

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Pustaka

Kajian pustaka fokus pada studi sebelumnya yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan oleh ahli peneliti. Maksudnya adalah untuk memperkuat dasar penelitian yang telah ada.

2.1.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu

2.1.1.1. Penelitian Terdahulu 1

Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Remaja (Studi Kasus Siswa SMAN 5 Bukittinggi Kelas XI IPS) Vol 5, No 1 (2022). DOI: <http://dx.doi.org/10.24036/perspektif.v5i1.588>

Penelitian sebelumnya ini dipicu oleh aktivitas eksistensi diri siswa kelas XI IPS SMAN 5 Bukittinggi di platform media sosial TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana siswa mengatur kesan yang mereka buat. Teori dramaturgi Erving Goffman digunakan dalam penelitian ini. Teori dramaturgi menjelaskan bahwa manusia memainkan peran dalam kehidupan sehari-hari. Teori ini terdiri dari dua bagian, yaitu *front stage* dan *back stage*. TikTok menjadi platform bagi siswa untuk mengekspresikan diri mereka di media sosial. Siswa memilih peran yang ingin mereka mainkan di TikTok. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, studi kasus dengan sampel informan yang sesuai, dan teknik pengumpulan datanya adalah observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Penelitian ini mengidentifikasi tiga

kelompok gambar yang ingin dibangun oleh siswa, yaitu: editor video, bintang TikTok, dan motivator. Dalam tiga perilaku tersebut, peneliti menemukan bahwa siswa memiliki *front stage* dan *back stage*. *Front stage* adalah video yang diunggah ke TikTok. Sementara itu, *back stage* adalah lingkungan sosial sekolah dan pekerjaan pengelolaan kesan yang dilakukan oleh siswa.

2.1.1.2. Penelitian Terdahulu 2

Fenomena Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Eksistensi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Baturaja. Vol 2 No 2 (2001). DOI : <https://doi.org/10.54895/jm.v2i2.1679>

Latar belakang dari peneliti sebelumnya ini adalah untuk fokus pada pembahasan aplikasi TikTok. Sebuah platform yang menampilkan efek eksklusif dan menarik yang memungkinkan pengguna untuk menunjukkan diri mereka secara kreatif. Platform ini juga memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek yang menakjubkan dan dapat menarik perhatian banyak orang. Oleh karena itu, para peneliti ingin mengeksplorasi fenomena komunikasi siswa yang menggunakan TikTok sebagai sarana ekspresi diri. Penelitian ini menggunakan teori media baru yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Terdapat dua perspektif umum mengenai perbedaan antara media pertama yang menekankan penyiaran dan media kedua yang menekankan jaringan. Kedua perspektif tersebut adalah pendekatan interaksi sosial dan pendekatan integrasi sosial. Paradigma yang diterapkan oleh konstruktivis hampir bertentangan dengan konsep yang melibatkan observasi dan objektivitas dalam penemuan realitas atau ilmu pengetahuan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif,

dimana penulis memaparkan topik penelitian dengan menggunakan data dan fakta serta menganalisisnya dengan menggunakan konsep. Dari hasil wawancara, penulis sampai pada kesimpulan bahwa para siswa menganggap fenomena aplikasi TikTok sebagai tempat berekspresi yang efektif. Penggunaan aplikasi TikTok untuk pelajar juga positif karena aplikasi TikTok dapat digunakan untuk menambah informasi, ide dan juga untuk meningkatkan pertukaran ide.

2.1.1.3. Penelitian Terdahulu 3

Hubungan Antara Menggunakan TikTok Dengan Perilaku Eksistensi

Diri. Vol 2, No 1, (2022). DOI : <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.939>

Sejak 2018, aplikasi TikTok, Aplikasi video musik yang memiliki lamanya berkisar antara 30 detik hingga 3 menit sedang menjadi trend di Indonesia. Selain fitur musik video, pengguna juga dapat menggunakan fitur lain seperti efek video, pengeditan video, stiker filter, dan lain sebagainya. TikTok, sebagai media sosial baru di kalangan pelajar, memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mengekspresikan aktivitas sehari-harinya dan menarik perhatian pengguna lain untuk membangun eksistensinya sendiri. Studi ini memanfaatkan pendekatan penelitian korelasional dan teori *Uses and Effects* dengan metode penelitian kuantitatif. Dalam lingkungan kampus Fikom Unisba Angkatan 2017-2020 yang aktif, TikTok cocok untuk digunakan oleh mahasiswa sederajat. Temuan riset menunjukkan bahwa kebanyakan partisipan mengapresiasi pemanfaatan TikTok dalam kehidupan pribadi oleh pelajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. Hasil hipotesis menyatakan bahwa ada hubungan antara penggunaan TikTok dengan aktivitas diri mahasiswa Fikom Unisba.

Tabel 2.1.

Matriks Penelitian Terdahulu Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Remaja

No.	ITEM	PENELITIAN 1
1.	Nama, Tahun, Judul dan Kota	Melisa Putri Iswarani, Mohammad Isa Gautama, 2021, Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Remaja (Studi Kasus Siswa SMAN 5 Bukittinggi Kelas XI IPS), Padang.
2.	Tujuan Penelitian	Untuk memahami cara siswa mengatur pengelolaan kesan.
3.	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kualitatif
4.	Teori	Dramaturgi
5.	Hasil Penelitian	Para pelajar kelas XI IPS SMAN 5 Bukittinggi menggunakan aplikasi media sosial TikTok untuk menunjukkan keberadaan mereka di dunia maya, namun terdapat beberapa aspek yang tidak mereka perhatikan dalam video yang mereka unggah. Hal ini dikarenakan mahasiswa di dunia maya memiliki eksistensinya masing-masing, sehingga kelemahan dan kekurangan mahasiswa di dunia maya tidak terlihat.
6.	Persamaan dan Perbedaan	Persamaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan mendatang terdapat pada metode penelitian yaitu pendekatan kualitatif dan <i>keyword</i> eksistensi diri. Perbedaan dalam penelitian terdahulu dan penelitian yang akan mendatang yaitu teori yang digunakan berbeda, dimana penelitian terdahulu menggunakan teori dramaturgi sedangkan penelitian yang akan mendatang menggunakan teori fenomenologi
7.	Kritik	Hasil dalam penelitian tidak menjelaskan secara mendalam eksistensi diri siswa dalam menggunakan media sosial TikTok

Sumber : Penelitian Melisa Putri Iswarani, Mohammad Isa Gautama, 2022

Tabel 2.2.

No.	ITEM	PENELITIAN 2
1.	Nama, Tahun, Judul dan Kota	Hernisha Andytha Anjanisari, Hendra Alfani, Darwadi MS, 2021, Fenomena penggunaan aplikasi TikTok sebagai eksistensi di kalangan mahasiswa Universitas Baturaja, Kabupataen Ogan Komering Ulu.
2.	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui fenomena penggunaan TikTok dalam mengekspresikan diri pada mahasiswa ilmu komunikasi
3.	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kualitatif
4.	Teori	New media
5.	Hasil Penelitian	Bahwa mahasiswa menanggapi terkait fenomena aplikasi TikTok sebagai tempat yang efektif untuk mengekspresikan diri penggunaan aplikasi TikTok pada mahasiswa pun bisa dikatakan positif dikarenakan dengan menggunakan aplikasi TikTok seseorang bisa menambah pengetahuan, gagasan dan juga dapat bertukar gagasan
6.	Persamaan dan Perbedaan	Kesamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang akan datang terletak pada pendekatan kualitatif yang digunakan dalam metode penelitian. Sementara itu, perbedaannya terletak pada teori yang dipakai, di mana penelitian terdahulu menggunakan teori new media, sedangkan penelitian yang akan datang akan menggunakan teori fenomenologi.
7.	Kritik	Hasil dalam penelitian tidak menjelaskan secara mendalam tentang teori new media dalam penelitian.

Matriks Penelitian Terdahulu Fenomena Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Eksistensi Dikalangan Mahasiswa Universitas Baturaja

Sumber : Penelitian Hernisha Andytha Anjanisari, Hendra Alfani, Darwadi MS, 2021

Tabel 2.3.

No.	ITEM	PENELITIAN 3
1.	Nama, Tahun, Judul dan Kota	Nisha Rahmawati, Oji Kurniadi, 2022, Hubungan antara menggunakan TikTok dengan perilaku eksistensi diri, Bandung.
2.	Tujuan Penelitian	Untuk memahami kaitan penggunaan TikTok dengan keberadaan diri mahasiswa Fikom Unisba.
3.	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kuantitatif
4.	Teori	<i>Uses and Effect</i>
5.	Hasil Penelitian	Mencerminkan mayoritas partisipan memberikan penilaian yang positif terhadap pemanfaatan TikTok pada identitas mereka sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.
6.	Persamaan dan Perbedaan	Kesamaan dalam penelitian sebelumnya dengan penelitian eksistensi diri di kalangan mahasiswa adalah adanya fokus pada subjek yang sama. Namun, perbedaan antara penelitian sebelumnya dan yang akan datang adalah pendekatan dan teori yang berbeda. Penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teori <i>uses and effect</i> , sedangkan penelitian yang akan datang menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori Fenomenologi.
7.	Kritik	Hasil dalam penelitian tidak menjelaskan secara mendalam mengenai eksistensi diri

Matriks Penelitian Terdahulu Hubungan Antara Menggunakan TikTok Dengan Perilaku Eksistensi Diri

Sumber : Penelitian Nisha Rahmawati, Oji Kurniadi, 2022

2.2. Kerangka Pemikiran

2.2.1. Kerangka Teoritis

2.2.1.1. Tinjauan Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Menurut Deddy Mulyana, komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communis* dan *communico, communication* atau *communicare*. *Communis* berarti hal yang sama dan *communico, communication* atau *communicare* berarti hal yang sama. Komunikasi adalah interaksi sosial yang muncul dari ide yang sama atau didasarkan pada tujuan yang sama. Interaksi ialah proses pengiriman informasi dari satu individu kepada individu lain dengan maksud mencapai sasaran yang serupa (Mulyana, 2005).

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia. Tidak bisa dipungkiri bahwa manusia selalu berkomunikasi sejak awal bangun dari tidur dan tertidur kembali. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi tidak dapat dipisahkan, komunikasi merupakan urusan setiap orang, baik disadari maupun tidak disadari. Komunikasi terjadi dengan tujuan memberikan dan menyebarkan informasi sehingga dapat mempengaruhi orang lain.

b. Tujuan komunikasi

Dalam komunikasi terdapat tujuan yang ingin dicapai, yaitu (Mulyana, 2005) :

- 1). Mengubah Sikap (*To Change The Attitude*). Tujuan komunikasi ialah untuk dapat mengubah sikap seseorang. Setiap komunikasi mempunyai kemampuan yang dikehendaki untuk mengubah sikapnya sesuai dengan harapan *medium*.
- 2). Mengubah Opini (*To Change The Opinion*). Tujuan komunikasi lebih lanjut adalah mampu mengubah pikiran komunikator. Harus ada kesamaan dalam komunikasi sedemikian rupa sehingga pesan yang disampaikan oleh komunikator diharapkan mengakibatkan komunikator mempunyai pendapat atau pandangan yang sama terhadap pesan yang disampaikan.
- 3). Mengubah Perilaku (*To Change The Behavior*). Dari pesan dan informasi yang disampaikan, komunikator atau penerima pesan diharapkan berperilaku sesuai dengan motivasi komunikator sehingga dapat bertindak sesuai dengan harapan komunikator.
- 4). Mengubah Masyarakat (*To Change The Society*). Meskipun dulu sasaran komunikasi adalah individu atau kelompok, sasaran komunikasi pada tahap ini harus memiliki dampak yang cukup besar bagi masyarakat luas sehingga perubahannya bersidat massif.

c. Fungsi komunikasi

Dalam buku Prof. Deddy Mulyana, menjelaskan ada 4 fungsi dalam komunikasi, yaitu (Mulyana, 2005):

- 1). Komunikasi Sosial. Dalam komunikasi sosial, fungsi komunikasi adalah mengembangkan konsep diri tentang kelangsungan hidup untuk mencapai kebahagiaan dan menghindari ketegangan atau tekanan.
- 2). Komunikasi Ekspresif. Komunikasi dalam fungsi ekspresif adalah alat yang memungkinkan suatu perasaan atau emosi ditransfer dari *medium* ke *medium*. Perasaan yang disampaikan dilakukan melalui pesan *nonverbal*.
- 3). Komunikasi Ritual. Komunikasi ritual ini biasanya terjadi pada saat upacara atau hari raya, dalam situasi tersebut pesan disampaikan atau perilaku simbolik diperlihatkan.
- 4). Komunikasi Instrumental. Di sini, komunikasi instrumental bertujuan untuk memberikan informasi, mendidik, mempengaruhi keyakinan dan mengubah sikap dan perilaku untuk menghibur.

d. Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam komunikasi, terdapat unsur-unsur yang penting didalamnya, yaitu (Mulyana, 2005) :

- 1). Pengirim ialah individu atau kelompok yang bermaksud untuk mengirimkan pesan kepada orang lain, sama ada individu atau kelompok. Dalam ilmu komunikasi, pengirim dikenali sebagai *medium*. Pengirim atau perantara merupakan entiti yang bertanggungjawab untuk menyampaikan pesan.
- 2). Pesan (*message*) adalah isi atau maksud yang ingin disampaikan oleh pengirim atau media. Pesan dapat disampaikan secara lisan atau tulisan, langsung atau tidak langsung melalui media atau alat.
- 3). Media atau saluran merujuk pada materi atau maksud yang ingin dikomunikasikan oleh pengirim atau media. Komunikasi dapat dilakukan secara lisan atau tertulis, secara langsung atau tidak langsung melalui media atau alat. Ini merupakan perangkat yang digunakan oleh pengirim atau komunikator untuk menyampaikan pesan agar dapat diterima oleh orang lain.
- 4). Penerima adalah pihak yang menerima pesan dari pengirim atau berasal dari *medium*. Dalam ilmu komunikasi, penerima disebut komunikator.
- 5). Interferensi, Semua hal yang bisa memengaruhi pengiriman pesan dari pengirim ke penerima. Gangguan ini terjadi pada pengirim, penerima atau saluran yang digunakan untuk mengirim pesan.

6). Pengaruh adalah hasil dari pesan atau informasi yang disampaikan oleh *medium*, terlepas dari apakah *medium* itu menghasilkan efek, misalnya. Mengalihkan perhatian komunikator, mengumpulkan informasi, atau mengubah sikap dan pikiran sehubungan dengan pesan yang disampaikan.

2.2.1.2. Tinjauan Teori Fenomenologi

a. Pengertian Fenomenologi

Kata fenomenologi berasal dari kata Yunani *phainomai* dan *phainomenon*. *Phainomai* berarti muncul dan *phainomenon* mengacu pada apa yang terlihat. Menurut Husserl, fenomenologi adalah perpaduan antara pikiran dan cara berpikir. Fenomenologi dibangun di atas penjelasan dan analisis pemikiran tentang jenis aktivitas mental subjektif, pengalaman, dan aktivitas sadar (Nurhadi, 2015).

Dalam arti yang lebih luas, fenomenologi berasal dari fenomena, yaitu. kenyataan yang terlihat. Dan *logos* berarti pengetahuan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa fenomenologi merupakan pengetahuan yang tujuannya untuk memperoleh penjelasan atas suatu fenomena atau kejadian. Fenomenologi mencoba menjelaskan bagaimana orang membangun makna dan konsep penting dalam kerangka intersubjektif. Fenomenologi berasumsi bahwa setiap orang menginterpretasikan suatu peristiwa berdasarkan pengalaman pribadinya.

b. Penelitian Fenomenologi

Menurut Husserl ada beberapa tahapan dalam melakukan penelitian fenomenologi (Kuswarno, 2009), yaitu :

- 1). *Epoche*. Berasal dari Bahasa Yunani dan berarti “menjauh” dan “jangan memilih”. Husserl menggunakan zaman sebagai istilah yang tidak berprasangka. Dapat disimpulkan bahwa era ini merupakan periode penelitian yang tidak mempertimbangkan pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman para peneliti, sehingga penelitian dapat menawarkan pandangan dan gagasan baru tentang objek penelitian.
- 2). Reduksi Fenomenologi. Tujuan dari reduksi fenomenologi ini adalah untuk mendeskripsikan secara langsung dalam beberapa bahasa seperti apa objek atau fenomena itu. Reduksi *fenomenologis* ini merupakan cara melihat dan mendengar fenomena yang dipelajari berdasarkan makna aslinya, sehingga memungkinkan fenomena tersebut terlihat secara alami.
- 3). Variasi Imajinasi. Makna dapat ditemukan melalui penggunaan imajinasi, kerangka acuan, serta pendekatan terhadap fenomena dari berbagai perspektif, posisi, peran, dan aktivitas yang berbeda. Tujuan dari berbagai metode imajinasi ini adalah untuk menghasilkan deskripsi yang akurat mengenai pengalaman dari suatu fenomena.

4). Sintesis Makna dan Esensi. Tahap penelitian *fenomenologis* yang meliputi penjelasan secara lengkap tentang fenomena yang diteliti, sehingga dapat menggambarkan fenomena secara keseluruhan.

c. Prinsip Dasar Fenomenologi

Stanley Deetz menyimpulkan 3 prinsip dasar fenomenologi sebagai berikut (Nurhadi, 2015) :

- a. Pengetahuan diperoleh melalui pengalaman langsung yang dialami. Seorang peneliti memahami fenomena yang sedang ditelitinya karena ia mengandalkan pengalaman pribadinya.
- b. Pentingnya objek adalah kekuatan objek dalam kehidupan seseorang. Hubungan peneliti dengan objek yang diteliti menentukan makna dari objek tersebut.
- c. Bahasa adalah persepsi makna. Bahasa memungkinkan kita untuk mendeskripsikan dan mengungkapkan sesuatu.

2.2.1.2.1. Fenomenologi Alfred Schutz

Fenomenologi Alfred Schütz mempelajari identifikasi masalah atau fenomena yang ada berdasarkan pengalaman. Schutz menggabungkan fenomenologi dengan ilmu-ilmu sosial, dimana ilmu-ilmu sosial pada hakekatnya adalah tentang interpretasi realitas atau fenomena yang terjadi, memaksa peneliti untuk memiliki konsep tentang realitas atau fenomena yang diteliti (Kuswarno, 2009).

Menurut cara berpikir Schütz, fenomenologi adalah pemahaman tentang tindakan sosial berdasarkan interpretasi. Dalam tafsir ini dapat berfungsi untuk

menjelaskan dan menyelidiki makna sebenarnya dari realitas atau fenomena yang terjadi (Kuswarno, 2009).

1). Motif Untuk (*in order to motive*)

Motif adalah motif yang berhubungan dengan masa depan atau apa yang akan terjadi di masa depan. Tema utama menjelaskan bahwa melihat ke masa depan sangat penting untuk konsep tindakan. Tindakan adalah perilaku, tindakan, yang dilakukan oleh seseorang untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Kuswarno, 2009). Ini karena seseorang melakukan sesuatu untuk menciptakan keadaan dan situasi yang diharapkan dimasa yang akan mendatang. Contohnya bisa menggambarkan alasannya: Jika seseorang memakai helm saat mengemudi, maka “motifnya” adalah kalimat “untuk menjamin keselamatan diri”.

2). Motif Karena (*Because Motive*)

Motif karena berkaitan dengan masa lalu atau kejadian. Motif, karena hal ini biasanya dilakukan atau dilakukan berdasarkan pengalaman masa lalu, sehingga pada saat melakukan tindakan seseorang memikirkan akibat berdasarkan pengalamannya (Kuswarno, 2009). Motif, karena merupakan tujuan yang harus dicapai seseorang dengan melakukan tindakan tertentu. Sebagai contoh yang dapat menggambarkan alasannya yaitu mengalami akibat tidak memakai helm saat mengendarai motor, yang digambarkan dengan ungkapan “mencegah terjadinya kecelakaan”. Jadi tindakan yang dilakukan seseorang adalah memikirkan masa depan dan masa lalu.

Menurut para ahli, motif memiliki banyak arti. Motif yang berasal dari kata "*movere*" atau pergerakan, yang mengacu pada gerakan atau perpindahan suatu objek. Istilah motif itu sendiri didefinisikan dalam psikologi sebagai gerakan yang dilakukan orang dalam bentuk perilaku atau tindakan.

Motif dapat diartikan sebagai kekuatan pemicu atau dorongan yang memacu tindakan manusia pada lintasan kognitif atau perilaku menuju pemenuhan kebutuhan. Dorongan seseorang tidak selalu disadari. Motif bukan hanya sekadar "keadaan emosional" semata. Sementara itu, Motif muncul dari dorongan hati, keinginan, kebutuhan, dan alasan lain yang memotivasi seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif dapat dijelaskan sebagai kekuatan internal yang mendorong seseorang untuk bertindak. Motif memberikan arti dan arah pada perilaku seseorang dan memainkan peran penting dalam tindakan manusia. Motif mencakup alasan atau tujuan yang memotivasi seseorang untuk bertindak atau menentukan perilaku dan sikap. Dari penjelasan makna yang diperoleh, peneliti dapat menyimpulkan bahwa motif adalah alasan yang memotivasi seseorang untuk bertindak dengan tujuan dan alasan tertentu (Syafri Lubis, Rohani, Devianty, 2022).

2.2.1.2.2. Fenomenologi Edmund Husserl

Menurut Husserl, Fenomenologi dapat dijelaskan sebagai pengalaman subjektif atau pengalaman fenomenologis, ilmu yang mempelajari kesadaran dari sudut pandang utama manusia (Husserl). Frasa fenomenologi sering digunakan sebagai asumsi umum untuk merujuk pada pengalaman subjektif dari jenis subjek tertentu dan beraneka ragam. Dalam pengertian yang lebih spesifik, frasa ini

merujuk pada pemeriksaan kesadaran secara disiplin dari sudut pandang pertama individu. Filsuf Jerman Edmund Husserl (1859-1983) menamai disiplin ini (Moleong, 2018).

2.2.1.2.2.1. Makna

Menurut R. Brown Makna adalah kecenderungan (disposisi) yang utuh untuk menanggapi bentuk ujaran. Banyak komponen dalam arti sebuah kalimat atau kata. Arti istilah itu sendiri memiliki banyak arti, dengan tidak ada satu arti yang "lebih benar" dari arti lainnya. Dalam artian, seperti kata lain, makna memiliki banyak definisi: munculnya makna disebabkan adanya hubungan khusus antara manusia dan kata (sebagai simbol verbal) (Mulyana, 2015). Arti dalam hubungannya dengan komunikasi pada intinya adalah sebuah peristiwa sosial. Arti sebagai gagasan komunikatif yang meliputi lebih dari sekadar penafsiran atau pemahaman individu.

2.2.1.2.2.2. Pengalaman

Menurut Husserl, dengan mengamati varian pengalaman dari perspektif individu yang mengalaminya secara langsung. Fenomenologi tidak hanya menguraikan setiap tindakan yang disadari, tetapi juga mempertimbangkan tindakan yang akan datang dalam konteks yang terkait. Semua ini tergantung pada bagaimana individu menafsirkan objek dalam pengalamannya (Kuswarno, 2013). Asumsi teori ini adalah bahwa fenomenologi menggunakan pengalaman nyata

sebagai titik data utama untuk memahami realitas. Individu dapat mengetahui apa yang mereka alami dengan melihat bentuk-bentuk pengalaman dari perspektif mereka yang mengalaminya secara langsung.

2.2.2. Kerangka Konseptual

2.2.2.1. Komunikasi Massa

Definisi Meletzke di atas menunjukkan bahwa penggunaan media massa dan penyebaran pesan secara terbuka kepada semua orang membuat massa menjadi pasif dan tidak langsung terlibat. Menurut definisi Meletzke, komunikasi massa didefinisikan sebagai segala bentuk komunikasi yang menyebarkan suatu isu secara langsung maupun tidak langsung melalui media teknis, dan hanya bergerak dalam satu arah ke khalayak. Istilah "difusi" mengacu pada penyebaran pesan kepada orang-orang yang berada di lokasi yang berbeda-beda (Dr. Drs. Ido Prijana Hadi, Megawati Wahjudianata, Inri Inggrit Indrayani, 2021).

2.2.2.1.1. Ciri-ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa merujuk pada proses komunikasi yang memanfaatkan media massa, termasuk publikasi cetak dan *audio visual*. Agen yang beroperasi dalam organisasi yang kompleks dan sarana komunikasi mereka berpartisipasi dalam komunikasi massa. Ciri-ciri komunikasi massa adalah:

- 1). Pesan bersifat *public*, terbuka artinya komunikasi massa dapat diakses oleh semua orang.
- 2). Komunikasi yang bersifat anonim dan heterogen, artinya komunikator tidak mengenal komunikator (anonim), dan heterogen, yaitu inklusif, campuran komposisi yang berbeda-beda.
- 3). Media massa menciptakan keserentakan yaitu jumlah kelompok sasaran relative besar dan tidak ada Batasan, dan pada saat yang sama pesan yang sama ditransmisikan.
- 4). Saat berkomunikasi, konten diprioritaskan dari pada hubungan. Apa yang dikatakan juga dilakukan, dimensi hubungan adalah cara yang dikatakan dan juga tersirat kepada peserta komunikasi.
- 5). Komunikasi massa satu arah, yaitu *medium* dan *medium* tidak dapat bersentuhan langsung.
- 6). Rangsangan indera terbatas tergantung jenis medianya seperti media cetak, surat kabar, pembaca hanya melihat, siaran radio, hanya mendengar, sedangkan di televisi dan film penonton menggunakan indera penglihatan dan pendengaran.
- 7). Umpan balik bersifat tertunda dan tidak langsung, media tidak dapat mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikan, sementara waktu penggunaan telepon, email dan media sosial lainnya menunjukkan bahwa dalam komunikasi massa, saran itu tertunda (Romli, 2016).

2.2.2.2. Media Baru

Di era teknologi informasi yang semakin maju mempengaruhi segala aktivitas manusia, salah satunya adalah lahirnya internet. Dengan kemunculan Internet,

berbagai perubahan struktural dan fungsional terjadi, termasuk di bidang komunikasi dan media (Hermin Indah Wahyuni 2015).

Media baru dapat mengubah proses komunikasi masyarakat melalui kehadiran media baru, sehingga proses komunikasi melalui media dapat berubah sejak awalnya *one-way flow jadi two-way flow* bahkan juga, *multi-way flow*.

New media juga mempunyai karakteristik. Karakteristik adalah deskripsi khusus yang membedakan media baru dari media lainnya.

Berikut karakteristik dari new media :

1. Digital, Media baru digital memiliki bentuk yang berbeda dengan media sebelumnya karena menggunakan teknologi digital.
2. Interaktif, Kebebasan berinteraksi adalah salah satu ciri media baru yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara langsung.
3. *Hypertextual*, informasi lain yang tersedia dalam Bahasa lain dapat disebut kata kunci. Cara mencari informasi dengan mengetikkan kata dikotak pencarian seperti *google*.
4. Virtual, dalam artian virtual yaitu tak berwujud.
5. Jaringan, internet untuk mengakses media sosial.
6. Simulasi, peristiwa yang terjadi kemudian dapat diulang dan diberikan efek tertentu (Luik, 2020).

2.2.2.3. Media Sosial

Platform jejaring sosial adalah bentuk platform media yang menempatkan pengguna sebagai fokus utama dan membantu dalam aktivitas serta kerja sama mereka. Oleh karena itu, jejaring sosial dapat dianggap sebagai penghubung online yang memperkuat hubungan antar pengguna dan menjadi ikatan sosial. Dalam konteks ini, jejaring sosial dapat dijelaskan sebagai media online yang memungkinkan pengguna untuk melihat atau berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya tentang konten.

Media sosial adalah hasil dari kemajuan teknologi, sehingga internet telah menghasilkan bentuk interaksi sosial yang baru dan berbeda dari yang sebelumnya. Informasi yang tersedia di *platform* media sosial sangat melimpah. Namun, hal ini dapat menimbulkan rasa bosan karena informasi yang diterima sudah terlalu banyak. Itulah sebabnya, banyak individu mencari alternatif media dengan format yang tidak sama. Media sosial hadir di dalam beraneka ragam bentuk, seperti ensiklopedia daring, siaran audio, wadah diskusi daring, papan diskusi, surel, pesan instan, berbagi potret dan klip video. Media ini mencakup berbagai jenis konten, seperti grafik, teks, foto, video, dan bahkan audio. Beberapa contoh media sosial yang populer adalah Twitter, Instagram, Facebook, Youtube, Google, TikTok, dan masih banyak lagi (Dwi, Watie, 2011).

2.2.2.3.1. Fungsi Media Sosial

Sebagai salah satu platform digital yang paling populer saat ini, media sosial telah sukses menghubungkan hampir seluruh orang yang terkoneksi dengan internet.

Berikut ada beberapa fungsi media sosial :

1. Komunikasi, media sosial berhasil menjalin komunikasi tanpa batas, baik temporal maupun geografis.
2. *Branding*, ini adalah cara untuk mendapatkan citra dari banyak orang.
3. Tempat Usaha, media sosial juga bisa dijadikan sebagai tempat berbisnis atau berdagang, sehingga memudahkan dalam membangun bisnis secara online.
4. *Marketing*, media sosial saat ini menciptakan layanan yang memudahkan bisnis untuk memperkenalkan dan menjangkau lebih banyak konsumen (Sampoerna University, 2021)

2.2.2.3.2. Jenis Media Sosial

Media sosial berkembang pesat saat ini, masyarakat Indonesia sering menggunakan berbagai jenis media sosial, yaitu :

1. YouTube, *platform* berbasis video yang digunakan penggunanya untuk kampanye, untuk menarik perhatian pelanggan.
2. Instagram, menarik penggunanya dengan berbagai fitur foto dan video pendek.
3. Facebook, *platform* ini hampir sama dengan Instagram yang digunakan untuk berbagi cerita, tautan situs web, foto, dan video.
4. Twitter, bekerja dengan teksn, foto, dan video. Dan itu juga memungkinkan menulis teks panjang.
5. TikTok, aplikasi media sosial ini dapat menampilkan video yang berbeda dengan beberapa proses pengeditan, apalagi hasilnya menarik seperti media sosial lainnya (Bulele, Wibowo, 2020.)

2.2.2.4. Aplikasi TikTok

TikTok merupakan sebuah portal yang memfasilitasi pengguna untuk menghasilkan video singkat dan bervariasi dengan memakai efek khusus, istimewa, serta menarik. Dengan gampang, pengguna dapat menghasilkan isi yang menarik perhatian pemirsa. Layanan TikTok memungkinkan pengguna untuk menghasilkan video singkat yang terkait dengan musik, melakukan *lipsync*, dan mengunggahnya.

Pengguna juga bisa memanfaatkan aplikasi untuk mempermudah pergerakan. TikTok memiliki beberapa kelebihan, diantaranya sebagai wadah untuk mengekspresikan *kreativitas* pengguna yang istimewa dan berbeda, serta sebagai sarana interaksi antara kreator profesional dan pengguna biasa. Selain itu, TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media pencarian bakat dan kreator. Terakhir, TikTok juga dapat digunakan sebagai tempat untuk mencari popularitas dan memperlihatkan eksistensi (Valiant, Paramita, 2022).

2.2.2.4.1. Kelebihan dan Kekurangan TikTok

Berikut ada kelebihan dari aplikasi TikTok :

1. Bisa melihat video tanpa membuat *account*.
2. Durasi video yang pendek.
3. Ada *challenge*/tantangan.
4. Bebas menggubakan background music.
5. Tidak ada iklan di TikTok.
6. TikTok menjadi sarana berkreasi.
7. Dituntut untuk menjadi konten kreaator.

8. Ada trending.
9. Banyak variasi filter.

Selain ada kelebihan sosial media pasti mempunyai kekurangan, TikTok mempunyai kekurangan dan kelemahannya yaitu dapat dibobol, juga informasi pengguna dapat diubah oleh hacker. Keamanan pada media sosial TikTok masih kurang aman dari *hacker* (Valiant, Paramita, 2022).

2.2.2.5. Eksistensi Diri

Pendapat yang mendasari eksistensi manusia adalah bahwa manusia selalu hidup dalam situasi yang berbahaya yang selalu diiringi dengan kecemasan, ketakutan, dan kenyataan kematian (Rodgers & Thompson, 2015). Oleh karena itu, kondisi ini mendorong manusia untuk memahami keberadaannya dan mencapai kehidupan yang lebih bermakna melalui pemahaman. Eksistensi diri dipahami sebagai segala kemungkinan yang disadari dapat mengantarkan individu untuk eksis secara autentik, yaitu menjadi pribadi seperti dirinya, bertanggung jawab atas dirinya sendiri dengan memilih kemungkinan-kemungkinan yang memungkinkannya melakukan apa yang ditawarkan kehidupan (Rodgers & Thompson, 2015).

(Loonstra, Brouwers, & Tomic, 2007) menafsirkan keberadaannya sendiri sebagai kesadaran seseorang akan makna hidup dan kemampuan untuk secara fundamental dan sepenuhnya menerima kemungkinan dan keterbatasannya sendiri. Penjelasan yang sudah disampaikan dimaknai bahwa eksistensi diri merupakan cara seseorang dalam memaknai keberadaannya sendiri melalui

berbagai upaya, mewujudkan potensi dirinya untuk mencapai keberadaan yang autentik dan memberi makna pada kehidupannya (Utari R, 2020).

2.2.2.6. Mahasiswa

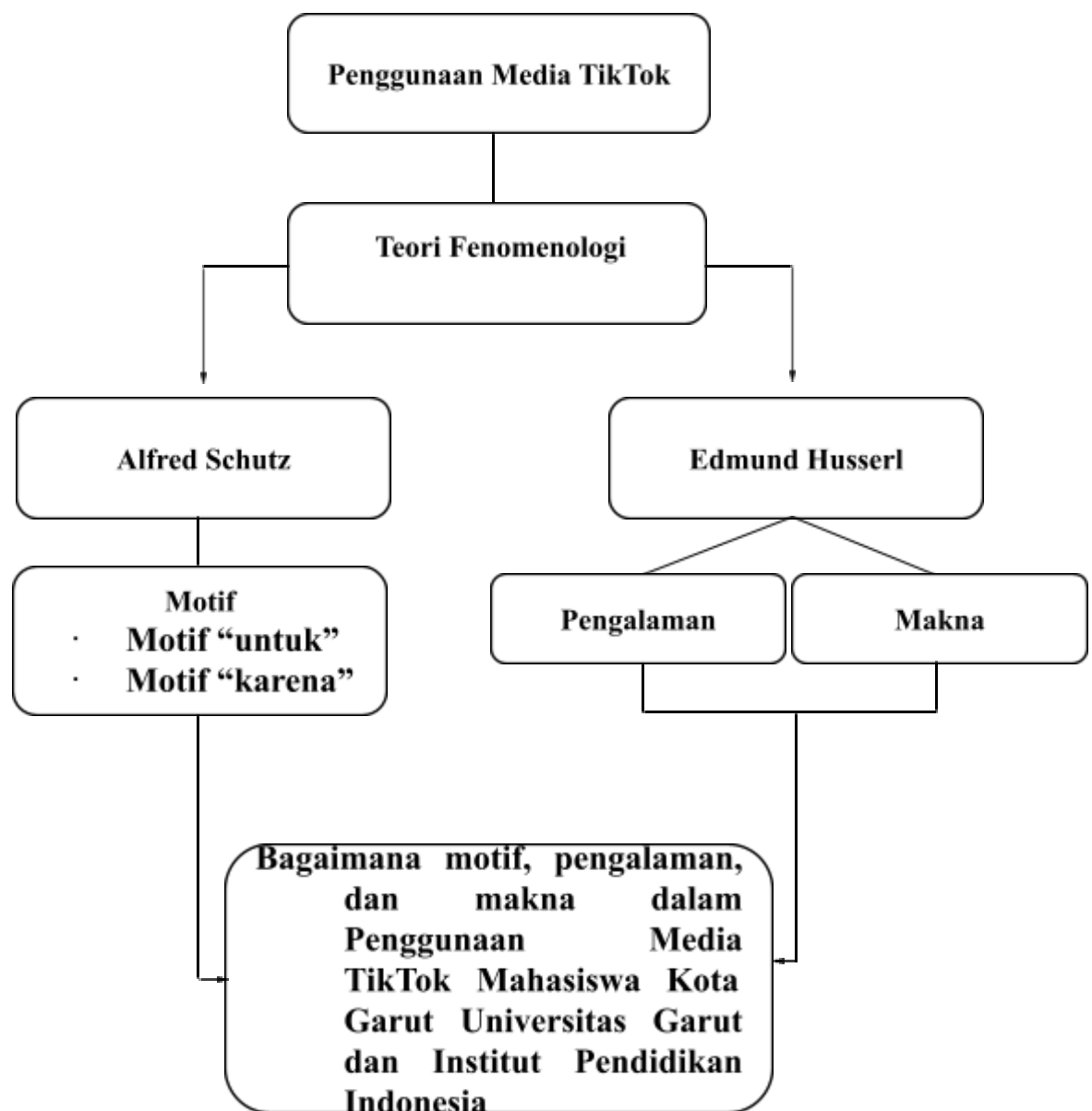
Pelajar tingkat lebih tinggi setelah siswa adalah mahasiswa. Terdapat beberapa individu yang mengungkapkan bahwa pelajar perguruan tinggi dikenal sebagai mereka yang mengejar pengetahuan. Istilah "pelajar perguruan tinggi" terdiri dari dua kata, yakni "pelajar" yang mengandung arti "individu yang terlibat dalam pembelajaran" dan "perguruan tinggi" yang artinya "lembaga pendidikan tinggi". Menurut para pakar, di Indonesia terdapat banyak perguruan tinggi sehingga banyak mahasiswa yang terdaftar di dalamnya. Namun, beberapa di antara mereka disebut sebagai penipu. Banyak juga yang mengatakan bahwa mahasiswa adalah masa depan bangsa dan cerminan bangsa di masa depan.

Menurut Sarwono (1978) Seorang siswa adalah seseorang yang terdaftar dengan benar di universitas untuk suatu program studi dan yang batas usianya sekitar 18-30 tahun. Mahasiswa adalah kelompok sosial yang memperoleh statusnya melalui ikatannya dengan universitas. Siswa juga merupakan calon intelektual atau intelektual muda dari kelas sosial yang seringkali memenuhi syarat untuk kelas yang berbeda.

Menurut Knopfemacher (dalam Suwono, 1978) ada calon lulusan yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi (yang semakin terintegrasi dalam masyarakat) dan diharapkan berkembang menjadi calon yang cerdas (Cahyo H, 2019).

Mahasiswa yang akan menjadi fokus peneliti di Kabupaten Garut merupakan dari perguruan tinggi terbesar yang berada di Kabupaten Garut dengan memilih beberapa sampel perguruan tinggi dari keseluruhan perguruan tinggi yang ada di Kabupaten Garut. Universitas Garut, Institut Pendidikan Garut, Institut Teknologi Garut, STIE Yasa Anggana, dan STIKES Karsa Husada merupakan perguruan tinggi terbesar di Kabupaten Garut yang menjadi fokus peneliti.

2.2.3. Bagan Kerangka Pemikiran



Bagan 2.2.3. Kerangka Pemikiran
Sumber : Hasil Peneliti, 2023