

## **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 :

Kajian peneliti terdahulu yang sudah ditulis adalah ***“Motif Penggunaan Media Sosial Instaagram 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. 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. Perbedaan antara kedua penelitian ini terletak pada objek penelitian di mana penelitian yang dilakukan oleh Witanti Prihatiningsi di tekankan pada instagram, sedangkan dalam penelitian ini penulis lebih menekankan pada *tik tok*. Hubungan dari kedua penelitian ini yakni motif hiburan. (Sumber : <https://journal.budiluhur.ac.id> diakses pada tanggal 01 Oktober 2021)

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. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa motif penggunaan media sosial tik tok 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 subjek dalam hal ini adalah “anak-anak”. Pada penelitian yang dilakukan oleh Adha Liany lebih ditekankan pada motif penggunaan media sosial tik tok di kalangan anak-anak, sedangkan pada penelitian ini, penulis lebih menekankan pada motif penggunaan media sosial tik tok di kalangan remaja. Hubungan kedua penelitian ini yakni motif hiburan dan motif eksistensi diri. (Sumber : <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/76643> di akses pada tanggal 30 September 2021)

## **2.2 Komunikasi**

### **2.2.1 Pengertian Etimologis Komunikasi**

Secara etimologis kata “komunikasi memiliki beberapa penafsiran, di antaranya adalah :

Secara etimologis, “Komunikasi” berasal dari kata kerja bahasa latin, *communicare*, yang berarti memberitahukan , menyampaikan. *Communication* artinya hal memberitahukan pemberitahuan; hal memberi bagian dalam; pertukaran. *Communio* yang berarti hal bersama; hal mempunyai bersama; persekutuan; gabungan; persatuan; kehidupan bersama; ikut ambil bagian (Kamus Lati-Indonesia, K. Prent,dkk,1969 : 156-157). Komunikasi berarti hal memberitahukan, menyampaikan sesuatu kepada orang lain agar semua anggota persekutuan (*communio*) sekurang-kurangnya memiliki pengetahuan dan pemahaman yang sama tentang (isi) pesan tertentu.

Dalam arti lain, kata “*komunikasi*” dapat ditafsir berasal dari kata bahasa Latin dari preposisi *cum* artinya dengan, bersama, bersama dengan, beserta, beserta dengan (K. Prent, 1969:898), sehingga komunikasi artinya usaha membangun kebersamaan yang bersifat korelatif dan relasional antara satu dengan yang lain. (Saku Bouk, 2013:9-10)

### **2.2.2 Pengertian Komunikasi**

Menurut Wilbur Scharm (1955) Komunikasi merupakan tindakan melaksanakan kontak antara pengirim dan penerima pesan. Menurut Everret M. Rogers (1955, komunikasi ialah proses yang di dalamnya terdapat suatu gagasan yang dikirim dari sumber kepada penerima dengan tujuan untuk mengubah perilakunya (Saku Bouk, 2018:4)

Harold D. Lasswel, menyebutkan bahwa ada tiga fungsi dasar yang menjadi penyebab mengapa manusia perlu berkomunikasi, karena beberapa alasan berikut :

- A. Karena adanya hasrat manusia itu sendiri yang mendorongnya untuk mengontrol lingkungan sosialnya. Manusia memanfaatkan segala kesempatan yang ia dapatkan dalam mengembangkan kemampuan dirinya.
- B. Upaya manusia untuk beradaptasi dengan lingkungan sosialnya. Manusia hidup tentunya membutuhkan manusia lainnya untuk dapat menjalankan seluruh kehidupannya, itulah mengapa manusia perlu untuk beradaptasi dengan lingkungan sosialnya.
- C. Upaya manusai untuk melakukan transformasi warisan sosiallisasi. Transformasi merupakan pertukaran dalam hal ini adalah pertukaran nilai, perilaku juga peranan.

Ketiga fungsi ini merupakan patokan dasar bagi individu untuk berkomunikasi dengan orang lain (Saku Bouk, 2012:155-156)

## **2.3 Internet**

### **2.3.1 Definisi Internet**

Internet merupakan jaringan komputer global yang menghubungkan jutaan komputer yang ada di seluruh dunia. Internet seakan merupakan dunia baru yang mana kita dapat saling bertemu dengan orang lain, melihat-lihat tempat wisata baru bahkan dapat bertransaksi dengan pihak lain yang belum kita ketahui secara pasti (Rasul, 2008:4)

### **2.3.2 Manfaat Internet**

Internet dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan seperti sebagai media informasi, sebagai media komunikasi, media belajar, hiburan, serta bisnis dan perdagangan.

#### **a. Internet sebagai media informasi**

Sebagai sebuah media informasi, internet dapat menyajikan berbagai informasi lengkap dari berbagai sumber di seluruh dunia. Hal ini makin diperjelas dengan dibuatnya berbagai situs surat kabar dan media massa. Internet juga dimanfaatkan oleh pemerintah sebagai media pelayanan dan media informasi bagi masyarakat.

#### **b. Internet sebagai media komunikasi**

Sebagai sebuah media komunikasi, internet dapat memberikan akses yang relatif lebih cepat dan murah. Internet dapat melayani surat menyurat secara elektronik atau yang kita sebut sebagai email yang

hanya memerlukan waktu beberapa detik untuk menjangkau jarak yang sangat jauh. Internet juga menyediakan media untuk berkomunikasi secara langsung melalui teks dengan fasilitas *chatting*.

c. Internet sebagai media belajar

Sebagai media belajar, internet menyediakan berbagai macam pustaka yang dapat diakses oleh siapa saja dan kapan saja. Dalam hal ini, internet berperan sebagai perpustakaan global yang mencakup semua bidang keilmuan. Penggunaan internet sebagai media belajar ini merupakan penerapan suatu bentuk teknologi yang dikenal sebagai *e-learning*.

d. Internet sebagai media hiburan

Sebagai media hiburan, internet menyediakan berbagai fasilitas hiburan, baik berupa permainan, musik, film dan lain sebagainya. Internet menawarkan berbagai variasi hiburan yang hampir tak terbatas dari yang legal hingga ilegal, dari yang sopan hingga yang menjurus pada pornografi dan porno aksi.

e. Internet sebagai media bisnis dan perdagangan

Ini merupakan aspek komersial dari penggunaan internet. Beberapa instansi bisnis komersial menggunakan internet untuk memperluas jaringan pemasaran dan pelayanan pada pelanggannya. Transaksi perdagangan dapat dilakukan secara online. Hal ini sering disebut sebagai *e-commerce* (Rasul, 2008:57)

## 2.4 Media Sosial

Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karenanya, media sosial dapat dilihat sebagai sebuah medium atau fasilitator online yang mampu menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2015:11)

### 2.4.1 Pengertian Media Sosial

Mengingat sifat media sosial yang berubah-ubah, maka Cohen menampilkan beberapa definisi media sosial yaitu sebagai berikut :

- a. Media sosial adalah media yang tidak bicara tentang apa yang orang lakukan atau orang katakan tetapi tentang apa yang orang lakukan dan katakan “bersama-sama” tentang sesuatu di dunia dan dipertukarkan ke seluruh dunia, atau media yang dapat mengkomunikasikan sesuatu pada saat yang sama ke segala arah karena dukungan oleh teknologi digital (Michelle Chmielewski).
- b. Media sosial adalah pergeseran cara kita mendapatkan informasi melalui cara lama seperti mereka membaca koran sambil minum kopi di pagi hari, menelpon kawan dari rumah menuju ke komunikasi dengan cara yang baru yang mana kita menciptakan jaringan sosial untuk menemukan orang-orang dengan minat yang sama dan membangun persahabatan dengan mereka (Gini Dietrich).
- c. Media sosial merupakan *platform* yang memungkinkan para pengguna *web* berinteraksi dan berpartisipasi dalam pembuatan konten lalu berkomentar sesuai dengan keberadaan mereka maupun masyarakat umum. Contoh “*Wikipedia*” sebagai media sosial yang dengan teknik komunikasi web dan mobile sangat mudah diakses dan scalable telah mengubah komunikasi menjadi semacam dialog interaktif (Liliweri, 2015:288-289)

#### 2.4.2 Jenis-Jenis Media Sosial

Banyak sumber liputan media yang membagi jenis media sosial. Dari berbagi sumber tersebut, Nasurullah mengemukakan ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial yaitu :

a. Soscial Networking

*Social Networking* atau jaringan sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial.

Menurut (Saxena, 2014), “situs jaring sosial adalah media sosial yang paling populer. Media sosial tersebut memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi terjadi tidak hanya pada pesan teks, tetapi juga termasuk foto dan video yang mungkin menarik perhatian pengguna lain. Semua postingan (publikasi) merupakan *real time*, memungkinkan anggota untuk berbagi informasi apa yang sedang terjadi”.

Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap penggunanya dapat membentuk jaringan pertemanan baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan memungkinkan sering bertemu di dunia nyata maupun untuk membentuk jaringan pertemanan baru. Salah satu situs jejaring sosial adalah *facebook*.

b. Blog

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Istilah blog berasal dari kata “*weblog*” yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn

Berger pada tahun 1997 merujuk pada jurnal pribadi online. Karakter dari blog sendiri adalah penggunaannya adalah pribadi dan konten yang dipublikasikan juga terkait dengan pengguna itu sendiri.

c. Microblogging

*Microblogging* adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta atau pendapatnya. Contoh *microblogging* adalah *twitter*.

d. Media Sharing

Media *sharing* atau situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio dan lain sebagainya. Contoh media *sharing* adalah *tik tok*.

e. Social Bookmarking

*Social Bookmarking* atau penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk organisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Beberapa situs penanda yang paling populer adalah *Delicious.com*, *Lintasme*.

f. Wiki

Wiki atau media konten bersama adalah satu jenis media sosial yang kontennya merupakan hasil kolaborasi dari para penggunaannya. Mirip dengan kamus ensiklopedia, wiki menghadirkan kepada penggunaannya pengertian, sejarah dan masih banyak lagi (Nasrullah, 2015:39-47)



### 2.4.3 Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik yang membedakannya dengan media yang lainnya. Beberapa karakteristik tersebut antara lain sebagai berikut:

a. Jaringan (*Network*) Antar pengguna

Kata jaringan bisa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu computer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras lainnya. Media sosial memiliki karakter jaringan sosial yaitu membentuk jaringan di antara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata antar pengguna itu saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

b. Informasi

Dalam media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antara pengguna itu sendiri.

c. Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun. Inilah kekuatan media sosial sebagai media baru yang tidak hanya bekerja berdasarkan jaringan dan informasi semata, tetapi juga memiliki arsip.

d. Interaksi

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut di internet semata tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal membentuk saling mengomentari atau memberikan tanda.

e. Simulasi

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Baudrillard mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan real dibenak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu.

f. Konten Oleh Pengguna

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna. Term ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten di ruang yang disebut Jordan sebagai *“their own individualized place”*, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain (Nasrullah, 2015:15-31)

## 2.5 *Tik Tok*



(Sumber : <https://pyxis.nymag.com> diakses pada tanggal 25 September 2021)

### 2.5.1 *Pengertian Tik Tok*

Tik tok merupakan aplikasi sosial media yang menjadi budaya populer di indonesia mulai awal tahun 2020. *Tik tok* sendiri dalam pelafalan bahasa cina di sebut *Douyin* yang merupakan aplikasi vidio musik yang pada awalnya digunakan untuk hiburan *lipsync* lagu oleh penggunanya, aplikasi ini berasal dari negeri Tiongkok yang diciptakan oleh ByteDance tahun 2016. Pada tahun 2017 aplikasi *Tik tok* mulai masuk ke indonesia, namun pada saat itu aplikasi ini dianggap ”*norak*” dan ditolak oleh masyarakat indonesia dan pada puncaknya pada juli 2018 dilakukan pemblokiran aplikasi tiktok di Indonesia oleh Kementrian Komunkasi dan Informatika.

Pemblokiran yang dilakukan oleh Kominfo karena adanya sekitar tiga ribu laporan masyarakat yang masuk ke Kominfo menyoal konten negatif di aplikasi *tik tok* dan juga adanya laporan dari Kementerian Perempuan dan Perlindungan Anak serta Komisi Perlindungan Anak Indonesia akan

banyaknya konten negatif di *tik tok* seperti pornografi, asusila, dan pelecehan agama di sana. ([https://kominfo.go.id/content/detail/13331/ini-penyebab-kominfo-putusan-blokir-tiktok/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/13331/ini-penyebab-kominfo-putusan-blokir-tiktok/0/sorotan_media)).

Perkembangan *tik tok* pada tahun 2017 yang masuk ke Indonesia, lalu pada tahun 2018 di blokir oleh Kominfo dan di 2020 kini menjadi suatu budaya populer di Indonesia. Budaya populer sendiri dapat dilihat dalam empat konteks, yakni merupakan suatu budaya yang dibangun diatas kesenangan yang tidak substansial dan meringankan orang dari rasa jenuh bekerja sepanjang hari, budaya populer menghancurkan budaya tradisional, budaya menjadi masalah perspektif ekonomi, dan budaya populer Marx yang menetes dari atas (Bugin, 2008).

### 2.5.2 Manfaat Media Sosial *Tik tok*

Media sosial *tik tok* merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk mengunduh video dengan durasi 15-60 detik, biasanya video tersebut memiliki musik dan berdialog, berikut ini adalah beberapa manfaat dari media sosial *tik tok* :

#### a. Personal Branding

Banyak dari anak muda yang menggunakan *tik tok* menjadi wadah bagi mereka untuk mempromosikan berbagai brand melalui *tik tok* dengan ini banyak *influencer* maupun yang ingin menjadi *influencer* dengan membangun pesona dan citra dengan popularitas dan followers yang banyak sehingga dapat menjadi potensi jika ada sebuah tawaran endorse yang lebih banyak.

b. Bisnis

Selain itu di *tik tok* banyak sekali konten kreator yang saling memberikan rekomendasi barang, makanan, perlengkapan rumah tangga hingga tempat wisata menarik yang membuat penontonnya menjadi konsumtif. Hal ini membuat bertumbuhnya pebisnis baru. selain itu, *tik tok* juga bisa menjadi brand image dari setiap produk yang dipromosikan oleh konten-konten creator yang ada di *tik tok* dengan menggunakan hastag yang menjadi cara untuk mempromosikan brand dan juga produknya, di aplikasi ini penggunaanya sangat aktif dalam memberikan komentar dan juga masukan di mana hal ini bisa menjadi evaluasi bagi suatu brand agar brand tersebut menjadi lebih baik dan lebih besar.

c. Hiburan

Anjuran untuk stay at home saat pandemi sekarang ini membuat banyak masyarakat yang merasa bosan hingga stress akibat dari kurangnya interaksi dengan banyak orang. *Tik tok* banyak digunakan sebagai media hiburan dengan melakukan challenge hingga mengikuti konten yang lucu dan seru di dalam keadaan seperti itulah yang menjadi cara positif untuk merasa terhubung dengan orang lain dan merasakan kebahagiaan melalui aura positif dari orang lain.

d. Mengasah Kemampuan

Melalui aplikasi *tik tok* membuat seseorang menjadi kreatif dengan menghasilkan karya melalui konten yang dibuatnya di berbagai

bidang seperti kemampuan berjoget, menari, melukis, memasak, dan sebagainya. selain itu *tik tok* juga menambah kemampuan dibidang photography dan videography karena dalam mengupload konten *tik tok* menyediakan macam-macam musik dan efek sehingga kita bisa mengekspresikan sesuai hati yang dapat menciptakan konten video yang menarik. (<https://m.kumparan.com/amp/salsabila-aulia/aplikasi-titok>)

### 2.5.3 Fitur-fitur *Tik tok*

Dalam media sosial *tik tok* ada beberapa fitur yang disediakan untuk mendukung penggunaanya dalam mengekspresikan dirinya melalui media *tik tok*.

#### a. Penambahan Music

*Tik tok* merupakan salah satu platform video musik, ini artinya salah satu fitur utama yang terdapat pada *tik tok* adalah fitur musik. Kita dapat menambahkan beragam jenis musik yang sesuai dengan konten video yang ingin kita buat. Selain itu kita tidak perlu merasa khawatir untuk memakai musik tersebut secara bebas, karena semua musik yang telah tersedia, sudah mendapat izin dari pemiliknya, sehingga tidak akan dikenakan *copyright*.

#### b. Filter pada Video

Fitur filter pada video ini, agar pengguna bisa menambah filter pada video untuk mengubah tone warna pada video. selain itu, juga bisa

menyesuaikan tone dan rona sesuai dengan objek video yang kita inginkan.

c. Filter Sticker dan Efek Video

*Tik tok* menyediakan setidaknya 5 kategori efek yang dapat dicoba, di antaranya ada efek visual, efek sticker, efek transition, efek split dan juga waktu.

d. Filter Voice Changer

Pengguna kini dapat mengubah suaranya dalam video yang mereka buat dengan menggunakan fitur voice changer ini. Dengan beragam efek suara berbeda, pengguna kini dapat menambah keseruan dan kreativitas ke dalam video mereka dengan mudah. Caranya cukup mudah untuk dilakukan, kita hanya perlu merekam atau dapat memilih dari galeri smartphone, kemudian pilih voice effect.

e. Filter Beautify

Bagi mereka yang ingin tampil lebih percaya diri di setiap video yang dibuat, *tik tok* menyediakan fitur beautify yang dapat membuat wajah para penggunanya akan terlihat jauh lebih cantik atau lebih tampan, bahkan terlihat lebih keren dan juga unik. Selain itu fitur ini juga bisa mengatur bentuk wajah, warna mata, dan juga memperhalus wajah.

f. Filter Auto Captions

Fitur ini memungkinkan kreator konten *tik tok* menyertakan subtitle yang dibuat secara otomatis oleh aplikasi. Tujuan disediakan fitur ini adalah untuk mempermudah semua orang sehingga dengan mudah mengakses atau menikmati video yang dibuat, terlebih bagi mereka yang memiliki kesulitan mendengar. Cara menggunakannya pun mudah, kita hanya perlu mengklik fitur “caption” pada laman editing sebelum mengunggah video.

g. Fitur Hapus Komen dan Blokir Pengguna Secara Massal

Belum lama ini, *tik tok* juga memperkenalkan fitur baru yang dapat memungkinkan kreator lebih mudah menanggapi bullying. Sayangnya, tidak semua pihak mendukung peluncuran fitur baru ini. Pasalnya, banyak yang berpikiran dengan menggunakan fitur baru tersebut, memungkinkan kreator mengubah pesonanya, di mana konten yang diunggah mereka terlihat diterima dengan baik, padahal mungkin saja ada banyak audiens *tik tok* yang menolaknya.

h. Fitur Live

*Tik tok* juga memiliki fitur live yang dapat digunakan oleh penggunanya. Sayangnya, tidak seperti platform media sosial lainnya, tidak semua pengguna *tik tok* diizinkan untuk memulai video langsung di platform. Pasalnya hanya pengguna yang memiliki minimal 1000 followers yang bisa melakukan live di *tik tok*. (Sumber: <https://trikinet.com/post/apa-itu-tik-tok/>)



## **2.6 Motif**

### **2.6.1 Pengertian Motif**

Ada beberapa ahli yang mencoba memberi pengertian tentang motif antara lain:

❖ **Theodore M. Newcomb**

Motif atau penggerak sebagaimana digunakan disini merujuk pada kondisi makhluk hidup di mana sebagian besar tenaga digunakan dan diarahkan secara selektif ke arah bagian lingkungan.

❖ **Barceloon dan Steiner**

Motif adalah kondisi di dalam, di mana tenaga, kegiatan atau gerakan dan arah atau saluran tingkah laku terarah pada tujuan.

❖ **Depertemen Pendidikan dan Kebudayaan**

Motif adalah keadaan dalam diri seseorang yang mendorong orang bersangkutan untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu guna mencapai suatu tujuan (Santoso, 2010:107)

Dari bebrapa pengertian tentang motif dapat disimpulkan bahwa motif adalah suatu keadaan di dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu demi tercapainya sebuah tujuan yang diinginkan.

Jika dikaitkan dengan konsumdi media, maka motif adalah segala alasan dan pendorong dalam diri seseorang yang menyebabkan seseorang menggunakan media untuk mencapai tujuan.

### 2.6.2 Macam-Macam Motif

Dari beberapa ahli, macam-macam motif dapat diuraikan sebagai berikut:

#### ❖ **Woodworth dan Marquis**

Motif dapat dikelompokkan menjadi :

- 1) Motif organis yakni motif yang berhubungan dengan kebutuhan jasmanai seperti makan, minum, bernafas, beristirahat dan sebagainya.
- 2) Motif darurat yakni menimbulkan tindakan yang segera, seperti menyelamatkan diri, mengelak, membolos dan sebagainya.
- 3) Motif objektif yakni motif yang berhubungan dengan lingkungan baik individu maupun benda seperti berminat, eksplorasi dan sebagainya.

#### ❖ **Muzafer Sherit**

Motif terbagi atas :

- 1) Motif biogenesis yakni motif yang berasal dari kebutuhan biologis makhluk hidup.
- 2) Motif sosiogenetis yakni motif yang timbul karena adanya hubungan individu dengan lingkungan sosialnya.
- 3) Motif teogenetis yakni motif yang berasal dari keadaan manusia dengan tuhan.

❖ **W. J Thomas**

Ia membagi motif menjadi :

- 1) Motif keamanan yakni hal-hal mendatangkan rasa aman
- 2) Motif *Rensponse* yakni reaksi positif untuk suatu perangsang seperti berkawan, berkomunikasi, menerima dengan senang.
- 3) Motif *Reconition* yaitu upaya menentukan sesuatu yang sifatnya fungsional.

- 4) *New apperience* yakni upaya pemberian pengalaman baru  
(Santoso, 2010:117-118)

**2.6.3 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 Schutz dalam buku Fenomenologi karangan Engkus Kuswarno (2009:111) membagi menjadi dua tindakan sosial yang berorientasi pada perilaku manusia, yaitu :

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 yang mana tindakan ini pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan.

## 2.7 Teori Fenomenologi

Fenomenologi secara etimologi berasal dari kata “*phenomenon*” yang berarti realitas yang tampak dan logos yang berarti ilmu. Sehingga fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dan realitas yang tampak. Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya. Singkatnya fenomenologi adalah studi mengenai sebuah pengalaman dan bagaimana pengalaman tersebut terbentuk. pengalaman yang dimaksud adalah pengalaman yang bersifat subjektif.

Seseorang mengkonstruksi makna dari luar atau dari arus utama pengalaman ialah melalui proses tipikasi dalam hal ini membuat klasifikasi dari setiap pengalaman yang ada. Hubungan-hubungan makna diorganisir secara bersama-sama juga melalui proses tipifikasi ke dalam kumpulan pengetahuan “*stock of knowledge*”.

Jadi fenomenologi adalah studi tentang pengetahuan yang datang dari kesadaran atau cara kita memahami sebuah objek atau peristiwa melalui pengalaman kita tentang sebuah objek atau peristiwa tersebut. Sebuah fenomena adalah penampilan sebuah objek, atau kondisi dalam persepsi seseorang, jadi bersifat subjektif. Bagi Schutz tugas utama analisis fenomenologi adalah mengkonstruksi dunia kehidupan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri alami (Kuswarno: 2009)

## **2.8 Remaja**

Remaja adalah tahapan seseorang di mana ia berada diantara fase anak dan dewasa yang ditandai dengan adanya perubahan pada fisik, perilaku juga kognitif yang berubah secara pesat dalam dirinya. Menurut WHO batasan remaja adalah 12 hingga 24 tahun (Efendy, 2009 : 221). Pada masa ini remaja masih mencari jati diridengan cara mencoba apa saja yang membuat rasa penasaran mereka itu muncul. Menurut Sarwono masa remaja dikenal sebagai masa kesukaran. Masa remaja sering kali menghadapi individu yang bersangkutan situasi yang membingungkan (Sarwono, 2009 : 72).

### **2.8.1 Remaja dan Trend**

Seiring perkembangan jaman, remaja tidak bisa terlepas dari kata trend. Secara garis besar trend adalah segala sesuatu yang disukai atau digunakan oleh sebagian masyarakat, terlebih khusus di kalangan remaja.

### **2.8.2 Remaja dan Pergaulan**

Pergaulan merupakan proses interaksi yang dilakukan oleh individu dengan individu, dan individu dengan kelompok. Biasanya remaja yang selalu berinteraksi dengan individu atau kelompok dalam jangka waktu relatif lama, akan membentuk pergaulan yang lebih erat.

### **2.8.3 Remaja dan Hiburan**

Sebagian besar remaja kerap menggunakan media sosial sebagai suatu metode hiburan. Salah satu contohnya adalah penggunaan fitur live pada platform tik tok. Dalam hal ini remaja yang menggunakan media sosial tik tok dapat melakukan challeng hingga mengikuti konten-konten yang tersedia.

#### **2.8.4 Remaja dan Eksistensi Diri**

Penggunaan media sosial di kalangan remaja merupakan suatu bentuk eksistensi diri dalam mencapai keinginan mereka agar dapat mengasah kemampuannya, dalam menghasilkan karya yang bernilai melalui konten-konten seperti joget-joget, menari dan challeng.

#### **2.8.5 Remaja dan Media Sosial Tok Tok**

Sebagai media sosial yang lagi populer, tik tok mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam memikat masyarakat terlebih khusus para remaja. Karena tik tok sendiri adalah media sosial yang menyampaikan pesan melalui bentuk ekspresi diri, maka tidak heran jika kebanyakan remaja menjadikan tik tok sebagai media yang sangat melekat dengan remaja.

(Sumber : <https://wikipedia.org/wiki/halaman.com>)

#### **2.8.6 Penggolongan Remaja**

##### **a. Remaja Pra-pubertas 12-13 Tahun**

Masa peralihan dari kanak-kanak ke remaja. Pada masa ini, terjadi perubahan yang besar pada remaja, yaitu mengalami perubahan jasmani dan perkembangan intelektualitas yang sangat pesat pada fase ini.

##### **b. Remaja Awal 14-16 Tahun**

Pada masa ini, emosi remaja menjadi sangat lebih labil dan mulai mengerti tentang gengsi, penampialn dan daya tarik terhadap lawan jenis.

c. Remaja Pertengahan 17-18 Tahun

Pada masa ini, remaja yang mampu melewati masa sebelumnya dengan baik, akan dapat menerima kodratnya, baik sebagai laki-laki maupun perempuan. Umumnya kematangan fisik dan seksualitas mereka sudah tercapai sepenuhnya, namun kematangan psikologis belum tercapai sepenuhnya.

d. Remaja Akhir 19-21 Tahun

Pada masa ini umumnya remaja sudah mencapai kematangan yang sempurna, baik segi fisik, emosi maupun psikisnya. Mereka mulai mempelajari berbagai macam hal yang abstrak dan sikapnya terhadap kehidupan mulai terlihat jelas, seperti minat dan bakatnya yang mulai menonjol akan terlihat jelas pada fase ini.

(Sumber : <https://www.dosenpendidikan.co.id/remaja-adalah>)