

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1. Sejarah Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik**

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (UIN SGD) sebelumnya bernama IAIN Sunan Gunung Djati yaitu salah satu Universitas Islam yang tempatnya berada di Kelurahan Cipadung kecamatan Cibiru Kota Bandung, Jawa Barat. UIN Sunan Gunung Djati Bandung ini merupakan salah satu perguruan tinggi di lingkungan agama yang secara resmi disahkan berdasarkan peraturan presiden nomor 57 tahun 2015 mengenai perubahan dari IAIN Sunan Gunung Jati menjadi UIN Sunan Gunung Djati Bandung (Buku Panduan pedoman akademik, 2012-2013:3).

Berdirinya UIN Sunan Gunung Djati Bandung mempunyai sebuah tujuan diantaranya terselenggarakannya pendidikan tinggi yang profesional, akuntabel dan mampu bersaing baik secara nasional maupun internasional yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat serta para pengguna jasa perguruan tinggi. Selain itu, UIN Bandung disini bertujuan untuk mewujudkan civitas akademika yang profesional serta berakhlakul karimah dan menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman serta keindonesiaan. Berikut ini Visi, Misi serta tujuan UIN Sunan Gunung Djati Bandung:

#### **1. Visi**

*“Menjadikan universitas yang unggul dan kompetitif”..*

#### **2. Misi UIN sunan gunung djati bandung diantaranya:**

- a. Menyelenggarakan dan mengelola pendidikan tinggi dan profesional, akuntabel dan berdaya saing di tingkat nasional dan internasional, yang dibutuhkan oleh para pengguna jasa pendidikan tinggi dan memenuhi harapan masyarakat.
- b. Menyelenggarakan penelitian dan kajian ilmiah yang mengembangkan ilmu pengetahuan teknologi dan seni (IPTEKS), Serta mampu memenuhi kebutuhan dan memberdayakan masyarakat.
- c. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat yang mampu mengembangkan dan memberdayakan diri menuju tatanan masyarakat madani, demokratis, dan berkeadilan.

### **3. Tujuan**

- a. Terselenggaranya pendidikan tinggi yang professional akuntabel dan berdaya saing di tingkat internasional dan yang dibutuhkan oleh masyarakat serta para pengguna jasa pendidikan.
- b. Terwujudnya civitas akademika yang berakhlakul karimah yang menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman dan nilai-nilai ke Indonesian.
- c. Terbentuknya manusia terdidik (alumni) yang berakhlakul karimah dan profesional dalam bidang ilmu keislaman dan umum yang sesuai dengan kebutuhan pasar, dan mampu memanfaatkan keilmuan dan keprofesionalitasan untuk pengembangan masyarakat madani, demokratis, dan berkeadilan.

Nama Institusi : Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Alamat institusi : Jl. AH Nasution No. 105

Telp. 022-7800525/Fax.022-7803936

Email : [contact.uin@uinsgd.ac.id](mailto:contact.uin@uinsgd.ac.id)

Home page : <http://www.uinsgd.ac.id>

(website resmi UIN SGD Bandung, diakses tanggal 24 Januari 2022).

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung ini di dalamnya terdapat banyak Fakultas. Awalnya terdapat lima fakultas diantaranya Fakultas Ushuludin, Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, Fakultas Dakwah serta Fakultas Dakwah serta Fakultas Adab. Kemudian diperbaharui nama-nama fakultasnya menjadi Fakultas Ushuludin, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syari'ah dan Hukum, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Adab dan Humaniora. Kemudian, ada Fakultas tambahan diantaranya yaitu fakultas Psikologi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) serta fakultas Bisnis Islam (FEBI). Selain itu pula ditambahkan program pasca sarjana.

FISIP (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik) sudah ada sejak tahun 2001 tetapi diresmikan berdirinya pada tanggal 24 September 2013 dengan dibuktikan keluarnya peraturan menteri agama RI No.77 tahun 2013 mengenai perubahan atas menteri Agama No 7 tahun 2013 tentang Organisasi dan tata kerja Universitas Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Ada tiga jurusan yang menjadi pondasi FISIP yang sebelumnya berada di dua Fakultas, diantaranya Fakultas Ushuludin dan Fakultas Syariah dan Hukum. Pada waktu itu Jurusan Sosiologi didirikan resmi pada tanggal 29 November 2001 terdapat di Fakultas Ushuludin

sedangkan jurusan Administrasi Publik dan Manajemen di Tanggal 16 juli 2007 berada di Fakultas Syariah dan Hukum.

Di tahun 2013 FISIP resmi berdiri setelah itu FISIP membuka satu jurusan baru yaitu dengan nama jurusan Ilmu Politik, yang keputusannya prodinya didirikan pada tanggal 15 maret 2018, lalu Management dipindahkan ke FEBI pada tahun 2019. Jadi, FISIP sekarang memiliki tiga prodi diantaranya Sosiologi, Administrasi Publik, dan Ilmu Politik.

Ada beberapa alasan argumentasi FISIP dibentuk di UIN Sunan Gunung Djati Bandung yaitu ;

1. Secara *de facto* pendirian FISIP ini didirikan dengan indikasi adanya jurusan-jurusan baru yang secara disiplin ilmu mempunyai relevansinya khususnya jurusan Sosiologi, dan Administrasi Publik.
2. *Animo* lulusan SMA/MA cukup tertarik besar terhadap jurusan-jurusan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Hal ini, dibuktikan adanya peminat yang sangat meningkat secara linier terhadap ketiga jurusan itu.
3. Adanya sumber daya manusia (dosen) serta administrasi yang sangat memadai baik yang bergelar magister maupun doktor.

Terdapat beberapa kondisi didirikannya fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik di UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang meliputi:

1. FISIP UIN menjadi penentu tegaknya untuk kemajuan bangsa berkeadilan serta menjunjung tinggi harkat martabat manusia.
2. FISIP UIN Menjadi sebuah penopang didalam mengembang tri dharma perguruan tinggi diantaranya pendidikan, penelitian, serta pengabdian yang

tetap menjamin berkembang dan terpeliharanya nilai-nilai luhur budaya bangsa, menjunjung tinggi agama, dan mengaktualisasikan nilai-nilai ajaran tersebut kepada seluruh kehidupan terutama kehidupan masyarakat.

Tujuan pendirian UIN SGD Bandung yaitu sebagai salah satu sarana atau alat pembangunan dalam bidang pendidikan yang mempunyai tujuan untuk mencerdaskan bangsa serta meningkatkan kualitas manusia yang didasarkan pada nilai-nilai agama dan nilai-nilai Pancasila. Filosofi yang diberlakukan tersebut mempunyai tujuan untuk mendukung sistem pendidikan Nasional dalam rangka memantapkan ketahanan nasional dan mewujudkan masyarakat maju yang didasarkan pada kebudayaan bangsa serta persatuan nasional yang diwujudkan dalam bhineka tunggal ika. Ada tiga konsep terpadu ajaran di dalamnya yaitu nilai Islam, nilai lokal, dan nilai modern. Adanya perintegrasian tiga konsep tersebut bertujuan mengehendaki FISIP UIN SGD Bandung memiliki perbedaan dan karakter tersendiri dengan lembaga FISIP lainnya. Berikut ketiga nilai tersebut yaitu sebagai berikut :

1. Nilai Islam, konsep ini bertujuan untuk mempersatukan antara tolak ukur dalam sistem tindakan akademik dan administrasi.
2. Nilai lokal tradisi. Tradisi lokal memiliki sebuah kebijakan lokal untuk digali serta diimplementasikan dalam pengembangan fakultas, terutama dalam penerapan tri dharma perguruan. Contohnya seperti tradisi Sunda yang diwujudkan dalam bentuk kepedulian budaya dalam pengembangan budaya lokalitas yang mayoritasnya masyarakatnya Sunda.

3. Nilai modern direalisasikan terhadap pengembangan global secara *de facto* penetrasi globalisasi dimaknai dengan positif, khususnya dalam pengembangan ilmu dan teknologi dalam pengembangan fisip.

#### A. STRUKTUR ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**Tabel 4.1**

**Struktur Organisasi Pimpinan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN  
Sunan Gunung Djati Bandung Tahun 2022**

NO	NAMA DAN GELAR	JABATAN
1.	Prof. Ahmad Ali Nurdin, MA., Ph.D	Dekan FISIP
1	Dr. H. Moh Dulkiah, M.Si	Wakil Dekan I
3	Dr. Adon Nasrullah Jamaludin. M.Ag	Wakil Dekan II
4	Dr. Muhamad Zuldin, M.Si	Wakil Dekan III
5	Khaerul Umam, S.IP., M.Ag	Ketua Jurusan AP
6	Faisal Fikri, SS., M.Ag	Sek. Jurusan AP
7	Kustana, M.Si	Ketua Jurusan Sosiologi
8	Dr. Dede Syarif, S.Sos., M.Ag	Sek. Jurusan Sosiologi
9	Dr. H. Asep Abdul sahid, S.Ag., M.Si	Ketua Jurusan ILPOL
10	Drs. Heldi, M.Si	Sek. Jurusan ILPOL
11	Drs. Zahrudin, M.Si	Koordinator
12	Drs. H. Heruman. MM	Sub coordinator
13	Yayuk Sri Rahayu, SE., ME	Sub coordinator
14	Yadi Supriadi, S.Kom	Sub coordinator

*Sumber: Data dari website FISIP Tahun 2022, diakses pada tanggal 24 Januari 2022*

## **4.2. Gambaran Umum Sosiologi**

### **4.2.1. Sejarah Sosiologi**

Jurusan Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung resmi dibuka pada tahun 2000. Pada saat itu, prodinya masih bernama Sosiologi antropologi agama (ASA) yang terdapat di Fakultas Ushuludin. Di tahun 2001 dikeluarkanlah surat keputusan (SK) pendiriannya dari direktur jenderal pembinaan kelembagaan agama islam dapatermen agama republik Indonesia no.E/281/2001 pada tanggal 29 november 2001 dengan nama jurusan sosiologi konsentrasi sosiologi agama. Jurusan sosiologi adalah salah satu jurusan *wider mandate* di UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Surat keputusan tersebut dikeluarkan berdasarkan rekomendasi dari direktur jenderal pendidikan tinggi departemen pendidikan nasional No.2981/D/T/2001 pada tanggal 18 September 2001.

Di tahun 2006, dikeluarkan lah surat keputusan (SK) pendirian jurusan sosiologi dan jurusan-jurusan umum lainnya di lingkungan Universitas Negeri Islam Sunan Gunung Djati Bandung No. DJ.II/25/2006 yang dikeluarkan oleh direktur jendral kelembagaan agama Islam depag RI.SK itu adalah kelanjutan dari SK sebelumnya meskipun didalam SK tersebut tidak dicantumkan konsentrasinya, tetapi penyelenggaraan perkuliahan di prodi ini mengacu pada kurikulum konsentrasi agama. Jurusan ini terakreditasi dengan nilai B (baik) oleh badan akreditasi nasional perguruan tinggi (BAN PT) departemen pendidikan nasional yang didasarkan pada No.025/BAN-PT/AK-X/2007. Jurusan ini mulai

melaporkan evaluasi perguruan tinggi EPSBED, setiap semester yang dapat diakses melalui internet.

Berdasarkan kelanjutannya (*sustainability*) jurusan sosiologi terutama meningkatkan *animo* calon mahasiswa, ada beberapa upaya yang dilakukannya yaitu perbaikan metode pembelajaran, perbaikan kurikulum, memperbanyak penelitian, dan pengabdian untuk mendorong tenaga pengajar, mendorong dosen-dosen tetap untuk berkontribusi dalam berbagai acara nasional maupun daerah baik sebagai narasumber maupun pengamat selain itu para alumni bekerja di dalam bidang linier (bidang sosiologi) secara tak terlihat hal ini sudah menunjukkan identitas mereka bagian dari alumni sosiologi melalui pekerjaan yang sedang digeluti.

Jumlah alumni sampai sekarang ini yaitu mencapai 1.322 Orang serta telah menjadi PNS di berbagai instansi pemerintahan yang ada di lingkungan Jawa Barat, seperti BKKBN, pemerintah provinsi, kementerian sosial, pemerintahan kabupaten/kota, perguruan tinggi (dosen) serta sekolah menengah (guru). Pekerjaan kedua dari lulusan jurusan sosiologi ini yaitu NGO serta media massa. Selain itu, beberapa tahun akhir ini banyak sekali lulusan sosiologi banyak yang bekerja di sektor perbankan. berdirinya jurusan sosiologi ini telah dipimpin oleh 6 ketua jurusan di antaranya Dr. Adon Nasrullah Jamaludin., M.Ag (2000-2005). Ahmad Ali Nurdin, MA.,Ph.D (1994-2000). Dr.M.Zuldin, M.Si. (2012-2015). Taufik Rahman,M.A., Ph.D (2015-2020), Kustana, M.Si (2020 sampai sekarang). Adapun Visi dan Misi jurusan sosiologi secara rinci adalah sebagai berikut:

## 1. Visi

*‘Menjadikan program studi sosiologi yang unggul dan kompetitif berbasis wahyu memandu ilmu dalam bingkai akhlak karimah di Asia tenggara tahun 2025’.*

## 2. Misi

- a. Menyelenggarakan kegiatan pendidikan tinggi pada jenjang yang profesional, akuntabel, dan berdaya saing tinggi dalam bidang ekonomi syariah, bisnis syariah, keuangan syariah dan industri halal;
- b. Menyelenggarakan kegiatan ilmiah dalam bentuk penelitian kajian ilmiah dalam bidang ekonomi syariah, bisnis syariah, keuangan syariah dan industri halal;
- c. Meningkatkan peran serta lembaga dalam pengabdian kepada masyarakat secara efektif dan berkesinambungan dalam bidang ekonomi syariah, bisnis syariah, keuangan syariah dan industri halal;
- d. Menjalin kerja sama dengan pelbagai lembaga-lembaga pendidikan, pelatihan dan profesi untuk mewujudkan sumber daya manusia yang memiliki integritas, wawasan, kemampuan *entrepreneurship*, dan keterampilan dalam bidang ekonomi syariah, bisnis syariah, keuangan syariah dan industri halal;

### **3. Tujuan program studi Sosiologi**

- a. Terselenggaranya kegiatan pendidikan tinggi pada jenjang sarjana yang profesional, akuntabel, dan berdaya saing tinggi dalam bidang ekonomi syariah, bisnis syariah, keuangan syariah dan industri halal;
- b. Terselenggaranya kegiatan ilmiah kegiatan ilmiah dalam bentuk penelitian kajian ilmiah dalam bidang ekonomi syariah, bisnis syariah, keuangan syariah dan industri halal;
- c. Meningkatkan peran serta lembaga dalam pengabdian kepada masyarakat secara efektif dan berkesinambungan dalam bidang ekonomi syariah, bisnis syariah, keuangan syariah dan industri halal;
- d. Terselenggaranya kegiatan ilmiah dalam bentuk penelitian kajian ilmiah dalam bidang ekonomi syariah, bisnis syariah, keuangan syariah dan industri halal;

### **4. Sasaran**

- a. Menghasilkan lulusan minimal 600 sarjana ekonomi yang unggul, kompetitif dan berakhlakul karimah dalam bidang ekonomi syariah, bisnis syariah, keuangan syariah, dan industri halal, di tingkat nasional dan internasional.
- b. Menghasilkan karya akademik yang mencakup di bidang penelitian, artikel, jurnal, dan buku dalam bidang kajian ekonomi

- syariah, bisnis syariah, keuangan syariah, dan industri halal yang bereputasi baik ditingkat nasional maupun internasional.
- c. Menghasilkan dosen maupun mahasiswa yang dapat melakukan pengabdian kepada masyarakat dan pengabdian yang selaras dengan bidang ekonomi syariah, dan industri halal di tingkat nasional maupun internasional.
  - d. Terjalin kerja sama dengan pelbagai lembaga yang selaras dengan visi program studi baik ditingkat nasional maupun internasional.
  - e. Memiliki sistem digitalisasi pengelolaan akademik dan administrasi akademik yang sesuai dengan standar pendidikan nasional dan internasional (Workshop kurikulum, 2016).

### **4.3. Hasil Pembahasan Penelitian**

#### **4.3.1. Persepsi konsep diri Mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung**

##### **Djati Bandung terhadap penggunaan media tiktok**

Pada dasarnya setiap insan tidak lepas dari kegiatan berpersepsi. Persepsi atau pandangan merupakan pemberian sebuah makna pada stimulus indrawi. Persepsi dengan kata lain merupakan suatu pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi serta menafsirkan pesan (Lubis & Anjani, 2019). Persepsi dalam komunikasi biasanya selalu berhubungan dengan pengalaman atau waktu yang sudah berlalu. Persepsi susah disatukan karena setiap manusia pasti mempunyai pandangan yang berbeda-beda. Sedangkan persepsi menurut Mead merupakan suatu proses dimana seorang individu menafsirkan sebuah situasi dan kondisi yang ada disekeliling.

Didalam kehidupan sosial, manusia mempunyai persepsi awal mengenai sesuatu yang terjadi disekitar, namun, persepsi tersebut bisa berubah berdasarkan adanya stimulus dari luar atau pengaruh lingkungan luar kehidupannya termasuk persepsi terhadap media yang ia konsumsi. Dalam kasus ini, individu menanggapi fenomena yang sedang terjadi, dimana individu dalam kasus ini memberikan tanggapan terhadap fenomena tersebut didasarkan pada karakteristik individu, proses pembelajaran, pengetahuan serta media yang dikandung sebuah komponen lingkungan terhadapnya.

Penggunaan tiktok yang sangat melejit dikalangan mahasiswa terjadi ditengah Covid-19. Aplikasi tiktok yang sangat populer ini memberikan *trend* tersendiri dikalangan generasi milenial. Adanya pandemi mengakibatkan seluruh kegiatan harus dilakukan dengan jarak jauh (*virtual*) yang mengakibatkan kegiatan mahasiswa terbatas akan kegiatannya. *Social distancing* (jaga jarak) yang ditetapkan oleh pemerintah berlaku juga pada dunia pendidikan. Sistem perkuliahan yang secara daring secara langsung mengurangi segala kegiatan aktivitas di kampus. Adanya pandemi ini menimbulkan adanya pola baru dalam kehidupan, sehingga aturan pemerintah disini mengakibatkan dampak positif serta negatif.

Sisi positifnya yakni setiap Mahasiswa mempunyai waktu berkualitas untuk kumpul bersama keluarganya, sedangkan dampak negatifnya yakni mahasiswa dipaksa harus beradaptasi dengan pola pembelajaran jarak jauh yang mengakibatkan kejenuhan di dalam kesehariannya. Bagi mahasiswa yang menyukai belajar dirumah, adanya pandemi ini justru akan dinikmatinya dan tidak

akan menjadi permasalahan yang signifikan, sedangkan bagi mahasiswa yang aktif diluar, mereka akan merasa tertekan dan menjadi permasalahan yang luar biasa. Pada akhirnya, sosial media yang terkenal sebagai hiburan dalam bentuk audio visual di internet menjadi sebuah tempat baru untuk mengeksistensikan dirinya di tengah pandemi Covid-19 dengan tujuan untuk menyegarkan suasana setelah disibukan dengan aktivitas penyelesaian tugas-tugas dari kampus atau pembelajaran daring.

Di era Covid-19 penggunaan media semakin meningkat baik untuk keperluan saling sapa yang biasanya bisa dilakukan dengan nyata ataupun untuk keperluan akademis. Komunikasi dulu dilakukan secara nyata kini lebih sering menggunakan media yang marak dijadikan sebagai aktualisasi diri maupun eksistensi diri dikalangan Mahasiswa, yang mana aplikasi-aplikasinya yang jarang digunakan, kini menjadi pilihan atas rasionalnya untuk menggunakan dikala mengisi kekosongan waktu luangnya sebagai pilihan barunya. Tiktok merupakan aplikasi yang berbagi video pendek dan unik, menjadi salah satu yang digemari (observasi, pengamatan akun tiktok subjek penelitian, 31/12/2021).

Adanya penggunaan media tiktok yang semakin melejit ini, maka tidak akan terlepas dari yang namanya konsep diri. Konsep diri adalah refleksi cara pandang serta aspek yang sangat penting yang berupa perasaan individu yang dialami diri sendiri. Konsep diri adalah suatu keyakinan, peristiwa, cara pandang dan pemikiran mengenai segala sesuatu yang dimiliki oleh dirinya diantaranya sikap, perasaan, karakter, kemampuan, tujuan hidup, serta penampilan diri (Adawiah, 2020). Sedangkan menurut George Herbert Mead (1934/1962:134)

menjelaskan bahwasannya konsep diri itu sebagai pandangan, penilaian, perasaan, individu mengenai dirinya yang timbul sebagai hasil dari suatu interaksi sosial (Ritzer, 2012 ).

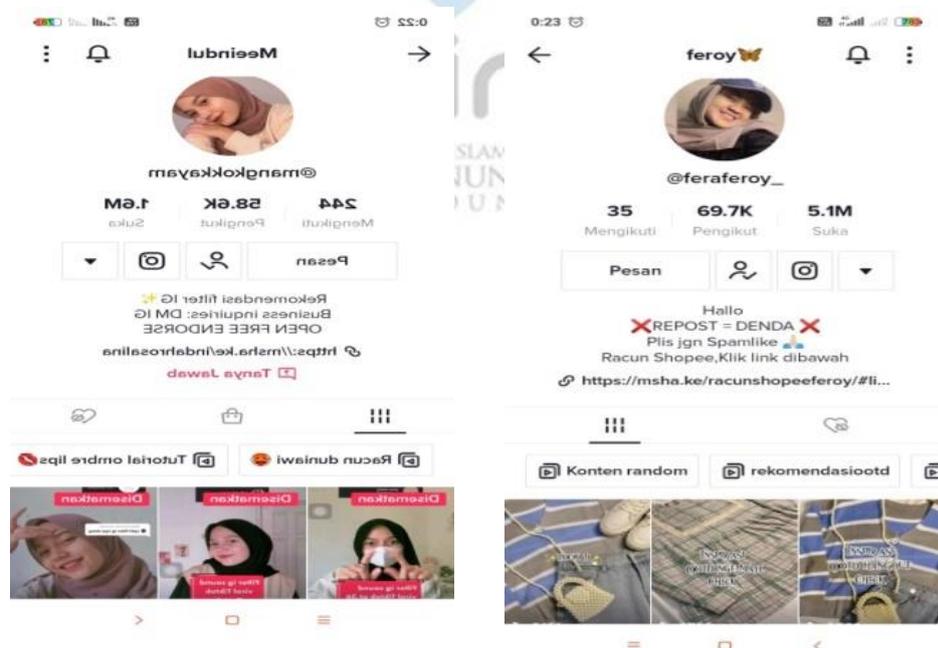
Berdasarkan persepsi mengenai konsep diri dalam penggunaan tik tok banyak diantara @abr\_aa29, @nndl, @arifberawan, @Zxlmnnn @iyo1000, @iyo1000, @inivirni, @penyukacookies, @Zachraniabila, @ismepanda29, @yoongi\_wife24, @aunajmii, @ismepanda 29 dan user pengguna lainnya Mahasiswa Sosiologi 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung banyak yang mengatakan bahwasannya persepsi mereka terhadap konsep diri mereka dalam menggunakan tiktok yakni dalam penggunaannya atau membuat kontennya kita harus bisa memilah memilih konten apa yang sepatutnya kita buat dan kita konsumsi, sebab konten-konten di tiktok banyak yang memberikan nilai positif dan banyak pula yang memberikan nilai negatif tergantung bagaimana cara kita menggunakannya dengan bijak. Sebagaimana hasil wawancara saya kepada Indah Rosalina Jurusan Sosiologi mengenai persepsi konsep diri Mahasiswa terhadap media tiktok.

Menurut saya media tiktok itu merupakan media sosial yang bisa bermanfaat apabila digunakan secara bijak, soalnya di zaman sekarang ini sudah banyak sekali isi konten-konten yang mengedukasi serta bermanfaat di tiktok. Namun, bisa juga menjadi media yang merugikan apabila penggunaannya tidak bijak. Adapun konsep dirinya sebagai pembuat konten tiktok maka dia akan memposisikan dirinya agar membuat konten yang menarik sehingga orang tertarik untuk menonton video Tiktoknya. Tetapi jika sebagai penonton konten orang lain maka saya akan mencari sesuatu hal yang menarik sehingga menambah wawasan saya dan bisa menjadi hiburan di kala waktu senggang (Hasil wawancara dengan Indah Rosalina, Mahasiswa di Jurusan sosiologi 18 UIN SGD Bandung, 18/12/2021).

Pendapat serupa juga di paparkan oleh informan Ferawati yang mengatakan

Bahwasanya persepsi mengenai konsep diri terhadap media tik tok yakni sebagai pembuat konten tentu harus meningkatkan personal branding atau ciri khas yang kuat dari konten yang kita miliki. Seperti kita fokus konten kepada fashion, kuliner/mukbang, membuat drama pendek,dan lain-lain. Saya sendiri fokus kepada fashion dan harus mengikuti arah fashion remaja yang cepat berganti. Namun hal ini sangat menyenangkan dan memotivasi saya agar setiap hari membuat konten dan berharap banyak respon baik dari pengguna tik tok (wawancara dengan Ferawati creator konten tiktok mahasiswa sosiologi UIN SGD Bandung, 22/12/2021).

Selain itu, berdasarkan observasi terhadap akun dengan user @feroy dan @mangkokkayam dapat terlihat bahwasannya mereka menggunakan media tik tok sebagai salah satu media eksistensi diri mereka melalui pembuatan konten fashion, unboxing barang, mix and mix fashion, tutorial edit video dan beauty. Berikut ini dokumentasi dari kedua user pembuat creator tersebut:



**Gambar 4. 1 Dokumentasi Pemilik Akun Tiktok**

Berdasarkan dokumentasi tersebut dapat dianalisis secara observasi bahwasannya mereka menggunakan tiktok sebagai media untuk mempromosikan sebuah karakternya ditengah Covid-19. Mereka juga beranggapan bahwasannya dikala Covid-19 banyak sekali aktivitas terbengkalai akibat adanya aturan pemerintah yang mengharuskan berdiam diri dirumah sebagai salah satu cara pemutusan rantai penyebaran Covid-19. Tiktok dijadikan sebagai media eksistensi kalangan milenial Mahasiswa sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung ditengah covid-19, terdapat beberapa point persepsi mengenai konsep diri terhadap media tiktok diantaranya yakni sebagai berikut:

1. Sebagai media ajang promosi fashion dan beauty

Fashion dan beauty sudah menjadi bagian dari kehidupan Mahasiswa. di kala *Covid-19* banyak sekali *outfit of the day* yang bermunculan dan menjadi konsumsi bagi mahasiswa. Maka, tak heran jika banyak diantara Mahasiswa yang berpersepsi bahwa tiktok itu dijadikan sebagai eksistensi diri lewat ajang promosi fashion dan beauty. Tujuan dari promosi ini yakni untuk menciptakan sebuah kreator supaya beda dari yang lain. Seperti halnya akun tiktok @fera feroy yang berisikan konten berbagai mix and mix pakaian remaja dan kalangan milenial yang banyak disukai oleh penonton konten.

Jika dianalisis menggunakan teori Herbert Mead kreator user @fera feroy ini berawal dari adanya impulse yakni menganalisis sebuah fenomena apa yang sedang hits dikalangan anak muda saat ini, lalu dia berpersepsi membuat konten tiktok mengenai fashion dan beauty yang kemudian di

manipulation dengan cara mencari tahu fashion dan beauty apa yang sedang trend dikalangan anak muda setelah itu dia menciptakan konten dan pengguna tik tok menjadi konsumtif terhadap fashion yang dia mix and mix di kontennya. Maka dengan begitu, konsep dari user @fera feroy ini yakni didasarkan pada banyaknya penonton yang memberikan like dan komentar terhadap konten yang dibuatnya. Karna pada dasarnya konsep diri yakni sebuah pandangan bagaimana seorang individu mampu melihat apa yang dimilikinya yaitu kelebihan dan kekurangannya. Dari hal ini dapat disimpulkan eksistensi diri disini yakni penjabaran yang didasarkan pada banyaknya followers dan like di tiktok yang dapat meninggikan citra diri seorang individu.

## 2. Tiktok Sebagai Media untuk menambah edukasi ditengah Covid-19

Tiktok selain sebagai media eksistensi diri, tiktok juga bisa dijadikan sebagai jalan pintas untuk menambah edukasi, Selain konten mengenai tentang fashion and beauty atau joged-joged tiktok juga dijadikan sebagai ajang tambahan edukasi. Di zaman sekarang kalangan milenial lebih memilih untuk mencari hal-hal yang instan dan singkat dalam kehidupannya. Seperti halnya Mahasiswa Sosiologi yang mengatakan bahwasannya tiktok bisa dijadikan sebagai referensi tambahan edukasi ditengah Covid-19. seperti halnya yang dikatakan oleh @penyukacookies yang mengatakan sebagai berikut:

Menurut pandanganku, aplikasi tiktok itu fifty-fifty maksudnya ada sisi hal negatif dan positifnya. Kalau positifnya kita dapat informasi terkait hal apapun itu dari konten orang lain yang memberikan informasi mengenai per skripsian, liburan atau

tutorial yang bisa didapatkan secara cepat dibandingkan youtube (wawancara dengan Risalya creator konten tiktok mahasiswa sosiologi UIN SGD Bandung, 22/12/2021).

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan bahwa persepsi konsep diri disini terlihat dengan adanya tiktok yang dijadikan sebagai bahan edukasi ditengah Covid-19 yang mana dimulai dari adanya sebuah persepsi atau prasangka yang dalam artian disini sebagai pembuatan sebuah keputusan sebelum mengetahui fakta yang sesungguhnya tentang sebuah objek. Dalam kasus tiktok ini timbul sebuah persepsi negatif maupun positif terhadap sosial media yang digunakan. Misalkan dalam hal ini tiktok merupakan aplikasi baru yang *booming* di kalangan milenial pada masa Covid-19 yang menimbulkan penilaian negatif dan positif terhadap tiktok itu sendiri.

Berawal dari adanya rasa candu dalam penggunaan tiktok ini kemudian berubah dari sisi negatif disini menjadi persepsi positif, karena pada dasarnya ketika sebuah media sosial memberikan manfaat pada individu maka persepsi itu akan berubah menjadi persepsi yang bermanfaat seperti halnya tiktok yang dijadikan sebagai media tambahan edukasi di tengah covid-19.

### 3. Tiktok Sebagai media healing

Healing merupakan sebuah istilah yang menjadi perbincangan di kalangan milenial. Healing selalu diidentikan dengan dengan keadaan penyembuhan. Maksud dari penyembuhan disini yakni penyembuhan dari perasaan, batin, serta pikiran atas realita sosial yang dihadapinya. Ada

sekitar 5 orang yang mengatakan bahwasannya tiktok merupakan salah satu media yang digunakan sebagai tempat healing. Di dalam konten tiktok terdapat berbagai macam konten dengan tema yang berbeda, mulai dari konten animasi, *boyband* korea, motivasi, *fashion and beauty* dan lainnya semua konten tersebut memberikan sebuah pengaruh yang sangat signifikan untuk dijadikan sebagai tempat healing. sebagaimana yang dituturkan oleh @ismepanda:

Bagi aku tiktok itu sebagai healing, karena konten di tiktok itu bermacam-macam, kalau konten kaya gitu mah tergantung pencarian kitanya. kalau misalkan pencarian kita ke satu titik maka semua akan menunjukkan konten kaya gitu. Nah, isinya konten kaya informasi-informasi, tentang K-pop, tentang updatean Kpop tiap hari apa, terus ada parodi-parodi tentang K-pop, karena aku orangnya suka kpop yang jadi gitu, makanya aku bikin kalau ditanya tiktok itu apa ya wadah healingnya aku, dimana aku lagi stres atau mumet gitu aku buka tiktok terus *scroll-scroll* tiktok, liat-liat muka ganteng terus termotivasi semangat. terus kan bukan nampilin muka sama suara dia doing, tapi kadang ada kata-kata mereka yang bikin kita termotivasi, dan disitu tuh dijadikan konten sama anak-anak belajar, kan konten kreator tiktok tuh bukan orang-orang dewasa yang udah kerja atau kuliah gimana (Hasil wawancara dengan Euis Mahasiswa sosiologi pembuat konten tiktok, 25/12/2021).

Persepsi mengenai konsep diri disini yakni mereka menggunakan tiktok sebagai salah satu wadah tempat healing, Konsep diri selalu berhubungan dengan keinginan sama dengan orang lain. George Mead menjelaskan bahwasanya beliau mengistilahkan *significant other* (orang yang sangat penting) untuk orang-orang disekitar kita yang mempunyai peranan penting dalam membentuk konsep diri kita. Konsep diri yang dimaksud yakni sebuah refleksi dari diri seorang individu mengenai dirinya

sendiri yang bersifat pribadi, dinamis dan *evaluatif*. Konsep diri disini merupakan sebuah pandangan bagaimana seorang individu mampu melihat apa yang dimilikinya yaitu kelebihan dan kekurangannya. George Herbert Mead (1934/1962:134) menjelaskan bahwasannya konsep diri itu sebagai pandangan, penilaian, perasaan, individu mengenai dirinya yang timbul sebagai hasil dari suatu interaksi sosial.

Berdasarkan pemaparan dari @ismepanda dapat disimpulkan bahwa *TikTok* itu sebagai tempatnya healing ditengah penat masa Covid-19 yang seluruh kegiatan aktivitas dibatasi, dapat terlihat bahwa persepsi dari konsep dirinya yakni perasaan ingin sama di tengah Covid-19 dengan yang diidolakannya dan disini adanya *significant other* yang mempunyai peranan dalam konsep dirinya. Dengan adanya keinginan yang sama maka timbulah perasaan dan penilaian terhadap dirinya sebagai hasil dari suatu interaksi secara simbolik dimana ada sebuah konten *TikTok* yang disukainya dan dijadikan sebagai motivasi dirinya yang kemudian memberikan sebuah persepsi atau pemaknaan sebagai hasil interaksi sosialnya.

#### **4.3.2. Faktor yang mendorong Mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung**

##### **Djati Bandung dalam penggunaan tiktok di tengah covid-19**

Ada dua faktor yang berperan dalam yang mempengaruhi penggunaan aplikasi tiktok di tengah Covid-19 yakni diantaranya faktor internal (faktor yang berasal dari diri individu) dan faktor eksternal (faktor yang berasal dari luar atau lingkungan individu penggunanya. Menurut Mulyana (2005: 198-199)

menyatakan bahwasannya ada dua faktor yang mempengaruhi faktor penggunaan tiktok di kalangan mahasiswa yaitu sebagai berikut:

### **1. Faktor Internal**

Faktor internal yakni faktor yang berasal dari dalam diri individu, biasanya faktor ini selalu berkaitan dengan perasaan, sikap, karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, nilai dan kebutuhan serta minat dan motivasi. Dimulai dari perasaan yakni adanya sensasi sentuhan melalui sebuah persepsi atau pengalaman misalkan dalam media sosial tiktok bisa dijadikan sebagai pembentuk status sebagai salah satu media untuk mengekspresikan diri.

Berikut ini tabel faktor pendorong internal dan eksternal Mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam menggunakan tiktok, yaitu sebagai berikut:



**Tabel 4.2**  
**Faktor Internal Dan Eksternal Penggunaan Tiktok pada Mahasiswa Sosiologi**  
**Angkatan 18)**

No	Nama user tiktok	Indikator Faktor Internal							Indikator Faktor Ekstrenal	
		Perasaan			Sikap/karakteristik		Persepsi		Informasi	Lingkungan
		Media pengemban bakat	Media Hiburan	Popul aritas	Eksistensi diri	Media kesenangan	Pro mosi diri/ produk	Follow ers	Edukasi & berita faktual	Doktrin
1.	@mangkokayam			✓	✓				✓	✓
2.	@feroy	✓			✓				✓	✓
3.	@aquariusgrlz		✓					✓	✓	✓
4.	@penyuka cookies		✓		✓				✓	✓
5.	@virninurprami			✓				✓	✓	✓
6.	@Zxlmnnn							✓	✓	
7.	@iyo1000		✓						✓	
8.	@arifberawan	✓							✓	
9.	@ismepanda29		✓			✓		✓	✓	
10.	Yoongi_wife						✓		✓	
11.	@nnl		✓						✓	
12.	@abr_aa29					✓			✓	
13.	Zachran iabila				✓				✓	
14.	@buzzbuzz		✓			✓			✓	✓
15.	@Spicymcd				✓				✓	

Berdasarkan tabel diatas dapat dikategorikan terdapat tiga faktor internal pendorong Mahasiswa Sosiologi 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung diantaranya yaitu:

a. Perasaan atau keinginan

Perasaan dapat dikatakan mempengaruhi dalam penggunaan aplikasi tiktok, karena perasaan disini selalu berhubungan dengan rasa senang dan tidak senang dalam penggunaan tiktok. sebagai mana halnya di tabel terdapat 9 dari 15 informan Mahasiswa sosiologi UIN SGD Bandung yang mengatakan bahwa salah satu faktor pendorong penggunaan tiktok disaat Covid-19 karena adanya sebuah perasaan atau keinginan untuk mengunduh dan berkreaitivitas di tiktok. Seperti halnya, @ariffberawan yang mengatakan bahwa tiktok bisa dijadikan sebagai media untuk wadah pengembangan bakat.

Sebagaimana hal ini diungkapkan oleh informan @arifberawan yakni:

Menurutku faktor yang mendorongku untuk menggunakan tiktok yakni salah satunya tiktok bisa dijadikan sebagai media untuk mengembangkan bakat, karena dari sejak dulu aku menyukai dance, dan dengan adanya tiktok bisa aku manfaatkan untuk mengasah skill ku di dunia dance, selain itu tiktok juga memberikan edukasi yang begitu update dengan durasi waktu yang sangat singkat (Hasil wawancara dengan Arif mahasiswa sosiologi pembuat konten di tiktok, 30/12/2021).

Dari pemaparan informasi diatas dapat dianalisis disini terlihat bahwasannya penggunaan tiktok disini memiliki penilaian tersendiri terhadap penggunaan tiktok yang menimbulkan adanya sebuah motivasi keinginan atau perasaan dalam pengembangan bakat yang dimiliki oleh

informan Motivasi disini, dapat diartikan bahwasannya motivasi ini merupakan sebuah dorongan alasan serta kemampuan yang timbul pada sebuah diri seseorang yang nantinya membentuk sebuah konsep diri.

Herbert Mead menyatakan bahwasannya konsep diri disini dijelaskan adanya significant other (orang yang sangat penting) terhadap motivasi diri kita. Melalui tiktok kalangan milenial bisa mengembangkan bakat karena adanya orang yang memberikan pengaruh terhadap dirinya sendiri yakni melalui media seseorang menyampaikan pesannya dalam bentuk gerakan tubuh yaitu bakat dance yang menimbulkan efek terhadap dirinya dan orang lain.

#### b. Sikap dan karakteristik individu

Sikap selalu berhubungan untuk menunjukkan senang atau tidak senangnya seseorang menggunakan suatu media sosial. Ketika seorang individu menyukai terhadap sesuatu pasti dia akan menunjukkan sebuah sikap senang dalam pembuatan tiktok. Seperti halnya penggunaan tiktok yang dijadikan sebagai media hiburan. Hal ini terbukti ketika Covid-19 masuk ke Indonesia yang dimulai pada tanggal 3 Mei 2020, masyarakat dihimbau untuk tetap selalu tenang dan menjaga kesehatan. Pada waktu itu, presiden Joko Widodo selaku kepala Negara Indonesia menyampaikan bahwa masyarakat untuk melakukan segala aktivitasnya dilakukan dari rumah saja.

Peraturan ini mengakibatkan masyarakat jenuh akan kehidupannya terkhusus mereka kalangan milenial yang bisa disebut sebagai kategori

yang sangat aktif dalam kehidupannya. Sebagai jalan pintas pada masa pandemi Covid-19 penggunaan media sosial melonjak begitu drastis salah satunya seperti penggunaan media sosial tiktok yang menjadi naik dikalangan Mahasiswa sosiologi, Melonjaknya penggunaan tiktok dipengaruhi karena adanya kesamaan sikap atau karakteristik individu, terdapat 8 dari 15 informan Mahasiswa Sosiologi 18 UIN SGD Bandung yang menyatakan penggunaan tiktok akibat adanya sikap untuk menghibur diri ditengah pandemic, sebagaimana informan @iyoo1000 mengatakan bahwa:

Aku menggunakan tiktok Sebagai media hiburan dan edukasi sederhana, ketika kita banyak beban pikiran yang paling utama dan tidak berharap lebih untuk apapun itu (wawancara dengan Rio Mahasiswa Sosiologi 18 UIN SGD Bandung, 1/1/2022).

Dikala kehidupan mulai penat pasti setiap orang memerlukan adanya sebuah hiburan, salah satunya seperti melihat video yang dapat memunculkan rasa senang kembali seperti halnya @iyoo1000 dia menggunakan tiktok karena tujuannya untuk memberikan kesenangan terhadap dirinya sendiri. Selain itu, faktor sikap dan karakteristik individu ini dapat dibuktikan dengan setiap orang memerlukan media sosial sebagai bagian dari kehidupannya.

Karakteristik setiap individu dalam menggunakan tiktok itu berbeda-beda yaitu ada secara introvert (tertutup) dimana dalam hal ini mereka lebih menjadi sebagai penikmat konten orang lain saja. Adapun karakteristik secara ekstrovert (terbuka) mereka lebih cenderung sebagai pembuat konten dengan tujuan untuk mengeksistensikan dirinya lewat

sebuah karya. Seperti halnya @corradaeble salah satu informan yang hanya sebagai penikmat konten orang lain saja, dengan alasan tiktok dapat menyuguhkan konten yang bermacam-macam, mulai dari informasi faktual, edukasi dan lainnya. @Yoongi\_wife merupakan salah satu informan yang mengatakan bahwa:

Aku pengguna tiktok yang hanya bisa dikatakan sebagai penikmat konten orang lain saja, karena aku tidak percaya diri untuk menguploadnya, tapi sesekali aku suka membuat sebuah konten cuman tidak aku publikasi karena aku tidak percaya diri (Hasil wawancara dengan Dewi mahasiswa sosiologi 18 UIN SGD Bandung, 8/1/2022).

Dari hasil wawancara ini dapat dianalisis bahwasannya orang menggunakan tiktok hanya sebagai penikmat konten saja karena merasa tidak percaya diri ketika ingin mengeksistensikan dirinya lewat sebuah konten. Berdasarkan teori Mead hal ini termasuk ke dalam sikap konsumtif yaitu sebuah tahap penuhnya suatu tindakan yang telah dipastikan dengan sebuah peran yang dimainkan oleh seorang individu, disini terlihat adanya peran orang lain yang mempengaruhi sikap individu tersebut.

### c. Persepsi atau prasangka

Persepsi merupakan sebuah keputusan yang dibuat sebelum mengetahui fakta yang sebenarnya. Dalam hal ini terlihat bahwa penggunaan media sosial seperti tiktok dtengah Covid-19 mempunyai sebuah penilaian tersendiri. Sedangkan menurut Mead persepsi sendiri diartikan sebagai yang terjadi pada saat diri seseorang individu akan menyelesaikan sebuah kondisi dan situasi yang telah hidup di

sekelilingnya. Covid-19 telah mengubah seluruh tatanan aktivitas kehidupan, adanya hal ini Mahasiswa Sosiologi 18 memutuskan untuk mengeksistensikan dirinya lewat sebuah tiktok.

Faktor internal dalam dalam persepsi disini yakni proses belajar, dalam hal ini media social tiktok disini mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi proses pembelajaran. Jadi, dalam penggunaan tiktok ini individu disini tidak hanya digunakan sebagai proses belajar disaat Covid-19. Akan tetapi, digunakan juga sebagai proses interaksi antara yang satu dengan yang lainnya. seperti halnya @nnnl yang mengatakan bahwa :

Aku tertarik di tiktok awalnya untuk tujuan Untuk menambahkan pengetahuan, sebagai seseorang yang hanya sesekali membuat konten di Tiktok itu ya sebagai perkenalan juga penyimpanan memori atau kenangan dari apa yg saya kontenkan yaitu kucing. Sebagai penonton, saya lebih menyukai konten yg berhubungan dengan pengetahuan memasak, *film*, lagu, kucing, kesehatan, kehidupan sehari-hari. dan menurutku di tiktok juga kebanyakan kontennya bermanfaat (Hasil wawancara dengan pengguna tiktok dengan Arwa mahasiswa sosiologi 18, 10/1/2022).

Berdasarkan pemaparan tersebut, keadaan Covid-19 mengubah sebuah proses interaksi seseorang yang lebih didaarkan pada sebuah makna. Hal ini, sebagaimana yang diungkapkan oleh @nnnl memberikan sebuah makna terhadap konten yang di tontonnya, seperti halnya menonton konten memasak maka secara tidak sadar konten tersebut telah memberikan makna kepada individu yang menjadi penikmat konten tersebut melalui sebuah gambar masakan yang dihidangkan, maka

dengan begitu individu tersebut memahami arti dari makna konten tersebut.

## 2. Faktor eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar. Faktor ini diidentifikasi sebagai penyebab luar diri yang mempengaruhi diri sendiri. Hal ini ditandai dengan adanya dorongan yang dapat memberikan efek kepada individu. Maka dari itu, faktor eksternal dalam eksistensi diri dalam penggunaan tiktok di tengah Covid-19 dibedakan menjadi dua faktor eksternal diantaranya:

### a. Sarana informasi

Ditengah keadaan Covid-19 Mahasiswa Sosiologi 18 mengalami rasa bosan yang berlebih akibat adanya *social distancing* yang merupakan salah satu upaya untuk pemutusan rantai penyebaran Covid-19. Cara ini mengakibatkan dampak terhadap proses pembelajaran yang dilakukan secara jarak jauh (*virtual*). Hal ini, mengakibatkan tingkat stress yang tinggi dan mengakibatkan kehilangan pengetahuan yang didapat dari luar kehidupan masyarakat.

Maka dari pada itu, keadaan tersebut menimbulkan adanya dasar dari identitas sosial media yaitu memberikan hadiah kepada pengguna dalam mendapatkan informasi yang alternative melalui media tiktok. Selain itu, pengguna bisa menyebarkan konten yang mereka sukai, dan mampu melakukan interaksi yang berupa pemaknaan antara sesama penyuka konten tersebut sehingga mereka bisa mendapatkan informasi

tambahan terkait pemberitaan Covid-19 dan cara dalam pengembangan konten yang dibuat. Apabila tidak ada informasi mengenai penggunaan aplikasi tiktok, maka pengguna tidak akan pernah tahu untuk merealisasikan aplikasi tersebut.

#### b. Faktor lingkungan

Faktor lingkungan selalui berkaitan dengan kehidupan seseorang yang diakibatkan adanya sebuah pengaruh dari orang terdekat. Mahasiswa sosiologi angkatan 18 dalam peenggunaan tiktok di tengah Covid-19, dipengaruhi oleh lingkungan dunia pertemanannya yang dimulai di *sent-to-sent* sebuah konten yang memberikan *effect* untuk menggunakan tiktok dengan realisasi atas adanya doktrin untuk menggunakannya demi sebuah kepentingan tersendiri.

Berdasarkan hal terebut, terdapat 5 dari 15 informan Mahasiswa Sosiologi UIN SGD Bandung yang menyatakan bahwa faktor pendorong penggunaan tiktok karena adanya prasangka dari individu lain sehingga individu tersebut terdoktrin untuk menggunakannya. Hal ini ditunjang oleh @khossy salah satu informan yang mengatakan:

Faktor yang melatarbelakangi saya dari penggunaan tiktok yakni dari lingkungan sih, terutama lingkungan pertemanan. Sesekali membuat konten dan memotivasi aku kalau mau buat konten itu ya dari isi konten tiktok orang-orang yang ada di tiktok, misalnya karena ada isi konten yg ttg ngopi di coffee shop, aku jd tertarik buat konten kaya gitu jg, trs sebagai penonton konten orang jg, aku memberi dampak yg positif sih ya, karena dari mereka itu isi nya jg bermanfaat, bisa belajar tentang apa pun tuh di tiktok. Dalam membuat konten yg bermanfaat dan menarik, menurut aku sih berpengaruh karena kita sering liat konten2 di tiktok jadi pengen ikut2an buat konten juga. Dengan cara membuat konten

yg bermanfaat dan menarik, yg enak diliat jg isi kontennya. Dampak yg aku rasain nih positif ya karena aku bisa dapat berbagai macam pengetahuan tuh di tiktok, dari mulai tentang mengenali diri sendiri, cara membuat cv, dan sebagainya (Hasil wawancara dengan Khossy mahasiswa sosiologi 18, 20/1/2022)

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat 15 dari 15 informan yang mengatakan bahwa salah satu faktor pendorong penggunaan tiktok di akibatkan dari adanya faktor eksternal diantaranya adanya motivasi mengenai sebuah informasi yang bersifat faktual dan edukasi, serta faktor lingkungan pertemanan.

#### **4.3.3. Perubahan sikap Mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati**

##### **Bandung akibat dari penggunaan aplikasi tiktok**

Pada umumnya setiap orang pasti akan mengalami sebuah perubahan dalam hidupnya, baik dalam perubahan sikap waktu ataupun yang lainnya. Menurut Soerjono Soekanto, 2009:263 menyebutkan bahwa perubahan social adalah perubahan yang terjadi dalam stuktur masyarakat yang dapat mempengaruhi pola interaksi social yang dapat membangun sebuah karakter manusia menuju proses yang lebih baik atau sebaliknya. Adanya Covid-19 memberikan sebuah perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat, terkhusus perubahan sikap yang paling significant berubah sebagai akibat dampak dari adanya Covid-19. Sikap biasanya selalu berhubungan dengan eksistensi diri seseorang. Eksistensi disini adalah sesuatu yang sangat penting untuk mendapat pengakuan dari orang lain. Jejaring sosial merupakan salah satu bentuk untuk mengaktualisasikan diri sebagai ajang menunjukkan eksistensinya. Banyak cara

yang dilakukan serta media yang mendukungnya untuk melakukan eksistensi tersebut.

Dari observasi atau pengamatan peneliti lakukan terhadap akun-akun tiktok ditemukan bahwa Covid-19 memberikan dampak yang begitu signifikan dalam kehidupan Mahasiswa, mulai segi kehidupan bahkan sikap. Mahasiswa Sosiologi 18 mengeksistensikan diri lewat sebuah konten TikTok yang bertujuan untuk memperoleh sebuah popularitas demi meningkatkan eksistensi dirinya. akun-akun *TikTok* mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang dikelola dengan baik oleh pemiliknya, memiliki jumlah *follower* yang cukup banyak. Hal ini, dipengaruhi oleh bagaimana seorang kreator membuat konten terlihat menarik dan tidak membosankan sehingga mampu menarik *follower* untuk meningkatkan eksistensinya dikala Covid-19. Selain itu, jumlah video yang diunggah pun berpengaruh pada bagaimana sebuah akun tiktok dapat diikuti oleh banyak pengguna tik tok. Jika sebuah akun hanya memiliki beberapa video saja tentu tidak akan bisa menarik perhatian, disini terlihat bahwa alasan seseorang memutuskan dirinya untuk menjadi *follower* dalam sebuah *user* tiktok itu karena ingin mendapatkan pemberitahuan dari *update* video yang disukainya, itulah jika hanya terdapat beberapa saja video dalam sebuah akun serta tidak update maka akan sangat kecil sekali kemungkinan memiliki banyak *follower* (Observasi, pengamatan akun tiktok subjek peneliti, 30 Desember 2021).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan, ada beberapa perubahan sikap pada mahasiswa sosiologi angkatan 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung diantaranya yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Perubahan sikap Mahasiswa Sosiologi Angkatan 18 UIN SGD Bandung**

No	Nama user Aplikasi Tiktok	Perubahan sikap akibat penggunaan tiktok						
		Percaya Diri		Informatif & kecanduan lupa waktu			Konsumtif dan berpenghasilan	
		Adanya berbagai filter	Banyak like and follower	Berita faktual dan viral	Konten Edukasi	Durasi waktu singkat	Efek endorsement	Bakat Kreator
1.	@mangkok ayam		✓		✓			✓
2.	@feroy		✓	✓				✓
3.	@aquarius grlz	✓				✓		✓
4.	@penyuka cookies				✓		✓	
5.	@virninurp ratami	✓		✓			✓	
6.	@Zxlmnnn	✓				✓		✓
7.	@iyo1000			✓		✓	✓	
8.	@arifberawan					✓		
9.	@ismepanda29	✓				✓	✓	
10.	Yoongi_wife	✓					✓	
11.	@nml					✓		
12.	@abr_aa29			✓			✓	
13.	Zachraniabila	✓						
14.	@buzzbuz z	✓						
15.	@Spicymcd				✓			

Berdasarkan table di atas terdapat beberapa perubahan sikap yang dialami oleh Mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung akibat penggunaan *TikTok* di tengah Covid-19 yaitu sebagai berikut:

1. Menumbuhkan sikap percaya diri

Pada dasarnya aplikasi *TikTok* menawarkan berbagai penggunaanya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya salah satunya yakni sebagai dunia hiburan disaat pandemi Covid-19. Hal ini, terbukti adanya berbagai macam creator yang membuat karya dengan percaya diri seakan-akan menghilangkan rasa malunya, dan mereka sudah menjadi jati diri yang baru bagi dirinya.

Diera Covid-19 banyak sekali bermunculan kreator baru yang viral di Tiktok untuk mencari sebuah popularitas diri. Dalam menggambarkan sebuah eksistensi di media sosial tentunya teman atau *follower* mempunyai nilai andil yang begitu besar. Seperti halnya di *TikTok* semakin banyak *follower* maka bisa dikatakan akun tersebut mempunyai nilai-nilai yang banyak disukai oleh pengguna lainnya. Mempunyai jumlah *follower* yang sangat banyak tentunya tidak mudah untuk didapatkan. Setiap pengguna tiktok mempunyai karakteristik yang sulit untuk didefinisikan agar menyukai akun tertentu, apalagi akun-akun tersebut tidak memiliki popularitas dalam kehidupan nyata.

Salah satu caranya yaitu dengan cara mengupload video dengan variasi editan latar belakang musik atau lagu yang kemudian banyak orang yang menontonnya, memberikan sebuah like dan komentar terhadap video tersebut. disatu sisi lain eksistensi selalu diidentikan dengan kehausan akan mencari popularitas.

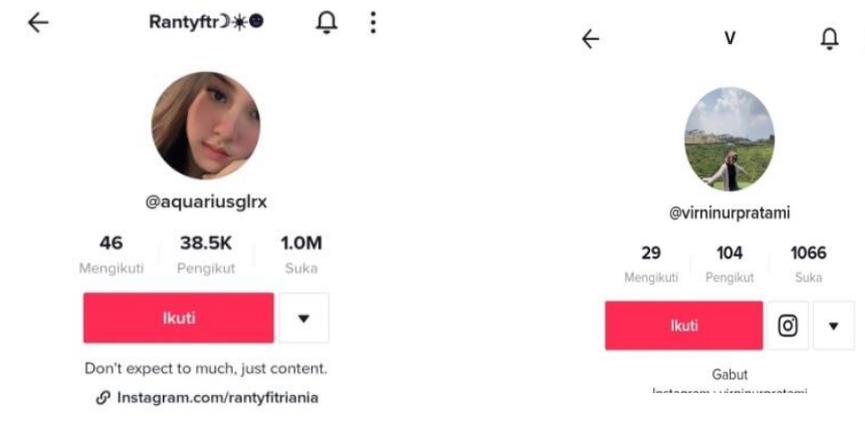
Dalam menggambarkan sebuah eksistensi di media sosial tentunya teman atau *follower* mempunyai nilai andil yang begitu besar. Seperti halnya di tiktok semakin banyak *follower* maka bisa dikatakan akun tersebut mempunyai nilai-nilai yang banyak disukai oleh pengguna lainnya. Mempunyai jumlah *follower* yang sangat banyak tentunya tidak mudah untuk didapatkan. Setiap pengguna tik tok mempunyai karakteristik yang sulit untuk didefinisikan agar menyukai akun tertentu, apalagi akun-akun tersebut tidak memiliki popularitas dalam kehidupan nyata.

Setiap akun akan dimodifikasi semenarik mungkin dengan tujuan untuk menarik followers dan berdampak kepada eksistensi dirinya di era Covid-19 serta dapat meningkatkan *branding* tiktaknya. Dalam hal ini terdapat 9 dari 15 informan Mahasiswa sosiologi UIN SGD Bandung yang mengatakan salah perubahan sikap yang mereka alami akibat penggunaan tiktok ditengah Covid-19 yaitu mereka lebih percaya diri dengan alasan tiktok memberikan berbagai efek yang membuat percaya diri si pembuat konten, yang diungkapkan oleh informan @Feroy yang mengatakan bahwa:

Cara saya untuk mengeksistensikan diri di tiktok yaitu dengan mengupload konten fashion setiap hari menjadikan kebiasaan dan tuntutan sebagai kerajaan. Seperti *unboxing*, *mix n match fashion* dan lain-lain sehingga saya dapat mengeksistensikan diri tanpa adanya paksaan. Saya bisa membuat konten yang sedang trending sehingga mempunyai peluang untuk jangkauan penonton yang luas. hal Sangat berpengaruh dari segi kepercayaan diri, sebagai konten creator saya harus percaya diri dalam membuat video yang kemungkinan dilihat orang banyak yang tidak kita kenal. Segi ekonomi, Sebagai creator saya biasanya dapat penghasilan melalui endorse dan afiliasi shopee. Dari segi pengetahuan dan pengetahuan saya lebih ingin tahu dan up to date perihal fashion terkini. Di samping itu Saya lebih percaya diri di depan kamera dan menambah pengetahuan tentang fashion yang

saya geluti. sebagai konten creator saya harus percaya diri dalam membuat video yang kemungkinan di liat orang banyak yang tidak kita kenal. Segi ekonomi, Sebagai creator saya biasanya dapat penghasilan melalui endorse dan afiliasi shopee. Dari segi pengetahuan dan pengetahuan saya lebih ingin tau dan up to date perihal fashion terkini (Hasil wawancara dengan Fera salah satu pemilik akun tiktok mahasiswa sosiologi 18, 15/01/2021)

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa tiktok ini berpengaruh terhadap sikap percaya diri seorang individu, dimana seorang individu akan merasa lebih merasa sukses apabila sebuah kontennya di sukai banyak orang dan menjadi bagian konsumtif orang. Maksudnya yaitu ketika seseorang membuat sebuah konten dan banyak yang menyukai maka popularitas seseorang akan naik, hal ini akan mengakibatkan efek kepada individu yang lain menjadi individu konsumsi terhadap konten yang dibuat, yang akhirnya menimbulkan sebuah tindakan ingin sama dengan pembuat konten yang disukainya. Dalam konsep Mead disini dikatakan tindakan didorong oleh adanya sebuah persepsi yang menunjukkan sebuah makna. Dalam hal ini Kreator tiktok @feroy membuat konten yang banyak disukai pengguna tik tok mengakibatkan perubahan sikap lebih menjadi percaya diri dan menjadi eksistensi di dunia maya atau media sosial tiktok.



**Gambar 4. 2 Dokumentasi Pemilik Akun Tiktok**

Berdasarkan dokumentasi dari pemilik akun tiktok ini dapat dianalisis bahwa Menurut Mead adanya Tiktok ini memberikan sebuah fungsi bagi individu penggunanya yaitu meliputi:

a. Pembentukan konsep diri

Konsepan diri disini merupakan sebuah pandangan kita terhadap diri kita sendiri. Maksud pandangan disini dapat berupa bagaimana seorang individu bisa melihat apa yang dimilikinya berupa kelebihan dan kekurangan. Pandangan ini timbul sebagai hasil dari penilaian, individu yang timbul akibat sebuah interaksi sosial. Seperti halnya pengguna tik tok Mahasiswa sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung dapat dilihat bahwasannya ketika berinteraksi dengan simbol artinya melalui sebuah video di tiktok mereka mengatakan adanya sebuah gerakan reflek yang tanpa disadari mereka ikuti, sehingga hal ini mendorong pemilik akun tiktok untuk berkreasi di tiktok. Ketika mereka berhasil mengumpulkan banyak followers artinya individu itu mempunyai sebuah konsep diri yang

didasarkan pada pikiran dan perasaan. Seperti halnya yang dipaparkan oleh

@abr\_aa29 yang mengatakan bahwa:

Aku ngerasa perubahan dalam sikap aku yakni aku lupa waktu akibat keasikan main tiktok, terus saat mendengar lagu tiktok yang sedang viral itu rasanya kaya reflek mengikuti gerakan tiktok tersebut (Hasil wawancara dengan Ambar pengguna tiktok Mahasiswa sosiologi 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 15/1/2021).

b. pernyataan eksistensi diri

Pernyataan eksistensi diri disini dapat dilihat melalui sebuah akun pemilik tiktok, individu akan menyatakan dirinya eksistensi ketika konten yang dibuatnya banyak disukai, dan di share serta mampu menarik jumlah followers yang banyak. Hal ini sebagai sebuah aktualisasi diri untuk mengajak orang lain mengikutinya sehingga akan menimbulkan sebuah interaksi secara simbolik, seperti halnya dari beberapa pemilik akun tersebut dapat dilihat bahwasannya mereka membuat konten seperti motivasi hidup, fashion, mix and mix pakaian dan lainnya, hal ini menjadikan penonton terdorong atau impulse untuk mengikuti gaya trend terhadap konten pemilik akun tiktok tanpa disadari. Maka dalam hal itu dapat disimpulkan bahwasannya interaksi disini timbul dari adanya persepsi individu terhadap yang diidolakannya.

2. Bersikap informatif dan menjadi kecanduan serta lupa waktu

Aplikasi tiktok pada dasarnya adalah aplikasi yang menjadi *booming* di kalangan milenial. Adanya aplikasi ini menimbulkan dampak yang signifikan terhadap sikap seorang individu. Berdasarkan observasi peneliti lakukan ada

beberapa alasan individu menggunakan tiktok diantaranya yakni untuk mengisi waktu luang. Selama penggunaan aplikasi tiktok ini pengguna merasa senang serta terhibur dengan konten-konten yang ada di dalamnya. Mahasiswa menggunakan aplikasi tiktok ini sebagai salah satu cara untuk menghilangkan sebuah masalah yang mahasiswa hadapi salah satunya yaitu seperti pembelajaran daring yang materinya sulit dimengerti yang disampaikan oleh dosen. Hal tersebut menjadikan mahasiswa merasa stress, tetapi dengan melihat konten tiktok menjadikan rasa stress tersebut hilang. Sebagaimana terdapat 11 dari 15 informan Mahasiswa Sosiologi 18 UIN SGD Bandung yang mengatakan bahwa salah satu perubahan sikap yang dialaminya yaitu lebih menjadi individu yang informative dan kecanduan sehingga lupa waktu, pernyataan ini dipertegas oleh salah satu informan @buzzddw memberikan pendapatnya yaitu:

Perubahan yang aku rasakan ketika bermain tiktok yakni lupa waktu karena keasyikan scroll video, tapi disaat pandemi ini dan perkuliahan online saya menjadi kecanduan main tiktok sehingga bisa sedikit menghilangkan beban pikiran saya (Hasil wawancara dengan pembuat konten Dhea Mahasiswa sosiologi 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 20/1/2022)

Perkataan serupa juga dikatakan oleh @penyukacookies yang memaparkan bahwa:

Kadang aku lupa waktu ketika memainkan tiktok, tapi aku awalnya menggunakan tiktok itu hanya iseng-iseng aja buat seneng-seneng gitu, tapi disatu sisi bisa menjadi sumber informasi tentang skripsi sampe bisa belanja lewat tiktok shop semacam toko orange gitu dan harganya lebih murah gitu sih (Hasil wawancara dengan Risalya pembuat creator tiktok, 12/22/2021)

Dari kedua informan tadi dapat dianalisis bahwasannya tiktok sebagai salah satu media jalan alternatif untuk penghilang stress. Selain itu, salah satu

perubahan yang timbul akibat bermain tiktok yakni menimbulkan rasa malas serta lupa akan tanggung jawab sebagai mahasiswa yang tugasnya untuk mencari ilmu.

### 3. Bersikap lebih konsumtif dan Tiktok dapat memberikan penghasilan

Berdasarkan paparan 11 orang dari 15 informan mengatakan bahwa salah satu perubahan sikap yang terjadi dalam penggunaan tiktok yakni menimbulkan sebuah sikap konsumtif. Sikap konsumtif disini yakni sebuah sikap dimana seorang individu tidak merasa puas dengan barang yang dimilikinya, dan ketika ada sebuah produk baru maka individu tersebut langsung membelinya tanpa memikirkan perbedaan antara kebutuhan dan keinginan. Dari adanya perilaku konsumtif ini mewujudkan pribadi yang hedon serta boros. Sebagaimana Mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung mereka menjadi individu yang hedon dan boros dikala Covid-19. Salah satu pemicunya yakni adanya *brand* yang di branding di tiktok dengan editan yang mampu menarik perhatian lebih bagi para pengguna tik tok.

Di zaman sekarang ini aplikasi tiktok dimodifikasi sebagaimana tujuannya untuk memberikan kepuasan terhadap penggunanya. Berikut pemaparan dari @aquariusfglrx yang mengatakan bahwa:

Setelah bermain di dunia tiktok saya bersikap lebih konsumtif. Hal ini terjadi karena di tiktok itu banyak barang dan keperluan kita yang blending dengan harga yang sangat murah dibandingkan dengan toko orange, sehingga saya lebih konsumtif membeli barang (Hasil wawancara dengan Ranti pengguna tiktok mahasiswa Sosiologi, 20/1/2022)

Disisi lain tiktok juga memberikan perubahan yang begitu besar akan kehidupan manusia salah satunya tiktok dapat menghasilkan uang untuk memenuhi kehidupan individu di tengah Covid-19. Seperti halnya user @mangkokayam, @feroy dan @aquariusglrx yang mengatakan bahwa tiktok sebagai salah satu yang memberikan penghasilan di kala covid-19 melonjak. Salah satu caranya yakni ketika si pemilik akun tiktok mulai berkreasi dengan kreatif, kekinian maka itu berpengaruh terhadap banyaknya *follower* si pemilik akun, dan banyaknya *follower* tiktok ini berpengaruh kepada popularitas seseorang. Seperti halnya yang dipaparkan oleh @mangkokayam yaitu:

Perubahan yang aku rasain yakni dari segi kreativitas dan finansial. Dari segi kreativitas dengan aku yang sekarang memilih menjadi creator tiktok, aku ngerasa kreatifitasku makin meningkat terus relasi aku juga makin banyak pola kegiatan aku sehari-hari juga berubah menjadi lebih produktif. Bahkan ketika aku siaran langsung di tiktok untuk mempromosikan sebuah barang aku sehari mendapat sekitar Rp.100.000 .00- Rp. 200.000 (Hasil wawancara dengan Indah tiktok mahasiswa sosiologi, 18/12/2021)

Dari pemaparan informasi tersebut dapat dianalisis bahwa tiktok memberikan perubahan yang begitu besar manfaatnya bagi kehidupan manusia apabila digunakan dengan sebaik mungkin. Berdasarkan teori Lasswell mengenai new media dapat dikatakan bahwa tiktok disini merupakan media baru yang memberikan efek manfaat kepada penggunanya. Efek disini yakni memberikan penghasilan serta tambahan edukasi dan mengasah skill creator untuk meningkatkan sebuah eksistensi diri mahasiswa sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.