

Motivasi pengguna aplikasi media sosial TikTok dalam penggunaan dan membuat konten = Motivation of TikTok social media application users in using and creating content

Hanif Aditya Kurniawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20511339&lokasi=lokal>

Abstrak

TikTok merupakan aplikasi media sosial yang berfungsi sebagai platform berbagi video pendek. Aplikasi ciptaan ByteDance asal Cina ini merupakan aplikasi yang paling banyak diunduh pada tahun 2019 hingga kuartal awal tahun 2020 dengan total sebanyak 350 juta kali. Penulisan ini bertujuan untuk memetakan motivasi apa yang dimiliki oleh pengguna TikTok dalam menggunakan aplikasi tersebut dan dalam membuat sebuah konten. Berpijak pada teori Uses & Gratification, penelitian ini mengidentifikasi berbagai macam jenis motivasi yang dimiliki oleh para pengguna TikTok. Motivasi tersebut hadir untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh para pengguna melalui aplikasi TikTok. Penelitian metaanalisis ini dilakukan terhadap 5 artikel jurnal internasional yang terbit pada 2019 dan 2020. Hasil penelitian memperlihatkan beberapa motivasi yang paling banyak dimiliki oleh pengguna; yaitu hiburan, mengisi waktu kosong, dan mengekspresikan diri. Jenis-jenis konten yang memotivasi pengguna TikTok yaitu video positif, komedi, dan informasi atau pengetahuan. Motivasi tersebut dimiliki oleh para pengguna TikTok untuk memenuhi kepuasan yang mereka inginkan dalam penggunaan TikTok.

.....TikTok is a social media application that functions as a short video-sharing platform. This application, created by ByteDance from China, was the most downloaded application in 2019 until the first quarter of 2020 with a total of 350 million times. This writing aims to map out what motivation TikTok users have in using the application and in creating content. Based on the Uses & Gratification theory, this research identifies the various types of motivation that TikTok users have. This motivation is here to fulfil the needs desired by users through the TikTok application. This meta-analysis research was conducted on 5 international journal articles published in 2019 and 2020. The results of the research shows some of the most motivational users: entertainment, filling leisure time, and self-expression. Types of motivational content that motivate TikTok users are positive videos, comedy, and information or knowledge. TikTok users have this motivation to fulfil the satisfaction they want in using TikTok.