

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangatlah penting sebagai dasar pijakan dalam rangka penyusunan peneliti terdahulu. Penelitian ini merupakan rujukan dari beberapa penelitian sebelumnya yakni sebagai berikut :

1. Kajian peneliti terdahulu yang sudah ditulis adalah “Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja” yang ditulis oleh Witanti Prihatiningsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta pada tanggal 01 April 2017. Penelitian ini berlokasi di DKI Jakarta. Dengan jenis penelitian kualitatif dan menggunakan teori Fenomenologi menurut Alfred Schutz. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa motif penggunaan instagram dapat dilihat dari lima kebutuhan penggunaan media yaitu bahwa seseorang membutuhkan media untuk memenuhi kebutuhan kognitif, efektif, integrasi personal, integrasi sosial dan hiburan. (Sumber:<https://journal.budiluhur.ac.id>).
2. Kajian penelitian terdahulu yang kedua yang peneliti gunakan adalah “Motif Penggunaan Media Sosial Tik Tok di Kalangan Anak-Anak” yang ditulis oleh Adha Liany, Mahasiswi Prodi Ilmu

Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang pada tanggal 15 Juli 2021. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, dengan jenis penelitian kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa motif penggunaan media sosial tiktok di kalangan anak-anak karena didorong oleh motif menemukan informasi, motif aktualisasi diri, motif interaksi sosial dan motif hiburan.

Perbedaan antara kedua penelitian ini terletak pada objek dan fokus penelitian di mana penelitian yang dilakukan oleh Witanti Prihatiningsi lebih fokus pada motif penggunaan pada aplikasi instagram, dan dalam penelitian Adha Liany lebih ditekankan pada motif penggunaan media sosial tiktok pada anak-anak, sedangkan penulis lebih menekankan pada motif penggunaan aplikasi tiktok dan perilaku ketergantungan pada mahasiswa. Hubungan dari kedua penelitian ini yakni sama-sama menggunakan teori fenomenologi sebagai landasan untuk melihat apa saja motif penggunaan media aplikasi Tiktok.

2.2 Komunikasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas sosial manusia. Komunikasi sangat penting dalam kehidupan manusia sebab manusia tidak bisa hidup tanpa komunikasi. Hal ini dikarenakan manusia membutuhkan orang lain untuk

berkomunikasi, karena komunikasi merupakan bagian yang sangat penting sebagai suatu kebutuhan sepanjang hidup. Tak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi. Interaksi sosial merupakan sebuah syarat terjadinya aktivitas sosial. Menurut Everett Kleijang, komunikasi penting untuk hidup itu sendiri sebab manusia tidak bisa hidup tanpa komunikasi Hafied Cangara dalam (Saku Bouk, 2018:1).

Dalam berkomunikasi ada dua cara yang dilakukan yaitu komunikasi langsung (*face to face*) dan komunikasi tidak langsung. Komunikasi langsung atau biasa disebut komunikasi tatap muka artinya komunikator dan komunikan bertemu secara langsung bertukar pesan. Namun seiring perkembangan teknologi, komunikasi langsung dimungkinkan melalui perantara media seperti *video call* atau telepon. Sedangkan komunikasi tidak langsung dilakukan juga melalui perantara media yaitu media massa cetak seperti majalah, tabloid, surat kabar maupun media massa elektronik seperti televisi dan radio (Saku Bouk, 2018:13-14).

2.3 Media Sosial

2.3.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial saat ini sangatlah berkembang pesat di zaman ini, banyak dari orang-orang yang menggunakan media sosial untuk berkomunikasi antar sesama. Menurut Tea (dalam Vincentius, 2023) media sosial merupakan salah satu media yang memiliki daya tarik yang cukup

besar dan kuat. Media sosial memiliki unsure interaksi antar manusia, baik itu diantara individu dengan individu maupun individu dengan kelompok. Secara umum pengertian media sosial adalah media *online* yang mendukung adanya interaksi sosial. Sosial media atau media sosial menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah suatu komunikasi kedalam dialog interaktif. Beberapa contoh situs media sosial yang sangat populer saat ini adalah *TikTok, Facebook, Twiter, Instagram* dan *Whatsapp*. Media sosial juga disebut sebagai sosial media yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling berinteraksi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan merupakan pelantar digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaanya (Tysara, 2021). Berikut ini beberapa pengertian media sosial menurut para ahli :

1. Yuliana Graba, media sosial adalah situs jaringan sosial misalnya layanan berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi public dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem (Zuwirman, 2018:3).
2. Purwodarminto (2019:45) media sosial adalah pengguna isi bersama yang memanfaatkan teknologi penyiaran berbasisi internet berbeda dari media cetak dan media siaran tradisional.

3. Mike dan Young (2019), mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi antara individu dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu (Nasrullah, 2018:11).

Dari pengertian diatas, penulis memahami bahwa media sosial merupakan suatu sarana komunikasi yang difasilitasi oleh jaringan internet. Melalui media sosial, orang-orang dapat terhubung dan berinteraksi secara langsung dan cepat dimana dan kapan saja. Dengan begitu pesan yang ingin disampaikan kepada orang lain dapat diterima dengan langsung dan cepat.

2.4 Aplikasi Tik Tok

2.4.1 Pengertian TikTok

TikTok merupakan aplikasi yang menyediakan berbagai macam *special effect* yang unik dan menarik. Fitur tersebut bias digunakan oleh semua pengguna TikTok dengan sangat mudah ketika membuat video pendek. Jadi, Tik Tok merupakan aplikasi yang menambahkan efek terhadap video pendek yang dibuat. Aplikasi TikTok juga sudah menyediakan berbagai macam *music background* yang bias dimanfaatkan para pengguna. Mereka bisa membuat video mereka dengan menyesuaikan laguyang hendak dijadikan *background* video (Batubara, 2020:27).

Memacu sikap narsisme, pengguna TikTok rela melakukan apapun untuk mengejar jumlah *like*, pengguna TikTok bertingkah laku aneh. Di antara mereka ada yang sengaja membuat video TikTok saat menirukan gerakan salat. Bahkan, ada juga yang membuat TikTok didepan jenazah saudaranya sendiri. Hal tersebut dilakukan semata-mata untuk mengejar jumlah *like*. Karena itu, sekarang banyak sekali postingan maupun media disosial media yang mengejek aplikasi ini serta penggunanya. Bahkan, beberapa orang memberi julukan kepada para pengguna Tik Tok dengan sebutan Generasi Perusak Moral Bangsa karena hampir para penggunanya sama sekali tidak mementingkan nilai moral dalam segala video yang mereka buat (Rahayu, 2018: 5).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dipahami bahwa pengguna aplikasi tiktok harus benar-benar memahami bagaimana menggunakan media dengan baik, agar tidak memberikan kesan yang tidak baik sebagai pengguna media, karena apabila pengguna media tidak menggunakan media tersebut dengan tidak baik otomatis reputasi media pun akan menurun dan dicap sebagai media yang tidak berguna dalam mengembangkan kreatifitas pengguna media. Oleh karena itu sebagai pengguna media harus bisa memanfaatkan media tersebut, sebagai ajang untuk mengembangkan kemampuan diri. Serta memberikan segala macam kreatifitas yang dihasilkan melalui konten-konten yang dibuat agar tidak sekedar

menggunakan aplikasi tersebut hanya untuk bersikap narsisme maupun untuk mengembangkan bakat dan menuangkan inovasi-inovasi baru dalam membuat konten. Sehingga penonton pun merasa terinspirasi dari hasil video atau konten yang kita bagikan dalam fitur-fitur atau effect yang ada dalam aplikasi Tiktok.

2.4.3 Fitur-Fitur Aplikasi TikTok

Menurut Winarso (2021:7) aplikasi TikTok terdapat beberapa fitur-fitur yang diberikan diantaranya adalah sebagai berikut :

1) *Followers* atau pengikut

Aplikasi TikTok memiliki sistem sosial yaitu menjadi pengikut untuk dari pengguna yang lain ataupun memiliki pengikut dari pengguna lain di TikTok. Pengikut atau *followers* ini memperlihatkan adanya komunikasi antara sesama pengguna secara tidak langsung bisa saja dengan member tanda suka ataupun mengomentari postingan yang di unggah oleh pengguna TikTok lainnya sehingga ada interaksi.

2) *Direct messages*

Direct Message atau disingkat DM merupakan sebuah pesan yang dikirim langsung kepada seseorang dari pengguna TikTok ini sendiri, sehingga penggunaanya dapat saling bertukar pesan satu sama lain.

3) Unggah video

Adapun fitur unggah video yaitu video yang bisa di upload dari durasi 15 detik, 60 detik hingga 3 menit, fitur unggah video ini tidak hanya direkam langsung pada aplikasi TikTok namun juga memilih file lain yang ada di galeri penggunanya, tidak hanya video TikTok juga memberikan fitur *templates* untuk penggunanya dapat memposting foto-foto yang nantinya dijadikan sebuah video.

4) Reply

Reply adalah fitur TikTok yang penggunanya dapat me-*reply* komen dari pengguna lainnya yang nantinya dijawab dalam bentuk sebuah video lagi, sehingga jawaban tersebut dalam bentuk video terpisah.

5) Penambah music

Penambah musik adalah fitur utama TikTok agar video yang di posting lebih memiliki nuansa berbeda dan juga sering kali dari fitur penambah musik ini membuat penggunanya lebih *enjoy* dalam melihat konten-konten video tersebut, karena ada berbagai macam konten di TikTok yang selalu di dukung dengan penambahan musik.

6) Filter pada video

Filter pada video ini adalah fitur TikTok yang memberikan penggunanya untuk memberikan warna terhadap videonya, ada berbagai macam filter yang diberikan oleh TikTok seperti *portait*, *landscape*, *food*, *vibe* dan lain-lain.

7) Filter stiker dan efek video

Filter stiker dan efek video, filter stiker adalah filter yang diberikan oleh TikTok yang nantinya mendeteksi wajah kita ataupun lingkungan kamera tersebut, filter stiker ada banyak sekali jenisnya contohnya seperti *Sweet Demon*, *Vintage party*, *Old*, *Cowboy hat*, dan lain sebagainya. Sedangkan efek video adalah beberapa efek yang bisa digunakan dalam video seperti misalnya efek *visual*, *motion*, *sticker*, *transition*, *split*, dan lain sebagainya.

8) Fitur live

Fitur *live* adalah fitur TikTok yang penggunanya dapat melakukan aktifitas *live streaming* dengan kegiatan yang bermacam-macam ada yang bercerita, bermain *game* dan lain-lain, namun berbeda dengan media sosial yang lain pengguna TikTok yang bisa melakukan *live* adalah pengguna yang pengikutnya minimal sudah 1000 followers.

9) Fitur hashtag

Fitur Hashtag di TikTok ini adalah untuk lebih menunjukkan konten seperti apa yang kita buat atau tema dari video penggunanya itu untuk apa agar lebih mudah dicari, contohnya hashtag sama-sama berkarya yang menjadi rangkuman untuk video-video dari lomba yang TikTok Indonesia buat sebagai memperingati Hari Sumpah Pemuda, sehingga hashtag tersebut menjadi salah satu rangkuman kecil dari jenis video yang kreator tersebut buat seperti apa.

10) Fitur TikTok shop

TikTok *Shop* merupakan fitur terbaru yang dibuat oleh TikTok, dikutip dari kompas.com fitur ini merupakan fitur untuk belanja online yang penggunanya dapat melakukan jual beli barang di dalam aplikasi secara langsung. Melalui TikTok Shop ini penggunanya dapat berbelanja langsung lewat TikTok tanpa harus keluar atau beralih dari aplikasi lain dalam melakukan transaksi pembelian dari produk yang diinginkan penggunanya. Dari fitur-fitur inilah pengguna tiktok membuat konten berupa video berdurasi 30 detik agar menarik perhatian penonton yang juga merupakan pengguna tiktok agar mendapatkan like yang banyak sehingga bisa menarik perhatian publik.

2.5 Tingkat Ketergantungan Penggunaan Media

2.5.1 Pengertian Tingkat Ketergantungan Penggunaan Media

Menurut Defluer dan Roceach (dalam Krisnawati, 2019:56) Ketergantungan dapat diartikan tidak memiliki kendali untuk melakukan sesuatu dan menggunakan sesuatu. Teori komunikasi yang menyatakan bahwa semakin banyak seseorang bergantung pada suatu media. Untuk memenuhi kebutuhannya, media semakin penting bagi orang tersebut. Ketergantungan ini penting karena merupakan ciri yang sangat signifikan dari prosa perkembangan budaya, yang memungkinkan kegiatan psikologis

tingkat tinggi, kegiatan ilmiah, seni dan ideologis, memainkan peran penting dalam kehidupan yang beradab.

2.6 Motif

Motif adalah dorongan dalam diri manusia yang timbul karena adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi. Motif pada dasarnya sudah terikat pada suatu tujuan tertentu. Motif merujuk pada hubungan sistematis antara suatu respon dengan keadaan dorongan tertentu. Motif yang ada dalam diri seseorang akan mewujudkan suatu perilaku yang akan diarahkan pada tujuan untuk mencapai sasaran kepuasan (Ghurfron dan Rini, 2021:83).

Berdasarkan asalnya, motif yang mendasari manusia untuk bertindak atau berperilaku digolongkan menjadi tiga, yaitu :

1. Motif Biologis

Motif biologis merupakan faktor-faktor yang mendorong perilaku manusia Rakhmat dalam (Vincentius, 2022:34). Motif biologis ini berasal dari kebutuhan-kebutuhan seseorang demi kelanjutan kehidupannya secara biologis, yaitu: lapar, haus, kebutuhan akan kegiatan dan istirahat, mengambil napas, seksualitas, buang air, keamanan dan sebagainya (Ahmadi, 2020:198-199).

2. Motif Sosiogenetis/Sosiogenis

Motif sosiogenetis adalah motif-motif yang dipelajari orang dan berasal dari lingkungan kebudayaan tempat manusia itu berada dan berkembang. Motif sosiogenetis tidak berkembang dengan sendirinya, tetapi berdasarkan interaksi sosial dengan orang-orang atau hasil kebudayaan orang (Ahmadi, 2021:198-199).

3. Motif Teogenetis

Motif teogenetis berasal dari interaksi individu dengan Tuhan Yang Maha Esa, seperti yang nyata dalam ibadahnya dan dalam kehidupannya sehari-hari dimana ia berusaha merealisasi norma-norma agama tertentu. Manusia memerlukan interaksi dengan Tuhannya untuk dapat menyadari tugasnya sebagai seorang manusia yang berkebutuhan di dalam masyarakat yang serba beragam itu. Yang termasuk dalam motif teogenetis seperti: keinginan untuk mengabdikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, keinginan untuk merealisasi norma-norma agamanya menurut petunjuk kitab-kitab suci dan lain-lain (Ahmadi, 2021:200).

Berdasarkan uraian diatas peneliti menggunakan teori fenomenologi berdasarkan pandangan Alfred Schutz sebagai landasan untuk menggali sedalam-dalamnya apa yang ingin diteliti dari motif penggunaan aplikasi

TikTok dan perilaku ketergantungan pada mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2019.

2.7 Teori Fenomenologi Menurut Alfred Schutz

2.7.1 Pengertian Fenomenologi

Berdasarkan etimologi, istilah fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, yaitu "*phainoai*", yang berarti "menampak" dan *phenomenon* merujuk pada "realitas yang nampak". Merupakan sebuah studi dalam bidang filsafat yang mempelajari manusia sebagai sebuah fenomena. Pada dasarnya fenomenologi adalah suatu tradisi pengkajian yang digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Seperti yang dikemukakan oleh Little John bahwa fenomenologi adalah suatu tradisi untuk mengeksplorasi pengalaman manusia (Kuswarno, 2019:6-7).

Dengan demikian, studi dengan pendekatan fenomenologis berupaya untuk menjelaskan makna pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala, termasuk di dalamnya konsep diri atau pandangan hidup mereka sendiri. Oleh karena itu, hubungan antara tradisi fenomenologi dan teori fenomenologi menurut Alfred Schutz adalah sama-sama mengkaji sesuatu yang merujuk pada semua pandangan ilmu sosial yang menjadikan pengalaman hidup yang sesungguhnya sebagai data dasar dari realita. Sehingga sisi komunikasi dalam tradisi fenomenologi adalah salah satu tradisi teori komunikasi dari sudut pandang filsafat yang

memandang komunikasi yang efektif sebagai dialog yang disertai dengan nilai-nilai ketrbukaan dan otentisitas baik dalam ucapan maupun tindakan.

Dalam konteks ini ada asumsi bahwa manusia aktif memahami dunia disekelilingnya sebagai sebuah pengalaman hidupnya dan aktif menginterpretasikan pengalaman tersebut. Asumsi pokok fenomenologi adalah manusia secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialaminya. Oleh karena itu interpretasi merupakan proses aktif untuk memberikan makna atas sesuatu yang dialami manusia. Dengan kata lain pemahaman adalah suatu tindakan kreatif menuju pemaknaan.

Fenomenologi menjelaskan fenomena perilaku manusia yang dialami dalam kesadaran. Fenomenologi mencari pemahaman seseorang dalam membangun makna dan konsep yang bersikap intersubjektif. Oleh karena itu, penelitian fenomenologi harus berupaya untuk menjelaskan makna dan pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala. Natanson menggunakan istilah fenomenologi merujuk kepada semua pandangan sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami tindakan sosial.

Menurut Alfred Schutz cara mengidentifikasi makna luar dari arus utama pengalaman adalah melalui proses dari tipikasi, yaitu proses pemaknaan dan pemberian makna terhadap tindakan akan membentuk tingkah laku. Dalam hal ini termasuk membentuk penggolongan atau

klasifikasi dari pengalaman dengan melihat keserupaannya. Maka dalam arus pengalaman dilihat dari objek tertentu pada umumnya memiliki ciri-ciri khusus, bahwa mereka bergerak dari tempat ke tempat, sementara lingkungan sendiri mungkin tetap diam.

Alfred Schutz mengemukakan inti dari pemikirannya adalah: Bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman kegiatan aktual kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga ter-refleksi dalam tingkah laku (Kuswarno 2019:18).

Alfred Schutz menjelaskan bahwa pengalaman panca indera sebenarnya tidak memiliki arti. Semua ada begitu saja dan yang memiliki makna adalah objeknya. Setiap bagian memiliki perbedaan begitupun dengan individu yang berbeda. Fenomenologi menjadi pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas. Dalam setiap situasi fenomenologis, waktu dan historis yang secara unik menempatkan individu, kita memiliki dan menerapkan persediaan pengetahuan (*stock knowledge*) yang terdiri dari semua fakta, kepercayaan, keinginan, prasangka, dan aturan yang dipelajari berdasarkan pengalaman pribadi dan pengetahuan siap pakai yang tersedia bagi kita di dunia tempat kita dilahirkan. (McQuail, 2018: 72). Inti dari pemikiran Alfred Schutz adalah bagaimana memahami

tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implicit. Alfred Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil sikap terhadap dunia sehari-hari.

Alfred Schutz memiliki pandangan bahwa manusia adalah makhluk sosial sehingga kesadaran akan dunia kehidupan sehari-hari merupakan kesadaran sosial. Manusia yang berperilaku tersebut dikatakan sebagai aktor. Analisis fenomenologis memiliki tugas merekonstruksi dunia kehidupan “sebenarnya” kedalam bentuk yang mereka alami sendiri. Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif, dalam arti bahwa anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan komunikasi. Bagi Alfred Schutz, tindakan manusia adalah bagian dari posisinya dalam masyarakat, sehingga tindakan seseorang itu bisa jadi hanya merupakan kamuflase atau peniruan dari tindakan orang lain yang ada di sekelilingnya.

Maka fenomenologi menjadikan pengalaman sesungguhnya sebagai data dasar dari realitas, sebagai suatu gerakan dalam berfikir fenomenologi (*phenomenology*) dapat diartikan sebagai upaya studi tentang pengetahuan yang timbul karena rasa ingin tahu. Objeknya berupa gejala atau kejadian yang dipahami melalui pengalaman secara sadar (*conscious experience*).

Fenomenologi menganggap bahwa pengalaman yang aktual sebagai data tentang realitas yang dipelajari. Kata gejala (*phenomenon*) yang bentuk jamaknya adalah *phenomena* merupakan istilah fenomenologi di bentuk dan dapat diartikan sebagai suatu tampilan dari objek. Kejadian atau kondisi-kondisi menurut persepsi. Penelaahan masalah dilaksanakan dengan multi perspektif atau multi sudut pandang (Kuswarno, 2019: 110).

Penjelasan tersebut memberikan gambaran bahwa teori tersebut berusaha memperdalam pemahaman pengguna media sosial terhadap tujuan mereka dalam menggunakan aplikasi TikTok. Teori ini berusaha masuk dalam keseharian dengan sedemikian rupa, sehingga pengguna mengerti bahwa apa dan bagaimana suatu pemahaman yang dikembangkan oleh teori fenomenologi yang diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini, para pengguna aplikasi TikTok merupakan aktor yang melakukan tindakan dengan memilih untuk menggunakan aplikasi TikTok sebagai bentuk eksistensi diri maupun cara untuk mengekspresikan diri agar terlihat gagah dan percaya diri.

Dilihat dari pemikiran Alfred Schutz, terbagi menjadi dua pemaknaan yaitu *in order to motive* dan *because motive*. Makna yang pertama yaitu *in order to motive* berarti motif yang dijadikan pijakan seseorang untuk melakukan sesuatu yang bertujuan mencapai hasil, sedangkan makna kedua yaitu *because motive* berarti dibalik motif tersebut terdapat sesuatu hal. Para pengguna aplikasi TikTok pasti memiliki kedua

motif tersebut. Oleh karena itu, studi fenomenologi digunakan untuk mengetahui latar belakang dari fenomena (penampakan) pecinta aplikasi TikTok di kalangan mahasiswa sebagai cara untuk mengekspresikan diri agar terlihat percaya diri. Studi ini juga membantu melihat *motive* dari tindakan memilih aplikasi TikTok sebagai ajang untuk mengapresiasi diri mereka (Mulyana, 2019: 69).

2.7.2. Motif Penggunaan Media

Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya memiliki motif. Motif-motif inilah yang nantinya akan memberi arah dan tujuan pada tingkah laku manusia. Menurut Alfred Schutz (dalam Kuswarno, 2019:111) membagi menjadi dua tindakan sosial yang berorientasi pada perilaku manusia adalah :

1. *Because to motive* yaitu motif yang merujuk pada tindakan manusia di masa lalu yang mana tindakan yang dilakukan oleh seseorang ini pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya.
2. *In order to motive* yaitu yang merujuk pada tindakan manusia di masa yang akan datang tindakan ini pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan.

Untuk memperkuat argumen terkait perilaku ketergantungan pada mahasiswa maka peneliti menggunakan teori ketergantungan (*dependency theory*) sebagai tolak ukur dalam mengidentifikasi motif penggunaan

aplikasi tiktok dan perilaku ketergantungan. Teori ini untuk memperjelas seberapa tingkat ketergantungan pengguna aplikasi tiktok sehingga membawa perubahan perilaku pada mahasiswa sampai pada tahap ketergantungan.

2.8 Teori Ketergantungan Media (Dependency Theory)

Teori Ketergantungan (*Dependency Theory*) menurut Melvin Defluer dan Sandra Ball Roeach, adalah teori tentang komunikasi massa yang menyatakan bahwa semakin seseorang tergantung pada suatu media untuk memenuhi kebutuhannya, maka media tersebut menjadi semakin penting untuk orang itu Defluer dan Roeach (2019: 124). Ketergantungan itu sangat esensial dalam naluri Freud.

Freud berpendapat, gagasan merupakan naluri, tapi dalam mencegah dari menjadi sadar yang direpresikan merupakan bagian dari alam bawah sadar, Bagaimana kita untuk sampai pada pengetahuan tentang sadar? Hal ini tentu saja hanya sebagai sesuatu yang sadar yang kita kenal, setelah mengalami transformasi atau penerjemahan menjadi sesuatu yang sadar ,tidak statis hal ini terikat dalam serangkaian mekanisme yang rumit dengan ego-super yaitu, pemikiran rasional, alasan, atau hati nurani seseorang, upaya untuk mengembangkan cara sistematis untuk mengakses dan menafsirkan alam bawah sadar. Di bagian ini dikutip ia secara eksplisit proses tindakan psikis yang mereka interpretasi tekstual. Freud menulis bahwa hampir di mana-mana dapat ditemukan ada kelalaian mencolok,

mengganggu pengulangan, kontradiksi gamblang, tanda-tanda hal komunikasi yang tidak pernah dimaksudkan berharap untuk memberikan kata " Distorsi " makna ganda yang memiliki hak, meskipun tidak lagi digunakan dalam pengertian ini. Ini seharusnya berarti tidak hanya untuk dimasukkan ke dalam tempat lain Defleur dan Roeach (2019: 155).

Teori ini memperkenalkan model yang menunjukkan hubungan integral tak terpisahkan antara pemirsa, media dan sistem sosial yang besar. Teori ini memprediksikan bahwa khalayak tergantung kepada informasi yang berasal dari media baru dalam rangka memenuhi kebutuhan khalayak bersangkutan serta mencapai tujuan tertentu dari proses konsumsi media massa. Namun perlu digaris bawahi bahwa khalayak tidak memiliki ketergantungan yang sama terhadap semua media. Sumber ketergantungan yang kedua adalah kondisi sosial. Model ini menunjukkan sistem media dan institusi sosial itu saling berhubungan dengan khalayak dalam menciptakan kebutuhan dan minat. Pada gilirannya hal ini akan mempengaruhi khalayak untuk memilih berbagai media, sehingga bukan sumber media massa yang menciptakan ketergantungan, melainkan kondisi sosial. Untuk mengukur efek yang ditimbulkan media massa terhadap khalayak, ada beberapa metode yang dapat digunakan, yaitu riset eksperimen, survey dan riset etnografi.

Konsisten dengan teori-teori yang menekankan pada pemirsa sebagai penentu media, model ini memperlihatkan bahwa individu bergantung pada media untuk pemenuhan kebutuhan atau untuk mencapai tujuannya, tetapi

mereka tidak bergantung pada banyak media dengan porsi yang sama besar. Besarnya ketergantungan seseorang pada media ditentukan dari dua hal. Defluer (2019:155):

1. Individu akan condong menggunakan media yang menyediakan kebutuhannya lebih banyak dibandingkan dengan media lain yang hanya sedikit.
2. Persentase ketergantungan juga ditentukan oleh stabilitas sosial saat itu.

2.9 Teori *Uses and Gratification*

“Teori penggunaan dan kepuasan” atau *uses and gratification theory* disebut-sebut sebagai salah satu teori paling populer dalam studi komunikasi massa. Teori ini mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan audiensi mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda yang disebabkan berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda di antara individu audiensi. Teori penggunaan dan kepuasan memfokuskan perhatian pada audiensi sebagai konsumen media massa, dan bukan pada pesan yang disampaikan. Teori ini menilai bahwa audiensi dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif sekaligus diskriminatif. Audiensi dinilai mengetahui kebutuhan mereka dan mengetahui serta bertanggung jawab terhadap pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka tersebut. (Morissan, 2018:508)

Teori penggunaan dan kepuasan menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audiensi sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu. Dalam perspektif teori penggunaan dan kepuasan audiensi dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Penggunaan media didorong oleh adanya kebutuhan dan tujuan yang ditentukan oleh audiensi sendiri, teori penggunaan dan kepuasan menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audiensi sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu. (Morissan, 2018:509)

Teori *Uses and Gratifications* adalah khalayak yang pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media memenuhi kebutuhan khalayak disebut media efektif. (Kriyantono, 2019:207-208)