



## Konsep Diri Pengguna Media Sosial TikTok pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi

Endah Iri Aryani<sup>1)</sup>, Isni Reniati<sup>2)</sup>

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

[2290190053@untirta.ac.id](mailto:2290190053@untirta.ac.id)<sup>1)</sup>

[2290190052@untirta.ac.id](mailto:2290190052@untirta.ac.id)<sup>2)</sup>

### Abstract

*The use of social media TikTok focuses on its users where users are free to express themselves. It is interesting to study what forms the self-concept of its users, specifically among students of Sociology Education at Sultan Ageng Tirtayasa University. The purpose of this study is to find out how individuals adjust their self-concepts based on constructions prevailing in society and see how TikTok social media affects individual self-concepts. The research technique used a phenomenological design and data collection techniques by means of observation and in-depth interviews. The informant selection technique uses a purposive technique. The results showed that there was a development of self-concept of students' actions, thoughts (self), and society (society) in the use of TikTok social media through a process of adaptation and imitation. So that the formation of self-identity produces products (TikTok video content) as the realization of self-reflection on students and community reflection on students of Sociology Education. Indirectly, TikTok social media influences the formation of Sociology Education students' self-concepts.*

Keywords: *Self Concept, Social Media, TikTok*

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa perubahan besar bagi kehidupan masyarakat. Hal ini ditandai dengan perkembangan digitalisasi atau yang lebih dikenal sebagai era digital. Hadirnya digitalisasi membawa *platform* berbagai jaringan media sosial yang menarik perhatian setiap warganet. Wijaya (2015) menyebutkan terdapat beberapa media sosial dengan pemakaian tertinggi di masyarakat yaitu *TikTok, Facebook, Twitter, Skype, WhatsApp, Instagram*, dan lain-lain. Dari beberapa media sosial tersebut, sejak tahun 2018 hingga saat ini aplikasi TikTok menjadi aplikasi yang paling populer dan diminati.

Aplikasi TikTok menjadi salah satu *platform* media sosial dengan pertumbuhan yang pesat. Aplikasi ini memungkinkan pengguna dengan memberikan berbagai efek yang spesial dan menarik seperti, video tren, musik, dan efek dengan durasi 15-60 menit, aplikasi juga dilengkapi dengan adanya fitur-fitur pelengkap guna memudahkan setiap pengguna dalam mengedit, menonton dan mengunggah video. Aplikasi TikTok yang dikenal dengan nama awal Douyin yang berasal dari Cina dan dikembangkan oleh Zhang Yiming pada Maret 2012 (Putri, 2021). Dibawah naungan perusahaan Byte Dance pada bulan September 2016 aplikasi ini resmi diluncurkan untuk pertama kali hingga saat ini aplikasi ini menjadi salah satu aplikasi yang populer di seluruh dunia termasuk di Indonesia selama 2 tahun terakhir, mulai dari tahun 2018 (Wandi, 2020).

Pada tahun 2018 sebagaimana yang terdapat di dalam penelitian Adwiyah (2020: 135) aplikasi ini, dinobatkan sebagai aplikasi terbaik dan paling menghibur di Play Store. Aplikasi ini banyak digemari oleh setiap kalangan seperti anak kecil, remaja, dewasa, bahkan lansia yang merasa membutuhkan hiburan. Namun, terlepas dari dampak dan hal positif yang ditawarkan oleh TikTok, dimana selain sebagai aplikasi yang menghibur aplikasi ini digunakan oleh berbagai tingkatan umur dan tidak menutup



kemungkinan terdapat beberapa konten yang bersifat negatif atau tidak pantas bagi sebagian umur. Hal ini menjadi alasan pemerintah yang awalnya memblokir aplikasi TikTok pada Juli 2018 oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Namun, tidak berselang lama aplikasi ini dibuka kembali dalam kurun waktu seminggu mulai dari 3-10 Juli 2018.

Ledakan kepopuleran aplikasi TikTok turut dirasakan oleh mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi, dimana mahasiswa ikut serta baik dalam menikmati dan membuat konten-konten dengan keluarga, pacar, dan sesama teman dengan menggunakan efek, video dan musik yang sedang tren di aplikasi TikTok atau yang dikenal dengan video "Jedag-jedug". Aplikasi ini secara sederhana menampilkan bagaimana perasaan dan emosional yang dirasakan pengguna. Sebagai media perantara yang dapat menampilkan apa yang dirasakan, dilalui, disukai, dan tidak disukai oleh pengguna.

Setiap manusia tentunya memiliki perasaan, sikap, emosi, keyakinan dan melakukan tahap pencarian jati diri atau yang dikenal dengan istilah konsep diri. William D. Brooks dalam buku Jalaluddin Rakhmat yang berjudul Psikologi Komunikasi (Fauziah, 2019) mendefinisikan konsep diri sebagai sebuah pandangan dan perasaan mengenai apa yang ada dalam diri individu yang diperoleh dari berdasarkan pengalaman dan interaksi dengan orang lain. sebagaimana pada individu umumnya yang memiliki perasaan, keyakinan, pandangan hidup, dan kebutuhan baik jasmani dan rohani, begitu pula dengan Mahasiswa Pendidikan Sosiologi pengguna TikTok yang dari beberapa hasil wawancara melihat aplikasi ini dari sudut yang positif sebagai sarana hiburan, sumber informasi dan pengetahuan, serta ajang dalam menampilkan diri pada khalayak guna mendapatkan tanggapan, respon, dan pengakuan dari masyarakat.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini, pada penelitian terdahulu yang relevan oleh Hasny, Shavira, dan Irwansyah (2021), dengan judul "Eksplorasi Konsep Diri Para Pengguna TikTok dalam Memenuhi *Social Needs* pada *Uses* dan *Gratification*". Penelitian ini menunjukkan bagaimana eratnya dampak TikTok bagi pembentukan konsep diri bagi pengguna dilihat dari penyaluran kepercayaan diri bagi pengguna melalui komentar, konten, dan hiburan bagi individu. Pada penelitian terdahulu yang relevan oleh Mustaqimamah & Dian (2021) dengan judul "Konsep Diri Generasi Z Pengguna TikTok di Kabupaten Rokan Hulu". Dalam penelitian ini menjelaskan bagaimana pengguna menjadikan aplikasi TikTok sebagai media untuk ketenaran diri sebagai bentuk kepuasan bagi individu. Serta penelitian terdahulu lainnya oleh Novita, Kusuma, Oktavianti (2020) dengan judul "Pengguna Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi TikTok)". Dalam penelitian ini, peneliti menggambarkan bagaimana aplikasi ini diminati oleh berbagai tingkatan umur. Yang mana hal ini juga memengaruhi seberapa sering atau durasi dalam penggunaan TikTok bagi pengguna.

Dari ketiga penelitian terdahulu tersebut, terdapat beberapa kesamaan antara penelitian yang satu dan penelitian lainnya, yaitu bagaimana besarnya pengaruh aplikasi TikTok bagi setiap masyarakat yang tidak terbatas oleh rentan umur setiap individu. Aplikasi ini dimanfaatkan oleh setiap pengguna sebagai hiburan dan kepuasan jati diri dari hasil pujian, tanggapan dan pengakuan khalayak masyarakat. Namun, dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan menyebutkan bagaimana aplikasi TikTok membentuk konsep diri pada individu baik secara proses, faktor dan dampak yang disebabkan dan juga beberapa penelitian terdahulu membahas konsep diri secara menyeluruh dan dilihat dari aspek kajian ilmu psikologi sebagai alat analisis. Untuk itu, berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini dilakukan sebagai kebaruan apa yang belum terjawab dari beberapa penelitian sebelumnya mengenai bagaimana aplikasi TikTok memengaruhi konsep diri individu. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa/i Pendidikan Sosiologi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dengan melihat bagaimana individu menyesuaikan konsep diri berdasarkan konstruksi yang berlaku di masyarakat dan melihat bagaimana media sosial TikTok memengaruhi konsep diri individu. Disesuaikan dengan teori George Herbert Mead mengenai Interaksionisme Simbolik sebagai alat analisis dalam aspek kajian ilmu Sosiologi yang merupakan salah satu teori yang menjelaskan konsep diri dengan beberapa ide gagasan utama yaitu, Tindakan, *Mind*, *Self*, dan *Society* yang akan menentukan bagaimana seorang mahasiswa dalam melakukan langkah selanjutnya.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain fenomenologi. Sumber data utama dalam penelitian yaitu hasil wawancara mendalam dengan mahasiswa dan mahasiswi Pendidikan Sosiologi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa sebagai informan pengguna media sosial TikTok. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara



mendalam semi terstruktur dimana peneliti membuat instrumen penelitian sesuai dengan teori sosiologi sebagai alat analisis penelitian dengan mengembangkan pertanyaan yang telah dibuat ketika berada di lokasi penelitian. Teknik penentuan informan menggunakan teknik *purposive* dimana penelitian ini mengklasifikasikan penentuan informan dengan melihat latar belakang serta menyesuaikan dengan syarat yang telah ditetapkan peneliti. Terdapat syarat penentuan informan yakni (1) mahasiswa/i Pendidikan Sosiologi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa semester 2, 4, dan 6, dan (2) pengguna aktif media sosial TikTok sebagai pembuat konten (*content creator*). Kriteria tersebut digunakan sebagai salah satu syarat utama dalam pemilihan informan agar sesuai dengan tema penelitian yang dipilih. Peneliti menentukan satu orang sebagai informan kunci yaitu mahasiswi semester 6 Pendidikan Sosiologi yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Sementara, untuk informan utama yaitu empat orang mahasiswa/i yang sesuai dengan kriteria yang telah disebutkan.

Teknik keabsahan data dilakukan dengan cara triangulasi data dan *review* informan, dimana peneliti melakukan wawancara mendalam dengan informan lebih dari satu untuk memperoleh kejenuhan data serta peneliti melakukan pengkajian ulang data dengan data yang diperoleh dari informan. Selain itu, teknik analisis data penelitian dengan cara teknik analisis interaktif yakni terdapat langkah-langkah siklus reduksi atau penyortiran data, penyajian data dan membuat kesimpulan. Sesuai dengan pendapat Miles dan Huberman, analisis data penelitian dilakukan melalui empat tahapan, yakni (1) mengumpulkan data penelitian, (2) menyajikan data penelitian, (3) mereduksi data penelitian, dan (4) menarik kesimpulan (Sugiyono, 2011).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep diri merupakan penggambaran perasaan dan identitas diri individu yang didapatkan dari hasil proses sosialisasi. Menurut Mead yang menyatakan bahwa konsep diri dilihat dari perilaku kelompok sosial dibanding melihat dari perilaku setiap individu secara terpisah yang masuk ke dalam kelompok sosial tersebut (Ritzer, 2012: 602). Konsep diri menjadi salah satu bagian dari interaksionisme simbolik, dimana interaksionisme simbolik ini dimaksudkan sebagai teori pemaknaan individu dari hasil proses sosial (interaksi, komunikasi dan sosialisasi) dan menciptakan makna secara kolektif.

George Herbert Mead membagi ke dalam tiga unsur konsep diri, yaitu (1) tindakan, tiap individu memiliki stimulus dan respons dimana kedua unsur tersebut yang mengantar setiap tindakan individu. Singkatnya, stimulus individu semata-mata tidak secara tiba-tiba memunculkan respons otomatis namun dipengaruhi oleh pandangan orang lain, (2) pikiran (*mind*), muncul dari percakapan batin dengan diri sendiri. Pikiran individu dipengaruhi oleh respons dari individu lain di dalam kelompok yang sama. Kemampuan individu dalam membangkitkan motivasi diri (*merespons*) ini yang disebut individu memiliki pikiran (*mind*). Dengan kata lain, pikiran individu dimaksudkan sebagai pemaknaan diri terhadap tindakan yang dilakukan, (3) diri (*self*), sebagai refleksi penilaian diri aktor sendiri dan penilaian diri aktor dari individu lain. Aktor dapat mengevaluasi diri ketika menjadikan dirinya sendiri subjek dan objek, dimana aktor dapat berperan menjadi individu lain untuk mengambil sudut pandang atas penilaian atau evaluasi individu lain terhadap tindakan aktor yang dilakukan sebelumnya dan sesudahnya, dan (4) masyarakat (*society*), aktor membutuhkan masyarakat sebagai bagian dari peran sentral dirinya untuk memberinya kemampuan dapat berupa kritik atau pengendalian terhadap pikiran, diri dan tindakan aktor. Aktor membutuhkan peran masyarakat sebagai penilaian terhadap apa yang dipikirkan, apa yang dilakukan dan apa yang menjadi bagian pencarian jati diri (Apriliani & Setiawan, 2019: 119).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam dengan informan didapatkan hasil dan pembahasan yang terbagi ke dalam empat indikator sebagai berikut.

### Tindakan

Tindakan dilakukan berdasarkan empat tahapan yaitu impuls, persepsi, manipulasi dan konsumsi. Empat tahapan ini harus dilakukan secara keseluruhan tanpa ada proses tahapan yang dihilangkan. Diartikan bahwa ada kesinambungan serta proses yang harus dilalui individu secara bertahap terhadap empat tahapan tindakan yang dilakukan oleh pengguna media sosial TikTok oleh mahasiswa/i Pendidikan Sosiologi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Dari hasil observasi dan wawancara mendalam dengan informan ditemukan tindakan informan terhadap penggunaan media sosial TikTok dipaparkan melalui tabel di bawah ini.



Tabel 1.  
Tindakan Pengguna Media Sosial TikTok  
pada Mahasiswa/i Pendidikan Sosiologi

No	Informan	Tujuan	Penggunaan	Konten
1	ANS	Hiburan dan mencari informasi	1-3 video dengan waktu fleksibel	Video menari
2	M	Hiburan	Tidak terhitung tergantung keinginan diri	Fashion Show atau Peagent
3	NU	Hiburan	Jika ada yang sedang tren	Tren untuk dibagikan
4	NN	Hiburan	1 video per minggu	Make Up dan Fashion
5	MIA	Mengekspresikan diri dan mengembangkan diri	Tidak terhitung tergantung keinginan diri	Edukasi Sosiologi dan budaya

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Dari tabel diatas, memuat keterangan tujuan informan menggunakan media sosial TikTok sebagai hiburan, mengekspresikan diri, mengembangkan diri dan mencari informasi. Tujuan ini sebagai awalan stimulus dan respons informan dimana tujuan ini hasil proses impuls. Pada tahap *pertama*, yaitu impuls, informan belum pernah menggunakan media sosial TikTok sehingga baru muncul keinginan untuk menggunakan media sosial TikTok akibat pengaruh iklan TikTok yang menyebar di media sosial serta pengaruh dari lingkungan masyarakat yang telah menggunakan media sosial TikTok sebelumnya. Ini menyebabkan informan mulai memiliki keinginan secara impuls untuk menggunakan media sosial TikTok dimana para informan memiliki tujuan berbeda-beda dalam menggunakan media sosial TikTok. Pada tahapan *kedua*, dimana persepsi para informan diwujudkan pada mulainya penggunaan media sosial TikTok setelah mendapat stimulus yang berhubungan dengan impuls. Tahapan ini dimulai ketika para informan baru menggunakan media sosial TikTok berupa melihat-lihat isi konten video pengguna lainnya yang disebut sebagai adaptasi. Sementara, pada tahapan *ketiga*, manipulasi pada informan yaitu ditandai dengan adanya mulai membuat konten video TikTok yaitu sebagai bagian dari imitasi dari pengguna TikTok lain seperti video menari, *make up* dan *fashion*, serta edukasi. Pada tahapan *keempat*, yaitu konsumsi muncul ketika para informan mulai rutin menggunakan keseluruhan *tool* media sosial TikTok untuk membuat konten video TikTok sesuai dengan keinginan para informan tersebut.

### Pikiran (Mind)

Pikiran merupakan suatu proses berpikir yang menghasilkan sebuah respons tertentu yang teratur. Pikiran individu berasal dari pengaruh tindakan atau sebuah ideologi kolektif di lingkungan masyarakat. Individu dalam melakukan tindakan umumnya ditentukan dari apa yang dipertimbangkan dari pendapat massa. Berikut tabel hasil observasi dan wawancara mendalam dengan para informan.



Tabel 2.  
Pikiran (*Mind*) Pengguna Media Sosial TikTok  
pada Mahasiswa/i Pendidikan Sosiologi

No	Informan	Makna TikTok bagi Aktor	Manfaat TikTok bagi Aktor
1	ANS	Penting	Memenuhi kepuasan batin dan pengetahuan
2	M	Tidak terlalu penting	Memenuhi kepuasan batin dan pengembangan diri
3	NU	Tidak terlalu penting	Memenuhi kepuasan batin dan kebutuhan informasi
4	NN	Tidak terlalu penting	Memenuhi kepuasan batin dan mencari informasi yang terkait di bidang pekerjaan
5	MIA	Penting	Memenuhi kepuasan batin, kebutuhan pengetahuan serta mengembangkan <i>soft skill</i> .

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Dari tabel di atas, terlihat makna penggunaan media sosial TikTok bagi para informan ditentukan berdasarkan apa yang dilihat, dibutuhkan dan penilaian masyarakat. Makna TikTok bagi informan dianggap penting dan tidak terlalu penting sebab informan merasakan kebutuhan yang dicari terpenuhi dengan adanya media sosial TikTok. Dengan kata lain, makna TikTok bagi informan diwujudkan sebagai bagian tercapainya kebutuhan batiniah (psikis) seperti anggapan TikTok sebagai media hiburan di waktu senggang. Hiburan merupakan simbol pemaknaan pengguna TikTok dari hasil proses adaptasi (melihat konten video TikTok pengguna lain). Sehingga informan memaknai TikTok sebagai media sosial hiburan. Informan melakukan imitasi terhadap konten video yang diunggah pengguna TikTok lain melalui apa yang mereka pikirkan (*mind*) dimana dipengaruhi oleh tindakan pengguna lainnya seperti terdapat peniruan video TikTok Challenge, *story telling* dan lain sebagainya (mengikuti arus tren di media sosial TikTok).

### Diri (Self)

Diri dapat dimaknai sebagai sebuah lanjutan dari pikiran (*mind*). Dimana individu tidak akan menjadi diri tanpa adanya perkembangan dari pemikiran. Individu dalam konsep diri dilihat sebagai proses sosial yang berasal dari pengalaman dan interaksi sosial baik dengan individu maupun masyarakat lainnya agar dapat menjadi objek maupun subjek. Untuk lebih jelas, disesuaikan dengan hasil observasi dan wawancara mendalam pada para informan dimuat di dalam tabel sebagai berikut.



Tabel 3.  
Diri (*Self*) Pengguna Media Sosial TikTok  
pada Mahasiswa/i Pendidikan Sosiologi

No	Informan	Refleksi Penilaian Diri Aktor	Refleksi Penilaian Masyarakat
1	ANS	Penting	Membuat konten sesuai yang diminati
2	M	Penting	Membuat konten sesuai yang diminati dan kebutuhan pengembangan diri.
3	NU	Tidak terlalu penting	Membuat konten sesuai yang diminati serta kepentingan estetika
4	NN	Penting	Membuat konten sesuai yang diminati
5	MIA	Penting	Membuat konten sesuai yang diminati dan <i>audience</i>

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Dilihat dari tabel di atas, refleksi diri penilaian aktor bagi dirinya sendiri diposisikan sebagai objek (*me*). Hal ini didasarkan atas pembuatan konten video TikTok dipertimbangkan dari penilaian informan dan masyarakat. Proses terjadinya individu menjadi objek (*me*) apabila individu tersebut merespons seperti menjawab, bertanya, mendengarkan, melihat dari sudut pandang individu lain terhadap diri sendiri. Refleksi penilaian diri informan terhadap dirinya ditandai dengan bagaimana para informan memposisikan dirinya sebagai objek terhadap dirinya sendiri dan pandangan individu lain sehingga pertimbangan dalam pembuatan konten video TikTok bagi informan dipenuhi oleh pertimbangan yang matang dan ketelitian terhadap isi dalam membuat konten video TikTok yang sesuai dengan nilai dan norma di lingkungan masyarakat. Sementara, pada informan NU dalam pembuatan konten video TikTok menganggap penilaian masyarakat terhadap dirinya tidak terlalu penting, maka dihasilkan isi konten video TikTok yang dibuat hanya fokus pada keinginan dan apa yang diminati oleh informan NU. Hasilnya, informan NU memposisikan dirinya hanya sebagai subjek (*I*). Proses subjek (*I*) informan NU merespons penilaian dari individu lain dengan tidak peduli. Dengan kata lain, informan NU tidak terlalu memikirkan pendapat individu lain atas konten video TikTok yang dibuat. Sedangkan, keempat informan lainnya menganggap penting pendapat individu lain atas konten video TikTok yang dibuat, dimana refleksi masyarakat berpengaruh terhadap isi konten keempat informan tersebut.

### Masyarakat (Society)

Masyarakat menurut Mead mengambil peran besar pada diri individu, dimana Mead melihat bahwasanya masyarakat merupakan sebuah proses sosial yang mendahului pemikiran dan diri dan membawa pengaruh yang lebih besar bagi individu (Ritzer, 2012: 623). Dalam arti lain, tanpa sadar individu sendiri yang membawa masyarakat dalam kehidupan sehari-hari dan memberikan hak masyarakat terhadap diri seperti kritik, persepsi, dan penilaian mengenai diri. Berikut dipaparkan tabel hasil observasi dan wawancara pada para informan.



Tabel 4.  
Masyarakat (*Society*) Pengguna Media Sosial TikTok  
pada Mahasiswa/i Pendidikan Sosiologi

No	Informan	Membangun Relasi
1	ANS	Membangun relasi namun tidak berkomunikasi secara intens
2	M	Membangun relasi dengan pengguna TikTok lainnya
3	NU	Sebatas berteman dengan individu yang telah dikenal di lingkungan sekitar
4	NN	Membangun relasi dengan pengguna TikTok lainnya.
5	MIA	Sebatas berteman dengan individu yang telah dikenal pengguna di lingkungan sekitar

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Dilihat dari tabel di atas, mengenai bagaimana pentingnya membangun hubungan dengan masyarakat yaitu untuk membantu informan mengevaluasi diri dalam pembuatan konten video TikTok. Hal ini dipahami bahwa informan tidak dapat memiliki diri atau terlibat dengan anggota lain jika informan tidak dapat merespons dirinya sebagai kelompok lain. Masyarakat memberikan proses terhadap individu sebagai pengendalian terhadap tindakan-tindakan yang sebagian besar dipengaruhi oleh individu ketika menjadi objek (*me*). Dilihat dari tiga informan yaitu ANS, M, dan NN melibatkan individu-individu lain yang sebelumnya tidak dalam satu kelompok sosial yang sama ikut andil dalam pemberian refleksi (penilaian) yang berpengaruh terhadap isi konten video TikTok ketiga informan tersebut. Sementara, kedua informan lainnya yaitu NU dan MIA hanya melibatkan individu-individu dalam kelompok sosial yang sama memberikan refleksi (penilaian) yang berpengaruh terhadap isi konten video TikTok kedua informan tersebut.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, didapatkan kelima informan tersebut yang terdiri dari satu informan kunci dan empat informan utama yang merekonstruksi media sosial TikTok dari sisi positif. Media sosial TikTok menjadi media hiburan dan pengembangan diri mahasiswa/i Pendidikan Sosiologi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Terdapat pengembangan konsep diri atas tindakan, pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*) mahasiswa/i dalam penggunaan media sosial TikTok melalui proses adaptasi dan imitasi. Sehingga pembentukan identitas diri menghasilkan produk (konten video TikTok) sebagai terwujudnya refleksi atas diri mahasiswa/i dan refleksi masyarakat terhadap diri mahasiswa/i Pendidikan Sosiologi. Secara tidak langsung, media sosial TikTok memengaruhi pembentukan konsep diri mahasiswa/i Pendidikan Sosiologi. Disesuaikan oleh gagasan George Herbert Mead mengenai interaksionisme simbolik yaitu empat konsep diri (1) tindakan, adanya impuls, persepsi, manipulasi dan konsumsi, (2) pikiran (*mind*) ditentukan atas pengaruh ideologi kolektif masyarakat terhadap penggunaan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa/i, (3) diri (*self*), memuat beberapa mahasiswa menjadikan refleksi dari masyarakat dinilai penting pada pembuatan konten video TikTok, mahasiswa lainnya menganggap refleksi masyarakat tidak terlalu penting pada pembuatan konten video TikTok, dan (4) masyarakat (*society*), kelompok sosial dianggap sebagai pengaruh besar terhadap keputusan isi konten video TikTok mahasiswa/i Pendidikan Sosiologi, hasilnya ketiga mahasiswa memberikan jawaban bahwa pengaruh kelompok sosial yang berbeda memberikan pengaruh terhadap isi konten video TikTok. Sementara, kedua mahasiswa lain memberikan tanggapan bahwa mahasiswa



tersebut hanya membangun relasi dengan kelompok sosial yang sama memberikan pengaruh terhadap isi konten video TikTok.

Penelitian ini terbatas pada subjek penelitian dimana peneliti hanya menggali informasi pada mahasiswa/i Pendidikan Sosiologi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Maka disarankan, bagi penelitian selanjutnya dapat meneliti informan bukan hanya dari kalangan mahasiswa/i sebab penggunaan media sosial TikTok dari berbagai kalangan usia. Selain itu, disarankan untuk meneliti penggunaan media sosial TikTok dari sudut pandang aspek kajian teori sosiologi lainnya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adwiyah, P. D. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14 (2), 135-148. <https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/7504>
- Apriliani, R., & Setiawan, R. (2019). Konstruksi Konsep Diri Mahasiswi Penggemar Budaya Populer Korea. *Jurnal Hermeneutika*, 5(2), 107-120. <https://dx.doi.org/10.30870/hermeneutika.v5i2.7234>
- Fauziah, Y. R. (2019). *Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi TikTok di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Tentang Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi TikTok di Kota Bandung dalam Menunjukkan Eksistensi Diri di Lingkungan Pergaulannya)* (Undergraduate thesis, Universitas Komputer).
- Hasny, F. A., Shavira H. R., & Irwansyah. (2021). Eksplorasi Konsep Diri para Pengguna TikTok dalam Memenuhi Social Needs pada Uses and Gratification Theory. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 114- 127. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.1671>
- Kusuma, D. N. S. C., & Oktavianti R. 2020. Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi TikTok). *Jurnal Koneksi*, 4(2), 372-379. <https://dx.doi.org/10.24912/kn.v4i2.82.14>
- Mead, G. H. (2018). *Mind, Self and Society* (William Saputra, Penerjemah). Group Relasi Inti Media (IKAPI).
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosdakarya.
- Mustaqimah, N., & Novi D. S. (2021). Konsep Diri Generasi Z Pengguna Aplikasi TikTok di Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Medium*, Vol. 9 No. 2, 148-166. [https://doi.org.10.25299/medium.2021.vol9\(2\).8430](https://doi.org.10.25299/medium.2021.vol9(2).8430)
- Nurmala, M. D., Afrizal, S., & Wibowo, T. U. (2022). Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Perubahan Sosial Mahasiswa. *Jurnal Hermeneutika*, 8(1), 1-12. <http://dx.doi.org/10.30870/hermeneutika.v8i1.15118>
- Putri, R. H. (2021). *Rasa Malu dalam Media Sosial TikTok*. (Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel).
- Rakhmat, J. (2015). *Psikologi Komunikasi* (cetakan ketiga puluh). Remaja Rosdakarya.
- Ritzer, G. (2012). *Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Terakhir Postmodern* (Saut Pasaribu, Rh. Widada & Eka Adi Nugraha, Penerjemah). Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wandi. (2020). Social Media TikTok in Islamic Perspective. *Jurnal Palakka: Media and Islamic Communication*, 1(1), 13- 22. <https://jurnal.iain-bone.ac.id/index.php/palakka/article/view/698/pdf>
- Wijaya, K. K. (2015). Berapa Jumlah Pengguna Website, Mobile, dan Media Sosial di Indonesia. Artikel berita, <http://id.techinasia.com/>