



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**PENGARUH AKUN TIKTOK @VMULIANA  
DAN MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
TERHADAP GAYA KOMUNIKASI  
MAHASISWA ANGKATAN 19 DAN 20 PRODI  
ILMU KOMUNIKASI UIN SUNAN AMPEL  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya, Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

Oleh

**Mareta Dinda Puspita**  
**NIM. B75219064**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2022**

## PERNYATAAN ORIENTASI SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mareta Dinda Puspita

NIM : B75219064

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “ **PENGARUH AKUN TIKTOK @VMULIANA DAN MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA KOMUNIKASI MAHASISWA ANGKATAN 19 DAN 20 PRODI ILMU KOMUNIKASI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**” adalah benar merupakan karya sendiri. Hal yang bukan termasuk karya saya, dalam skripsi saya diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima hukuman dan sanksi dari akademik.

Surabaya, 25 Desember 2022

Yang membuat pernyataan.

A handwritten signature in black ink is written over a yellow meter stamp. The stamp features the Garuda Pancasila logo and the text 'Rp. 10000 METERAI TEMPEL' and the serial number 'BD9AKX240191847'.

Mareta Dinda Puspita  
NIM. B75219064

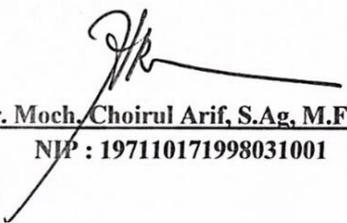
v

## HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Mareta Dinda Puspita  
NIM : B75219064  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul : **Pengaruh Akun Tiktok @Vmuliana dan Motif Penggunaan Media Sosial Terhadap Gaya Komunikasi Mahasiswa Angkatan 19 dan 20 Prodi Ilmu Komunikasi uin Sunan Ampel Surabaya**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk diujikan.

Surabaya,.....

  
**Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I**  
**NIP : 197110171998031001**

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**  
**PENGARUH AKUN TIKTOK @VMULIANA DAN MOTIF**  
**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA**  
**KOMUNIKASI ANGKATAN 19 DAN 20 PRODI ILMU**  
**KOMUNIKASI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

SKRIPSI  
Disusun Oleh  
Mareta Dinda Puspita  
B75219064

telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu  
pada tanggal, 13 Januari 2023

Tim Penguji

Penguji I

Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I  
NIP : 197110171998031001

Penguji II

Dr. Abdullah Sattar, S.Ag, M.Fil.I  
NIP : 196512171997031002

Penguji III

Muchlis, S.sos.I, M.Si  
NIP : 197911242009121001

Penguji IV

Advan Navis Zubaidi, S.ST, M.Si  
NIP : 198311182009011006

13 Januari 2023  
Dekan,  
  
Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I  
NIP : 197110171998031001

iii



UIN SUNAN AMPEL  
SURABAYA

**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**  
**PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: [perpus@uinsby.ac.id](mailto:perpus@uinsby.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mareta Dinda Puspita  
NIM : B75219064  
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Ilmu Komunikasi  
E-mail address : [maretadinda6@gmail.com](mailto:maretadinda6@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

PENGARUH AKUN TIKTOK @VMULIANA DAN MOTIF PENGGUNAAN MEDIA

SOSIAL TERHADAP GAYA KOMUNIKASI MAHASISWA ANGKATAN 19 DAN 20

PRODI ILMU KOMUNIKASI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 februari 2023

Penulis

( Mareta Dinda Puspita )

## ABSTRAK

Mareta Dinda Puspita, NIM. B75219064, 2019. Pengaruh Akun Tiktok @Vmuliana dan Motif Penggunaan Media Sosial Terhadap Gaya Komunikasi Mahasiswa Angkatan 19 dan 20 Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh akun tiktok @vmuliana dan motif penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi mahasiswa angkatan 19 dan 20 prodi ilmu komunikasi uin sunan ampel surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian korelasional. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu uses and gratification dan dependency. Dalam penentuan sampel Purposive sampling dan juga Situration sampling. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 25.0. untuk mengungkapkan persoalan tersebut peneliti menggunakan dengan cara uji T pada masing masing variabel (T hitung > T tabel) hasil yang didapat X1 sebesar  $6,071 > 1,671$  dan X2 sebesar  $8,458 > 1,671$ , kemudian untuk uji F (F hitung > F tabel) hasil yang didapat sebesar  $35,553 > 2,769$ . hasil dari kedua uji tersebut,  $H^1$  diterima dan  $H^0$  ditolak. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara akun tiktok @vmuliana dan motif penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi mahasiswa angkatan 19 dan 20 prodi ilmu komunikasi sebesar 55,5% atau 0,555 dimana angka ini termasuk dalam kategori yang sedang.

*Kata kunci : vina muliana, tiktok, motif penggunaan media, gaya komunikasi*

## ABSTRACT

*Mareta Dinda Puspita, NIM. B75219064, 2019. The Influence of the Tiktok Account @Vmuliana and Motives for Using Social Media on the Communication Style of Batch 19 and 20 Students of the Communication Studies Study Program, UIN Sunan Ampel Surabaya.*

*This study aims to determine the effect of the tiktok account @vmuliana and the motives for using social media on the communication styles of students in batches 19 and 20 of the Communication Studies Study Program at Uin Sunan Ampel, Surabaya. This study uses a quantitative method with a survey approach. This study uses a type of correlational research. The theory used in this research is uses and gratification and dependency. In determining the sample purposive sampling and also situational sampling. Data processing in this study used the help of SPSS version 25.0. to reveal this problem the researcher uses the T test on each variable ( $T_{count} > T_{table}$ ) the results obtained are  $X_1$  of  $6.071 > 1.671$  and  $X_2$  of  $8.458 > 1.671$ , then for the F test ( $F_{count} > F_{table}$ ) the results obtained of  $35.553 > 2.769$  . the results of the two tests,  $H_1$  is accepted and  $H_0$  is rejected. This means that there is a significant influence between the tiktok account @vmuliana and the motive for using social media on the communication style of students of class 19 and 20 of the communication science study program by 55.5% or 0.555 where this figure is included in the medium category.*

*Keywords: vina Muliana, tiktok, motives for using media, communication style*

## نبذة مختصرة

ماريتا ديندا فوسفيتا ، نيم.2019,B75219064. تأثير حساب تيكطاك @vmuliana ودوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على أسلوب الاتصال للدفعة 19 و 20 من برنامج دراسة دراسات الاتصال ، جامعة سنان امفيل الإسلامية الحكومية سورابايا.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير حساب تيكطاك @vmuliana ودوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على أنماط التواصل لدى الطلاب على دفتين 19 و 20 من برنامج دراسة دراسات الاتصال في جامعة سنان امفيل الإسلامية الحكومية سورابايا. البحث في استخدام الأساليب الكمية مع نَحج المسح. البحث في استخدام هذا النوع من البحث الارتباط. النظرية المستخدمة في هذا البحث هي الاستخدامات والإشباع والتبعية في أخذ العينات المادف وأخذ العينات الموقفية. معالجة البيانات في البحث باستخدام برنامج المساعدة SPSS الإصدار 25.0. للكشف عن هذه المشكلة استخدم الباحث اختبار T على كل متغير (T count> T table) النتائج التي تم الحصول عليها هي X1 من 1.671 < 6.071 و X2 من 1.671 < 8.458، ثم بالنسبة لاختبار F (F count>F table) تم الحصول عليها من 2.769 < 35,553. تم قبول نتائج الاختبارين H1 ورفض H0. هذا يعني أن هناك تأثيرًا كبيرًا بين حساب تيكطاك @vmuliana والدوافع لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على أسلوب التواصل لطلاب الصف 19 و 20 في التواصل السحري بنسبة 55,5% أو 0,555 حيث يتم تضمين هذا الرقم في الفئة المتوسطة.

الكلمات المفتاحية: فينا موليانا ، تيكطوك ، دوافع استخدام الإعلام ، أسلوب التواصل

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL (Judul Penelitian)</b> .....	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>MOTTO DAN PEREMBAHAN</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	4
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	4
<b>D. Manfaat penelitian</b> .....	5
<b>E. Definisi Oprasional</b> .....	5
<b>F. Sistematika Pembahasan Penelitian</b> .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORITIK</b> .....	
<b>A. Aplikasi Tiktok</b> .....	11
<b>B. Motif Penggunaan Media Sosial</b> .....	16
<b>C. Gaya Komunikasi</b> .....	19
<b>D. Penelitian terdahulu Yang Relevan</b> .....	21
<b>E. Kerangka Teoritik</b> .....	23
<b>F. Perspektif Islam</b> .....	28
<b>G. Paradigma Penelitian</b> .....	28
<b>H. Hipotesis Penelitian</b> .....	29

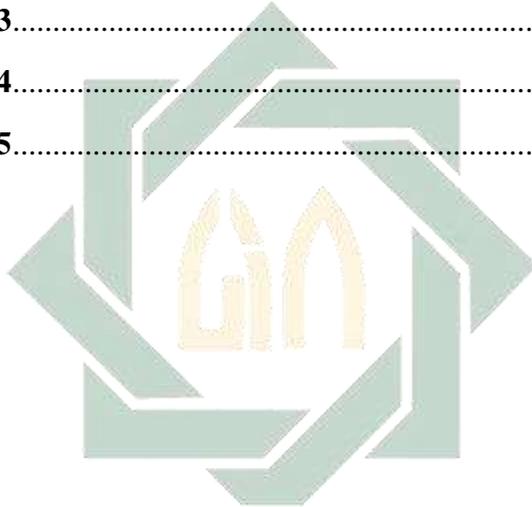
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	
<b>A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....</b>	31
<b>B. Lokasi dan Objek Penelitian .....</b>	32
<b>C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....</b>	32
<b>D. Variabel dan Indikator Penelitian .....</b>	34
<b>E. Tahap-Tahap Penelitian .....</b>	38
<b>F. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	40
<b>G. Teknik Reliabilitas dan Validitas .....</b>	42
<b>H. Teknik Analisis Data .....</b>	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....</b>	
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	49
<b>B. Penyajian data .....</b>	50
<b>C. Uji reliabilitas dan Validitas .....</b>	54
<b>D. Pengujian Hipotesis Penelitian .....</b>	60
<b>E. Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	64
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	
<b>A. Kesimpulan .....</b>	69
<b>B. Saran dan Rekomendasi .....</b>	70
<b>C. Keterbatasan Penelitian .....</b>	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	71
<b>LAMPIRAN .....</b>	74

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1</b> .....	35
<b>Tabel 3.2</b> .....	41
<b>Tabel 3.3</b> .....	42
<b>Tabel 3.4</b> .....	44
<b>Tabel 3.5</b> .....	45
<b>Tabel 4.1</b> .....	53
<b>Tabel 4.2</b> .....	53
<b>Tabel 4.3</b> .....	54
<b>Tabel 4.4</b> .....	55
<b>Tabel 4.5</b> .....	56
<b>Tabel 4.6</b> .....	56
<b>Tabel 4.7</b> .....	57
<b>Tabel 4.8</b> .....	58
<b>Tabel 4.9</b> .....	62
<b>Tabel 4.10</b> .....	63
<b>Tabel 4.11</b> .....	64
<b>Tabel 4.12</b> .....	65

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1</b> .....	11
<b>Gambar 2</b> .....	27
<b>Gambar 3</b> .....	52
<b>Gambar 4</b> .....	59
<b>Gambar 5</b> .....	60



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Tiktok ialah media sosial baru yang memberi fasilitas ekspresi kepada penggunanya dalam bentuk video, dengan aplikasi tiktok ini ponsel setiap penggunanya sudah seperti studio berjalan, aplikasi yang berdurasi 15 detik ini menyediakan fitur *special effect* yang mampu menarik masyarakat untuk menggunakannya, terutama para kalangan remaja sehingga semua penggunanya mampu menciptakan karya video sebagai sarana berekspresi. Dengan berbagai fitur yang ditawarkan membuat aplikasi ini memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan dengan aplikasi media sosial yang lain. Aplikasi asal china yang rilis di Indonesia pada 2017 ini mampu menarik minat pengguna internet, sehingga menurut *Viva Gong Head Of Marketing* tiktok, Indonesia masuk peringkat ke-6 pengguna tiktok terbesar didunia.<sup>1</sup>

Minat penggunaan media tiktok di Indonesia tergolong pada kategori yang tinggi, karena pengguna media sosial di Indonesia ini juga banyak, dilihat dari data kemenkominfo peringkat Indonesia sebagai pengguna tiktok terbanyak nomer 6 di dunia terdapat setiktar 99,1 juta lebih pengguna, dengan rata-rata penggunanya adalah remaja usia 18 tahun keatas. Dengan kecenderungan pengguna tiktok adalah remaja sangat mungkin terpengaruh oleh isi konten dari media sosial tiktok tersebut, terutama pada gaya

---

<sup>1</sup> [https://kc.umn.ac.id/14684/3/BAB\\_I.pdf](https://kc.umn.ac.id/14684/3/BAB_I.pdf) diakses pada 22 Desember 2022, pukul 11.00

berkomunikasinya, dimana sifat remaja cenderung senang menirukan apalagi hal-hal yang baru bagi mereka.

Selain itu tiktok bagi kalangan remaja berperan sebagai aktualisasi diri atau menjadi salah satu konten yang menghasilkan, sehingga aplikasi ini sangat mampu untuk mempengaruhi gaya komunikasi<sup>2</sup>, dalam gaya komunikasi banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhinya, bisa dari internal maupun eksternal. Pengaruh besar gaya komunikasi saat ini adalah media sosial. Media sosial yang semakin berkembang pesat memunculkan berbagai jenis media sosial Instagram, facebook, line, tiktok, dan lain – lain. Gaya komunikasi sangat berguna bagi setiap individunya dalam berkomunikasi. Proses komunikasi dapat dilihat dari cara seseorang menggunakan gaya komunikasi. Gaya komunikasi ini merupakan sebuah keunikan tersendiri pada setiap individu serta membedakan seseorang individu dengan orang lain.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada gaya komunikasi mahasiswa pada saat ini, seperti gaya komunikasi yang sedang trend di tiktok saat ini adalah menggunakan kata-kata kiasan dan kata-kata yang terkesan “lebay” atau berlebihan seperti “tetap slay” yang berarti tenang atau santai. Kata – kata tersebut sering sekali digunakan oleh mahasiswa angkatan 19 dan 20, selain kata – kata tersebut ada juga berbagai kata tergolong berlebihan yang sering digunakan misalnya “jujurly”, “yaampun seperti mau minggal”, dengan dipadukan nada – nada berlebihan dan juga gesture

---

<sup>2</sup> Akhsan fuad dan Ramadhan maulana rezi “Motif Komunikasi Bermedia pada Penyandang Diasabilitas”. Vol .7, No. 2 Agustus 2022, Page 4536.

berlebihan yang digunakan, dan banyak juga menirukan gaya – gaya berbicara ala konten kreator di media sosial bahkan saat berbicara dengan teman. Hal tersebut seringkali terlihat di lingkungan mahasiswa ilmu komunikasi, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti gaya komunikasi mahasiswa ilmu komunikasi.

Pada penelitian ini penulis mengangkat atau memilih akun tiktok @vmuliana, karena pada akun tiktok ini dari segi penyampaian informasi, visual video, gaya bicara serta cara berpenampilan, dan konsisten dalam pembuatan konten. Dari sekian banyaknya akun tiktok mengenai edukasi, akun ini dirasa memiliki kekuatan dalam mempengaruhi sekian banyaknya orang, berdasarkan unggahan berita pada media sosial dan juga dalam konten vlna muliana, mendukung kebenaran asumsi mengenai prestasi yang telah diraih oleh vlna muliana. Pada penelitian ini, fokus pembahasan terletak pada konten interview di akun tiktok @vmuliana karena dirasa isi konten tersebut berhubungan dengan gaya komunikasi yang akan diteliti. Selain itu Vlna Muliana ini juga telah meraih segudang prestasi salah satunya adalah video karya Vlna Muliana yang sering dia bagikan melalui akun tiktoknya. Berdasarkan dari penayangan acara ajang Tiktok Awards di televisi Vlna Muliana berhasil memperoleh penghargaan sebagai Best of learning and education di ajang Tiktok Awards Indonesia 2022.<sup>3</sup>

Selain pengaruh media sosial, gaya komunikasi juga didasari pada motif penggunaan media sosial oleh mahasiswa, motif penggunaan media sosial menarik

---

<sup>3</sup> INews.Id “Cerita Vlna Muliana, dari Iseng Bikin Konten Hingga Dapat Tiktok Awards”. 22 April 2022, (diakses pada tanggal 5 desember 2022, pukul 20.00).

untuk diteliti karena setiap individu menggunakan media sosial yang disebabkan karena adanya motif tertentu yang mendorongnya ingin melakukan sesuatu. Munculnya motif karena ada keingintahuan dan kebutuhan individu yang harus dipenuhi. Ada empat motif yang mendorong seseorang individu dalam menggunakan media yaitu motif informasi, identitas pribadi, intergrasi, sosial, dan hiburan.<sup>4</sup>Dalam penelitian ini mengambil variabel gaya komunikasi karena didalam media sosial memiliki banyak cara dan model untuk mempengaruhi gaya komunikasi seperti pemilihan kata, nada bicara, dan intonasi.

Dari pemaparan latar belakang diatas peneliti berasumsi bahwa akun tiktok dari @vmuliana ini mampu mempengaruhi gaya komunikasi pada penikmat akun tersebut, selain itu, peneliti juga berasumsi bahwa motif penggunaan media sosial oleh mahasiswa juga mampu mempengaruhi gaya komunikasi mereka. Dari kedua asumsi tersebut, peneliti tertarik untuk menguji keterkaitan antara kedua asumsi tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat diketahui rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh akun tiktok @vmuliana terhadap gaya komunikasi mahasiswa angkatan 19 sampai 20 prodi ilmu komunikasi uin sunan ampel surabaya?

---

<sup>4</sup> Setyawati natalia “Motif Masyarakat Surabaya dalam Menonton Acara Berita Kriminal Kecrek MHHTV” Junarl E-Komunikasi. VOL 3. NO 1, 2005. Hal 3.

2. Bagaimana pengaruh motif penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi mahasiswa angkatan 19 sampai 20 prodi ilmu komunikasi uin sunan ampel surabaya?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari perumusan masalah diatas tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh akun tiktok @vmuliana terhadap gaya komunikasi mahasiswa angkatan 19 sampai 20 prodi ilmu komunikasi uin sunan ampel surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh motif penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi mahasiswa angkatan 19 sampai 20 prodi ilmu komunikasi uin sunan ampel surabaya.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna baik secara teoritis maupun praktis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi mengenai media baru, dan juga memberikan wawasan dalam bidang komunikasi media digital kepada mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa berguna untuk memberikan saran dan masukan kepada masyarakat terutama remaja terkait pemahaman akan pengaruh media baru.

## E. Definisi Operasional

Pada penelitian ini peneliti membatasi setiap pengertian sesuai konsep yang diambil dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Akun Tiktok @vmuliana dan Motif Penggunaan Media Sosial Terhadap Gaya Komunikasi Mahasiswa Angkatan 19 Sampai 20 Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya” sebagai berikut :

### 1. Akun Tiktok

Secara pengertian menurut kamus besar bahasa indonesia, arti akun sendiri merupakan kumpulan data yang berfungsi untuk merekam dan menyimpan data yang diolah dan berhak atas individu atau kelompok.<sup>5</sup> Terdapat macam istilah dalam dunia internet, salah satunya adalah akun. Bagi pengguna aktif media sosial tentunya sudah mengetahui akun yang ada didalam media sosial tersebut. Didalam akun ini terdapat username dan password. Akun berada didalam media sosial seperti, aplikasi tiktok yang memiliki akun didalamnya. Akun media sosial tiktok mempunyai berbagai manfaat bagi setiap penggunanya sebagai alat atau media interaksi dengan orang lain menggunakan jaringan internet.<sup>6</sup> Penggunaan akun tiktok ini bisa membentuk atau mengasah bakat para penggunanya atau biasa disebut kreator. Akun tiktok banyak sekali manfaat bagi penggunanya.

---

<sup>5</sup> <https://kbbi.web.id/akun>, diakses pada 29 november 2022, pukul 18.52.

<sup>6</sup> Zelminizar, “problematika penggunaan akun media sosial Instagram sebagai objek jaminan”, 2019

Dalam penelitian ini adalah akun tiktok @vmuliana yaitu pada konten interview kerja agar peneliti memiliki satu titik fokus penelitian pada konten yang diproduksi oleh akun tersebut dan juga peneliti menganggap bahwa highlight konten interview kerja tersebut sesuai dan berhubungan dengan gaya komunikasi, selain itu peneliti juga mengambil dari segi penampilan visual video yang disajikan serta konsistensi akun ini dalam pengupload videonya.

## 2. Motif Penggunaan Media Sosial

Ardiyanto mengartikan motif merupakan suatu tindakan yang meliputi pergerakan, alasan atau dorongan-dorongan yang muncul dalam diri manusia sehingga menyebabkan manusia berbuat sesuatu.<sup>7</sup> Sedangkan Motif menurut kamus besar bahasa indonesia memiliki arti alasan atau penyebab seseorang ingin melakukan sesuatu tindakan.

Motif penggunaan media sosial yang mendorong seseorang menggunakan media sosial yaitu dari motif identitas, integrasi dan identitas sosial, informasi hiburan. Motif yang timbul ada pada diri seseorang ini bisa menciptakan suatu perilaku yang mengarah pada sebuah tujuan untuk mencapai sebuah kepuasan. Motif dikatakan kekuatan terkuat yang ada didalam diri seseorang yang mendorong untuk melakukan sesuatu .<sup>8</sup> Terdapat 2 jenis motif yaitu :

- a. Motif biogenetis motif ini bersifat umum, yang merupakan dorongan untuk memenuhi

---

<sup>7</sup> Ardianto dan Erdinaya, "Komunikasi Massa : Suatu Pengantar, cetakan kedua", Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

<sup>8</sup> <https://repository.unsub.ac.id/> diakses pada 27 desember 2022, pukul 10.03

kebutuhan kelanjutan hidup secara biologis yang timbul dari dalam diri manusia yang berkembang dengan sendirinya seperti lapar, haus, istirahat, dan mengambil nafas.

- b. Motif sosiogenis motif ini yang menggerakkan manusia pada tingkat perasaan yang ditandai dengan kondisi perasaan atau dinamika. Motif sosiogenis terbagi menjadi empat kategori yaitu kebutuhan memperoleh pengalaman baru, kebutuhan untuk memperoleh respon, keinginan akan pengakuan, kebutuhan akan rasa aman.

Motif penggunaan media sosial dalam penelitian ini didasari pada kebutuhan informasi, aktualisasi diri, hiburan, sebagai sarana meluapkan emosi, untuk menghabiskan waktu dan juga sebagai media belajar bagi mahasiswa khususnya pada mahasiswa semester 5 dan 7, sesuai dengan indikator pada penelitian ini.

### 3. Gaya Komunikasi

Dalam kamus menyebutkan gaya komunikasi mengarah pada cara orang menyampaikan sesuatu. Sehingga disimpulkan gaya komunikasi adalah kemampuan seseorang dalam berbicara dengan Bahasa yang baik, gaya dalam komunikasi memiliki tipe verbal seperti tulisan atau lisan, nonverbal berupa gerakan tubuh, penggunaan waktu, dan penggunaan ruang serta jarak<sup>9</sup>. Didalam gaya komunikasi memiliki macam – macam gaya komunikasi ada gaya komunikasi pasif, gaya

---

<sup>9</sup> Nitin pratiwi bayu “analisis gaya komunikasi ahmad faiz Zainuddin”, ejournal ilmu komunikasi, Vol. 5, No.3, 2017, hal. 379

komunikasi agresif, dan gaya komunikasi asertif<sup>10</sup>. Pada gaya komunikasi pasif ini lebih mengabaikan perasaan, pemikiran, dan kepercayaan diri sendiri dengan harapan orang lain. Gaya komunikasi agresif lebih ke ancaman dan kontrol terhadap seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan, penyampaian gaya komunikasi agresif ini dengan cara menyerang lawan bicaranya. Gaya komunikasi asertif menyampaikan pendapatnya tanpa melukai orang lain, gaya komunikasi asertif dapat mengapresiasi kebutuhan, keinginan, ide dan perasaan mereka dengan mempertimbangkan kebutuhan orang lain.

Yang dimaksud gaya komunikasi pada penelitian ini yaitu seperti cara mahasiswa dalam menggunakan atau memilih bahasa ketika mereka berinteraksi dengan orang lain, penggunaan kalimat - kalimat istilah sesuai trend yang ada di media sosial, nada dan gestur yang digunakan saat berbicara terkesan berlebihan dan cenderung meniru trend yang ada di media sosial, dimana reaksi itu diambil dari lingkup komunikasi itu sendiri, lingkup komunikasi disini mengacu pada konsumsi akun tiktok @vmuliana oleh mahasiswa ilmu komunikasi semester 5 dan 7.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Proposal ini disusun secara sistematis guna mampu memberikan kemudahan bagi para pembacanya untuk memahami tujuan penelitian yang dimaksud oleh peneliti. Terdapat judul, motto dan persembahan, kata

---

<sup>10</sup><https://binus.ac.id/malang/communication/2022/06/21/4-jenis-gaya-komunikasi/> diakses pada 26 desember 2022, pukul 23.28

pengantar dan daftar isi sebelum beranjak ke bab pertama.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan adalah bab pertama dari skripsi. Isi dari bab ini terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pada penelitian terdahulu, deskripsi konsep, dan kerangka pikir penelitian, metode penelitian, sistematika pembahasan, jadwal penelitian, dan diakiri dengan daftar pustaka.

## **BAB II KAJIAN TEORITIK**

Bagian skripsi yang menenankan pada aspek elaborasi teori dan riset pendahuluan. Bagian bab ini membahas kajian pustaka, yang menjelaskan tentang topik berdasarkan referensi dan merujuk pada penelitian pembelajaran online ini, serta berisi kajian teori dari penelitian ini.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bagian bab ini berisi mengenai metode penelitian yang akan digunakan, sehingga dapat tergambar langkah – langkah pada pelaksanaan penelitian ini, lokasi penelitian, populasi, sampel, variabel dan indikoator, tahap-tahap dalam penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas dan teknik reliabilitas data, instrument penelitian serta teknik analisis data.

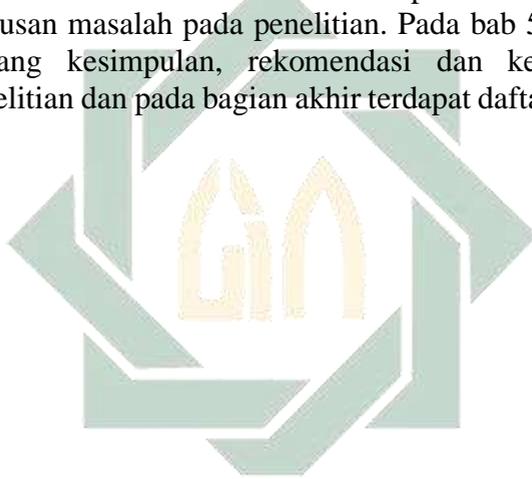
## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bagian bab ini berisi mendeskripsikan profil objek yang akan diteliti. Pada bab 4 ini berisi mengenai gambaran

umum objek penelitian, penyajian data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Penutup bagian terakhir dari skripsi. Bab ini menjawab rumusan masalah kemudian kesimpulan dari jawaban rumusan masalah pada penelitian. Pada bab 5 ini berisi tentang kesimpulan, rekomendasi dan keterbatasan penelitian dan pada bagian akhir terdapat daftar Pustaka.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORITIK**

#### **A. Aplikasi Tiktok**

##### **1. Pengertian Aplikasi Tiktok**

Aplikasi tiktok tergolong dalam media sosial baru atau new media yang memberikan wadah bagi para penggunanya untuk berekspresi dalam menyalurkan bakat melalui konten video. Aplikasi tiktok ini memperbolehkan penggunanya untuk mengkreasikan video musik pendek mereka sendiri sesuai dengan kemauan mereka. Didalam aplikasi tiktok memberikan efek yang luar biasa membuat bagi para penggunanya tertarik.. Kini aplikasi tiktok banyak sekali digemari dari semua kalangan, seperti pada aplikasi tiktok bisa melihat video pendek yang berdurasi 15 – 60 detik atau biasa kita sebut sebagai konten, pada video konten didalam aplikasi tersebut selain berjoget, juga menampilkan video konten seputar informasi, tips dan trik, tantangan, fitur efek yang menarik dan masih banyak jenis trend yang disuguhkannya.



Bagi para pengguna aplikasi tiktok tidak hanya meniru saja, namun mereka juga bisa membuat dengan cara mereka sendiri. Aplikasi tiktok ini dianggap sebagai aplikasi yang menghibur karena banyak sekali video kreatif dan unik yang bisa mereka lihat dari aplikasi tiktok ini. Kini menjadi aplikasi yang booming dan digandrungi oleh semua orang dan membuat orang menjadi bisa terkenal dengan membuat dan mengunggah video di aplikasi tiktok dan juga menjadi ladang usaha buat mereka yang menggunakan, karena aplikasi ini bisa dibuat dan di akses dimanapun dan kapanpun yang memudahkan bagi para penggunanya.

Aplikasi tiktok memiliki beberapa alasan yang membuat aplikasi tiktok ini menjadi populer Indonesia, yaitu : <sup>11</sup>

- a. Video yang berdurasi pendek sesuai dengan realitas dan situasi sekitar.

Para konten kreator Indonesia sering membuat video dan lagu membuat sesuai dengan keadaan realita yang terjadi dimasyarakat dengan dikombinasi sedikit hiburan didalam video tersebut yang membuat menarik perhatian para penontonnya.

- b. Layanan dalam video berdurasi pendek yang sederhana

---

<sup>11</sup> Assiyah Fauzia. “pengaruh penggunaan media sosial tiktok terhadap pengungkapan diri”, skripsi, jurusan komunikasi penyiaran islam, fakultas dakwah dan ilmu komunikasi, 2021, 31.

Para konten kreator dibebaskan dalam pembuatan video tiktok dengan durasi. Pada aplikasi tiktok para konten kreator dimudahkan dalam pembuatan video, mulai dari segi pemilihan lagu, sehingga proses pembuatan konten video sekarang sudah tidak susah lagi.

## 2. Sejarah Tiktok

Pertama kali aplikasi tiktok ini diluncurkan pada tahun 2016 dan langsung disambut dan diterima di Indonesia. Awal mula aplikasi tiktok ini muncul dianggap sebagai aplikasi *alayers* bagi para penontonnya. Aplikasi tiktok bisa didapat dan diunduh melalui Appstore atau playstore. Aplikasi tiktok bisa dikatakan sebagai aplikasi pendatang baru yang paling banyak diunduh. Mayoritas dari pengguna aplikasi tiktok ini adalah golongan generasi anak muda. Pada tahun 2018 aplikasi tiktok sempat dibanned oleh kemenkominfo dikarenakan telah mendapat masukan keluhan terhadap isi konten yang ada didalam aplikasi tiktok tersebut dianggap tidak mendidik.

Aplikasi tiktok populer dan meledak mendunia lagi pada tahun 2020. Kini tiktok tidak hanya digunakan pada kalangan anak milenial melainkan orang dewasa juga menggunakan aplikasi ini, bahkan para artis, pejabat Indonesia memiliki dan menggunakan aplikasi tiktok. Para kreator tiktok saat ini telah menyajikan berbagai fakta menarik dan ilmu yang bermanfaat melalui palikasi tiktok.

### 3. Fitur Aplikasi Tiktok

Dalam memberikan dukungan pada pengguna aplikasi tiktok, tiktok juga menawarkan sejumlah fitur bagi penggunanya yaitu :

a. Filter pada video

Pada aplikasi tiktok terdapat filter didalamnya. Kegunaan filter pada aplikasi ini untuk mengubah warna tone dan rona pada video dengan disesuaikan pada objek yang diingkan supaya terlihat lebih cantik, bagus dan menarik.

b. Penambahan musik

Penambahan musik merupakan fitur utama pada aplikasi tiktok ini, fitur ini diberikan untuk menambahkan berbagai jenis musik kedalam video yang dibuat. Sekarang para pengguna tiktok lebih bebas, tidak khawatir terkena *copyright* untuk menambahkan musik yang sudah disediakan dalam video yang mereka buat oleh aplikasi tiktok karena telah mendapatkan izin resmi dari pemilik lagu atau music tersebut.

c. *Sticker* dan efek video

Tiktok juga menyediakan fitur *sticker* dan efek video didalamnya. Fitur ini bisa digunakan agar video yang dibuat menjadi kreatif dan terlihat unik. Ada 5 kategori yang bisa digunakan oleh pengguna tiktok yaitu : efek split, efek waktu, efek transisi, efek stiker dan efek visual. Sticker yang disediakan juga banyak sekali mulai dari sticker teks, dekoratif, suasana hati, gaya

hidup dan masih banyak lagi sehingga pengguna tiktok bisa mencari sticker sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

d. *Live streaming*

Fitur ini seperti fitur yang ada di sosial media pada umumnya namun, fitur live streaming pada tiktok ini bisa digunakan pada pemilik akun yang memiliki jumlah followers paling sedikit 1000 sehingga dapat melakukan live streaming. Fitur *live streaming* ini biasanya lebih digunakan bagi penjual online shop agar menarik pelanggan.

e. *Auto captions*

Fitur ini merupakan fitur yang paling penting, karena fitur *auto caption* ini digunakan untuk menyediakan bagi para pengguna tiktok yang memiliki kesulitan dalam mendengar atau para penyandang tuna rungu. Didalam fitur ini mampu menyediakan subtitle otomatis pada video yang dideskripsikan oleh sistem tiktok.

f. Hapus komentar dan blokir pengguna

Fitur ini masuk kedalam aplikasi tiktok guna untuk menghindari aksi tindakan *bullying*. Pengguna tiktok akan lebih mudah dengan adanya fitur ini karena tanpa menghapus dan memblokir satu persatu.

## B. Motif Penggunaan Media Sosial

### 1. Pengertian

Motif memiliki arti sebagai “Dorongan”. Motif diartikan sebagai Gerakan yang dilakukan oleh seseorang yang berupa perilaku atau perbuatan. Motif memiliki peran penting dalam setiap tindakan seseorang. Sehingga dapat diartikan motif penggunaan media sosial adalah sebuah dorongan seseorang untuk menggunakan media sebagai memenuhi kebutuhan mereka.<sup>12</sup> Media sosial sangat dibutuhkan seseorang untuk mencari kebutuhan informasi. Dengan adanya perkembangan dalam penggunaan aplikasi media sosial menyebabkan mengalami perkembangan dan pergeseran. Penggunaan media sosial bagi penggunanya masih terbilang pengguna masif dan intensif.

Pada penggunaan media sosial sangat banyak motif yang mempengaruhinya. Seperti halnya studi yang dilakukan oleh papacharissi dan rubin dalam hal ini mengemukakan lima motif penggunaan internet antara lain :

- a. Interpersonal utility, sebuah dorongan yang dilakukan untuk hubungan interpersonal dengan individu lain, motif ini bisa terjadi adanya keterbatasan seseorang dalam melakukan interaksi tatap muka secara langsung dengan individu lain.

---

<sup>12</sup> Adha Liany. “Motif Penggunaan Media Sosial Tiktok di Kalangan Anak - Anak” , *skripsi* , Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Malang, 2021,8

- b. *Passing time*, sebuah dorongan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang atau menghabiskan waktu. *Passing time* ini digunakan seseorang untuk menghindari atau mengurangi tatap muka secara langsung memilih untuk menggunakan internet.
- c. *Information seeking*, sebuah dorongan untuk mengetahui dan menemukan informasi secara umum.
- d. *Convenience utility*, motif ini lebih ke kenyamanan, motif ini muncul karena ada faktor yang beragam yang memudahkan bagi seseorang untuk mengakses sesuai yang dibutuhkan.
- e. *Entertainment*, sebuah dorongan dalam memenuhi kebutuhan hiburan, seperti halnya dalam bertukar cerita atau gurauan.

Teori penggunaan media yang berkaitan dengan tujuan penggunaan suatu media. Dalam hal ini harapan bagi pengguna akan tercapai untuk memenuhi kebutuhan dengan menggunakan sebuah media. Tujuan atau orientasi ini tercipta

Ada beberapa alasan seseorang menggunakan media dalam sehari-hari yaitu :

- mengikuti perkembangan saat ini atau trend saat ini.
- Bisa menjalin pertemanan jarak jauh dan bisa berinteraksi dengan siapa saja.
- Menjadi media online shope bagi para penjual atau yang sedang berbisnis.
- Menjadi sumber informasi atau telaga ilmu.

## 2. Dampak Positif dan Negatif Penggunaan Media Sosial

Penggunaan media sosial pasti memiliki dampak bagi para penggunanya, dampak tersebut bisa berupa positif maupun negatif

### a. Dampak positif penggunaan media sosial

1. Dapat memudahkan seseorang untuk melakukan interaksi dengan banyak orang.
2. Lebih mudah dan percaya diri dalam mengekspresikan diri.
3. Mudah mendapatkan informasi secara cepat.
4. Memudahkan seseorang dalam berkomunikasi .

### b. Dampak negatif pengguna media sosial

1. Mampu menjauhkan orang – orang dan interaksi tatap muka cenderung menurun.
2. Membuat orang – orang kecanduan terhadap pemakaian internet.
3. Rentan terhadap masuknya pengaruh buruk dari orang lain maupun media itu sendiri.
4. Pergeseran perilaku generasi milenial terhadap lingkungan sekitar

## C. Gaya Komunikasi

### 1. Pengertian

Gaya komunikasi merupakan bagaimana cara seseorang berkomunikasi dengan baik mulai dari segi verbal maupun non verbal.<sup>13</sup> Gaya komunikasi dari seseorang memiliki cara yang berbeda-beda. Dari gaya komunikasi ini dapat melihat karakter pribadi dan budaya yang ada pada diri seseorang. Ada faktor yang mempengaruhi gaya komunikasi yaitu tujuan, konteks, nilai-nilai, konsep diri, dan gaya komunikasi yang digunakan oleh setiap orang pada saat melakukan interaksi.

Selain dipengaruhi oleh perilaku manusia gaya komunikasi juga dapat dipengaruhi oleh keadaan. Seseorang menggunakan gaya komunikasi yang sangat bermacam-macam sesuai dengan suasana diri seperti waktu sedih, senang, marah, dan bosan. Salah satu yang banyak berperan dalam sebuah pencitraan seseorang adalah kemampuan berbicara seseorang dan kelihaian seseorang berkomunikasi secara luas. Cara atau gaya komunikasi ini lebih penting dari konten komunikasi tersebut.

#### a. Komunikasi Verbal

Komunikasi yang dilakukan secara lisan yang menggunakan ucapan atau tulisan. Bahasa verbal biasanya digunakan untuk menyampaikan isi pikiran dan perasaan serta maksud kita kepada

---

<sup>13</sup> Erwin Juarsa “Gaya Komunikasi Pemimpin Divisi MIS PT. Trias Sentosa Tbk Krian”, Jurnal Ilmu Komunikasi (online), Vol 4, No.1, diakses pada Desember 2022 dari <https://media.neliti.com/media/publication/82981-ID-gaya-komunikasi-pemimpin-divisi-mis-pt-t.pdf>

orang lain. komunikasi verbal ini bisa dilakukan secara tatap muka (face to face) contohnya seperti berinteraksi menggunakan sosial media atau telepon genggam.

## b. Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal merupakan metode komunikasi dengan orang lain tanpa menggunakan kata – kata, melainkan tindakan. Komunikasi non verbal ini biasanya menggunakan gerakan tangan untuk menunjukkan sesuatu, melakukan sentuhan, menggunakan ekspresi wajah, dan bahasa tubuh lainnya.

Ada tiga tipe dasar yang menggambarkan gaya komunikasi seseorang :

1. Gaya komunikasi pasif, gaya komunikasi pasif ini menandakan seseorang tidak pernah melakukan pembelaan pada diri sendiri. Jika bertemu dengan komunikator pasif ia akan menghindari dan tidak akan menyampaikan opini dan mengungkapkan pikirannya. Gaya komunikasi pasif ini lebih menghindari kearah yang mengandung sebuah konflik.
2. Gaya komunikasi agresif, merupakan tipe yang menciptakan situasi menang -atau kalah. Seseorang dalam gaya komunikasi agresif ini tipe yang akan tetap mempertahankan dirinya sendiri dengan cara langsung namun melakukan tindakan yang tidak pantas.
3. Gaya komunikasi asertif, tipe gaya komunikasi asertif lebih menghormati keinginan pendapat pribadi dan orang lain.

gaya asertif ini bersifat lebih terbuka dan jujur terhadap pendapat diri sendiri dan orang lain.

#### **D. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Penelitian terdahulu tentang pengaruh akun tiktok atau media sosial dan motif penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi sudah banyak dilakukan oleh banyak pihak sebelumnya, contohnya seperti penelitian yang dilakukan pada skripsi oleh Nora Ustrina<sup>14</sup>. Pada skripsi Nora ini meneliti dengan judul “Pengaruh media sosial tiktok terhadap gaya komunikasi santri taman Pendidikan Al-Quran R-Risalah UIN Ar-Raniry”, pada penelitiannya tersebut Nora menyimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial khususnya tiktok oleh anak-anak sangat mempengaruhi gaya komunikasi anak terhadap orangtua dan juga orang disekitarnya.

Kemudian penelitian serupa mengenai penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi yang dilakukan oleh Salma Syifa dan Dadan Mulyana<sup>15</sup> berjudul “Pengaruh konten media sosial Instagram terhadap gaya komunikasi” menyimpulkan bahwa, media sosial khususnya konten instagram @loveyourself\_indonesia secara keseluruhan mampu mempengaruhi gaya komunikasi pada followers akun tersebut.

---

<sup>14</sup> Penelitian Skripsi “Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur’an R-Risalah” UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2021

<sup>15</sup> Bandung Conference Series : Public Relation, “Pengaruh Konten Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Komunikasi, Vol.2, No.2, 2022

Pada penelitian jurnal oleh Shazrin Daniyah K dan Kinkin Yuliati Subarsa P<sup>16</sup> meneliti dengan judul “Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2019 di universitas negeri Jakarta”, dalam penelitiannya mereka menyimpulkan bahwa gaya hidup mahasiswa prodi ilmu komunikasi universitas negeri jakarta ini terpengaruh dari melihat gaya hidup orang lain dimedia sosial, dalam penelitian ini gaya hidup dimaksudkan adalah cara mereka menggunakan uang, cara mereka berpakaian, cara mereka berbicara, dan cara mereka beraktivitas sehari-hari.

Dari sekian banyak penelitian yang dilakukan ada beberapa hal yang menjadi catatan peneliti mengenai kebaruan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti seperti :

- a. Pada penelitian terdahulu milik Nora tersebut hanya memiliki satu bidang fokus pengaruh yaitu kebanyakan langsung pada media sosial terhadap gaya komunikasi sedangkan dalam penelitian ini meneliti dua fokus yang menjadi pengaruh terhadap gaya komunikasi, yaitu memperhatikan media sosial dan juga motif dalam penggunaan media sosial oleh penggunanya, kedua hal itu diteliti dan diuji apakah mempengaruhi pada pembentukan atau perkembangan gaya komunikasi.
- b. Pada penelitian Salma Syifa dan Dadan Mulyana ini sama-sama mengambil subjek penelitian gaya komunikasi pada remaja, kemudian pada penelitian ini lebih menekankan pada aspek isi konten, kualitas

---

<sup>16</sup> Jurnal Komunikologi, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 di universitas Negeri Jakarta”, Vol. 18. No. 2, September 2021

konten, visual pada konten dan juga motif penggunaan media sosial sehingga lebih rinci dalam mengukur pengaruh terhadap gaya komunikasi.

- c. Pada penelitian Shazarin Daniyah memiliki satu variabel bebas, sedangkan kebaruan yang ada pada penelitian ini adalah menggunakan 2 variabel bebas yaitu akun media sosial tiktok dan juga motif penggunaan oleh penngunanya, sehingga kemungkinan hasil dalam penelitian ini lebih luas dan jelas dibanding dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya pada bidang yang sama. Karena pengujian 1 variabel terikat dengan 2 variabel bebas.

## E. Kerangka Teori

Dalam penelitian ini mengambil teori *uses and gratification*. Teori ini dikemukakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitz pada teori ini memfokuskan pada proses penerimaan dalam komunikasi serta menjelaskan penggunaan media oleh individu.<sup>17</sup> nurdin dalam bukunya berasumsi bahwa pada teori ini audience merupakan pihak yang aktif mencari media tertentu dalam mencapai tujuan dan kepuasan tertentu.<sup>18</sup>

Pada mulanya teori ini digunakan untuk meneliti media lama namun setelah mengalami banyak perkembangan pada teori ini menjadi sesuai untuk meneliti media baru (*new media*), dalam buku Reposisi

---

<sup>17</sup> Kurnia Hans dkk, “Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification”, Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis, Vol.3 No.1, 31 januari 2021, Hal 93

<sup>18</sup> Nurudin, “Pengantar Komunikasi Massa”, Jakarta : PT Raja Persada, 2007, hal 192.

Komunikasi Dan Dinamika Konvergensi Ruggiero mengatakan bahwa teori *uses and gratification* ini adalah teori yang paling sesuai untuk meneliti *new media* atau internet.<sup>19</sup>

Penggunaan teori komunikasi *uses and gratification* pada penelitian ini dirasa cocok karena dalam masalah penelitian ini meneliti tentang efek yang diterima atau disebabkan dari motif seseorang dalam menggunakan media sosial terhadap pembentukan gaya komunikasi pada yang mengkonsumsi media tersebut.<sup>20</sup>

Selain itu pemilihan teori ini juga didasari pada pengertian dasar dari teori *uses and gratification* yaitu mengacu pada kepuasan dan kebutuhan, dan pada teori ini menyatakan bahwa para khalayak media merupakan khalayak yang aktif dan mampu dipengaruhi oleh media, dimana mereka berhak untuk memilih informasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.<sup>21</sup>

Kemudian untuk mendukung kelengkapan analisis pada penelitan ini, peneliti menambahkan teori efek media dimana mengambil teori *dependency* yang dikemukakan oleh Melvin L. Defleur dan Sandra Ball-Rokeach, teori ini menjelaskan mengenai khalayak dalam menggunakan media sosial sebagai pemenuhan kebutuhan informasi dan juga hiburan sehingga menimbulkan efek ketergantungan pada sebuah media.

---

<sup>19</sup> Wardhani.D , Afdal M.P , “The Reposition of communication in the dynamic of convergence = Reposisi komunikasi dalam dinamika konvergensi”, Jakarta : Kencana, 2012, hal. 242

<sup>20</sup> A.M Morissan, “Periklanan komunikasi pemasaran terpadu”, Jakarta : Penerbit Kencana, 2010, hal. 77.

<sup>21</sup> Humaizi, “Uses and Gratification Theory”, Medan : USU press, 2018, hal 1-2.

Teori ini dikembangkan lagi oleh Melvin L. DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach pada tahun 1967 sehingga memfokuskan pada kondisi struktural masyarakat yang memperhatikan efek dari suatu media massa dan sosial. Teori ini berasumsi bahwa jika seseorang semakin menggantungkan pemenuhan kebutuhan suatu informasinya terhadap suatu media maka akan semakin penting peran media tersebut dalam hidupnya.<sup>22</sup> Teori ini memunculkan 3 jenis efek pada penggunaannya yaitu sebagai berikut :

- a. Efek kognitif, efek ini muncul dari dalam diri seorang komunikan dimana media mampu menambah informasi dalam diri komunikan, menciptakan atau bahkan menghilangkan ambigisutas terhadap sesuatu, pembentukan sikap, memperluas keyakinan dalam diri komunikan, dan lain sebagainya
- b. Efek afektif, efek ini tidak hnaya sekedar memberi informasi saja kepada komunikan, akan tetapi mengajak komunikan untuk merasakan apa yang sedang mereka lihat, seperti gembira, sedih, iba, marah, takut, waspada, dan sejenisnya, lebih kepada memberikan efek pada emosional komunikan.
- c. Efek behavioral, dengan paparan pesan tertentu dari sebuha media kepada komunikan, lama-lama akan mempengaruhi pola pikir dan akhirnya akan mendoktrin komunikan untuk menjadikan pesan yang mereka terima menjadi kebiasaannya, seperti ketika ada konten mengenai memakai masker, dengan itu lama-lama memakai masker sudah

---

<sup>22</sup> Rafiq. M, "Dependency Theory", Jurnal Hikmah, Vol. 7, No. 01, januari 2012, hal. 11

menjadi kebiasaan bahkan hal yang wajib bagi penerima pesan tersebut.<sup>23</sup>

Dengan itu peneliti memilih teori dependency atau teori ketergantungan ini, karena dirasa berhubungan dengan efek media yang sedang diteliti, dengan itu peneliti mampu mengukur bagaimana efek yang terjadi pada saat mengkaji hasil penelitian yang dilakukan.

Teori dependency ini bukan semata – mata hanya untuk menentukan fakta tersembunyi, tetapi teori ini bisa melihat fakta, serta mempresentasikan fakta. Teori ini teori ketergantungan seseorang dalam menggunakan sebuah media untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga media kini menjadi hal yang penting bagi seseorang.

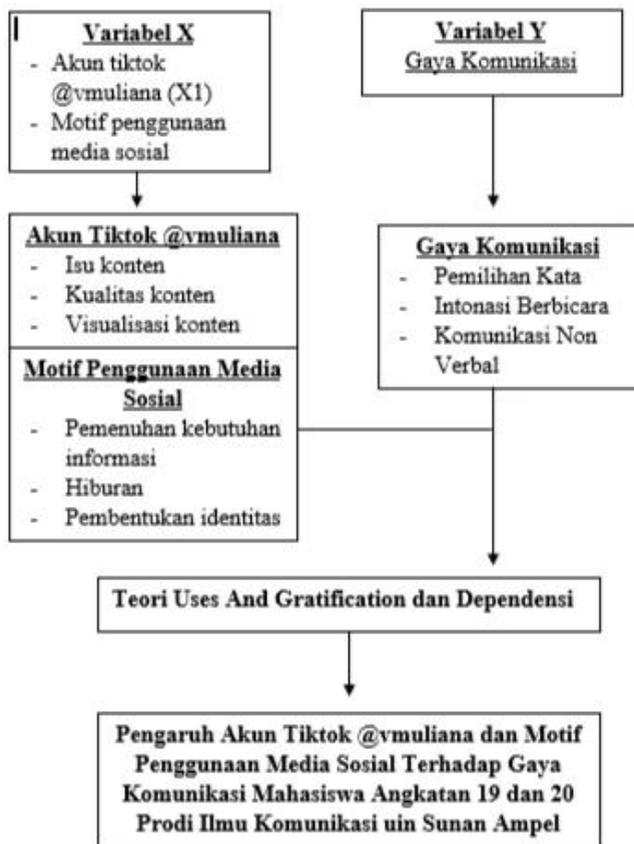


UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

---

<sup>23</sup> Rafiq, M, “Dependency Theory”, Jurnal Hikmah, Vol. 7, No. 01, januari 2012, hal. 7-8.

## Kerangka Teori Penelitian

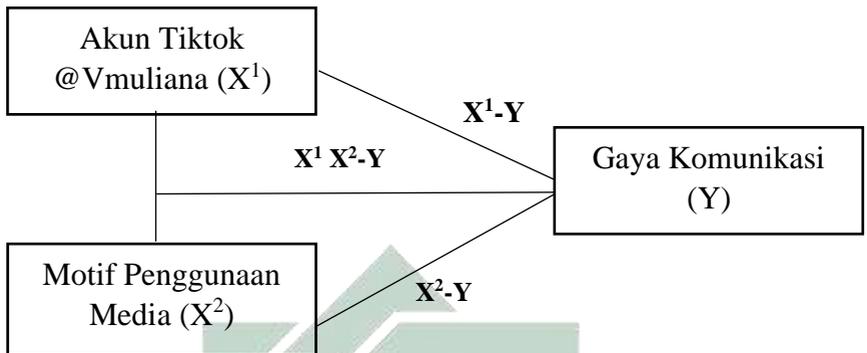


## **F. Perspektif Islam**

Komunikasi Bermedia Menurut Pandangan Islam. Dalam komunikasi Allah SWT juga sudah mengajarkan bagaimana cara berkomunikasi. Seperti surat yang diturunkan berkali-kali dan kemudian terkumpul menjadi kitab Al-Quran sebagaimana penting komunikasi terhadap berlangsungnya kehidupan seseorang, khususnya umat islam. Penerapan pada komunikasi seperti yang tertuang dalam ayat – ayat al quran “.... Dan berkatalah kamu kepada semua manusia dengan cara yang baik” (QS. 2:8). Seperti halnya dalam bermedia, dalam perkembangan teknologi saat ini islam tidak memiliki pandangan yang antimainstream terhadap hal tersebut. Islam menuntut umutunya untuk selalu melakukan perbuatan baik begitupun dalam menggunakan media sosial harus secara bijak. Adapun etika dalam bermedia sosial yaitu jadikan media sebagai sarana menebar kebaikan, tidak dibuat untuk mengumbar riya, tidak asal dalam menyebarkan berita.

## **G. Paradigma Penelitian**

Untuk memudahkan pembaca dan untuk menggambarkan bagaimana alur dalam penelitian ini, berikut ini paradigma penelitian dalam penelitian “Pengaruh Akun Tiktok @Vmuliana dan Motif Penggunaan Media Sosial Terhadap Gaya Komunikasi Mahasiswa Angkatan 19 dan 20 Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya”.



## H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

### 1. Hipotesis Nol ( $H_0$ )

Hipotesis Nol yang menyatakan tidak adanya hubungan antara variabel X dan Y.

**$H_{0a}$**  : Tidak ada pengaruh akun tiktok terhadap gaya komunikasi mahasiswa Angkatan 19 Sampai 20 Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

**$H_{0b}$**  : Tidak ada pengaruh motif penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi mahasiswa angkatan 19 Sampai 20 Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

**$H_{0c}$**  : Tidak ada pengaruh akun @vmuliana dan motif penggunaan terhadap gaya komunikasi mahasiswa angkatan 19 Sampai 20 Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

## 2. Hipotesis Alternatif (HA)

Hipotesis Alternatif lawan dari hipotesis nol, yaitu sebuah asumsi positif yang mengungkapkan hubungan antara dua variabel.

**HA<sup>1</sup>** : Ada pengaruh akun tiktok terhadap gaya komunikasi mahasiswa Angkatan 19 sampai 20 prodi ilmu komunikasi UIN sunan ampel Surabaya.

**HA<sup>2</sup>** : Ada pengaruh motif penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi mahasiswa Angkatan 19 sampai 20 prodi ilmu komunikasi UIN sunan ampel Surabaya.

**HA<sup>3</sup>** : Ada pengaruh akun tiktok @vmuliana dan motif penggunaan media social terhadap gaya komunikasi mahasiswa angkat 19 sampai 20 prodi ilmu komunikasi UIN sunan ampel Surabaya.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Dimana penelitian ini menyajikan analisis data – datanya secara *numeric* (angka), pada umumnya penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan sampel besar dimana pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan Survey.

Pada penelitian ini peneliti memilih pendekatan survey dengan maksud agar dapat mengetahui data yang terjadi pada saat ini, dan untuk menguji beberapa hipotesis variabel akun tiktok @Vmuliana dan motif penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi mahasiswa Angkatan 19 samapi 20 prodi ilmu komunikasi UIN sunan ampel Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian korelasional. Penelitian korelasional bertujuan untuk mendeteksi tingkat hubungan variabel yang ada dalam suatu faktor dengan variabel – variabel dalam faktor yang lain berdasarkan pada koefisien korelasi. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian korelasi karena, pada penelitian ini menggunakan 3 variabel, sehingga untuk mengetahui bagaimana tingkat berpengaruhnya pada setiap variabel sehingga peneliti memilih jenis penelitian tersebut.

Pada penelitian ini memakai metode analisis data yaitu metode model regresi linear berganda. Model metode ini dipakai untuk dapat mengetahui pengaruh dari setiap independent (X) terhadap dependen (Y).

dalam penelitian ini, akun tiktok @vmuliana dan motif penggunaan media sosial adalah variabel independent sedangkan, gaya komunikasi adalah variabel dependen.

## **B. Lokasi dan Objek Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat peneliti melakukan penelitian. Lokasi penelitian yang dipilih yaitu UIN Sunan Ampel Surabaya tepatnya di fakultas Dakwah dan Komunikasi Prodi Ilmu Komunikasi. Karena menurut pengamatan peneliti gaya Bahasa yang digunakan oleh mahasiswa ilmu komunikasi berbeda dengan mahasiswa lainnya, lebih mengikuti trend dan lebih gaul sehingga peneliti tertarik memilih lokasi penelitian tersebut.

Keunggulan memilih lokasi ini karena mahasiswa prodi ilmu komunikasi ini juga mengetahui dasar ilmu komunikasi sehingga mudah memahami maksud dan tujuan dari penelitian. Dengan itu peneliti tidak perlu banyak menjelaskan mengenai bagaimana maksud dan tujuan penelitian secara rinci kepada para responden.

Objek dari penelitian ini ialah komunikasi media baru. Pada penelitian ini akan meneliti mengenai akun tiktok dan juga motif penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi pada mahasiswa.

## **C. Populasi dan Sampel**

### **a. Populasi**

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Angkatan 19 sampai 20 berjumlah 257 yang diperoleh dari hasil observasi kepala prodi Ilmu Komunikasi, dengan kriteria sebagai mahasiswa atau mahasiswi aktif semester 5 dan 7, mengikuti dan

mengetahui akun tiktok @Vmuliana, yang melihat konten @vmuliana, prodi ilmu komunikasi uin sunan ampel Surabaya,

b. Sampel

Pada penelitian ini menggunakan Teknik pengambilan sampel Purposive sampling dan juga Sitation sampling karena sudah menentukan kriteria yang dibutuhkan dan memiliki populasi yang terbatas sehingga seluruh populasi yang didapat digunakan sebagai sampel.

Kemudian Sampel dalam penelitian ini menggunakan mahasiswa ilmu komunikasi, khususnya angkatan 19 sampai 20, dengan kriteria yang sudah ditentukan yaitu:

1. Sebagai mahasiswa atau mahasiswi aktif semester 5 dan 7
2. Mengikuti dan mengetahui akun tiktok @Vmuliana
3. Yang melihat konten @vmuliana

Sampel ini diambil dengan cara menyebarkan riset pendahuluan terlebih dahulu kepada target populasi yaitu mahasiswa ilmu komunikasi Angkatan 19 sampai 20. Setelah melakukan riset pendahuluan, peneliti mendapatkan 60 responden, sehingga pada penelitian ini mengambil seluruh hasil riset yang dilakukan sebagai sampel penelitian sesuai dengan teknik yang digunakan.

## **D. Variabel dan Indikator Penelitian**

### **a. Variabel Penelitian**

Variabel pada penelitian merupakan segala sesuatu atau objek yang di ambil dan ditentukan oleh peneliti dan menjadi perhatian dalam suatu penelitian yang di tuangkan dalam judul dan peneliti menyanggupi untuk bertanggung jawab dan melakukan pembuktian dari variabel tersebut sehingga mendapat suatu kesimpulan. Pada penelitian ini, peneliti mengambil dua variabel yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya dan nantinya akan di cari korelasi antar keduanya, variabel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (Independent Variabel), variabel ini biasa di simbolkan dengan huruf “X” dimana variabel ini mempengaruhi variabel lainnya dan menghasilkan akibat pada variabel lainnya. Variabel bebas pada penelitian ini adalah  $X^1$  akun tiktok @ymuliana dan  $X^2$  motif penggunaan media sosial.
2. Variabel terikat (Dependent Variabel), variabel ini biasa disimbolkan dengan huruf “Y” dimana variabel ini muncul akibat adanya pengaruh dari variabel “X” atau variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah “gaya komunikasi mahasiswa Angkatan 19 sampai 20 prodi ilmu komunikasi uin sunan ampel surabaya”.

### **b. Sub Variabel**

Dimensi merupakan paparan dari variabel yang digunakan menjadi tolak ukur setiap variabel, dalam

penelitian ini setiap variabel memiliki dimensinya masing-masing sebagai berikut.

- $X^1$  “Akun Tiktok @Vmuliana (Isi Konten, Kualitas Konten, dan visualisasi konten)”
- $X^2$  “Motif Penggunaan Sosial Media (Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Hiburan, Pembentukan Identitas Diri)”
- $Y$  “Gaya Komunikasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 19 Sampai 20 (Pemilihan kata, Intonasi Berbicara, Komunikasi Non-Verbal)”

c. Indikator

**Tabel 3.1**  
**Indikator Penelitian**

Variabel	Sub Variabel	Indikator
<b>Akun tiktok @vmuliana (<math>X^1</math>)</b>	Isi konten	- Menarik Perhatian - Ditunggu-tunggu - Mengedukasi
	Kualitas Konten	Keunggulan isi konten yang dibuat - Keterbaruan konten yang dibuat - Memberikan solusi, manfaat dan pemecahan masalah

	Visualisasi Konten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penataan Background</li> <li>- Pembuatan caption atau judul</li> <li>- Pencahayaan</li> <li>- Pengambilan gambar atau penataan kamera</li> </ul>
<b>Motif Penggunaan Sosial Media (X<sup>2</sup>)</b>	Pemenuhan Kebutuhan Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pencarian informasi yang dibutuhkan</li> <li>- Media belajar</li> </ul>
	Hiburan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengisi waktu kosong</li> <li>- Sarana refreshing atau menghibur diri</li> <li>- Menghibur dalam setiap keadaan</li> <li>- Membuat konten untuk mengekspresikan diri</li> </ul>
	Pembentukan Identitas Diri	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Refrensi penampilan dan berperilaku</li> <li>- Sarana motivator kehidupan</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengekspresian diri pribadi dimasyarakat</li> </ul>
<b>Gaya Komunikasi Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 19 Sampai 20 UIN Sunan Ampel Surabaya (Y)</b>	<b>Pemilihan Kata</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penggunaan kata sopan dan tidak sopan</li> <li>- Penggunaan kata dan kalimat yang efektif dan to the point</li> <li>- Penggunaan kata baku</li> </ul>
	<b>Intonasi Berbicara</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan nada bicara yang berlebihan</li> <li>- Terinspirasi gaya berbicara konten kreator</li> <li>- Melihat kultur budaya</li> </ul>
	<b>Komunikasi Non-Verbal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspresif saat berkomunikasi</li> <li>- Penggunaan gestur saat berkomunikasi</li> <li>- Memperhatikan penampilan saat berkomunikasi</li> </ul>

		- Mencari yang sefrekuensi saat berbicara
--	--	---

## E. Tahap – Tahap Penelitian

### a. Melakukan Pra-survey dan Studi Terdahulu

Tahapan pertama ini adalah tahap dimana peneliti telah melakukan pra-survey kepada mahasiswa ilkom Angkatan 19 dan 20 yang mengetahui dan mengikuti akun tiktok @vmuliana, serta melakukan survey terhadap penelitian terdahulu dengan melakukan sebar angket riset pendahuluan.

### b. Merumuskan Pernyataan Masalah

Pada tahap selanjutnya ini menjadikan rumusan yang menjadi point terpenting dalam pembahasan penelitian.

### c. Merumuskan Hipotesis

Pada tahap ini harus melakukan uji agar dapat dibuktikan kebenarannya.

### d. Memilih Pendekatan

Tahapan ini peneliti harus memutuskan pendekatan yang sesuai dengan fenomena yang ada pada penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Peneliti memilih pendekatan survey dengan maksud agar dapat mengetahui data yang terjadi pada saat ini, dan untuk menguji beberapa hipotesis variabel pengaruh akun tiktok @Vmuliana dan motif penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi mahasiswa

Angkatan 19 sampai 20 prodi ilmu komunikasi Uin sunan ampel Surabaya.

e. Menentukan Variabel

Penelitian ini memiliki variabel X dan Y. Dimana variabel (X) memiliki dua variabel yaitu ada pada X<sup>1</sup> pengaruh akun Tiktok @Vmuliana, X<sup>2</sup> motif penggunaan media sosial. Dan terdapat variabel (Y), variabel Y terletak pada gaya komunikasi mahasiswa Angkatan 19 sampai 20 uin sunan ampel Surabaya.

f. Mengumpulkan Data

Dimana peneliti harus mengumpulkan sebuah data dengan menggunakan metode pengumpulan data yang sesuai dengan metode pengumpulan sampel. Adapun dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan menggunakan angket atau kuisioner yang nantinya akan disebar ke mahasiswa Angkatan 19 sampai 20 prodi ilmu komunikasi UIN sunan ampel Surabaya. Mekanisme berjalannya nantinya peneliti akan menyebarkan link google form yang telah dibuat melalui grup chat. Teknik yang digunakan juga harus sesuai dengan variabel, sampel, lokasi pelaksanaan dan waktu penelitian.

g. Analisis Data

Tahapan analisis data ini peneliti harus melakukan analisis dari hasil pengolahan data dengan pengujian hipotesis, tujuan dan sasaran penelitian. Peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda.

h. Generalisasi atau Menarik Kesimpulan

Pada tahapan ini peneliti harus membuat generalisasi hasil dan menarik kesimpulan dari hasil korespondensi yang menjadikan sebuah hasil dari penelitian.

i. Laporan Akhir Hasil Penelitian

Tahapan akhir dari setiap penelitian, yaitu membuat laporan akhir hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Setelah semua tahap selesai dilaksanakan, peneliti harus menuliskan hasil penelitiannya sesuai dengan format dan ketentuan yang telah ditentukan.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan proses riset dimana peneliti menerapkan metode ilmiah dalam mengumpulkan data secara sistematis yang kemudian untuk dianalisis. Dalam penelitian ini, peneliti harus mengumpulkan dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung atau bisa disebut mengambil tenaga lapangan sebagai pengumpulan dan penjarangan data primer<sup>24</sup> tersebut, sedangkan data sekunder data pendukung yang diperoleh dari sumber – sumber lain yang relevan.

a. Data primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung atau tidak melalui perantara dilakukan melalui pengisian kuisisioner melalui link google form yang menggunakan skala likert karena mengukur persepsi seseorang terhadap konten tiktok @Vmuliana. Adapun responden dalam penelitian ini adalah

---

<sup>24</sup> Fauzi Muchamad, “Metode Penelitian Kuantitatif” (Semarang, Walisongo Press, 2009) Hal 171

mahasiswa Angkatan 19 sampai 20 prodi ilmu komunikasi uin sunan ampel Surabaya. Data primer dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan penelitian. Data primer ini dikatakan sebagai data yang akurat karena telah menyajikan data secara terperinci. Indiantoro dan Supomo dalam Purhantara (2010:79). Ada dua jenis metode yang bisa digunakan untuk mengumpulkan data primer adalah metode survey dan metode observasi.<sup>25</sup> Adapun nilai bobot jawaban sebagai berikut :

**Tabel 3.2  
Skor Skala**

Jawaban	skor
Sangat Tidak Benar	1
Kurang Benar	2
Cukup Benar	3
Benar	4
Sangat Benar	5

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang di dapatkan tidak secara langsung yang menggunakan media perantara<sup>26</sup>. Data sekunder dari penelitian ini berupa

---

<sup>25</sup> Fauzi Muchamad, “Metode Penelitian Kuantitatif” (Semarang, Walisongo Press, 2009) Hal 165

<sup>26</sup> Fauzi Muchamad, “Metode Penelitian Kuantitatif” (Semarang, Walisongo Press, 2009) Hal 165

dokumen – dokumen yang mendukung untuk penelitian seperti buku, jurnal, catatan, dan situs internet atau juga bisa melalui observasi. Biasanya sumber data yang didapat lebih banyak sebagai data yang sudah diolah sedemikian rupa sehingga siap untuk digunakan. Berikut ini adalah instrumen penelitian sebagai acuan peneliti dalam pengumpulan data.

**Tabel 3.3**  
**Instrumen Penelitian**

No	Jenis Data	Sumber Data	TPD
1.	Akun Tiktok @Vmuliana dan Motif Penggunaan Media Sosial	Responden	A
2.	Gaya Komunikasi	Responden	A
3.	Mahasiswa Angkatan 19 sampai 20 Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya	Observasi dan Riset pendahuluan	A

**Keterangan :**

- TPD = Teknik Pengumpulan Data
- A = Angeket

## G. Teknik Reliabilitas dan Validitas Instrumen Penelitian

### a. Teknik Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas ini dikerjakan untuk mengetahui seberapa besar konsistensi pengukuran apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap sebuah gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama juga (sugiyono). Reliabilitas diartikan indeks yang sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan dalam hal apa yang akan diukur. Teknik reliabilitas ini termasuk dalam syarat untuk melakukan pengujian validitas instrumen penelitian. Pengujian pada seluruh item pertanyaan pada penelitian ini akan menggunakan rumus koefisien Cronbach Alpha yaitu sebagai berikut :

$$r_{ac} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

#### Keterangan :

- $r_{ac}$  = Reliabilitas yang dicari  
 $k$  = Jumlah pertanyaan yang diuji  
 $\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian skor masing-masing item  
 $\sigma_t^2$  = Total varian

dari rumus tersebut, instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* > 0,06.

**Tabel 3.4**  
**Nilai Alpha Cronbach**

Nilai Cronbach Alpha	Tingkat Koefisien Reliabilitas
$0,80 < R_{11} \leq 1,00$	Reliabilitas sangat tinggi
$0,60 < R_{11} \leq 0,80$	Reliabilitas tinggi
$0,40 < R_{11} \leq 0,60$	Reliabilitas sedang
$0,20 < R_{11} \leq 0,40$	Reliabilitas rendah
$-1,00 < R_{11} \leq 0,20$	Reliabilitas sangat rendah

b. Validitas

Memiliki arti sejauh mana kecermatan dan ketetapan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur kevalidan sebuah instrumen penelitian atau kuisioner yang sudah di siapkan oleh peneliti. Instrumen dapat dikatakan valid, apabila instrumen atau pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk mengukur dalam sebuah penelitian yang dilakukan.

Untuk mengetahui setiap instrumen pertanyaan itu valid atau tidak valid harus memenuhi syarat sebagai berikut :

1. Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka instrumen dapat dikatakan valid.
2. Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ , maka instrumen dapat dikatakan tidak valid.

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data sebuah proses pendeskripsian data, dimana peneliti merubah data-data angka yang diperoleh menjadi sebuah narasi atau deskripsi agar mampu dipahami oleh pembaca atau khalayak. Pada penelitian ini menggunakan analisis regresif linear berganda, dimana setelah mengumpulkan data berupa skor yang diperoleh dari responden dan sumber data yang lain, maka peneliti merubahnya dengan mendeskripsikan angka-angka yang diperoleh tersebut menjadi kesimpulan yang menggambarkan tentang keadaan dan ciri responden penelitian serta keterkaitan antar variabel yang diteliti. Untuk mendeskripsikan data yang diperoleh pada setiap variabel penelitian, peneliti akan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengukur tingkat perolehan nilai pada variabel penelitian, apakah masuk dalam kategori sangat rendah, rendah, tinggi, atau sangat tinggi. Sebelum melakukan analisis data, data yang terkumpul harus dilakukan pengolahan terlebih dahulu, pengolahan data tersebut meliputi beberapa proses sebagai berikut :

**Tabel 3.5**  
**Perolehan Data**

No.	Jenis Data	Sumber Data	TPD
1.	Eksistensi konten tiktok pada akun @vmuliana di mahasiswa ilkom angkatan 19 dan 20	Responden	O
2.	Seberapa sering mahasiswa ilkom melihat konten tiktok @vmuliana	Responden	A

3.	Berubahnya gaya berkomunikasi mahasiswa ilmu komunikasi Angkatan 19 dan 20	Responden	A
4.	Meningkatnya motivasi mahasiswa pada mahasiswa ilkom angkatan 19 dan 20	Responden	A

**Keterangan :**

TPD = Teknik Pengumpulan Data

O = Observasi

A = Angket

Peneliti menggunakan Teknik analisis regresi linear berganda yang dapat diukur setelah melakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik merupakan langkah yang dipakai setelah melakukan tahapan uji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik memiliki Langkah sebagai berikut:

**1. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dipakai untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Tahapan uji asumsi klasik sebagai berikut:

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk menguji dalam model regresi dimana variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Billy Nugraha, *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linear Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (Pradina Pustaka, 2022).

- 1) Jika data yang dimiliki menyebar pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dikatakan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data yang dimiliki menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dikatakan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dipakai guna menguji ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dan residual dalam model regresi yang dipakai.

- 1) Jika terdapat pola tertentu, serta titik – titik membentuk pola yang teratur seperti gelombang melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan sudah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda ini dipakai untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Berikut rumus yang digunakan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

**Keterangan :**

Y = Gaya Komunikasi  
 $\alpha$  = Konstanta

- $\beta_1 \beta_2$  = Koefisien regresi dan masing-masing variabel
- $X_1$  = akun tiktok @vmuliana
- $X_2$  = motif penggunaan media sosial
- $e$  = *error estimate*

### 3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dipakai didalam penelitian ini memiliki tiga tahap meliputi uji persial (uji t), uji simultan (uji f), dan uji determinasi ( $R^2$ ).

#### a. Uji persial (uji t)

Uji persial untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh antar variabel yaitu pengaruh independen akun tiktok @vmuliana dan motif penggunaan media sosial terhadap variabel dependen gaya komunikasi mahasiswa. Dasar pengambilannya adalah nilai signifikan (sign.) < 0,05 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

#### b. Uji simultan (uji f)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel – variabel X terhadap variabel Y secara Bersama – sama.yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengaruh satu variabel  $X_1$  dan variabel  $X_2$  terhadap variabel Y. Dasar pengambilannya adalah nilai signifikan (sign.) < 0,05 dan nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$ .

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R_2$ )

Uji koefisien determinasi dipakai untuk menghitung seberapa jauh kesanggupan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai dari koefisien determinasi adalah nol (0) atau (1). Semakin besar atau tinggi suatu nilai koefisien semakin bagus. Pada uji ini menggunakan koefisien determinasi disesuaikan.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Prodi ilmu komunikasi merupakan salah satu program studi keilmuan yang ada di fakultas dakwah dan komunikasi uin sunan ampel Surabaya<sup>28</sup>. Prodi ilmu komunikasi ini lebih memfokuskan kajian pada pengembangan ilmu komunikasi melalui pengembangan konsep, teori, etika, metode penelitian, perspektif islam, dan menciptakan kompetensi di bidang enterprenuer, industry kreatif, dan konsultan media, membangun wawasan dan kemampuan analisis, kritis, kreatif, dan inovatif dalam rancangan dibidang keilmuan, industry komunikasi dan media berlandaskan nilai keislaman. Akreditasi dari program studi ilmu komunikasi “B”. Adapun visi dan misi dari prod ilmu komunikasi

Visi : Menjadi pusat pengembangan ilmu komunikasi yang unggul berdasarkan nilai – nilai keislaman Indonesia.

Misi : Menyelenggarakan Pendidikan dan pengajaran ilmu komunikasi yang berwawasan global dan islam Indonesia.

Mengembangkan riset ilmu komunikasi yang responsive terhadap perubahan

Melaksanakan pemberdayaan masyarakat di wilayah urban, sub – urban, dan ural dengan pendekatan ilmu komunikasi.

---

<sup>28</sup> <https://uinsby.ac.id/pages/245/profil-prodi-ilkom> diakses pada 26 Desember 2022, pukul 19.00

Struktur organisasi program studi ilmu komunikasi terdiri dari ketua program studi komunikasi dan sekretaris program studi ilmu komunikasi. Capaian dalam pembelajaran lulusan ilmu komunikasi yaitu mampu merealisasikan dan mengaplikasikan terapan ilmu komunikasi diantaranya dalam bidang fotografi, teknologi media dan jurnalistik. Kemudian, mampu mengembangkan dibidang kewirausahaan secara mandiri dibidang keilmuan komunikasi. Obyek pada penelitian ini memiliki kebiasaan dan juga program rutin dan wajib setiap harinya, mulai dari pagi hari hingga sore hari mahasiswa ilkom melakukan kegiatan belajar sesuai dengan jadwal mereka masing – masing. Mahasiswa ilmu komunikasi tidak berasal dari Surabaya dan sidoarjo saja melainkan berasal dari bergai kota yang ada Indonesia. Dari pengamatan peneliti mengenai kegiatan komunikasi mahasiswa setiap harinya berjalan dengan lancar mereka saling berkomunikasi antarsesama dengan baik, bercanda, berdiskusi, dan bertukar pikiran seputar perkuliahan dan kehidupan mereka.

## **B. Penyajian Data**

Data yang disajikan adalah hasil yang diperoleh dari kuesioner yang telah disebar kepada mahasiswa ilmu komunikasi Angkatan 19 dan 20. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 257 mahasiswa, dengan sampel sejumlah 60 yang didapatkan dengan melakukan riset pendahuluan. Kuesioner ini memiliki 30 pertanyaan diantaranya, ada 10 pertanyaan untuk variabel ( $X^1$ ), 10 pertanyaan untuk ( $X^2$ ), dan 10 pertanyaan untuk (Y). Peneliti menggunakan skala likert sebagai alat pengukur dalam penelitian ini. Tidak ada jawaban benar atau salah, dan pada setiap pertanyaan ada nada 5 alternatif jawaban

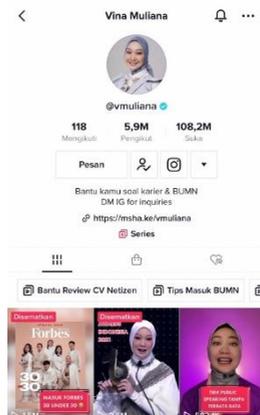
berbeda. Yaitu, sangat benar (5), benar (4), cukup benar (3), kurang benar (2), sangat tidak benar (1).

Sebelum data disajikan peneliti juga menentukan karakteristik responden. Berdasarkan hasil dari pengujian data kuesioner responden yang telah disebar melalui riset pendahuluan sehingga telah diketahui hasil gambaran pada kuesioner karakteristik responden yang menjadi sampel penelitian yaitu mahasiswa uin sunan ampel Surabaya Angkatan 19 dan 20 prodi ilmu komunikasi, mahasiswa atau mahasiswi aktif semester 5 dan 7, mengikuti dan mengetahui akun tiktok @Vmulliana, yang melihat konten @vmuliana

## 1. Karakteristik Responden

Peneliti menentukan karakteristik sesuai dengan subjek yang ingin diteliti. Karakteristik yang digunakan mulai dari yang mengetahui dan mengikuti akun @vmuliana, Angkatan, jenis kelamin, dan semester. Peneliti menyebarkan kuesioner dengan total 60 responden. Berikut karakteristik responden yang akan dianalisa.

- a. Responden yang mengetahui dan mengikuti akun tiktok @vmuliana



**Tabel 4.1**  
**responden yang mengikuti**  
**dan mengetahui akun @vmuliana**

No	Mengikuti dan mengetahui akun @vmuliana	presentase	jumlah
1.	Ya	78,2%	61
2.	Tidak	21,8 %	17
	Total	100%	78

Berdasarkan data yang diperoleh dari riset pendahuluan seperti diagram diatas dapat diketahui bahwa dari total 78 responden terdapat 78,2% responden yang mengetahui dan mengikuti akun tiktok @vmuliana, dan terdapat 21,8% yang tidak mngetahui dan mengikuti akun tiktok @vmuliana. Jadi, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas responden yang mengetahui dan mengikuti akun tiktok @vmuliana tersebut.

- b. Angkatan responden

**Tabel 4.2**  
**Diagram Angkatan responden**

No	Angkatan	Presentase	Jumlah
1.	2019	75%	45
2.	2020	25%	15
	Total	100%	60

Berdasarkan data yang diperoleh dari diagram diatas dapat diketahui bawah dari total 60 responden terdapat 75% responden yang berasal dari mahasiswa Angkatan 2019, dan terdapat 25% responden yang berasal dari mahasiswa Angkatan 2020. Jadi, dapat disimpulkan bawah responden dari penelitian ini didominasi oleh responden yang berasal dari mahasiswa Angkatan 2019.

c. Jenis kelaminin responden

**Tabel 4.3**  
**Jenis kelamin**

No	Jenis kelamin	Presentase	Jumlah
1.	Perempuan	90%	50
2.	Laki – laki	10%	10
	Total	100%	60

Berdasarkan diagram diatas diketahui bahwa dari 60 responden terdapat 90% responden yang berjenis kelamin perempuan dan 10% yang berjenis kelamin laki – laki. Sehingga, dapat disimpulkan bawah responden dari penelitian ini kebanyakan dari responden yang berjenis kelamin perempuan.

d. Semester responden

**Tabel 4.4**  
**Semester Responden**

No	Semester	presentase	Jumlah
1.	Semester 7	75%	45
2.	Semester 5	25%	15
	Total	100%	60

Pada tabel diatas diketahui bahwa semester responden dari 60 responden yang didapat, semester 7 sejumlah 45 responden, dan semester 5 sejumlah 15 responden. Jadi, pada penelitian ini responden paling banyak berasal dari mahasiswa semester 7.

**C. Uji Reliabilitas dan Validitas Instrumen Penelitian**

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mencari tahu kevalidan butir pertanyaan yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur data. Penentuannya berdasarkan ketentuan berikut

Jika  $\text{sig} < 0,05$  atau  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  maka dinyatakan Valid

Jika  $\text{sig} > 0,05$  atau  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  maka dinyatakan tidak valid

Nilai  $r \text{ tabel}$  pada penelitian ini adalah 0,250

Hasil Uji Validitas variabel akun tiktok @vmuliana (X1)

**Tabel 4.5**  
**Uji Validitas X1 Akun Tiktok @Vmulliana**

<b>Item</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
X1.1	0,817	0,250	VALID
X1.2	0,803	0,250	VALID
X1.3	0,629	0,250	VALID
X1.4	0,838	0,250	VALID
X1.5	0,813	0,250	VALID
X1.6	0,787	0,250	VALID
X1.7	0,808	0,250	VALID
X1.8	0,852	0,250	VALID
X1.9	0,793	0,250	VALID
X1.10	0,647	0,250	VALID

Hasil Uji Validitas variabel motif penggunaan media sosial @vmulliana (X2)

**Tabel 4.6**  
**Uji Validitas X2 Motif Penggunaan Media Sosial**

<b>Item</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
X2.1	0,705	0,250	VALID
X2.2	0,758	0,250	VALID
X2.3	0,622	0,250	VALID
X2.4	0,535	0,250	VALID

X2.5	0,833	0,250	VALID
X2.6	0,866	0,250	VALID
X2.7	0,785	0,250	VALID
X2.8	0,816	0,250	VALID
X2.9	0,811	0,250	VALID
X2.10	0,705	0,250	VALID

Hasil Uji Validitas variabel gaya komunikasi mahasiswa (Y)

**Tabel 4.7**  
**Uji Validitas Y Gaya Komunikasi Mahasiswa**

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,665	0,250	VALID
Y.2	0,695	0,250	VALID
Y.3	0,678	0,250	VALID
Y.4	0,848	0,250	VALID
Y.5	0,811	0,250	VALID
Y.6	0,777	0,250	VALID
Y.7	0,839	0,250	VALID
Y.8	0,796	0,250	VALID
Y.9	0,760	0,250	VALID
Y.10	0,639	0,250	VALID

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas, diketahui item – item pernyataan setiap variabel telah diisi sebanyak 60 responden. Untuk menyatakan valid atau tidaknya item pernyataan, maka perlu mengetahui nilai r tabel. Adapun rumus r tabel sebagai berikut.

$$\begin{aligned} Df &= N - 2 \\ &= 60 - 2 \\ &= 58 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan dari ketiga tabel di atas menunjukkan semua nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel 0,250 maka dapat dinyatakan bahwa setiap butir pertanyaan yang digunakan pada setiap variabel valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar konsistensi pengukuran apabila dilakukan sebanyak dua kali atau lebih terhadap sebuah gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama juga.

**Tabel 4.8**  
**Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Nilai cronbach alpha</b>	<b>keterangan</b>
Akun Tiktik @vmuliana	0,928	VALID

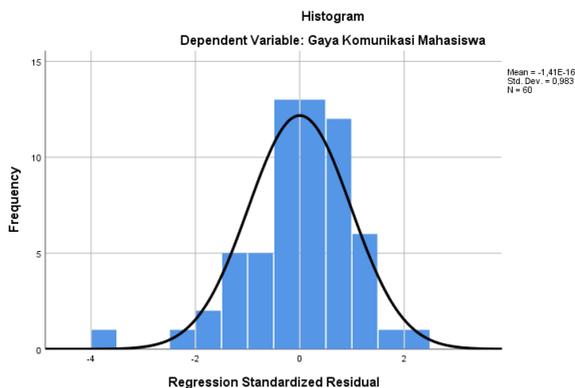
Motif Penggunaan Media Sosial	0,911	VALID
Gaya Komunikasi Mahasiswa	0,912	VALID

Berdasarkan dari uji reliabilitas diatas instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* > 0,06, maka dilihat dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa instrumen dikatan reliabel karena bernilai 0,962 sehingga lebih dari 0,06.

### 3. Uji Normalitas

Dalam tahap ini digunakan untuk menacaritahu bagaimana sebaran koisioner yang dilakukan, apakah sudah terdistribusi secara normal ataupun tidak melalui 2 grafik sebagai berikut.

#### a. Grafik Histogram

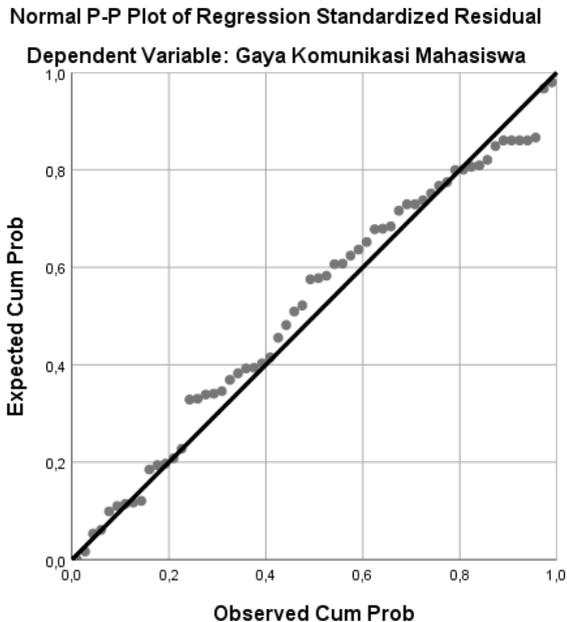


Gambar 4 grafik histogram

Dengan pengambilan keputusan apabila grafik pada histogram memberikan pola distribusi cenderung kekanan atau kearah angka positif, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal. Sedangkan apabila grafik mengarah pada angka negatif maka dikatakan distribusi data tidak normal.

Pada grafik tersebut grafik mengarah kekanan maka distribusi dikatakan normal.

b. Grafik P-Plot



Gambar 5 grafik p-plot

Dasar penentuan pada grafik ini apabila titik tersebar mendekati garis diagonal maka dapat dinyatakan bahwa model regresi memenuhi normalitas, sedangkan apabila

menjauh dari garis diagonal maka model regresi dinyatakan tidak memenuhi normalitas.

Pada tabel grafik tersebut terlihat bahwa titik tersebar mendekati garis diagonal maka dapat dinyatakan model regresi pada penelitian ini memenuhi normalitas.

#### **D. Pengujian Hipotesis**

Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh akun tiktok @vmuliana dan motif penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi mahasiswa 19 dan 20 prodi ilmu komunikasi uin sunan ampel Surabaya, maka peneliti menyajikan olahan data antara variabel  $X^1, X^2$  dan  $Y$  yang berasal dari penyebaran angket. Setelah menyajikan olahan data, maka selanjutnya adalah melakukan proses-proses perhitungan data yang menggunakan bantuan program statistik SPSS versi 25.0.

##### **1. Uji T**

Uji ini berfungsi untuk membandingkan  $t$  hitung dengan  $t$  tabel yang digunakan untuk menguji hubungan antara masing masing variabel bebas dengan variabel terikat

Untuk uji T ini peneliti menggunakan dasar pengambilan keputusan :

Jika  $\text{sig} < 0,05$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka terdapat pengaruh

Jika  $\text{sig} > 0,05$  atau  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , maka tidak terdapat pengaruh

$T$  tabel pada penelitian ini adalah 1,671

X1 terhadap Y (Akun tiktok @vmuliana terhadap gaya komunikasi)

**Tabel 4.9**  
**Uji T X1**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,955	4,956		1,807	,076
	Akun Tiktok @vmuliana	,698	,115	,623	6,071	,000

a. Dependent Variable: Gaya Komunikasi Mahasiswa

Berdasarkan pada tabel ini menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 6,071 sehingga lebih besar dibandingkan nilai t tabel yang didapat yaitu 1,671. Begitu juga untuk taraf signifikansinya menunjukkan nilai 0,000 lebih kecil dibandingkan 0,05. Sehingga terdapat pengaruh pada variabel X1 dengan Variabel Y.

Sehingga pada tabel ini menyatakan bahwa Ha diterima H0 ditolak sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh variabel akun tiktok @vmuliana terhadap gaya komunikasi secara signifikan.

X2 terhadap Y (Motif Penggunaan Media Sosial terhadap Gaya Komunikasi),

**Tabel 4.10**  
**Uji T X2**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,250	4,005		1,311	,195
	Motif Penggunaan Media Sosial	,792	,094	,743	8,458	,000

a. Dependent Variable: Gaya Komunikasi Mahasiswa

Berdasarkan pada tabel ini menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 8,458 sehingga lebih besar dibandingkan nilai t tabel yang didapat yaitu 1,671. Begitu juga untuk taraf signifikansinya menunjukkan nilai 0,000 lebih kecil dibandingkan 0,05. Sehingga terdapat pengaruh pada variabel X2 dengan Variabel Y.

Sehingga pada tabel ini menyatakan bahwa  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh motif penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi secara signifikan.

## 2. Uji F

Uji f ini berfungsi untuk menguji antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y, apakah ada pengaruh secara bersamaan antara variabel tersebut.

Jika  $\text{sig} < 0,05$  atau  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ , maka terdapat pengaruh  
 Jika  $\text{sig} > 0,05$  atau  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ , maka tidak terdapat pengaruh

F tabel pada penelitian ini adalah 2,769

**Tabel 4.11**  
**Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1665,273	2	832,636	35,553	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1334,910	57	23,419		
	Total	3000,183	59			
a. Dependent Variable: Gaya Komunikasi Mahasiswa						
b. Predictors: (Constant), Akun Tiktok @vmuliana, Motif Penggunaan Media Sosial						

Berdasarkan Jadi dapat dilihat nilai f pada tabel di atas menunjukkan angka 35,553 lebih besar dibandingkan nilai f tabel 2,769. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh secara bersamaan antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y. Sehingga pada tabel ini menyatakan bahwa  $H_0$  diterima  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh akun tiktok @vmuliana dan motif penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi ilmu komunikasi secara signifikan.

**Tabel 4.12**  
**Uji Determinasi**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,745 <sup>a</sup>	0,555	0,539	4,83937
a. Predictors: (Constant), Akun Tiktok @vmuliana, Motif Penggunaan Media Sosial				

Berdasarkan koefisien determinasi pada variabel yang diujikan dapat dilihat pada kolom R square, maka pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Variabel Y sebesar 55,5% dimana tergolong dalam angka sedang

### **E. Pembahasan Hasil Penelitian**

#### **1. Perspektif Teoretis**

Perspektif teoretis atau sudut pandang melalui teori yang merupakan analisis hasil penelitian menggunakan sudut pandang teori ilmiah yang sudah ditentukan dan memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini peneliti mengambil teori uses and gratification dan teori dependency. Dalam teori uses and gratification mengatakan bahwa para khalayak media merupakan khalayak yang aktif dan mampu dipengaruhi oleh media, dimana mereka berhak untuk memilih informasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

<sup>29</sup> Sehingga khalayak aktif bebas dalam berinteraksi

---

<sup>29</sup> Humaizi, "Uses and Gratification Theory", Medan : USU press, 2018, hal 1-2.

dan berekspresi dengan media yang mereka gunakan serta mereka harus mampu dan wajib untuk menginterpretasi pesan yang mereka terima.

Melihat dari akun tiktok @vmuliana dalam uji hipotesis mampu mempengaruhi gaya komunikasi mahasiswa, jika dilihat dari sudut pandang teori U&G ini tepat karena sifat khalayak adalah aktif, mampu memilih, memilah dan menentukan kebutuhan konsumsi media mereka masing-masing, sehingga konten pada akun tiktok @vmuliana ini mampu dengan mudah mempengaruhi khalayak yang dengan sengaja mengkonsumsinya. Dengan kata lain bisa dikatakan bahwa khalayak memilih sendiri media untuk mempengaruhi dirinya sendiri dengan sengaja.

Dalam konteks motif penggunaan media sosial dan gaya komunikasi dirasa sangat tepat karena, efek yang diterima atau disebabkan dari motif seseorang dalam menggunakan dan memilih media sosial terhadap pembentukan gaya komunikasi pada yang mengkonsumsi media tersebut, motif khalayak disini bermacam-macam, mulai dari hanya sebagai hiburan, sengaja mencari informasi, atau sebagai media belajarnya, sehingga efek yang ditimbulkan juga berasal dari motif atau niatan yang mendorong khalayak untuk menggunakan media tersebut sebagai pemenuh kepuasan dan kebutuhan diri mahasiswa ilmu komunikasi.<sup>30</sup>

Dalam teori dependency mengatakan bahwa semakin seseorang bergantung pada suatu media untuk memenuhi kebutuhannya maka semakin sering dan

---

<sup>30</sup> A.M Morissan, "Periklanan komunikasi pemasaran terpadu", Jakarta : Penerbit Kencana, 2010, hal. 77.

intens seseorang menggunakan media sosial tersebut<sup>31</sup>. Hal ini dirasa sangat umum dalam penggunaan media sosial yang menjadikan itu sangat penting bagi seseorang. Ini terjadi bukan karena semua media atau sumber yang kuat dalam mendorong hal tersebut tetapi, media bekerja sesuai dengan cara tertentu untuk memenuhi keinginan khalayak.

Dari analisa uji hipotesis yang dilakukan menghasilkan hipotesis alternatif (HA) diterima, dimana terdapat pengaruh akun tiktok @vmuliana dan motif penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi mahasiswa Angkatan 19 dan 20 prodi ilmu komunikasi uinsa, asumsi itu dibenarkan dengan pemaparan teori diatas dimana gaya komunikasi dapat terbentuk sesuai dengan kebiasaan konsumsi media setiap individu, begitu juga alasan atau motiv setiap orang menggunakan media mampu mempengaruhi gaya komunikasinya.

## 2. Perspektif Islam

Perspektif islam dalam sebuah tatanan kehidupan harus menyeimbangkan dengan elemen - elemen yang ada agar semuanya berjalan dengan baik dan sesuai harapan, begitu juga mengenai penggunaan tiktok pada umumnya semua memiliki dampak positif dan negative bagi pengguna dan penontonnya. Tidak hanya itu, Adapun akun tiktok yang sering menggunakan untuk berbagi informasi, tips dan trik dan sebagainya. Seperti, vina muliana yang selalu membagikan konten tiktok dengan hal positif dan

---

<sup>31</sup> Rafiq. M, "Dependency Theory", Jurnal Hikmah, Vol. 7, No. 01, januari 2012, hal. 11

selalu memberikan informasi bagi followersnya dan penonton lainnya. Tiktok sebagai media berbagi informasi telah disebutkan dalam firman Allah SWT. Dalam QS. Al-Hujurat :6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا  
بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Terjemahannya :

*“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.”*

Dalam ayat di atas menjelaskan bahwa kita sebagai umat Islam harus berhati – hati dalam menerima informasi. Karena informasi sangat penting dalam menentukan sebuah proses pengambilan informasi. Menyampaikan informasi yang terdapat dalam Alquran, sedangkan di zaman yang modern ini media sosial atau media baru juga dapat berperan penting sebagai penyampaian informasi sebagaimana Tiktok juga dapat digunakan sebagai alat untuk berbagai informasi yang bermanfaat.

Motif penggunaan media sosial yang mendorong seseorang untuk menggunakan media tersebut dalam hal apapun. Ketika menggunakan media sosial tersebut juga harus memperhatikan etika yang ada yaitu seperti menyampaikan informasi sesuai fakta yang ada, tidak berbagi informasi yang sembarangan, tidak berkomentar yang jelek, selalu

menghargai hak cipta<sup>32</sup>. Menurut pandangan MUI bahwa dalam menggunakan media sosial<sup>33</sup> hukumnya haram, hukumnya diharamkan apabila sosial media digunakan sebagai keburukan atau kemudhrotan seperti menggibah, menyebarkan berita – berita palsu, melakukan bulliyng terhadap orang lain, mencarai hal – hal buruk dan lain sebagainya. Namun, sebaliknya jika motif menggunakan media sosial ini digunakan sebagai hal baik maka hukumnya menjadi sah sah saja selagi tidak menimbulkan kerugian orang lain dan diri kita sendiri.

Dalam perspektif islam sebuah penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan harus disampaikan dengan sesuai seperti prinsip – prinsip yang terkandung dalam alquran dan sunnah. Dalam berbagai macam literatur tentang komunikasi kita dapat mengetahui enam jenis gaya bicara atau pembicaraan (qaulan) yang terkategori sebagai kaidah, prinsip, atau komunikasi islam, yaitu qaulan sadida, qaulan baligha, qaulan ma'rufa, qaulan karima, qaulan layinan dan qaulan maysura.<sup>34</sup> Komunikasi harus menyampaikan serta menginformasi secara aktual tentang kebenaran yang ada.

Dalam kegiatan berkomunikasi, komunikan harus memperhatikan gaya komunikasi yang

---

<sup>32</sup> Helmi Ilyas Muhammad “Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial”, Yogyakarta, 2019

<sup>33</sup> [https://www.kominfo.go.id/content/detail/9824haram-dan-dilarang-dilakukan-di-medsos-menurut-mui/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/9824haram-dan-dilarang-dilakukan-di-medsos-menurut-mui/0/sorotan_media) diakses pada 27 desember 2022, pukul 12.00

<sup>34</sup> <http://repository.uinsu.ac.id/145/5/BAB%20II.PDF> diakses pada 27 desember 2022, pukul 11.16

digambarkan dalam al-quran dan hadist seperti memulai dan mengakhiri pembicaraan dengan mengucapkan salam “assalamu’alaikum”, berbicara dengan lembut, menggunakan perkataan yang baik yang dapat menyenangkan hati, menyebutkan hal – hal yang baik terhadap lawan bicaranya, menyesuaikan bahasa dan isi, mempertimbangkan pandangan dan pikiran orang lain.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis yang telah dilakukan mengenai “pengaruh akun tiktok @vmuliana dan motif penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi mahasiswa angkatan 19 dan 20 prodi ilmu komunikasi uin sunan ampel surabaya”, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil Uji T dan Uji F yang telah dilakukan pada penelitian ini, diperoleh dari Uji (Thitung > Ttabel) X1 sebesar  $6,071 > 1,671$  dan X2 sebesar  $8,458 > 1,671$  dan Uji F (Fhitung > Ftabel) sebesar  $35,553 > 2,769$  Hasil dari kedua uji yang berarti H1 diterima sedangkan H0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh antara pengaruh akun tiktok @vmuliana dan motif penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi mahasiswa ilmu komunikasi secara bersamaan.
2. Hasil dari uji Rsquare ditemukan bahwa akun tiktok @vmuliana dan motif penggunaan media sosial ini memiliki pengaruh sebesar 0,555, hal itu menyatakan bahwa besaran variabel akun tiktok @vmuliana dan juag variabel motif penggunaan media sosial mampu mempengaruhi gaya komunikasi mahasiswa ilmu komunikasi secara signifikan sebesar 55,5%.
3. Uji hipotesisi secara parsial juga menyatakan bahwa ada pengaruh antara akun tiktok @vmuliana terhadap gaya komunikasi mahasiswa, dan ada pengaruh signifikan antara motif

penggunaan media sosial terhadap gaya komunikasi mahasiswa

## **B. Saran dan Rekomendasi**

1. untuk pembaca dapat digunakan sebagai acuan dalam menggunakan media sosial, memilih dan memilah ketika menggunakan media soisal.
2. Untuk pengikut akun @vmuliana, bisa dijadikan sebagai bahan bacaan dan refrensi dalam bidang komunikasi.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai refrensi atau acuan untuk penelitian serupa selanjutnya, dengan keterbatasan kemampuan yang dimiliki peneliti maka, untuk penelitian selanjutnya mungkin bisa lebih dikembangkan lagi mengenai pembahasan.

## **C. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini, ada beberapa kekurangan

1. Penelitian ini hanya mengambil variabel pengaruh akun tiktok dan juga motif penggunaan media sosial dalam mempengaruhi komunikasi mahasiswa sedangkan ada banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi komunikasi mahasiswa, namun dengan keterbatasan waktu penelitian dan kemampuan peneliti maka peneliti hanya mengambil dua faktor tersebut.
2. Dalam penelitian ini, peneliti merasa kurang merata dalam menyebarkan kuisisioner kepada mahasiswa ilmu komunikasi UINSA.

Peneliti sadar bila kualitas penulisan dan penyajian data masih jauh dari kata sempurna maka peneliti dengan suka hati menerima kritik untuk menjadi koreksi diri pribadi peneliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhsan F & Ramadhan M, “Motif komunikasi bermedia pada penyandang disabilitas,” Vol.7, No.2, Agustus 2022, page 4536
- Ardianto E, Komala L & Karlinah S, “ komunikasi massa suatu pengantar edisi revisi,” Bandung, Simbiosis Rekatama Media
- Assyifah F, “Pengaruh penggunaan media sosial tiktok terhadap pengungkapan diri (self disclosure) siswi sekolah menengah kejuruan negeri (SMKN) 10 kota Bekasi,” Skripsi, Jurusan komunikasi penyiaran Islam fakultas dakwah dan komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, 2021, 31.
- A.M Morissan, “Periklanan komunikasi pemasaran terpadu”, Jakarta : Penerbit Kencana, 2010, hal. 77.
- Billy Nugraha, Pengembangan Uji Statistik: Implementasi *Metode Regresi Linear Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (Pradina Pustaka, 2022).  
[https://books.google.co.id/books/about/pengembangan\\_uji\\_statistik.html](https://books.google.co.id/books/about/pengembangan_uji_statistik.html)
- Bandung Conference Series : Public Relation, “Pengaruh Konten Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Komunikasi, Vol.2, No.2, 2022
- Dr. Humaizi, “Uses and Gratification Theory”, Medan : USU press, 2018, hal 1-2.

- Erwin Juarsa “Gaya Komunikasi Pemimpin Divisi MIS PT. Trias Sentosa Tbk Krian”, Jurnal Ilmu Komunikasi (online), Vol 4, No.1, diakses pada Desember 2022 dari <https://media.neliti.com/media/publication/82981-ID-gaya-komunikasi-pemimpin-divisi-mis-pt-t.pdf>
- Fauzi Muchamad, “Metode Penelitian Kuantitatif” (Semarang, Walisongo Press, 2009) Hal 165
- Helmi Ilyas Muhammad “ Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial”, skripsi, jurusan komunikasi penyiaran islam fakultas dakwah dan komunikasi uin sunan kalijaga, Yogyakarta, 2019
- INews.Id “Cerita Vina Muliana, dari Iseng Bikin Konten Hingga Dapat Tiktok Awards”. 22 April 2022, (diakses pada tanggal 5 desember 2022, pukul 20.00).
- Jurnal Komunikologi, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 di universitas Negeri Jakarta”, Vol. 18. No. 2, September 2021
- Jurnal Koneksi, “Pengaruh Motif Penggunaan Media Sisoal Instagram @sisilism Terhadap Kepuasan Followers Terkait Sex Education”, Vol. 3, No. 1, Juli 2019
- Kurnia Hans, nauvaliana, irwansyah, “*Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification*”, Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis, fakultas ilmu sosial dan politik universitas indonesia Vol.3 No.1, 31 januari 2021, Hal 93

- Liany A, "motif penggunaan media sosial tiktok dikalangan anak – anak," skripsi, jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik universitas Muhammadiyah malang, 2021, 8.
- Nitin pratiwi bayu "analisis gaya komunikasi ahmad faiz Zainuddin", ejournal ilmu komunikasi, Vol. 5, No.3, 2017, hal. 379
- Nurudin, "Pengantar Komunikasi Massa", Jakarta : PT Raja Persada, 2007, hal 192.
- Rafiq. M, "Dependency Theory", Jurnal Hikmah, Vol. 7, No. 01, januari 2012, hal. 11 <http://repo.iain-padangsidempuan.ac.id/199/1/135-408-1-PB.pdf>
- Setyawati natalia "Motif Masyarakat Surabaya dalam Menonton Acara Berita Kriminal Kecrek MHHTV" Junarl E-Komunikasi (online). VOL 3. NO 1, 2005. Hal 3. <https://media.neliti.com/publivation/79657-ID-motif-masyarakat-surabaya-dalam-menonton.pdf>
- Usrina N, "Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur'an R-Risalah" Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2021
- Zelminizar, "problematika penggunaan akun media sosial Instagram sebagai objek jaminan," Skripsi, jurusan ilmu hukum fakultas hukum universitas islam Indonesia, 2019