

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. E., & Lexi Pranata B. L. (2020). *Pengaruh Komunikasi dan Konten Visual Dalam Medi Sosial Intagram Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Fotografi Di Sweetescape Jakarta*. Jurnal Hospitality dan Pariwisata, Vol.6 (No.2) : 56-105 2020.
- Atussolichah. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Intagram Terhadap Pengungkapan Diri* . Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dantes, N. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). *Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhunawa Tungadewi Malang Terhadap TikTok*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol.7 No.2 (18).
- Fauziah, A. (2016). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Tingkatan Brand Awareness HijUp.com Di Kota Bandung*. Skripsi, Universitas Telkom.
- Fauziah, A. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 10 Kota Bekasi*. Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Gozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardyani, W. (2017). *Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs eramuslim.com di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang*. Jurnal Sospol, 3 (1), 180-201.
- Hidayat, D. (2012). *Komunikasi Antarpribadi dan Medianya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Itahadiwidjojo, V. (2016, Agustus 13). *CNN Indonesia*. Retrieved Maret 13, 2022, from [cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160813063247-256-151124/remaja-dan-curhatan-di-media-sosial](https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160813063247-256-151124/remaja-dan-curhatan-di-media-sosial)
- Karina, S. M., & Suryanto. (2012). *Pengaruh Keterbukaan Diri terhadap Penerimaan Sosial pada Anggota Komunitas Backpacker Indonesia Regional Surabaya dengan Kepercayaan terhadap Dunia Maya sebagai Intervening Variabel*. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial*, Universitas Airlangga.
- Kriyanto, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Lubis, N. S. (2017). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Eksistensi Diri Dikalangan Mahasiswa*. Skripsi, Universitas Mercu Buana.
- Meifilina, A. (2021). *Instagram Reels Sebagai Media Self Disclosure Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Balitar Blitar)*. *Jurnal Widya Komunika*, Vol. 11 No.2 Oktober 2021.
- Mutiara, A. (2018). *Instagram Stories Sebagai Media Self Disclosure Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNESA*. Skripsi.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nisrina, S. (2021). *Pengaruh Terpaan Instagram Terhadap Self Disclosure*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori Komunikasi Temporer*. Depok: Kencana.
- Nurhalimah, S., & dkk. (2019). *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir : Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Oktavianti, M. A. (2018). *Instagram Stories Sebagai Media Self Disclosure Mahasiswi Ilmu Komunikasi*. Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Panuju, R. (2015). *Sistem Penyiaran Indonesia : Sebuah Kajian Strukturalisme Fungsional*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.

- Rahmadina, R. M. (2019). *Pengaruh Needs, Secure Attachment, Harga Diri Dan Jenis Kelamin Terhadap Self Disclosure Pada Remaja Pengguna Media Sosial*. Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rahmawati, S. (2018). *Fenomena Pengguna Aplikasi TikTok di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung*. Jurnal Repositori Institusional & Ilmiah, h.1-3.
- Riyanto, A. D. (2022, Februari 15). *Hootsuite (We Are Sosial)*. Retrieved Maret 12, 2022, from Andi.Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Ruthelia, E., Sondakh, D. M., & Harilama, S. (2017). *Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi*. Jurnal Acta Diurna, Vol.1 No.1.
- Soliha, S. F. (2015). *Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial dan Kecemasan Sosial*. Jurnal Interaksi, 4(1): 1-10.
- Solis, B. (2014). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. Canada: John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2016:59). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV.Afabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Valiant, V. (2018). *Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi*. Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia.
- West, R., & Tunner, L. H. (2013). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Buku 1 Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wulandari, W. (2018). *Gambaran Keterbukaan Diri Siswa (Self Disclosure)*. Skripsi, IAIN Sultan Qaimuddin.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan Dosen Pembimbing



UNIVERSITAS DJUANDA BOGOR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK DAN SAINS KOMUNIKASI
STATUS TERAKREDITASI BAN-PT DIKTI

Jl. Tol Ciawi No.1, Kotak Pos Ciawi 35, Bogor 16720 Jawa Barat Telp./Fax : (0251)8240773, E-Mail : fisip@unida.ac.id

KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DJUANDA
NO.161/01/FISIP/B-SKEP.KMK/II/2022

Tentang

Penetapan Dewan Pembimbing Skripsi
Untuk Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Djuanda

Bismillaahirrahmaanirrahiim

- Menimbang** : a. Bahwa untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi di Universitas Djuanda dipandang perlu menetapkan Dewan Pembimbing Skripsi yang terdiri dari 1 orang Pembimbing I dan 1 orang pembimbing II.
b. Bahwa mereka yang namanya tercantum dalam Lampiran Keputusan ini dipandang mampu dan memenuhi syarat untuk menjadi Dewan Pembimbing Skripsi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Djuanda.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003, Tentang Sistem Pendidikan Nasional.
2. Undang-Undang No. 14 Tahun 2005, Tentang Guru dan Dosen.
3. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012, Tentang Sistem Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah No. 17 Tahun 2010, Tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan.
5. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 3 Tahun 2020, Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
6. Statuta Universitas Djuanda Bogor Tahun 2019.
7. Surat Keputusan Rektor No. 05/2018, Tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Masa Bakti 2018-2022.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan Pertama** : Mengangkat mereka yang namanya tercantum dalam Lampiran Keputusan ini sebagai Dewan Pembimbing Skripsi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Djuanda.
- Kedua** : Pembimbing I dan II bertugas memeriksa dan membimbing Skripsi mahasiswa baik di bidang materi maupun di bidang metodologi.
- Ketiga** : Keputusan ini berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkan penunjukan pembimbing atau mahasiswa tersebut telah dinyatakan lulus ujian Skripsi, dengan ketentuan apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bogor
Pada tanggal : 23 Februari 2022
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dekan,

Drs. Denny Hernawan, M.A.
NPP. 213 870 057

Lampiran : Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Djuanda
No. 161/01/FISIP/B-SKEP.KMK/II/2022

No	Nama Pembimbing	Jabatan Fungsional	Jabatan Dalam Dewan	Mahasiswa Nama/Nim.	Tanggal Penunjukan
1	Maria Fitriah, S.Sos., M.Si.	Asisten Ahli	Pembimbing I	Maharani Mutmainnah G.1810980	23 Februari 2022
2	Koesworo Setiawan, S.Sos., M.IK.	Asisten Ahli	Pembimbing II		

Bogor, 23 Februari 2022
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dekan,



Drs. Denny Hernawan, M.A.
NPP. 213 870 057

Tembusan:

1. Dosen Pembimbing
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Peringgal

Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian

Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Usia :
 - Lahir tahun 1980 dan sebelumnya
 - Lahir tahun 1981 – 1994
 - Lahir tahun 1995 – 2010
 - Lahir tahun 2011 dan setelahnya
3. Jenis kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
4. Pengguna tiktok atau menyukai konten tiktok
 - Ya
 - Tidak

STS = Sangat Tidak Setuju; TS = Tidak Setuju; R = Ragu-Ragu; S = Setuju; SS = Sangat Setuju.

KONTEN TIKTOK (X)

NO.	Pernyataan	STS 1	TS 2	R 3	S 4	SS 5
Kredibilitas (X1.1)						
1.	Saya percaya terhadap kreator pada konten tiktok yang saya tonton.					
2.	Saya percaya ketika kreator membuat konten tiktok yang realistis.					
3.	Saya menyukai kreator dalam menyajikan konten tiktok yang menarik.					
4.	Saya menyukai kreator dalam menyajikan konten tiktok yang kreatif.					
Daya Tarik (X1.2)						
5.	Saya tertarik kepada kreator yang menyampaikan kontennya dengan ramah.					
6.	Saya tertarik ketika kreator menggunakan bahasa tubuh dalam menyajikan kontennya.					
7.	Saya menyukai kreator yang mampu menyesuaikan konten dengan kebutuhan saya.					
Kekuasaan (X1.3)						
8.	Seorang kreator dapat membuat saya merasa kagum dalam menyajikan konten yang unik.					
Isi Konten Menarik Perhatian (X1.4)						
9.	Saya selalu menunggu konten terbaru dari seorang kreator.					
10.	Saya menyukai ciri khas kreator melalui konten tiktok yang disajikannya.					
Isi Konten Dapat Dimengerti (X1.5)						
11.	Saya menyukai ketika kreator membuat konten " <i>question and answer</i> " melalui kolom komentar yang dapat melibatkan penonton dalam kontennya.					
12.	Saya menyukai ketika kreator menggunakan bahasa yang mudah dipahami saat menyajikan konten tiktok.					
Isi Konten Dapat Diterima (X1.6)						
13.	Saya menyukai ketika kreator membuat konten berupa informasi mengenai tren yang viral (trending topik) sesuai dengan kebutuhan saya.					
14.	Saya menyukai ketika kreator membuat konten yang bersifat menghibur.					

15.	Saya menyukai ketika kreator membuat konten yang bersifat menghibur melalui cuitan kata-kata.					
16.	Saya menyukai ketika kreator membuat konten yang bersifat menghibur melalui gambar-gambar yang menarik.					

SELF DISCLOSURE (Y)

NO.	Pernyataan	STS 1	TS 2	R 3	S 4	SS 5
<i>Intent to Disclosure (Y1.1)</i>						
1.	Emosional saya dapat terpengaruh dari konten tiktok yang saya tonton.					
2.	Saya dapat mengungkapkan pendapat saya dari konten tiktok yang saya tonton.					
<i>Amount of Disclosure (Y1.2)</i>						
3.	Saya sering memposting konten tiktok yang sesuai dengan diri saya di media sosial.					
<i>The Positive-Negatif of Disclosure (Y1.3)</i>						
4.	Saya lebih banyak menampilkan hal positif mengenai diri saya melalui konten tiktok.					
5.	Saya lebih sering menampilkan kegembiraan diri saya melalui konten tiktok.					
<i>The Honesty-Accuracy of Disclosure (Y1.4)</i>						
6.	Saya yakin dengan kebenaran yang diposting mengenai diri saya melalui konten tiktok.					
7.	Pengungkapan diri yang saya lakukan melalui konten tiktok adalah gambaran akurat dari diri saya yang sebenarnya.					
<i>General Dept-Control of Disclosure (Y1.5)</i>						
8.	Saya mengungkapkan siapa diri saya secara terbuka melalui konten tiktok.					
9.	Saya dapat mengontrol diri terhadap konten tiktok yang saya posting mengenai diri saya.					

Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen

a. Hasil Uji Validitas

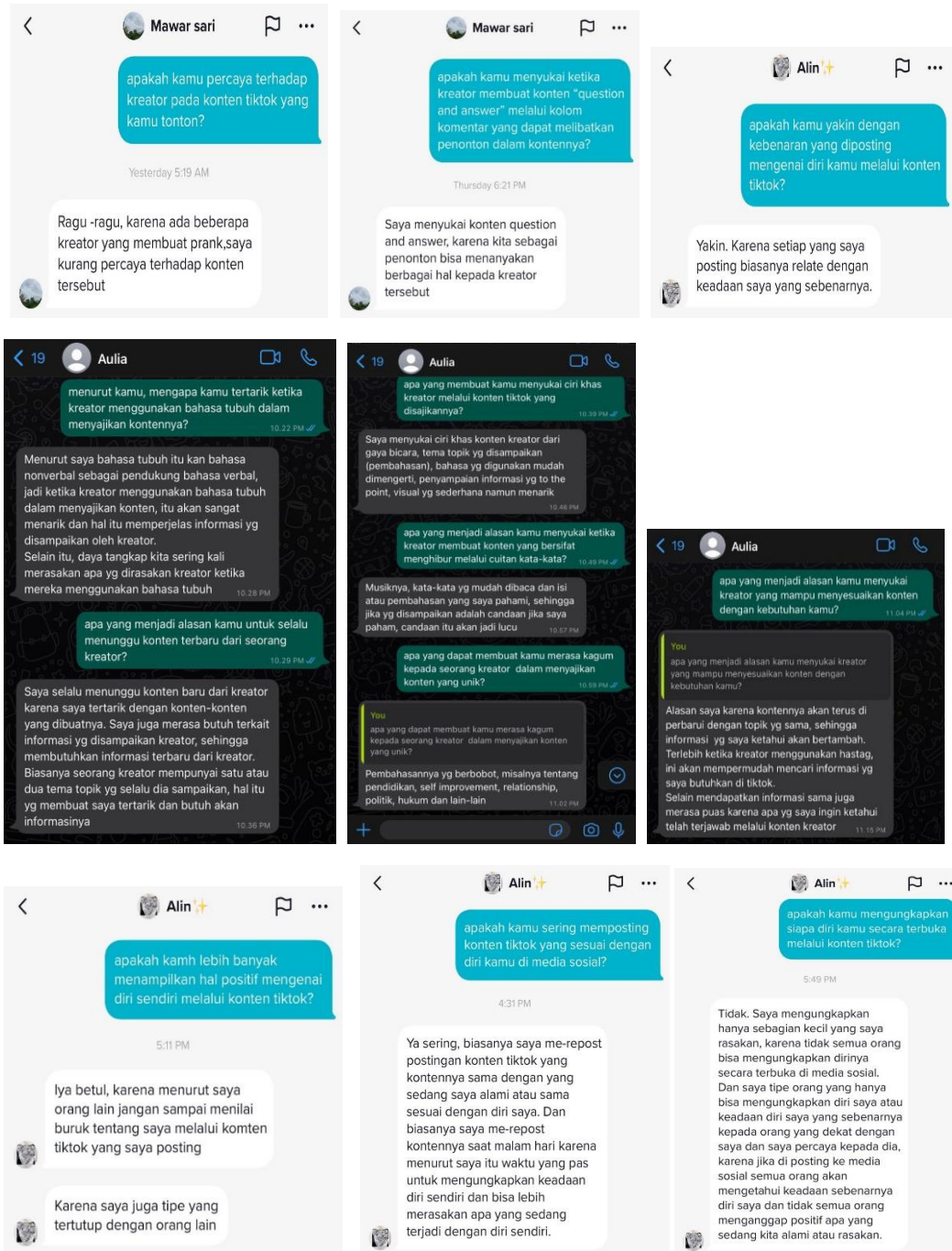
Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Konten Tiktok (X)	Item 1	0,653	0,444	Valid
	Item 2	0,653	0,444	Valid
	Item 3	0,787	0,444	Valid
	Item 4	0,747	0,444	Valid
	Item 5	0,752	0,444	Valid
	Item 6	0,763	0,444	Valid
	Item 7	0,544	0,444	Valid
	Item 8	0,661	0,444	Valid
	Item 9	0,682	0,444	Valid
	Item 10	0,654	0,444	Valid
	Item 11	0,449	0,444	Valid
	Item 12	0,591	0,444	Valid
	Item 13	0,689	0,444	Valid
	Item 14	0,729	0,444	Valid
	Item 15	0,788	0,444	Valid
	Item 16	0,699	0,444	Valid

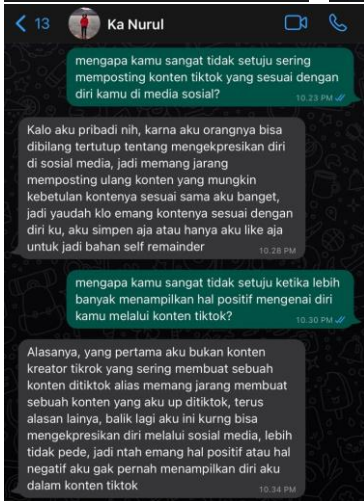
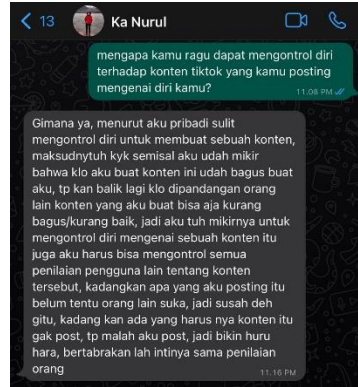
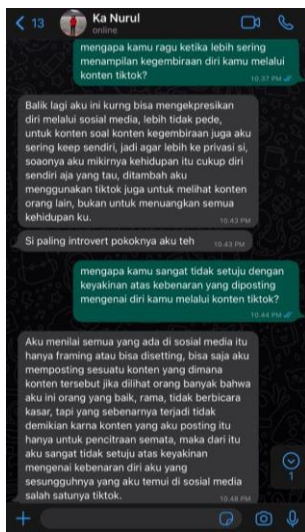
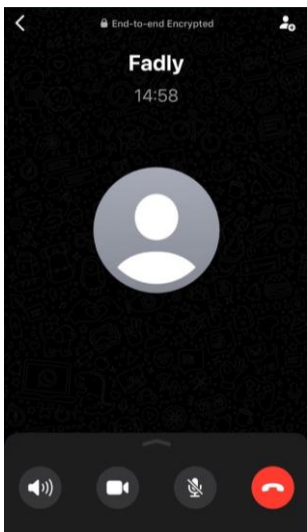
Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	keterangan
<i>Self Disclosure</i> (Y)	Item 17	0,633	0,444	Valid
	Item 18	0,514	0,444	Valid
	Item 19	0,891	0,444	Valid
	Item 20	0,804	0,444	Valid
	Item 21	0,748	0,444	Valid
	Item 22	0,780	0,444	Valid
	Item 23	0,853	0,444	Valid
	Item 24	0,885	0,444	Valid
	Item 25	0,590	0,444	Valid

b. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.910	25

Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara





Lampiran 5 Lembar Bimbingan Skripsi

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DJUANDA BOGOR

Lampiran 23. Lembar Bimbingan Skripsi

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama: Maharani Murnainnah
 NIM: 21020980
 Judul Skripsi: 16/01/PSIP/B
 Nomor SK: 16/01/PSIP/B Tanggal: 25 Februari 2022
 Pembimbing I: Maria Fitria, S.Sos., M.Si.
 Pembimbing II: Koesworo Setiawan, S.Sos., M.IK.

LEMBAR KOREKSI PEMBIMBING

Tanggal	Koreksi Pembimbing I	Paraf	Tanggal	Koreksi Pembimbing II	Paraf
8/3 21/3 2022	Bab 1 Latar belakang	A	10 Maret 2022	Bab 1 Latar belakang	A
5 April 2022	Bab 1 Asumsi dan tujuan masalah	A	18 Maret 2022	Bab 1 Tujuan dan manfaat	A
13 April 2022	Bab 1-3 Pendahuluan, latar belakang, landasan teori	A	Senin, 28 Maret 2022	Bab 2 Latar belakang, tujuan penelitian	A
19 April 2022	Bab 1-3 landasan teori, metodeologi	A	Sabtu, 9 April 2022	Lanjut Bab	A
2 Juni 2022	Acc. Kolokium	A	Senin, 14 April 2022	Acc. Kolokium	A

LAMPIRAN PEDOMAN SKRIPSI 2021

LEMBAR KOREKSI PEMBIMBING

Tanggal	Koreksi Pembimbing I	Paraf	Tanggal	Koreksi Pembimbing II	Paraf
24/6 2022	Kurironek penelitian	A	15/6 2022	Note 4 pembahasan	A
30/6 2022	Kurironek penelitian	A	26/6 2022	Pembahasan, hasil dan kesimpulan	A
1/7 2022	Kurironek penelitian	A	30/6 2022	Pembahasan, kesimpulan	A
4/7 2022	Kurironek penelitian	A			
21/7 2022	Bab 4 Hasil dan pembahasan	A			
3/8 2022	Operasional tabel, dan pembahasan	A			
4/8 2022	Pembahasan kesimpulan dan abstrak	A			
5/8 2022	Penyelesaian Draf	A	30/6 2022	Penyelesaian Draf	A

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DJUANDA BOGOR

LEMBAR KOREKSI PEMBIMBING

Tanggal	Koreksi Pembimbing I	Paraf	Tanggal	Koreksi Pembimbing II	Paraf
4/8 2022	Artikel ilmiah	A	8/8 2022	Artikel ilmiah	A
5/8 2022	Artikel Ilmiah	A		Artikel Ilmiah	
6/8 2022	Acc. Seminar Hasil	A	8/8 2022	Acc. Seminar Hasil	A
		A	11/8-22		
		A	11/8-22		
11/8 2022	Acc. Sidang Skripsi	A	11/8-22	Acc. Sidang Skripsi	A
		A			
		A			
5/9 2022	Acc. Penjilidan	A	21/9 2022	Acc. Penjilidan	A

Lampiran 6 Surat Izin Publikasi

SURAT PERNYATAAN
Perihal: Izin Publikasi

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maharani Mutmainnah
NIM : G.1810980
Fakultas/ Universitas : Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Komputer/
Universitas Djuanda Bogor
Program Studi : Sains Komunikasi
Judul Penelitian : **PENGARUH KONTEN TIKTOK SEBAGAI MEDIA SELF
DISCLOSURE PADA MAHASISWA**

Pembimbing I : Maria Fitriah, S.Sos., M.Si.
Pembimbing II : Koesworo Setiawan, S.Sos., M.IK.

Dengan ini menyatakan bahwa artikel dan data hasil skripsi saya copyright-nya diserahkan kepada Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Komputer untuk kepentingan publikasi. Saya memberikan izin kepada Fakultas untuk memodifikasi judul dan isi artikel serta susunan penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam keadaan sehat dan tidak ada tekanan dari pihak manapun.

Menyetujui,
Dekan.



Hj. Ginung Fratidina, Dra., M.Si.
NIP. 196705191992032003

Bogor, 15 Agustus 2022
Yang membuat pernyataan,



Maharani Mutmainnah
NIM. G.1810980

Kredibilitas dalam Konten Tiktok pada Mahasiswa

Maharani Mutmainnah^{1*}, Maria Fitriah², Koesworo Setiawan³.
Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Komputer,
Universitas Djuanda Bogor. Jl, Tol Ciawi No.1 Kotak Pos 35 Bogor 16720.

*Korespondensi: maharaninah@gmail.com

(Diterima oleh Dewan Redaksi: xx-xx-xxxx)
(Dipublikasikan oleh Dewan Redaksi: xx-xx-xxxx)

ABSTRACT

One of the social media platforms that many Indonesians use is tiktok. Tiktok content is one of the platforms used by content creators in pouring knowledge and practicing their ability to create content. The presentation of content can be seen from graphic design, information, music, etc. The credibility of creators in creating content is one of the elements in a content. The purpose of this research is to determine the credibility in tiktok content in college students. The approach in research is a quantitative approach using the survey method, then analyzed using the Likert scale to 100 tiktok user college students through a simple random sampling technique. Based on the results of the research, the average assessment of Bogor City college students regarding credibility has a mean value of 3.83 and is in the good category. It can be concluded that tiktok content has a credibility level of trust in the creator's ability to create audience trust to keep following the content created and the expertise presented by creators on tiktok content is considered good for Bogor City college students.

Keywords: Content; Credibility; Tiktok; Uses and Gratification Theory.

ABSTRAK

Salah satu platform media sosial yang banyak digunakan di Indonesia yaitu Tiktok. Konten tiktok merupakan salah satu wadah yang digunakan oleh konten kreator dalam menuangkan pengetahuan dan mempraktikkan kemampuan mereka dalam membuat konten. Penyajian konten dapat dilihat dari desain grafis, isi konten, musik, dan sebagainya. Kredibilitas kreator dalam membuat konten menjadi salah satu unsur dalam sebuah konten. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui kredibilitas dalam konten tiktok pada mahasiswa. Pendekatan dalam penelitian yaitu pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survey, kemudian dianalisis menggunakan skala Likert kepada 100 mahasiswa pengguna tiktok melalui teknik simple random sampling. Berdasarkan hasil penelitian, rata-rata penilaian mahasiswa Kota Bogor mengenai kredibilitas memiliki nilai mean 3,83 dan berada dalam kategori baik. Dapat disimpulkan bahwa konten tiktok memiliki tingkat kredibilitas akan kepercayaan atas kemampuan kreator dalam menciptakan kepercayaan penonton agar tetap mengikuti konten yang dibuat dan keahlian yang disajikan kreator pada konten tiktok tergolong baik dipandangan mahasiswa Kota Bogor.

Keywords: Konten; Kredibilitas; Tiktok; Teori Uses and Gratification

Maharani Mutmainnah, 2022. Kredibilitas dalam Kotre Tiktok Pada Mahasiswa.

PENDAHULUAN

Tiktok merupakan media sosial yang mempunyai presentase pengguna sebanyak 63,1% dari jumlah populasi Indonesia (Riyanto, 2022). Tiktok

membuat para pengguna dapat dengan mudah mengekspresikan diri mereka dan membagikan informasi umum atau bahkan bersifat pribadi ke beranda pengguna lain, contohnya seperti konten *daily in my life*.

Menurut Gahrn *dalam* (Anggoro & Lexi Pranata B. L, 2020) konten merupakan sesuatu yang dapat disampaikan melalui gambar, teks, musik dan lain sebagainya. Oleh karena itu, media sosial selain mengutamakan interaksi tetapi juga dijadikan sebagai wadah para penggunanya dalam mempresentasikan diri kepada khalayak luas. Pembuatan konten terbaik harus fokus pada, warna, fitur dan desain grafis yang menarik (Fauziah A. , 2016).

Berdasarkan pemaparan pendahuluan tersebut, kemudian peneliti merumuskan pokok dalam penelitian, yaitu "Bagaimana kredibilitas dalam konten tiktok pada mahasiswa di Kota Bogor?".

MATERI DAN METODE

Konten

Konten menurut KBBI adalah informasi yang tersedia pada suatu media elektronik. Konten dalam media online sebuah video berupa gambar, teks dan sebagainya yang berisikan informasi dan fakta (Valiant, 2018). Konten dibuat oleh pengelola atau pemilik akun seperti wartawan, humas, atau pun warga net atau netizen baik itu media sosial maupun web (Valiant, 2018).

Kredibilitas

Menurut Rakhmat *dalam* (Ruthelia, Sondakh, & Harilama, 2017) kredibilitas yaitu kombinasi dari perspektif komunikasi tentang karakteristik komunikator. Terdapat dua unsur dalam aspek ini yaitu kepercayaan dan keahlian. Kepercayaan yaitu bagaimana seorang konten kreator mampu menciptakan kepercayaan dari penonton agar mengikuti konten yang dibuatnya. Sedangkan keahlian yaitu kemahiran dalam menciptakan isi konten yang kreatif dan menarik agar penonton tertarik menonton konten tersebut.

Tiktok

Menurut Rahmawati (2018), tiktok yaitu aplikasi audio visual yang merupakan jejaring sosial asal China yang berkontribusi di industri digital Indonesia. Tiktok juga memiliki fitur *special effects* menarik dan tentunya mudah digunakan. Tiktok merupakan sebuah aplikasi unik dan menarik karena memiliki spesial efek dan penggunaannya yang mudah sehingga dapat menghasilkan sebuah video pendek dengan hasil yang bagus (Nurhalimah & dkk, 2019).

Teori *Uses and Gratification*

Dalam teori *uses and gratification* audiens dipersepsikan sebagai objek aktif terhadap media dan audiens aktif terlibat dengan media. Teori ini menjelaskan bagaimana sebuah media dapat memenuhi kebutuhan individu publik yang berpartisipasi aktif dengan media tersebut, khalayak mempunyai kesadaran yang penuh ketika memilih media dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya (West & Tunner, 2013).

Metode

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Kemudian 100 mahasiswa pengguna tiktok dinilai menggunakan skala Likert dengan teknik *simple random sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Analisis

1. Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

Adapun dibawah ini menampilkan informasi jenis kelamin responden:

Table 1 Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	38	38%
2.	Perempuan	62	62%
	Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel tersebut dapat di jelaskan responden pada mahasiswa Kota Bogor yaitu sebanyak 38 responden atau (38%) untuk kelamin laki-laki, dan 62 responden atau (62%) untuk jenis kelamin perempuan. Jadi dapat ditentukan bahwa sebagian besar responden terpilih adalah perempuan.

b. Usia

Karakteristik berdasarkan usia mahasiswa dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Table 2 Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase
1.	Lahir tahun 1980 dan sebelumnya	-	-
2.	Lahir tahun 1981 - 1994	-	-
3.	Lahir tahun 1995 - 2010	100	100%
4.	Lahir tahun 2010 dan setelahnya	-	-
	total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas, dapat di jelaskan responden pada mahasiswa Kota Bogor menunjukkan bahwa 100% responden lahir pada tahun 1995 - 2010 yaitu antara 12-27 tahun.

c. Pengguna Tiktok

Adapun karakteristik pada mahasiswa berdasarkan pengguna tiktok yaitu:

Table 3 Pengguna Tiktok

No	Pengguna Tiktok	Jumlah	Presentase
1.	Ya	100	100%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel tersebut, dapat di jelaskan responden pada mahasiswa Kota Bogor menunjukkan bahwa 100% responden adalah pengguna tiktok.

2. Tanggapan Responden

No	Pernyataan	F (x)	Mean
1.	Saya percaya terhadap kreator pada konten tiktok yang saya tonton.	332	3,32
2.	Saya percaya ketika kreator membuat konten tiktok yang realistis.	348	3,48
3.	Saya menyukai kreator dalam menyajikan konten tiktok yang menarik.	425	4,25
4.	Saya menyukai kreator dalam menyajikan konten tiktok yang kreatif.	427	4,27
Nilai mean			3,83

Berdasarkan tersebut, rata-rata penilaian mahasiswa Kota Bogor mengenai kredibilitas memiliki nilai mean 3,83 dengan menggunakan skala likert dan berada dalam kategori **baik**. Dapat disimpulkan bahwa konten tiktok memiliki tingkat kredibilitas akan kepercayaan atas kemampuan kreator dalam menciptakan kepercayaan penonton agar tetap mengikuti konten yang dibuat dan keahlian dalam menciptakan isi konten yang kreatif serta menarik agar penonton tertarik menonton konten membuat yang disajikan kreator pada konten tiktok tergolong baik dipandangan mahasiswa Kota Bogor.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan uji statistik dan wawancara yang digunakan mengenai kredibilitas dalam konten tiktok pada mahasiwa Kota Bogor diperoleh nilai sebesar 3,83 dengan kriteria baik. Dapat disimpulkan bahwa konten tiktok memiliki tingkat kredibilitas akan kepercayaan atas kemampuan kreator dalam menciptakan kepercayaan penonton agar tetap mengikuti konten yang dibuat dan keahlian dalam menciptakan isi konten yang kreatif serta menarik agar penonton tertarik menonton konten membuat yang disajikan kreator pada konten tiktok tergolong baik dipandangan mahasiswa Kota Bogor.

Implikasi Teoritis

Pada penelitian ini, peneliti meneliti tentang kredibilitas dalam konten tiktok pada mahasiswa menggunakan teori komunikasi *uses and gratification*. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan proses penerimaan komunikasi massa dan membahas bagaimana memilih media dan menunjukkan bahwa individu memiliki kemampuan untuk menggunakan media.

Blumer dan Katz dalam (Lubis N. S., 2017) percaya bahwa ada banyak alasan orang menggunakan media, alih-alih selalu dengan satu cara. Konsumen media bebas memilih bagaimana mereka akan menggunakan dan dipengaruhi oleh media.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat dipahami tentang kredibilitas seorang konten kreator memiliki peran yang penting dalam menyajikan konten tiktok di sebuah media.

Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat atau masukan pada bidang komunikasi massa khususnya *new media*. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi para mahasiswa atau masyarakat lain yang aktif dalam bermedia sosial khususnya konten kreator.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. E., & Lexi Pranata B. L. (2020). *Pengaruh Komunikasi dan Konten Visual Dalam Medi Sosial Intagram Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Fotografi Di Sweetescape Jakarta*. Jurnal Hospitality dan Pariwisata, Vol.6 (No.2) : 56-105 2020.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hardyani, W. (2017). *Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs eramuslim.com di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang*. Jurnal Sospol, 3 (1), 180-201.
- Hidayat, D. (2012). *Komunikasi Antarpribadi dan Medianya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Karina, S. M., & Suryanto. (2012). *Pengaruh Keterbukaan Diri terhadap Penerimaan Sosial pada Anggota Komunitas Backpacker Indonesia Regional Surabaya dengan Kepercayaan terhadap Dunia Maya sebagai Intervening Variabel*. Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial, Universitas Airlangga.
- Gozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lubis, N. S. (2017). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Eksistensi Diri Dikalangan Mahasiswa*. Skripsi, Universitas Mercu Buana.
- Rahmadina, R. M. (2019). *Pengaruh Needs, Secure Attachment, Harga Diri Dan Jenis Kelamin Terhadap Self Disclosure Pada Remaja Pengguna Media Sosial*. Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Riyanto, A. D. (2022, Februari 15). *Hootsuite (We Are Sosial)*. Retrieved Maret 12, 2022, from Andi.Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Valiant, V. (2018). *Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi*. Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia.
- West, R., & Tunner, L. H. (2013). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Buku 1 Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama : Maharani Mutmainnah
Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 26 April 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Gunung Putri - Bogor
Email : maharaninah@gmail.com

Pendidikan

2007 - 2012 : SDN Wanaherang 02
2012 - 2015 : SMP Bina Bangsa Mandiri 1
2015 - 2018 : SMA Muhammadiyah Cileungsi
2018 - 2022 : Universitas Djuanda Bogor

Pengalaman Organisasi

2014 - 2015 : Sekretaris OSIS SMP Bina Bangsa Mandiri 1
2016 - 2017 : Pengurus IPM SMA Muhammadiyah Cileungsi
2019 - 2020 : Anggota Divisi Minat dan Bakat HIMAKOM
2019 - 2022 : Pengurus dan Penyiar Fun Radio
2020 - 2021 : Sekretaris Umum Badan Eksekutif Mahasiswa FISIP
2020 - 2022 : Sekretaris Umum UKM PSM GISANADA