan para informan tersebut, peneliti menganalisis bahwa trend "*Sound TikTok Don't*" ini memang memiliki beberapa faktor kunci yang membuatnya begitu sukses di TikTok. Pertama, musik yang digunakan, "*Don't (Rick Ross Remix)*" oleh Ed Sheeran, merupakan faktor penting dalam menarik perhatian para pengguna TikTok. Lagu ini memiliki beat yang menarik dan cocok untuk joget, membuatnya menjadi soundtrack yang sempurna untuk tren ini. Musik yang bagus sering kali menjadi elemen kunci dalam tren joget TikTok, karena musik yang enak didengar dapat mendorong orang untuk bergabung dalam trend tersebut. Kedua, adopsi cepat oleh pengguna TikTok adalah faktor penting dalam kesuksesan tren ini. TikTok memungkinkan konten untuk dengan mudah tersebar dan dilihat oleh banyak orang. Ketika beberapa pengguna menciptakan video dengan tren "*Sound TikTok Don't,*" itu menjadi viral. Pengguna lain melihat video-video tersebut dan terinspirasi untuk membuat versi mereka sendiri, menciptakan efek domino yang mempopulerkan tren ini. Ketiga, sederhananya gerakan dalam tren

ini juga menjadi salah satu daya tarik. Gerakan-gerakan yang mudah diikuti oleh siapa pun membuat tren ini terasa inklusif, sehingga lebih banyak orang merasa nyaman untuk mencoba dan berpartisipasi. Hal ini juga menciptakan kesan bahwa siapa pun dapat menjadi bagian dari tren ini, dan itu adalah daya tarik tersendiri. Keempat, testimonial dari pengguna TikTok seperti @s**a.ind dan @ati**ee juga memberikan dorongan positif terhadap tren ini. Mereka memberikan sudut pandang yang positif dan mendorong orang lain untuk bergabung dalam tren "*Sound TikTok Don't*." Testimonial seperti ini dapat meningkatkan popularitas dan daya tarik tren tersebut.

Dengan demikian, tren "*Sound TikTok Don't*" di TikTok adalah contoh yang menarik tentang bagaimana musik, kemudahan penyebaran konten, sederhananya gerakan, dan dukungan dari pengguna TikTok dapat menciptakan tren yang sangat populer di platform ini. Tren seperti ini bukan hanya menjadi hiburan, tetapi juga menjadi alat ekspresi kreatif dan sumber inspirasi bagi para pengguna TikTok yang berpartisipasi dalam tren yang sedang populer.

4. Korean Dance

Korean *dance* adalah salah satu yang trend yang populer dan tidak semua konten kreator TikTok bisa melakukannya. Hal ini dikarenakan gerakan joget yang energik dan bervariasi yang tidak mudah ditiru oleh sebagian besar orang. Joget TikTok ini biasanya hanya di lakukan oleh penari atau di sebut juga dengan dancer yang sudah terlatih dan memiliki pengalaman serta skill dalam menari atau joget. Saat ini K-Pop telah menyebar ke beberapa negara, termasuk Indonesia. Fenomena ini bisa masuk ke Indonesia melalui media, baik media sosial seperti internet maupun media cetak seperti film, serial TV, boy and girl band, majalah, pers, surat kabar, dan lainnya. Salah satu genre musik pop yang sedang mempengaruhi dunia adalah musik K-Pop. Sekitar awal tahun 2011, K-Pop mulai merambah beberapa negara Asia bahkan Eropa, termasuk Indonesia.

Awalnya, pada tahun 2002, serial televisi Korea diperkenalkan ke Indonesia melalui televisi swasta.⁴⁵

Informan yang membuat konten korean dance ini adalah @hi_ahmaadfaa. Pada akun TikTok miliknya ia sudah sering memposting korean dance ini, tak lain juga karena ia berprofesi sebagai penari.

“Memang dari awal sebelum masuk UIN Ar-Raniry, saya memang sudah ada basic menari yang saya tekuni sejak dari sma. Apalagi sekarang, sudah bertahun tahun saya menjadi dancer hal itulah yang membuat saya rutin memposting joget TikTok, terutama korean dance yang menurut saya gerakannya populer mengikuti kore idol idol kpop korea. Apalagi salah satu konten saya fyp karena ini. Membuat saya banyak di kenal orang orang terutama pengikut saya di media sosial”.⁴⁶



Gambar 4.18 Video TikTok @hi_ahmaadfaa

Dalam video tersebut ia nampak sedang berjoget TikTok menggunakan backsound musik korea yaitu lagu yang berjudul *Like*

⁴⁵ Zuhrotul Hilaliyah Dan Grendi Hendrastomo, “Fenomena K-Pop Sebagai Konsumsi Budaya Populer Di Kalangan Santriwati Di Pondok Pesantren Al Barokah Yogyakarta”, dalam *Jurnal Pendidikan Sosiologi, Volume 10, Nomor 2*,(2021), hlm. 4

⁴⁶ Hasil wawancara dengan @hi_ahmaadfaa di Banda Aceh, 2023

It Like It oleh *Secret Number*. Lagu yang ia gunakan dalam konten tersebut adalah salah satu lagu yang cukup populer, terbukti dengan keterangan pada laman penggunaan lagu tersebut yang sudah mencapai 15.4 ribu postingan, dan didominasi video konten korean dance atau joget TikTok. @hi_ahmaadfaa mengenakan baju almatir UIN Ar-Raniry dalam membuat konten yang menukkan Hingga pada saat ini, video yang ia unggah tersebut sudah menjangkau 3026 penonton dan 161 jumlah suka.



Gambar 4.19 Video TikTok @hi_ahmaadfaa

Pada video lainnya @hi_ahmaadfaa juga membuat konten korean dance bersama 2 orang temannya dengan memperagakan gerakan dance ciri khas setiap idol kpop. Dalam video tersebut ia memperagakan koreo dance ciri khas boyband Na'V dan kedua orang temannya memperagakan ciri khas girlband kore yaitu Black Pink dan Nswer. Ia mengggunakan musik yang telah diedit dan disatukan dan lalu mereka menyesuaikan antar lagu dan gerakan yang sesuai dengan lagu idol kpop tersebut. Hinga saat ini, video yang ia unggah pada 25 mei 2022 lalu ini sudah di tonton sebanyak 11.3 ribu penonton dan 377 jumlah suka yang membuktikan bagaimana konten joget TikTok Korean dance ini banyak digemari oleh banyak orang di TikTok.

Dalam sebuah penelitian mengatakan bahwa remaja tertarik untuk melakukan *cover dance* K-Pop adalah dikarenakan oleh kemampuan menari, menyukai K-Pop, lingkungan, keunikan K-Pop, dan koreografi yang mudah.⁴⁷ Temuan ini hampir semuanya sama dengan hasil penelitian ini. Perbedaannya hanya terdapat pada tingkat sulit atau mudahnya koreografi korean dance. Penelitian tersebut menemukan jika para remaja menganggap bahwa korean dance memiliki koreografi yang mudah, sedangkan pada temuan peneliti dalam penelitian ini menemukan hasil sebaliknya.

Penelitian ini yang menemukan bahwa Korean dance telah menjadi tren populer di media sosial seperti TikTok, dan tidak semua konten kreator di TikTok mampu melakukannya dengan baik. Ini disebabkan oleh gerakan tarian yang energetik dan bervariasi yang sulit untuk ditiru oleh sebagian besar orang. Oleh karena itu, tarian TikTok ini biasanya dilakukan oleh penari atau dancer yang telah terlatih, berpengalaman, dan memiliki keterampilan menari yang baik. Penelitian mencatat bahwa remaja tertarik untuk melakukan *cover dance* K-Pop karena kemampuan menari, minat terhadap K-Pop, lingkungan sekitarnya, keunikan K-Pop, dan koreografi yang relatif mudah diikuti. Hasil penelitian ini sejalan dengan pengalaman @hi_ahmaadfaa dan banyak konten kreator TikTok lainnya yang tertarik untuk membuat konten Korean dance di platform ini.

E. Dampak Konten Joget Tiktok Terhadap Konten Kreator UIN Ar-Raniry

1. Dampak terhadap rasa percaya diri

Dalam era digital dan media sosial saat ini, platform seperti TikTok telah menjadi wadah kreatif bagi banyak individu, termasuk konten kreator dari Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry. Salah satu aspek yang patut diperhatikan adalah dampak dari konten joget TikTok terhadap tingkat percaya diri para konten kreator di UIN Ar-Raniry. Mereka yang aktif mengunggah video joget TikTok

⁴⁷ Savira Rahma Nurdiana, Grendi Hendrastomo, «Cover Dance K-Pop Sebagai Gaya Hidup Remaja», dalam *Jurnal Pendidikan Sosiologi, Volume 8, Nomor 1*,(2019).

mungkin mengalami perubahan dalam cara mereka merasa tentang diri mereka sendiri.

Tentang bagaimana pengaruh dari pembuatan konten joget TikTok ini terhadap rasa percaya diri mahasiswa selaku konten kreator TikTok. Seperti yang dikatakan oleh @1*j*.ya yang merasakan bagaimana nampak signifikan terhadap diri karena sering membuat konten TikTok.

“Sebelum saya rutin membuat konten TikTok dan sekarang, saya merasa bahwa TikTok berdampak begitu besar dan mampu meningkatkan kepercayaan diri saya. Buktinya adalah pada awal saya kuliah dulu ketika belum bermain TikTok ketika tampil di depan orang banyak saya merasa gugup dan gemetar, apalagi ketika presentasi makalah. Berbeda dengan sekarang, dikarenakan sering mengekspresikan diri ditiktok saya merasa lebih santai dalam melakukan sesuatu. Apalagi dengan kegiatan yang berhubungan dengan banyak orang”.⁴⁸

Dari apa yang dikatakan oleh @1*j*.ya dapat dilihat bagaimana pengaruh TikTok dapat meningkatkan rasa percaya diri seseorang apalagi dengan itu juga dapat berdampak positif pada bidang akademiknya. Ia bisa lancar dan tidak gugup dalam presentasi karena sering mengekspresikan dirinya lewat media sosial TikTok. Hal yang sama juga di rasakan oleh @s**a.ind ia mengatakan bahwa dia mulai iseng bermain TikTok sejak dari sma, dampak dari peningkatan percaya diri karena TikTok ini bukan hanya ia rasakan dalam bidang akademik tapi juga dalam percaya diri dalam membangun relasi, terlebih pada saat kuliah di UIN Ar-Raniry. Dibuktikan dengan jangkauan ruang lingkup pertemanannya selama kuliah. Ia mengatakan bahwa ia tidak malu atau gugup ketika mulai berbicara dengan orang baru sehingga ia memiliki teman hampir di setiap fakultas di UIN Ar-Raniry. Meskipun tidak terlalu banyak, tetapi dengan ini @s**a.ind terbukti merasakan bagaimana TikTok dapat meningkatkan rasa percaya dirinya.⁴⁹

⁴⁸ Hasil wawancara dengan @1*j*.ya di Banda Aceh, 2023

⁴⁹ Hasil wawancara dengan @s**a.ind di Banda Aceh, 2023

Dalam sebuah penelitian mengatakan bahwa dalam konteks penggunaan aplikasi TikTok, orang mengungkapkan diri mereka hanya dalam dunia maya, sehingga ada kemungkinan bahwa beberapa pengguna menggunakan platform ini sebagai semacam topeng untuk menciptakan citra diri yang berbeda dan menyembunyikan kenyataan yang sebenarnya, yang artinya justru individu tersebut sebenarnya memiliki rasa percaya diri yang rendah.⁵⁰ Hal ini tidak sama dengan hasil pada penelitian ini, analisis dari hasil wawancara kepada subjek penelitian menunjukkan bahwa bagaimana mereka bersikap di TikTok juga terbawa dampaknya ke kehidupan nyata. Yang artinya informan penelitian ini, merasakan dampak dari peningkatan rasa percaya diri karena sering membuat konten di TikTok hingga akhirnya juga merasa percaya diri di kehidupan nyata.

2. Dampak terhadap popularitas

Popularitas adalah sejauh mana seseorang, kelompok, produk, atau ide dikenal dan diakui oleh banyak orang. Sebagai salah satu media sosial, TikTok tentunya juga memiliki potensi popularitas bagi penggunaannya.

Sebagaimana yang dikatakan oleh @rhdatu**aaa yang mengatakan bahwa TikTok adalah media sosial yang paling mudah untuk mencapai kepopuleran.

“Saya lebih memilih lebih aktif di TikTok daripada media sosial lain karena TikTok memiliki keutamaannya tersendiri, TikTok lebih mudah memperoleh followers karena video yang kita upload bisa muncul di fyp orang lain atau jangkauan orang yang melihat bukan hanya followes saja tetapi yang bukan followers juga bisa. Dengan fitur fyp di TikTok orang dengan sangat mudah viral. Say tidak menyangka yang awalnya saya hanya ikut ikutan influencer TikTok, hingga akhirnya saya

⁵⁰ Tiara Nabilla Novitasari, Sri Panca Setyawati, "Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Mengembangkan Rasa Percaya Diri", *Prociding Seminar Nasional Pendidikan Dan Pembelajaran*, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Nusantara PGRI Kediri, (Kediri: Universitas PGRI Kediri, 2023), hlm. 319-320

sudah beberapa kali merasakan bagaimana fyp TikTok bekerja dan video saya fyp”.⁵¹

Dari yang dikatakan oleh @rhdatu**aaa dapat dilihat bagaimana dengan TikTok orang dapat dengan lebih mudah mencapai popularitas dibandingkan dengan media sosial lainnya. TikTok memungkinkan penggunaanya untuk memperoleh followers dengan cepat karena fitur uniknya, yaitu video yang dapat muncul di "For You Page" (FYP) orang lain. Dalam hal ini, popularitas tidak hanya tergantung pada jumlah followers, tetapi juga pada seberapa banyak orang yang melihat dan berinteraksi dengan konten tersebut. Seperti pada akun @hi_ahmaadfaa yang meskipun pengikutnya baru mencapai 2387, akan tetapi jumlah rata-rata penonton videonya berkisar antara ribuan hingga ratusan ribu penonton. Yang membuktikan bahwa bahwa di TikTok, popularitas dapat dicapai dengan cepat dan dalam berbagai cara. Popularitas di platform ini tidak hanya terbatas pada selebritas atau influencer terkenal. Semua orang dengan ide-ide kreatif dan konten yang menarik memiliki kesempatan untuk menjadi terkenal di TikTok. Jadi, TikTok bukan hanya sekadar media sosial, tetapi juga merupakan peluang untuk mengejar popularitas dengan cara yang unik dan menghibur, serta ini adalah alasan mengapa begitu banyak orang memilih untuk aktif di TikTok dan berusaha mencapai popularitas melalui platform ini.

Sebuah penelitian mengatakan bahwa kepopuleran seorang konten kreator atau influencer dapat membawa dampak positif terhadap pengikutnya.⁵² Hal ini tentunya sesuai dengan apa yang dikatakan oleh informan pada penelitian ini. Bahwa popularitas seorang konten kreator atau influencer dapat menghasilkan sejumlah efek positif bagi para pengikutnya. Salah satu efek positif yang muncul adalah peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan mereka. Ketika seorang konten kreator atau influencer mencapai

⁵¹ Hasil wawancara dengan @rhdatu**aaa di Banda Aceh, 2023

⁵² Elvira Puspita Dan Vidya Kusumawardani, "Persepsi Followers Tentang Popularitas Akun @Sandys.Ss Di Media Sosial Tik-Tok", dalam *Jurnal Public Relation dan Media Komunikasi, Volume 8, Nomor 2, (2022)*, hlm. 200

popularitas yang tinggi, mereka mendapatkan akses kepada peluang dan sumber daya yang mungkin tidak tersedia bagi individu biasa. Selain itu, popularitas seorang konten kreator atau influencer juga mendorong peningkatan pengetahuan dan kesadaran pengikutnya. Influencer sering berbagi informasi mengenai beragam topik, seperti gaya hidup sehat, teknologi terbaru, atau isu-isu sosial. Pengikut yang setia dapat mengambil manfaat dari pengetahuan ini untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang berbagai isu dan membuat keputusan yang lebih baik dalam kehidupan sehari-hari. Pengikut yang merasa terhubung dengan influencer mereka juga dapat merasakan manfaat psikologis. Mereka mungkin merasa terinspirasi, didukung, atau hiburan dari konten yang dibagikan oleh influencer. Ini dapat membantu mengurangi stres dan meningkatkan kesejahteraan mental mereka. Walaupun demikian, perlu diingat bahwa tidak semua dampak dari popularitas seorang konten kreator atau influencer selalu bersifat positif. Terlalu banyak paparan terhadap konten online juga bisa membawa risiko, seperti peningkatan rasa kurang percaya diri atau kecanduan media sosial. Karena itu, penting bagi pengikut untuk menjaga keseimbangan dan bersikap kritis dalam mengonsumsi konten dari influencer mereka. Dalam konteks penelitian ini, informan telah mengakui bahwa popularitas seorang konten kreator atau influencer membawa efek positif terutama dalam hal motivasi dan ketekunan dalam membuat konten TikTok. Dengan ini, dapat disimpulkan bahwa dengan media aplikasi TikTok dapat dengan mudah meraih suatu kepopuleran terlebih jika rang tersebut padai dan konsisten dalam membuat konten dan inluenser dalam hal tersebut juga menjadi motivasi awal para konten kreator TikTok pemula dalam memulai perjalanannya dalam dunia TikTok.

3. Dampak terhadap penilaian dan kritik publik

Konten TikTok memiliki berbagai jenis ataupun keragaman, dalam hal ini tentunya respon dari publik tentunya akan berbeda beda tergantung bagaimana jenis konten yang di buat oleh konten kreator TikTok tersebut. Seperti yang dikatakan oleh @kamisnabrkh

bahwasanya ia mengaku mendapat berbagai respon dari publik. Baik itu disampaikan melalui media sosial maupun respon secara langsung ataupun yang tidak disampaikan secara langsung.

“Sebagai seorang konten kreator TikTok saya tentunya saya diharuskan berhadapan dengan orang-orang yang menonton video saya. Namun alhamdulillah kalau di aplikasi TikTok, banyak orang yang merespon dengan baik dan memberi dukungan semangat kepada saya. Kecuali di luar TikTok, saya sedikit mendengar isu-isu bahwa ada yang tidak suka dengan apa yang saya posting di TikTok. Menurut saya adalah suatu hal yang wajar dan bukan tugas kita juga untuk membuat semua orang senang dengan apa yang kita lakukan. Cukup menjadi diri sendiri dan tidak terlalu peduli dengan omongan orang yang tidak sesuai fakta sebenarnya”.⁵³

Dari apa yang dikatakan oleh @kaminsahrkh artinya orang yang tidak suka dengan konten yang ia posting tidak langsung menyampaikan hal tersebut di TikTok, akan tetapi hanya menjadikannya sebagai pembicaraan. Berbeda dengan yang dikatakan oleh @no**aa5702 yang mengatakan bahwa setiap dia memposting video pasti selalu mendapat respon positif dari publik maupun dari teman-temannya. Contohnya pada sebuah konten yang ia posting pada 11 maret 2023 waktu lalu yang mencapai penonton 11 ribu lebih penonton. Dapat dilihat bagaimana penonton videonya memberikan berbagai respon positif dan dukungan terhadap dirinya yang membuktikan bahwa kontennya banyak disukai oleh penonton di TikTok.⁵⁴

⁵³ Hasil wawancara dengan @kaminsahrkh di Banda Aceh, 2023

⁵⁴ Hasil wawancara dengan @no**aa5702 di Banda Aceh, 2023



Gambar 4.20 Komentar postingan @kaminsahrkh

Selanjutnya adalah yang dikatakan oleh @hi_ahmaadfaa bahwasanya ia juga banyak mendapat respon positif dari publik, terlebih konten yang ia buat adalah konten dance. Ia mengatakan bahkan ada yang meminta dia untuk mengajarkan bagaimana cara korean dance seperti yang dia lakukan. Dalam ruang lingkup di dunia nyata, baik itu di kampus ataupun di luar kampus ia juga tidak pernah mendengar respon negatif dari orang-orang. Hal itulah yang membuat dia semakin konsisten dan percaya diri dalam menjalani karirnya sebagai seorang dancer maupun sebagai seorang konten kreator TikTok.⁵⁵

Pada sebuah penelitian menemukan bahwa responden yang ia teliti mengatakan memandang bahwa wajar saja jika laki-laki

⁵⁵ Hasil wawancara dengan @hi_ahmaadfaa di Banda Aceh, 2023

melakukan joget TikTok. Dan baiknya tarian yang dilakukan juga bukan tarian dengan gerakan gemulai. unsur lain yang perlu diubah oleh laki-laki yang melakukan joget TikTok adalah pemilihan lagu dan penampilan penari, apabila ia bukan seorang artis atau selebgram, sebaiknya tidak perlu menggunakan asesoris perempuan.⁵⁶ Merujuk dari apa yang di katakan dalam penelitian tersebut, pada informan konten kreator TikTok UIN Ar-Raniry. Pada konten kreator laki laki, konten yang dibuat tidak termasuk kedalam konten joget feminim, melainkan konten dance joget TikTok yang menukkan kreatifitas yang menghibur penonton, sehingga tidak terdapat kontra di dalamnya.



⁵⁶ Dyah Pithalokaa, Ivan Taufiqb dan Mutia Dinic, “Pemaknaan perempuan Generasi Z terhadap maskulinitas joget Tiktok”, dalam *Jurnal Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, Volume 7, Nomor 1,(2023), hlm. 76

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan observasi wawancara informan dan menelaah karya ilmiah serta buku yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, yaitu Berjoget Untuk Eksis: Motivasi Dan Dampak Produksi Video Tiktok Pada Konten Kreator Mahasiswa, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Mahasiswa di UIN Ar-Raniry Banda Aceh memilih aplikasi TikTok sebagai sarana eksistensi diri dikarenakan keunggulan tiktok yang mudah digunakan tetapi juga memiliki potensi yang besar dalam menunjang kebutuhan dan tujuan kreator khususnya dalam hal eksis. Dibandingkan dengan opsi lain seperti manajemen blog atau kanal YouTube, TikTok menawarkan pendekatan yang lebih langsung dan singkat, memungkinkan mahasiswa untuk mengekspresikan kreativitas. Adapun hal yang memotivasi kreator adalah karena TikTok dapat menjadi sarana ekspresi diri, sebagai sarana mencari popularitas, dapat memperoleh banyak pengikut, dapat mengikuti berbagai tren tiktok yang sedang populer, dan juga memiliki potensi monetisasi yang menjanjikan jika dapat dikelola dengan baik. Tiktok telah menjadi platform yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan kreativitas dan membangun karir sebagai konten kreator. Ini juga mencerminkan perubahan besar dalam cara individu berinteraksi dan mencari penghasilan di era digital.
2. Beragam jenis konten joget TikTok yang diproduksi oleh konten kreator UIN Ar-Raniry, termasuk "Jedag Jedug (JJ)," "Joget Tiba-Tiba Aku Melayang," "Joget Sound Don't," dan tarian ala Korea. Keberagaman jenis konten yang dihasilkan oleh para mahasiswa tidak hanya mencakup variasi gerakan

joget, tetapi juga mengeksplorasi berbagai genre musik dan gaya tarian. Berbagai jenis konten ini mencerminkan perkembangan tren media sosial yang sedang terjadi di masyarakat, dengan konten TikTok yang mudah diakses oleh berbagai kelompok usia. Dari beragam jenis konten yang di posting mahasiswa UIN Ar-Raniry tersebut dinilai dapat menjadi sarana eksis bagi mereka dan menjadi wadah ekspresi kreatif.

3. Penelitian ini mengungkapkan bahwa dampak konten joget TikTok yang dihasilkan oleh konten kreator UIN Ar-Raniry mendapati beragam respons publik dan penilaian. Beberapa konten kreator mungkin mendapatkan respon positif dan dukungan dari penonton, sementara yang lain mungkin menghadapi kritik. ini mencerminkan bahwa TikTok adalah platform yang memiliki daya tarik yang kuat, tetapi juga membuka ruang untuk berbagai jenis reaksi publik. Peneliti menilai bahwa bagaimana hal tersebut mencerminkan dinamika kompleks dalam interaksi antara konten kreator, penonton, dan platform media sosial. Beberapa konten joget TikTok dari kreator UIN Ar-Raniry berhasil menciptakan konektivitas emosional dengan penonton dan juga menarik perhatian positif.

B. Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini belum mencapai tingkat kesempurnaan karena menghadapi beberapa hambatan selama proses penelitian. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan masukan dan saran bagi penelitian ini baik dari sisi metodologi penelitian, penulisan dan lain sebagainya. Peneliti sangat berharap agar penelitian mendatang dapat meneliti tentang pro dan kontra dari adanya TikTok ini, khususnya yang berkaitan dengan para kreator TikTok di UIN Ar-Raniry.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abidin Zaenal, Analisis Eksistensial, (Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada, 2007)
- Margaret M. Poloma, Sosiologi Kontemporer, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 229
- Moleong Lexy, Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Bandung, 2007)
- Patilima Hamid, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung:Alfabet, 2011)
- Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2012)
- Suyanto Bagong, Metode Penelitian Sosial: Sebagai Alternatif Pendekatan (Jakarta: Kencana, 2007)

JURNAL

- Alicia Febi, Faiza Shakira Saina Harahap, Dini Lestari, “Peran Tiktok Di zaman Milenial Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online”, dalam Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM), Volume 2, Nomor 2,(2022)
- Andhika Muhammad Hafif Rafi, dkk,“Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi @suasanakopi”, dalam Jurnal Cyber PR, Volume 2, Nomor 2,(2022)
- Apriansyah Muhammad Ridwan, Kusno Adi Sambowo, Arris Maulana,“ Pengembangan Media Pembelajaran Video Berbasis Animasi Mata Kuliah Ilmu Bahan Bangunan Di Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta”, dalam Jurnal Pendidikan Teknik Sipil, Volume 9, Nomor 1,(2020)

- Augustha Erdin Damara dan Yudha Wirawanda, "Media Sosial Tiktok Sebagai Eksistensi Diri", dalam Jurnal Komunikasi, Volume 9, Nomor 1, (2023)
- Ayu Febrina, "Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah; Studi Kasus Ustad Syam, Di Akun @Syam_Elmarusyi", dalam Jurnal Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah, Volume 11, Nomor 2, (2021)
- Bashiroturrohmah Zahidah, Sisika Martha Nur Cahyan Dan Anhdita Risiko Faristiana, "Pengaruh Media Sosial Tik - Tok Terhadap Karakter Siswa Sekolah Dasar" dalam Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial, Volume 1, Nomor 3, (2023)
- Bulele Yohana Noni, "Analisis Fenomena Sosial Media dan Kaum Millenial: Studi Kasus TikTok" dalam Jurnal Universitas Internasional Batam, Volume 1, Nomor 1, (2020)
- Damayanti Trie dkk, "Kajian Dampak Negatif Aplikasi Berbagi Video Bagi Anak-Anak di Bawah Umur di Indonesia", dalam Jurnal Communication, Volume 10, Nomor 1, (2019)
- Darmawan Agus, Iwan Muhammad Ridwan, "Fenomena Video Vertikal dalam Kehidupan Masyarakat", dalam Jurnal Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, Volume 4, Nomor 1, (2023)
- Devi Adella Aninda, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran", dalam Jurnal Epistema, Volume 3, Nomor 1, (2022)
- Dewanta, "Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia", dalam Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia, Volume 9, Nomor 2, (2020)
- Fitrianti Ayang, Errika Dwi Setya Watie. Firdaus Azwar Eryad, "Personal Branding Mahasiswa Ilmu Komunikasi Usm Geri Da Pinto", dalam Jurnal Dinamika Sosial Budaya, Volume 23, Nomor 1, (2021)
- Hermawan Daniel, "Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding Dalam Media Sosial",

- dalam *Jurnal Communication and Sociology*, Volume 2, Nomor 1,(2018)
- Hikmawati Sholihatul Atik, Luluk Farida, “Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang ”, dalam *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Volume 2, Nomor 1,(2021)
- Hilaliyah Zuhrotul dan Grendi Hendrastomo, “Fenomena K-Pop Sebagai Konsumsi Budaya Populer Di Kalangan Santriwati Di Pondok Pesantren Al Barokah Yogyakarta”, dalam *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, Volume 10, Nomor 2,(2021)
- Husna Fathayatul, Dony Arung Triantoro Dan Raudhatun Nafisah, “Tiktok Islam: Ekspresi Anak Muda, Media Baru, Dan Kreativitas Di Masa Pandemi”, dalam *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, Volume 4, Nomor 2,(2022)
- Husniyah Hasna dan Imam Tabroni, “Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Akhlak Anak Di Desa Ciherang, Pasawahan”, dalam *Jurnal Pengabdian*, Volume 14, Nomer 2,(2021)
- Ilahin Nur, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok Terhadap Karakter Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah” Dalam *Jurnal IBTIDA*, Volume 3, Nomor 1,(2022)
- Inayatillah, “Potret Relasi Gender Di Uin Ar-Raniry” . dalam *International Journal Of Child And Gender Studies*, Volume 3, Nomor 2,(2017)
- Israwani Melisa Putri dan Mohammad Isa Gautama, “Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Remaja (Studi Kasus Siswa SMAN 5 Bukittinggi Kelas XI IPS) ”, dalam *Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, Volume 5, Nomor 1,(2022)
- Kamilah Shafa Tasya, dkk, “Analisis Konten Dakwah dalam Aplikasi Tik Tok di Kalangan Remaja” dalam *Jurnal Aladalah*, Volume 1, Nomor 1,(2023)
- Kartini, Imam Azhari Harahap, Nazmia Yusdi Arwana, dan Suci Wahyu Tami Br Rambe, “Teori Dalam Penelitian Media”,

- dalam Jurnal Edukasi Nonformal, Volume 3, Nomor 2,(2020)
- Malimbe Armylia, Fonny Waani Dan Evie A.A Suwu,“Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado ”, dalam Jurnal Ilmiah Society , Volume 1, Nomor 1,(2021)
- Maria Oktaviana,"Analisis Personal Branding Melalui Media Sosial" dalam Penelitian Inovatif (JUPIN), Volume 3, Nomor 2,(2023)
- Medcom.id,“Viral di Tiktok, Ini 5 Fakta Menarik Lagu Tiba-Tiba Aku Melayang”,
- Muzayanati Apriliyanti, Dkk, “Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Degradasi Akhlak Anak Madrasah Ibtidaiyah”, dalam Jurnal Kependidikan Dasar Islam Berbasis Sains, Volume 7, Nomer 1,(2022)
- Novita Diana, dkk, “Monetisasi Media Sosial di Tiktok”, dalam Jurnal Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer, Volume 6, Nomor 4,(2022)
- Novitasari Tiara Nabilla, Sri Panca Setyawati,"Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Mengembangkan Rasa Percaya Diri", Prociding Seminar Nasional Pendidikan Dan Pembelajaran, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Nusantara PGRI Kediri,(Kediri: Universitas PGRI Kediri,2023)
- Nurbaiti dan Muhammad Faisal Alfarisyi, “Sejarah Internet di Indonesia”, dalam Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM). Volume 3, Nomor 2,(2023)
- Nurdiana Savira Rahma, Grendi Hendrastomo, «Cover Dance K-Pop Sebagai Gaya Hidup Remaja», dalam Jurnal Pendidikan Sosiologi, Volume 8, Nomor 1,(2019).
- Panduan Akademik Universitas Ar-Raniry 2019/2020

- Parhan Muhamad, dkk, “ Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI ”, dalam Jurnal Hikmah, Volume 16, Nomor 1,(2022)
- Pertiwi Shafirah, “Konsumsi Media Sosial Tik Tok Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya ”, dalam Jurnal Emripika, Volume 6, Nomor 1,(2022)
- Pithalokaa Dyah, Ivan Taufiqb dan Mutia Dinic, “Pemaknaan perempuan Generasi Z terhadap maskulinitas joget Tiktok”, dalam Jurnal Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial, Volume 7, Nomor 1,(2023)
- Pramesti Maya Wulan, “Pengertian, Proses dan Arti Penting dalam Organisasi”, dalam Jurnal Gema Eksos, Volume. 5, Nomor. 1, (2009).
- Pujiono Slamet, "Membangun Integritas Pendidikan Etika dalam Konsep Islam" dalam Jurnal Al-Hikmah, Volume 1, Nomor 1,(2020)
- Puspianto Alim, “Realita Media Sosial Dalam Kehidupan Cyber Society”, dalam Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Volume 11, Nomer 2,(2023)
- Puspita Elvira dan Vidya Kusumawardani, “Persepsi Followers Tentang Popularitas Akun @Sandys.Ss Di Media Sosial Tik-Tok”, dalam Jurnal Public Relation dan Media Komunikasi, Volume 8, Nomor 2,(2022)
- Putri Shani Dwi, Suzy Azeharie, “Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok”, dalam jurnal Koneksi Universitas Tarumanagara, Volume 5, Nomor 2,(2021)
- Raehani Gina, Oding Supriadi, dan Hendra Setiawan, "Analisis Tindak Tutur Direktif Pada Akun Tik Tok @Vmuliana dan Relevansinya Sebagai Penyusunan Handout", dalam Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Volume 8, Nomor 1,(2022)
- Rahmana Putri Naning, Dhea Amalia Putri N dan Rian,“Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media

- Edukasi Di Era Generasi Z”, dalam Jurnal Teknologi Pendidikan, Volume 11, Nomor 2,(2022)
- Rosdiana Ade dan Nurnazmi, “dampak Aplikasi Tiktok dalam Proses Sosial Di Kalangan Remaja Kelurahan Rabadompu Timurkecamatan Raba Kota Bima”, dalam Jurnal Pendidikan Sosiologi, Volume 4, Nomer 1,(2021)
- Rosiana, Puput Silva,, “Analisis Aplikasi Tiktok Berdasarkan Prinsip Dan Paradigma Interaksi Manusia dan Komputer Menggunakan Evaluasi Heuristic”, dalam Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan, Volume 11, Nomor 1,(2023)
- Wilamsari Natalina, “Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif”, dalam Jurnal Wacana, Volume 13, Nomor 2, (2014)
- Yulius Yosef, Dewi Sartika, “Pelatihan Membuat Video Ajar Malalui Aplikasi Capcut Dan Az Screen Sebagai Media Pembelajaran Di SMP 30 Palembang”, dalam Jurnal Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Volume 7, Nomor 2,(2022)
- Yurliana, Rahmat Saleh, Dan Zakira Azman, "Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Wujud Aktualisasi Diri Didunia Maya (Studi Pada Pengguna Aplikasi TikTok di Kota Banda Aceh)" dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK, Volume 7, Nomor 1,(2022)

SKRIPSI

- Buton Sukma, Dampak Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Mahasiswa Fakultas Usuluddin Dan Dakwah Prodi Jurnalistik Islam IAIN Ambon,(Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Iain Ambon, 2021)
- Faizah dan Khoridzatul Wahyu, “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisisme Mahasiswa Kpi Angkatan Tahun 2021”,(Skripsi, Iain Ponorogo,(2022)
- Jayanata Gustafian, “Dampak Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Siswa Sekolah Dasar Negeri 42 Di Desa Padang Peri Kecamatan Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma”(Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022)
- Prasetya dan Rangga Dwi, “Pengaruh Penggunaan Internet Terhadap Perkembangan Moral Remaja (Analisis Penelitian Kuantitatif Di Desa Bantarujeg, Kabupaten Majalengka”,(Skripsi, Universitas Pasundan, 2018)
- Safitri Yeni Rahma, “Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ips Di Mts Islamiyah Songgon Tahun Pelajaran 2021/2022”,(Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022)
- Yuliana Tina, “TikTok Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Remaja”, Skripsi, Universitas Pasundan, 2021)
- Zaputri Meri, “Dampak Kecanduan Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Belajar Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Iain Batusangkar”,(Skripsi, IAIN Batusangkar, 2021)

WEBSITE

- Annur Cindy Mutia, “Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang Hingga Awal 2023”, databoks, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>

Direktorat Pembinaan Pengelolaan Keuangan Blu Direktorat Jenderal Perbendaharaan, “Universitas Islam Negeri Ar Raniry Darussalam Banda Aceh “, <https://bludjpb.kemenkeu.go.id/index.php?r=publication/blu/view&id=112#:~:text=Sejarah,memerintah%20tahun%201637%2D1641>).

<https://id.wikipedia.org/wiki/Motivasi>, diakses pada 25 November 2023

<https://www.medcom.id/hiburan/musik/Rkjel0wb-viral-di-TikTok-ini-5-fakta-menarik-lagu-tiba-tiba-aku-melayang>

Kementerian Agama Republik Indonesia, “UIN Ar-Raniry Terima 6.185 Mahasiswa Baru”, <https://kemenag.go.id/nasional/UIN-ar-raniry-terima-6185nbsp-mahasiswa-baru-u6564t>

Kementerian Komunikasi dan Informasi, “Ini Penyebab Kominfo Putuskan Blokir Tik Tok”, Kominfo, https://www.kominfo.go.id/content/detail/13331/inipenyebab-kominfo-putusan-blokir-tik-tok/0/sorotan_media.

HASIL WAWANCARA

Hasil Observasi akun @himamukum.uinnar di TikTok, 2023

Hasil wawancara dengan @hi_ahmaadfaa di Banda Aceh, 2023

Hasil wawancara dengan @rhdatu**aaa di Banda Aceh, 2023

Hasil wawancara dengan @l*j*.ya di Banda Aceh, 2023

Hasil wawancara dengan @no**aa5702 di Banda Aceh, 2023

Hasil wawancara dengan @teri**ulandari di Banda Aceh, 2023

Hasil wawancara dengan @cac**aa_cha di Banda Aceh, 2023

Hasil wawancara dengan @ati**ee di Banda Aceh, 2023

Hasil wawancara dengan @sp**ri.ayu__ di Banda Aceh, 2023

Hasil wawancara dengan @s**a.ind di Banda Aceh, 2023

Hasil wawancara dengan @kamisnabrkh di Banda Aceh, 2023

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1 Wawancara dengan @hi_ahmaadfa



Lampiran 2 Wawancara dengan @rhdatu**aaa



Lampiran 3 Wawancara dengan @1*j*.ya



Lampiran 4 Wawancara dengan @no**aa5702 1



Lampiran 5 Wawancara dengan @ter****landari



Lampiran 6 Wawancara dengan @ca***aa_cha



Lampiran 7 Wawancara dengan @ati**ee



Lampiran 8 Wawancara dengan @sp**ri.ayu_



Lampiran 9 Wawancara dengan @sa.ind**



Lampiran 10 Wawancara dengan @kamisnabrkh



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT**

U. Syekh Abdurrahman Kopelma Damassalam Banda Aceh
<http://ar-raniry.ac.id/fakultas/3/fakultas-ushuluddin-dan-filsafat>

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT UIN AR-RANIRY
Nomor: B-448/Uin.08/FIF/PP.00.002/2023

Tentang

**PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PADA PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT UIN AR-RANIRY SEMESTER GENAP
TAHUN AKADEMIK 2022/2023**

DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT UIN AR-RANIRY

- Menimbang** :
- bahwa dalam usaha untuk lebih meningkatkan mutu dan kualitas lulusan Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry, dipandang perlu untuk mengangkat dan menetapkan Pembimbing Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry.
 - bahwa yang namanya tersebut dibawah ini, dipandang mampu dan memenuhi syarat untuk diangkat dan diserahkan tugas sebagai Pembimbing Skripsi tersebut.
- Mengingat** :
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
 - Keputusan Menteri Agama No. 89 Tahun 1963, tentang Pendidikan IAIN Ar-Raniry.
 - Keputusan Menteri Agama No.12 Tahun 2014, tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Ar-Raniry
 - Peraturan Presiden RI Nomor 64 tahun 2013, tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh menjadi Universitas Islam Negeri Banda Aceh.
 - Keputusan Menteri Agama Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS di Lingkungan Departemen Agama RI.
 - Peraturan Menteri Agama Nomor 21 Tahun 2015, tentang Statuta UIN Ar-Raniry.
 - Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2014, tentang Jenis-jenis Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang kepada Para Dekan dan Direktur Pascasarjana dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : **PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PADA PRODI SOSIOLOGI AGAMA FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT UIN AR-RANIRY SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2022/2023**

KESATU : Mengangkat / Menunjuk saudara
a. Dr. Sehat Hasan Shadiqin, M.Ag. Sebagai Pembimbing I
b. Masdawati, MA. Sebagai Pembimbing II

Untuk membimbing Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Yayan
NIM : 190305075
Prodi : Sosiologi Agama
Judul : BERJOGET UNTUK EKSPRESI
Motivasi dan Dampak Produksi Video TikTok Para Komentator Mahasiswa

KEDUA : Pembimbing tersebut pada dikum pertama diatas ditugaskan untuk membimbing skripsi mahasiswa sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan.

Surat keputusan ini mulai berlaku sejak ditetapkan, dengan ketentuan akan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, jika ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

Ditandatangani di : Banda Aceh
Pada tanggal : 06 Februari 2023

Dek



Abdul Muthalib

Terbaca :

- Wakil Dekan I Fak. Ushuluddin dan Filsafat
- Ketua Prodi Sosiologi Agama Fak. Ushuluddin dan Filsafat
- Pembimbing I
- Pembimbing II
- Kansel. Bag. Akademik
- Yang bersangkutan