

**PENGALAMAN KOMUNIKASI PENGGUNA TIKTOK PADA REMAJA  
DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata  
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Andalas

Oleh:

**Atik Risalah Matondang**

**1610861007**

**Dosen Pembimbing:**

**Dr. Elva Ronaning Roem, S.Sos, M.Si**

**Novi Elian, S.P., M.Si**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**2022**

**PENGALAMAN KOMUNIKASI PENGGUNA TIKTOK PADA REMAJADI  
KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Andalas

Oleh:

**Atik Risalah Matondang1610861007**

Dosen Pembimbing:

**Dr. Elva Ronaning Roem, S.Sos, M.SiNovi**

**Elian, S.P., M.Si**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**2022**

## **ABSTRAK**

### **PENGALAMAN KOMUNIKASI PENGGUNA TIKTOK PADA REMAJA DI KOTA PADANG**

**Oleh:**

**Atik Risalah Matondang  
1610861007**

**Pembimbing:**

**Dr. Elva Ronaning Roem, S.Sos, M.Si  
Novi Elian, S.P., M.Si**

Penggunaan TikTok di kalangan remaja menjadi fenomena di berbagai kota di Indonesia. Remaja melakukan berbagai aktivitas dan merepresentasikan hidupnya pada TikTok. Fenomena yang muncul, remaja menggunakan sebagai kreativitas, hobi. Namun, juga muncul fenomena perilaku komunikasi remaja yang negatif saat berkomunikasi di TikTok. Hal ini melatarbelakangi peneliti untuk meneliti pengalaman komunikasi pengguna TikTok pada remaja di Kota Padang. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengalaman perilaku komunikasi penggunaan TikTok oleh remaja di Kota Padang serta mengetahui pemaknaannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Paradigma yang digunakan pada penelitian ini konstruktivisme dengan menggunakan fenomenologi Edmund Husserl. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan wawancara dan observasi. Analisis data yang digunakan pada penelitian menggunakan IPA (*Interpretative Phenomenological Analysis*). Hasil penelitian ini didapati bahwa para remaja dalam menggunakan TikTok melakukan beberapa aktivitas seperti menonton beragam video, membuat dan memposting video, serta melakukan *endorse brand clothing*. Saat menggunakan TikTok juga ditemui bahwa remaja menggunakan TikTok dengan durasi yang lama, dengan rata-rata penggunaan 6-8 jam setiap hari. Berdasarkan pada pengalaman komunikasi remaja saat menggunakan TikTok, remaja memaknai pengalamannya tersebut sebagai sumber informasi *fashion*, sarana hiburan di waktu luang, melakukan bisnis, sarana ekspresi diri, dan meningkatkan eksistensi diri.

**Kata Kunci: Fenomena, TikTok, Komunikasi Verbal, Komunikasi Nonverbal, Remaja**

## **ABSTRACT**

### **TIKTOK USER COMMUNICATION EXPERIENCE IN ADOLESCENTS IN PADANG CITY**

**By:**  
**Atik Risalah Matondang**  
**1610861007**

**Supervisor:**  
**Dr. Elva Ronaning Roem, S.Sos, M.Si**  
**Novi Elian, S.P., M.Si**

The use of TikTok among teenagers has become a phenomenon in various cities in Indonesia. Teens carry out various activities and represent their lives on TikTok. When using TikTok, teenagers use it as creativity, a hobby. However, there is also the phenomenon of negative adolescent communication behavior when communicating on TikTok. This is the background for researchers to examine the experience of communication behaviour of TikTok users in adolescents in the city of Padang. This study aims to analyse the experience of communication behaviour using TikTok by adolescents in the city of Padang and find out its meaning. This study uses a qualitative method with a phenomenological approach. The paradigm used in this study is constructivism using Edmund Husserl's phenomenology. Data collection techniques used by interviews and observation. The data analysis used in this research uses IPA (Interpretative Phenomenological Analysis). The results of the study illustrate that teenagers use TikTok to carry out several activities such as watching various videos, creating and posting videos, and endorsing clothing brands. When using TikTok, it was also found that teenagers used TikTok for a long time, with an average use of 6-8 hours every day. Based on adolescents' communication experiences when using TikTok, adolescents interpret this experience as a source of fashion information, a means of entertainment in their spare time, doing business, a means of self-expression, and increasing self-existence.

***Keywords: Phenomenon, TikTok, Verbal Communication, Nonverbal Communication, Teenagers.***