



PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA AKUN KOMUNITAS @DISCITE. INSTITUTE SEBAGAI MEDIA PENGEMBANGAN DIRI (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Tiktok Komunitas @Discite.Institute)

Azifa Salsabila, Dyva Claretta

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Abstrak

Platform media sosial kini telah menjadi kebutuhan masyarakat, terlebih masyarakat Indonesia yang berusia sekitar 18-24 tahun dapat menghabiskan waktunya hingga tiga jam 26 menit dalam sehari. Adanya berbagai macam media sosial menjadikan wadah bagi penggunanya untuk saling berinteraksi kepada pengguna lainnya. Tiktok menjadi salah satu platform media sosial yang paling banyak diunduh, sebanyak 1,4 miliar pengguna aktif yang berusia 18 tahun keatas secara global. Kemudahan yang diberikan TikTok membuat komunitas Discite Institute dapat memanfaatkan TikTok sebagai media pengembangan diri untuk pengikutnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan akun TikTok komunitas @discite.institute sebagai media pengembangan diri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan etnografi virtual sebagai metodologi penelitian. Penggalan data didapatkan dari penelusuran secara online, wawancara mendalam, serta dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah computer mediated communication. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa unggahan konten-konten yang berada di akun TikTok @discite.institute bertemakan konten edukasi dan fakta-fakta menarik yang berdampak positif pada pengembangan diri para informan. Konten dikemas dengan baik dan mudah dipahami sehingga membuat para informan mampu menyerap dan mengaplikasikan ilmu yang didapat dalam kesehariannya.

Kata Kunci: TikTok, pengembangan diri, computer mediated communication, etnografi virtual.

PENDAHULUAN

Di era digital, platform media sosial sudah menjadi kebutuhan

masyarakat saat ini. Masyarakat Indonesia berusia 18-24 tahun dapat menghabiskan waktu hingga 3 jam 26

*Correspondence Address : azifa.salsh@yahoo.com

DOI : 10.31604/jips.v10i7.2023. 3320-3329

© 2023UM-Tapsel Press

menit menggunakan media sosial dalam sehari ("Top 5 Social Media in the World in Q2 2020", 2020). Media sosial Indonesia memiliki sekitar 170 juta pengguna pada Januari 2021, meningkat 6,3% atau 10 juta orang dari tahun sebelumnya (Dharmawan, 2020).

Di media sosial, terdapat banyak aplikasi yang menjadi wadah untuk pengguna saling menyampaikan pesan kepada pengguna lainnya, saling bertukar dan mengunggah status buatan mereka. Sudah tidak asing lagi bagi remaja saat ini dengan aplikasi yang sedang booming ini, yaitu TikTok. Aplikasi TikTok merupakan sebuah platform video musik yang berasal dari Tiongkok, aplikasi tersebut diluncurkan pada bulan September 2016. TikTok membolehkan para penggunanya untuk membuat video musik pendek mereka buat sendiri. Pada tahun 2018, TikTok menjadikan dirinya sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh, tepat sebanyak 45,8 juta kali. Angka tersebut mengalahkan aplikasi umum seperti Instagram, YouTube, Facebook dan juga Whatsapp. (Altania & Sungkono, 2021)

Kemudahan yang disuguhkan media sosial TikTok yang tumbuh pesat ini, maka komunitas @discite.institute memanfaatkan platform TikTok sebagai media pengembangan diri. Discite Institute merupakan komunitas sosial yang bergerak di bidang pendidikan yang menyediakan program belajar bahasa asing, self development, serta kegiatan inovasi dan pengabdian masyarakat bagi pelajar dan mahasiswa di Indonesia. Dibentuk pada 23 Juli 2020 dan bergerak melibatkan banyak orang pada 23 Juli 2021. Berlokasi di Kota Padang, Sumatera Barat. (Mandala et al., 2000)

Discite Institute memiliki sebanyak 11.500 lebih pengikut di sosial media. Sebanyak 6.978 pengikut di TikTok, 3.848 di Instagram, 426 di

WhatsApp, dan 217 pengikut di Twitter. Media Sosial Discite Institute dikelola oleh beberapa tim dan divisi yaitu diantaranya HRDT (Human Resource Development Team), Promotion and Communication Team, Polyglot Club Team, CSRT (Community Society Responsibility), Visual Design Team, Data and Developer Team, dan Co-Writer and Social Media. Jumlah anggota Discite pada periode ini sebanyak 46 orang dan tutor bahasa asing sebanyak 26 orang. (Mandala et al., 2000)

Dengan harapan pemanfaatan akun @discite.institute sebagai media pengembangan diri dapat dioptimalkan melalui fitur-fitur yang dimiliki TikTok yang mengedepankan tentang publikasi informasi. Hal ini menarik perhatian penulis untuk mengetahui lebih dalam bagaimana pemanfaatan akun @discite.institute sebagai media pengembangan diri. Berlandaskan dari latar belakang serta rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial tiktok pada akun @discite.institute sebagai media pengembangan diri.

CMC (Computer-Mediated Communication) adalah suatu bentuk komunikasi yang sangat berbeda dengan bentuk komunikasi yang lain seperti komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, organisasi dan komunikasi massa. CMC merupakan sebuah integrasi teknologi komputer dengan kehidupan sehari-hari. (Novianasari, 2018)

Terdapat empat aspek yang merupakan ciri utama dari computer mediated communication (Novianasari, 2018), yaitu:

- a. Partner komunikasi tidak harus berada di satu tempat yang sama.
- b. Tidak harus berkomunikasi dalam waktu yang bersamaan.

- c. Komputer atau media dapat menjadi pengganti manusia sebagai partner komunikasi, baik hanya sebagian atau keseluruhan.
- d. Proses mental selama berkomunikasi dapat tergantikan oleh alat proses informasi.

Secara bahasa, etnografi berasal dari bahasa Yunani yaitu suatu gabungan kata *ethnos* yang berarti warga suatu bangsa atau masyarakat sedangkan kata *graphein* yang bermakna tulisan atau artefak (Rifan, 2020). Etnografi merupakan suatu kegiatan berupa mendeskripsikan kebudayaan. Tujuan penting dari kegiatan ini adalah untuk memahami cara hidup dari sudut pandang pemilik budaya tersebut (*native's view*) dengan mencoba memahami sudut pandangnya. Etnografi virtual adalah metode mempelajari Internet dan mempelajari entitas (pengguna) dalam penggunaan unit-unit tersebut. Etnografi virtual juga dapat menggambarkan dampak komunitas di internet (METODE, 1981).

Pengembangan diri merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh individu untuk meningkatkan daya saing hidup. Pengembangan diri membuat manusia menciptakan suatu peradaban. Proses penciptaan suatu peradaban didasarkan pada nilai-nilai budaya yang tinggi. Budaya diciptakan oleh para intelektual dengan pengetahuan yang benar (Student et al., 2021).

Pengembangan diri merupakan faktor yang ada dalam pribadi yang meliputi aspek kesadaran diri atau *self awareness*, motivasi baru, kepercayaan diri, hubungan interpersonal, dan keterampilan (Student et al., 2021)

Penjelasan bentuk-bentuk pelaksanaan pengembangan diri adalah sebagai berikut:

- a. Kegiatan Rutin yaitu memasukkan kegiatan yang dilakukan secara reguler, baik di kelas maupun di sekolah, yang bertujuan untuk membiasakan anak mengerjakan sesuatu dengan baik. Seperti: upacara bendera, senam, ibadah khusus keagamaan bersama, keberaturan, pemeliharaan kebersihan dan kesehatan diri.
- b. Kegiatan Spontan yaitu kegiatan pengembangan diri yang tidak ditentukan tempat dan waktunya seperti: membiasakan mengucapkan salam, membiasakan membuang sampah pada tempatnya, membiasakan antri.
- c. Kegiatan Keteladanan yaitu kegiatan pengembangan diri yang mengutamakan pemberian contoh dari guru dan pengelola pendidikan yang lain kepada peserta didik seperti dalam bentuk perilaku sehari-hari seperti: berpakaian rapi, berbahasa yang baik, datang tepat waktu.
- d. Kegiatan Terprogram yaitu kegiatan pembelajaran pengembangan diri yang diprogramkan dan direncanakan secara formal baik di dalam kelas maupun diluar kelas maupun sekolah yang bertujuan memberikan wawasan tambahan pada anak tentang unsur-unsur baru dalam kehidupan bermasyarakat yang penting untuk perkembangan anak seperti: workshop dan kunjungan (*outing class*).

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode penelitian secara kualitatif. Penelitian kualitatif dapat dipahami sebagai metode penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari pelaku yang dapat diamati. Pendekatan kualitatif ini dilakukan untuk menjelaskan dan menganalisis fenomena individu atau kelompok, peristiwa, dinamika sosial, sikap, keyakinan dan persepsi.

Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan etnografi virtual sebagai bentuk metodologi dari penelitian ini. Etnografi virtual adalah metodologi yang digunakan untuk mempelajari Internet dan mensurvei entitas (pengguna) yang menggunakannya (Hine, 2000). Etnografi virtual juga mewakili pengaruh komunitas melalui Internet.

Unit analisis adalah unit yang dipelajari, yang dapat berupa individu, kelompok, objek, atau sekumpulan peristiwa sosial seperti aktivitas individu atau kelompok sebagai subjek kajian (Wibawanto, 2018). Penelitian ini menekankan media sosial TikTok komunitas @discite.institute sebagai media pengembangan diri.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan unit analisis kelompok yang berupa video unggahan komunitas @discite.institute di TikTok, percakapan informan (sumber), dan foto.

Dalam menentukan informan pada penelitian ini, peneliti memilih informan yaitu pengikut atau followers akun TikTok komunitas @discite.institute yang dijadikan sebagai sumber informasi penelitian. Informan-informan yang dipilih termasuk aktif mengikuti media sosial akun komunitas @discite.institute.

Tujuan dari pemilihan informan-informan tersebut adalah karena peneliti ingin mendeskripsikan bagaimana gambaran pemanfaatan media sosial TikTok komunitas @discite.institute

sebagai media pengembangan diri pada konten yang mereka unggah.

Dalam langkah ini, peneliti akan memilih beberapa video yang menonjol yang akan dibahas dalam akun @discite.institute, yang didalamnya terdapat beberapa interaksi oleh pengikut.

Disini, peneliti akan memasukkan beberapa video yang telah penulis pilih dari langkah reduksi, lalu penulis akan jabarkan pada penelitian ini apa maksud dan kandungan isi dari video konten TikTok @discite.institute tersebut, tidak hanya isi video melainkan peneliti akan menjelaskan interaksi yang ada pada kolom komentar di video TikTok @discite.institute tersebut dengan teori CMC yang peneliti telah pilih pada penelitian ini.

Setelah semua hasil dan pembahasan yang telah terkumpul, peneliti akan menarik kesimpulan dari hasil dan pembahasan tersebut yang pada akhirnya dapat menjawab rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, peneliti melakukan observasi secara virtual terhadap media sosial akun TikTok @discite.institute, serta wawancara mendalam (indepth interview) dengan para informan atau pengikut akun TikTok @discite.institute yang peneliti anggap memiliki pengetahuan, pemahaman, dan mengikuti langsung konten yang @discite.institute unggah.

Tujuan pemilihan informan tersebut adalah agar peneliti mampu mendapatkan informasi yang sah dan akurat mengenai pemanfaatan media sosial tiktok pada akun @discite.institute sebagai media pengembangan diri. Kegiatan wawancara ini peneliti lakukan dalam keadaan online dengan menghubungi informan menggunakan Google Meet, serta offline dengan bertemu langsung dengan informan yang berada di rumah

berdasarkan dengan waktu yang telah disepakati bersama.

Pemanfaatan Media Sosial TikTok

Aplikasi TikTok menjadi tren baru dan mendapatkan popularitas di Indonesia setelah mengalami perubahan dan dampak yang signifikan di era digital ini, terutama sebagai alat pemasaran yang positif (Azhari & Ardiansah, 2022).



Gambar 1.0 Data pengguna aplikasi *TikTok* di dunia

Sumber Gambar

<https://dataindonesia.id/internet/detail/per-april-2023-pengguna-tiktok-indonesia-terbanyak-kedua-dunia>

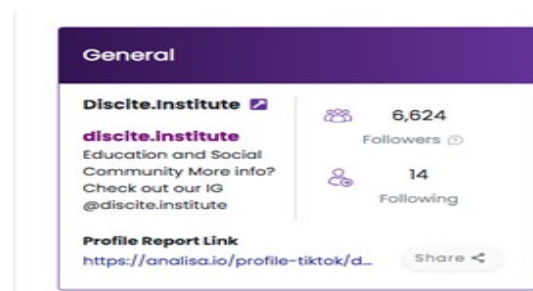
Tercatat dari gambar yang ada diatas, pengguna aplikasi TikTok di dunia mencapai sebanyak 1,09 miliar pengguna. Sebanyak 38,5% berisi mayoritas yang penggunanya berusia 18 hingga 24 tahun (Monavia, 2019). Amerika Serikat tercatat merupakan negara dengan pengguna TikTok paling banyak saat ini yaitu sebanyak 116,5 juta pengguna didalamnya (Monavia, 2019). Sedangkan Indonesia terletak di urutan kedua dengan 113 juta pengguna yang diikuti oleh Brasil dan Meksiko dengan masing-masing 84,1 juta dan 62,4 juta pengguna (Monavia Ayu Rizati, 2019).

Sebanyak 51,2 juta pengguna TikTok berasal dari Rusia. Platform media sosial itu juga memiliki 50,6 juta pengguna dari Vietnam. Kemudian 41,4 juta pengguna TikTok berasal dari Filipina. Sementara itu, Thailand berada di urutan kedelapan karena 41,1 juta pengguna TikTok dari negeri gajah putih (Monavia, 2019).

Dilansir dari situs We Are Social, laporan tersebut menjelaskan bahwa

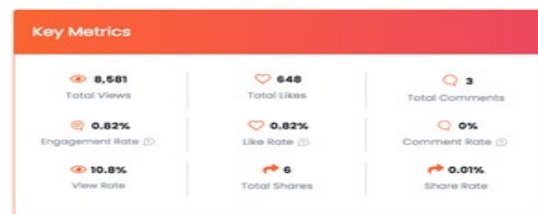
data yang ditampilkan di atas didasarkan pada potensi jangkauan iklan TikTok untuk pengguna berusia 18 tahun keatas (Monavia, 2019).

Pada awal tahun 2023, sebanyak 66,1% pengguna TikTok di Indonesia adalah perempuan, sedangkan sebanyak 33,9% adalah laki-laki (Arofah, 2023). Data yang telah diperbarui oleh byte dance memaparkan bahwa jangkauan penggunaan TikTok meningkat sebesar 18 juta (+19,4%) diantara tahun awal tahun 2022 hingga 2023 (Arofah, 2023).



Gambar 1.1 Jumlah pengikut dan yang diikuti komunitas *@discite.institute* di *TikTok*

Sumber Gambar <https://analisa.io/profile-tiktok/discite.institute>



Gambar 1.2 Engagement akun *TikTok* *@discite.institute* di *TikTok*

Sumber Gambar <https://analisa.io/profile-tiktok/discite.institute>



Gambar 1.3 Grafik *insight Average Engagement* akun *TikTok* komunitas *@discite.institute*

Sumber Gambar <https://analisa.io/profile-tiktok/discite.institute>

Berdasarkan dari data yang tertera diatas yang telah dianalisa oleh TikTok Insight Viewer analisa.com, dapat

diketahui bahwa per tanggal 13 Juli 2023, akun TikTok komunitas @discite.institute memiliki pengikut sebanyak 6.624, memiliki penonton sebanyak 8.581, memiliki engagement rate atau tingkat perhatian penonton sebanyak 0,82%, memiliki total suka dalam video rata-rata sebanyak 648 likes.

Grafik diatas juga memaparkan bahwa rata-rata per unggahan yang menarik penonton perhatian sebanyak 54, lalu rata-rata likes per unggahan sebanyak 54, dan rata-rata komentar per unggahan sebanyak 0.

Computer Mediated Communication

Computer mediated communication atau CMC merupakan suatu proses komunikasi atau pertukaran informasi yang berlangsung melalui suatu media, dalam hal ini komputer. Dalam praktiknya, CMC sebagian besar terkait dengan komunikasi pada manusia yang melalui, menggunakan internet dan tautan ((Novianasari, 2018).

Dalam teori CMC, terdapat empat aspek yang merupakan ciri utama dari teori tersebut, yaitu (Novianasari, 2018):

1. Partner komunikasi tidak harus selalu berada di tempat yang sama.
2. Tidak harus berkomunikasi dalam waktu yang bersamaan.
3. Media ataupun komputer dapat menjadi pengganti manusia sebagai partner komunikasi.
4. Proses mental selama berkomunikasi dapat digantikan oleh alat dalam proses informasi.

Menurut hasil wawancara, sebagian informan menggunakan media sosial Tiktok ketika mereka hendak akan

beristirahat, seperti hendak tidur, dan sehabis pulang kuliah. Sementara informan II mengatakan bahwa ia tidak memiliki waktu tersendiri untuk menggunakan media sosial Tiktok, melainkan hanya di sewaktu luangnya saja, seperti tiga jam sehari atau sehabis pulang kuliah.

Selain itu seperti yang dikatakan dari hasil wawancara informan I dan IV, mereka mengatakan bahwa alasan dibalik penggunaan media sosial Tiktok adalah untuk mencari berbagai macam informasi, serta kedua informan tersebut juga merasakan bahwa konten yang disuguhkan oleh komunitas @discite.institute cara penyampaiannya mudah ditangkap dan dicerna. Dilanjutkan oleh informan III bahwa konten yang disuguhkan oleh @discite.institute mampu memberikan sebuah tips and trick, serta beberapa fakta yang belum diketahui sebelumnya. Ditambahkan oleh informan IV mengatakan bahwa dengan mengoperasikan media sosial Tiktok, ia merasakan adanya rasa kenyamanan serta kecocokan dalam beberapa konten yang lewat di laman Tiktok (fyp), dan ia merasakan adanya manfaat yaitu mampu mengisi waktu luang sehingga informan IV merasa nyaman untuk terus mengoperasikan atau scroll media sosial Tiktok tersebut. Tidak hanya itu, informan IV pun juga terinspirasi dengan konten yang disuguhkan oleh @discite.insitute ketika komunitas tersebut mengadakan program "Discite Mengajar", lalu informan IV merasa termotivasi hingga kerap mengikuti kegiatan masyarakat yang berada di kampusnya.

Akun Tiktok Komunitas @discite.institute sebagai Media Pengembangan Diri

Pengembangan diri didefinisikan sebagai proses pembentukan sikap dan pola perilaku yang relatif menetap melalui

pengalaman yang berulang-ulang sampai pada titik kemandirian (otonomi) sehubungan dengan perilaku tertentu (Takwil, 2020). Kegiatan rutin adalah suatu proses dimana sikap dan pola perilaku yang relatif permanen dan otomatis terbentuk melalui pembelajaran yang berulang-ulang, baik secara bersamaan maupun terpisah. Ini juga mengarah pada kompetensi. Pembinaan karakter melalui pembiasaan ini dapat direncanakan maupun tidak direncanakan baik di dalam maupun di luar ruangan (Kelana, 2019).

Dalam hal ini, informan merasakan adanya dampak yang timbul ketika melihat beberapa konten yang diunggah komunitas @discite.institute, seperti informan I yang merasakan adanya perubahan ketika setelah melihat salah satu konten yang diunggah di akun TikTok komunitas @discite.institute bahwa ia mendapatkan tips and trick penulisan untuk tugas akhirnya. Kemudian informan II menambahkan bahwa ia merasakan hal yang sama ketika melihat konten @discite.institute yaitu ia mendapatkan hal baru seperti kebiasaan baru seperti menonton channel yang bermanfaat di Youtube, serta ia mendapatkan ilmu baru yaitu ilmu psikologis yang disuguhkan oleh komunitas @discite.institute di TikTok seperti bagaimana cara agar terlihat menarik pada pertemuan pertama.

Selanjutnya dalam berkegiatan spontan pada pengembangan diri, terdapat penemuan pada informan IV bahwa ia merasa dirinya diingatkan ketika bulan Ramadhan sebaiknya untuk tidak melakukan ghibah (bergosip) pada konten yang diunggah oleh @discite.institute yang berisikan tentang larangan ghibah pada saat bulan Ramadhan, dan dilanjutkan oleh informan I mengatakan bahwa dirinya merasa telah mengetahui suatu kosa kata-kosa kata baru dari konten yang diunggah di akun TikTok @discite.institute pada tempat umum

yang ia datangi, seperti menemukan suatu kata baru di tempat umum. Informan II pun juga mengatakan bahwa ia menerapkan bahasa-bahasa baru yang ia baru ketahui di kehidupan sehari-harinya dari konten yang diunggah oleh akun TikTok komunitas @discite.institute, serta ia langsung ingat beberapa rekomendasi website-website yang ia butuhkan.

Bentuk-bentuk lain dari pengembangan diri salah satunya adalah kegiatan keteladanan. keteladanan adalah tindakan berupa perilaku sehari-hari yang dapat dijadikan panutan atau contoh seperti membiasakan untuk selalu datang tepat waktu, berkomunikasi dengan baik dan sopan, serta membiasakan untuk bersikap sopan dan santun serta berperilaku yang baik (Mustofa, 2022). Beberapa unggahan konten di akun TikTok @discite.institute juga memberikan beberapa video tentang self improvement atau pengembangan diri. Seperti yang dikatakan oleh informan III bahwa secara menyeluruh konten-konten yang berada di @discite.institute ini tentang bahasa, fakta, dan pengetahuan. Informan II juga menambahkan bahwa ia menerima sebuah pengetahuan dari salah satu akun @discite.institute bahwa ia menemukan sebuah arahan untuk mudah memaafkan orang sedangkan terkadang informan II merasakan kesulitan untuk memaafkan orang. Namun dengan adanya konten tersebut, informan II bisa menyelesaikan urusan atau memaafkannya. Informan I menambahkan bahwa ia merasa beberapa unggahan dari video konten @discite.institute bisa membawa dampak ke kehidupan sehari-hari, seperti video *self improvement*.

Bentuk terakhir dari pengembangan diri yaitu adalah kegiatan terprogram. Dalam hasil wawancara, informan II mengatakan bahwa ada beberapa konten dalam akun TikTok @discite.institute ada sebuah program

yang mengajak untuk turun ke masyarakat, nama program tersebut adalah “Discite Mengajar” dengan kegiatan yang berisi mengajar langsung ke siswa-siswi sekolah dasar. Hal tersebut yang mampu membuat jiwa sosialnya lebih tinggi, dan lebih bernilai. Informan IV menambahkan pendapat serupa, bahwasannya beberapa konten yang berada di @discite.institute yang berisi program pengabdian masyarakat membuat dirinya terinspirasi untuk mengikuti program yang berada di kampusnya. Dilanjutkan oleh Informan I mengatakan bahwa dirinya termotivasi dengan salah satu konten @discite.institute yang membuat ia turun berkontribusi mengikuti kegiatan relawan pajak. Relawan pajak adalah orang yang merelakan waktu, tenaga, pikiran dan keahliannya untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan pendidikan perpajakan (Hariani, 2023). Bergabung dengan program profesional sangat menguntungkan, terutama bagi mereka yang ingin meningkatkan keterampilannya. Diri sendiri mampu belajar menjadi lebih profesional dan menguasai bidang yang sedang dipelajari (Qnet, 2022).

SIMPULAN

Berdasarkan penjelasan yang ada pada hasil dan pembahasan bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai pemanfaatan media sosial TikTok komunitas @discite.institute sebagai media pengembangan diri, yaitu para informan memiliki motivasi yang cukup setelah menonton beberapa unggahan video yang berada di akun TikTok komunitas @discite.institute. Bentuk motivasi tersebut salah satunya adalah dengan dirasakannya perubahan yang sebelumnya tidak tahu menjadi tahu, lalu diaplikasikan ke kehidupan sehari-hari seperti mengerjakan tugas dari dosen, tugas kuliah, dan lain-lain.

Simpulan selanjutnya yaitu beberapa unggahan dari video konten @discite.institute memberikan fakta-fakta menarik untuk para informan yang jarang diketahui semasa sekolah dahulu. Rata-rata para informan memilih untuk mengikuti akun komunitas @discite.institute karena mereka merasa membutuhkan konten edukasi, fakta menarik, dan tips and trick yang ternyata cocok dengan apa yang mereka butuhkan.

Computer Mediated Communication (CMC) telah cukup menggambarkan perilaku para informan dalam bersosial media di TikTok, seperti yang sudah dijelaskan pada empat aspek ciri utama teori CMC tersebut. Tidak ada waktu tertentu ketika akan mengakses media sosial TikTok, namun mereka mulai mengaksesnya pada waktu luang, senggang, sehabis pulang kuliah, dan akan hendak tidur. Konten-konten seperti bahasa, rekomendasi website, dan tips and trick adalah konten yang digemari dan dibutuhkan oleh para informan karena dirasa memudahkan kegiatan mereka dalam kehidupan sehari-hari. Para informan juga mengatakan salah satu alasan mereka mengikuti akun komunitas @discite.institute di TikTok ini adalah untuk peningkatan kualitas diri yang dapat dilihat dan diambil ilmunya dari beberapa video unggahan @discite.institute.

DAFTAR PUSTAKA

- Altona, E., & Sungkono. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Adella. *Jurnal Epistema*, 2(1): 83-88.
- Akbar Harun. (2014). Karakteristik Budaya: Proses Mental dan Belajar. <https://prezi.com/n7lblzypa7t/karakteristik-budaya-proses-mental-dan-belajar/#:~:text=/tanggal 1 Juli 2023>
- Azhari, S., & Ardiansah, I. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez). *Jurnal Manajemen Agribisnis (Journal Of Agribusiness Management)*, 10(1): 508.

Buana, T., & Maharani, D. (2020). Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) dan Kreativitas Anak. *Jurnal Inovasi*, 14(1): 1-10.

Claretta, D., Samudra Arsy, F., Komarullah, A. R., & Hanan, B. (2022). Peran Campaign Lewat Media Sosial Instagram (Into The Light Dalam Membangun Public Awareness). *Sibatik Journal* | Volume: 2(1).

CNN Indonesia. (2020). TikTok Aplikasi Terpopuler, Kalahkan WhatsApp dan Zoom. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200716115929-185-525377/tiktok-aplikasi-terpopuler-kalahkan-whatsapp-dan-zoom#:~:text=/15 Juni 2023>

Dharmawan, R. (2020). Pengaruh Perceived Benefit Terhadap Community Commitment dan Continue Use Intention; Studi Kasus Komunitas Aplikasi Clubhouse Dikalangan Mahasiswa Universitas Kristen Petra. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(2).

Dr. Lidya Wati Evelina, MM, L. of P. R. and R. U. B. N. (2016). Menggunakan Metode Etnografi Dalam Penelitian Sosial. *Dimensi Jurnal Sosiologi*.

Dr. Rulli Nasrullah, M. S. dalam *Teori dan Riset Media Siber* (Edisi Pert). (2014) Prenadamedia Group.

Fatimatuzzahro, F., & Achmad, Z. A. (2022). What If It Was You (#WIIWY) digital activism on TikTok to fight gender-based violence online and cyberbullying. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 35(4): 450-465.

Hariani, A. (2023). Siapa dan Apa Tugas Relawan Pajak. <https://www.pajak.com/pajak/siapa-dan-apa-tugas-relawan-pajak/tanggal 1 Juli 2023>

Hikmawati, S. atik, & Farida, L. (2021). Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang. *Al-Ittishol : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1): 1-11.

Hine, C. on *Virtual Ethnography*. (2000). Sage Publications

Juwita, R. (2017). Media Sosial dan Perkembangan Komunikasi Korporat. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(1):47-60.

Kelana, N. S. (2019). Berikut Kegiatan Pembiasaan Sebagai Pendukung Pendidikan Karakter di Sekolah. <https://siedoo.com/berita-27508-berikut-kegiatan-pembiasaan-sebagai-pendukung-pendidikan-karakter-di-sekolah/tanggal 1 Juni 2023>

Lina, L. F., Putri, A. D., & Anggarini, D. R. (2021). Maksimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Pendapatan dan Pengembangan Diri Generasi Z di MAN 1 Pesawaran. 40.

Mandala, N., East, M., & Pradesh, U. (2000). *Community Profile Discite Institute* (Vol. 288, Issue 2).

Monavia Ayu Rizati. (2019). Per April 2023, Pengguna TikTok Indonesia Terbanyak Kedua Dunia. *Data Indonesia*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/per-april-2023-pengguna-tiktok-indonesia-terbanyak-kedua-dunia/tanggal 3 Juli 2023>

Miftah Rezekia, S. (2020a). Langkah-Langkah Menggunakan Teknik Analisis Data Kualitatif. *Data Analysis: Teknik Data Kualitatif*. <https://www.dqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulan-data#:~:text=/tanggal 20 Juni 2023>

Miftah Rezekia, S. (2020b). Langkah-Langkah Menggunakan Teknik Analisis Data Kualitatif. <https://dqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulan-data /tanggal 20 Juni 2023>

Mujito. (2019). Membangun Pendidikan Karakter Di Sekolah Melalui Keteladanan Guru. *Jurnal Pedagogy*, 6(2):. 47-51.

Mustofa, A. (2022). Bangun Karakter melalui Kegiatan Pembiasaan di Sekolah. <https://radarkudus.jawapos.com/pendidikan/691645089/bangun-karakter-melalui-kegiatan-pembiasaan-di-sekolah#:~:text=/tanggal 3 Juli 2023>

Novianasari. (2018). Komunikasi Konsumen Lazada melalui Electronic Word of Mouth (E-WOM) (Issue Cmc).

Oktaviana, M., Achmad, Z. A., Arviani, H., & Kusnarto, K. (2021). Budaya Komunikasi Virtual di Twitter dan Tiktok: Perluasan makna kata estetik. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(2):173-186.

Parameswara, B. G., Liyah, L. N., Sania, N., & Ibrahim, A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tik-Tok di Masa Pandemi Covid-19. *Cebong Journal*, 1(1), 10–14.

Perdianti, M. S., & Valiant, V. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *Fikom UPI YAI, XXVII*(September): 1–19.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*: 3(1)

Putu, N., Utami, P., Bagus, I., Purwa, G., Suparmini, K. E., & Ganessa, U. P. (2011). Pemanfaatan Jejaring Sosial Facebook Dalam Information Sharing Bagi Pengelola Perpustakaan Di Kabupaten Buleleng. 209–220.

Qnet. (2022). 15 Kegiatan Pengembangan Diri yang Dapat Dilakukan. <https://www.qnetindonesia.com/kegiatan-pengembangan-diri/tanggal 4 Juli 2023>

R Adinda. (2022). Pengertian Self Development dan Contoh Self Development.

Rifan, T. Y. (2020). *Dakwah Digital: Studi Etnografi Virtual Akun Instagram@ Edhnx*.

Rizaty, M. A. (2022). *Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia/tanggal 3 Juli 2023>

Sari, R. N. (2022). Bagaimana Cara Menggunakan Fitur TikTok Save? <https://www.lampung.co/tekno/app/bagaiman-a-cara-menggunakan-fitur-tiktok-save/tanggal 4 Juli 2023>

Setiadi, A. (2014). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Matrik*: 16(1).

Siddiq, M., & Salama, H. (2019). Etnografi Sebagai Teori dan Metode. *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam*, 18(1): 23–48.

Student, M. T., Kumar, R. R., Omments, R. E. C. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pengembangan Diri Remaja (Studi di Kelurahan Ketapang Besar, Kecamatan Pasar Manna, Kabupaten Bengkulu Selatan). *Frontiers in Neuroscience*, 14(1):1–13.

Takwil, M. (2020). Model Program Pengembangan Diri dalam Mengembangkan Potensi Siswa di Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Peterongan Jombang. *EL-BANAT: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*, 10(2): 149–168.

Veronika, K. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Parafrase Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Riau*.

Wibawanto, S. (2018). Peran Keluarga dalam Perilaku Pembelian Hedonis. *Energies*, 6(1):1–8.

Winarso, B. (2021). Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-fiturnya? *Daily Social*. <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok/tanggal 1 Juli 2023>

Yumni, A. (2019). Keteladanan Nilai Pendidikan Islam yang Teraplikasikan. *Nizhamiyah*, IX(1): 1–9.