

STUDI MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP MUSIKALITAS SISWA KELAS XI SMA NEGRI 2 KARANGANYAR

Synedra Algeta Sukrisna; Budi Santoso

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika,
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

TikTok merupakan aplikasi dengan fitur penyuntingan video dan musik yang dapat dimanfaatkan penggunanya untuk membuat konten tertentu, salah satu komponen paling utama dalam Tik Tok adalah musik, dengan mengkonsumsi musik dalam jangka waktu yang lama tentunya mempengaruhi nilai musikalitas seseorang. Penelitian ini menggunakan *Uses and Gratification Theory*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui motif penggunaan media sosial tik tok pada musikalitas siswa kelas XI SMA N 2 Karanganyar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada siswa yang ditentukan berdasarkan kriteria *purposive sampling*, sampel yang didapatkan dari pemenuhan kriteria berjumlah 88 responden. Hasil uji hipotesis serta analisis data penelitian menunjukkan bahwa terdapat motif hubungan positif antara media sosial tik tok pada musikalitas siswa kelas XI SMA Negeri 2 Karanganyar.

Kata Kunci: Media Sosial, Tik Tok, Musikalitas. *Use and Gratification*.

Abstract

TikTok is an application with video and music editing features that users can use to create certain content. One of the most important components in Tik Tok is music. Consuming music over a long period of time certainly affects a person's musical value. This research uses *Uses and Gratification Theory*. The aim of this research is to determine the motives for using social media Tik Tok on the musicality of class XI students at SMA N 2 Karanganyar. This research uses a quantitative method where data is collected through questionnaires distributed to students who are determined based on *purposive sampling* criteria. The sample obtained from fulfilling the criteria was 88 respondents. The results of hypothesis testing and analysis of research data show that there is a positive relationship between social media Tik Tok and the musicality of class XI students at SMA Negeri 2 Karanganyar.

Keywords: Social Media, Tik Tok, Musicality. *Use and Gratification*.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan pola perilaku manusia telah sampai pada tahap dimana masing-masing individu memiliki kendali penuh untuk dapat mengatur apa yang mereka inginkan dan tidak, hal inilah yang menjadikan internet menjadi hal yang mampu untuk merubah konsep bagaimana cara manusia mengkonsumsi media, media baru menggeser kedudukan media lama yang dahulu sangat dibutuhkan, dalam menyajikan informasi dengan begitu cepat, internet mendominasi

media massa yang dapat menuntut media lain dalam melakukan konvergensi dalam bentuk digitalisasi internet. Konvergensi media tidak hanya menggeser media cetak namun teknologi-teknologi seperti telepon bergeser menggunakan telepon internet, kemudian acara televisi yang saat ini mulai disiarkan juga menggunakan internet, dan lain-lain. Pada tahun 2017 hingga sekarang internet ini didukung oleh adanya kaum milenial yang lebih menyukai media massa melalui gadget ataupun perangkat digital yang mereka miliki sekarang (Ramby, 2022).

Media sosial merupakan salah satu jenis aplikasi yang menghasilkan informasi dalam bentuk video ataupun tulisan. Salah satu dari beberapa aplikasi tersebut adalah Tik Tok. Aplikasi TikTok merupakan aplikasi dengan fitur penyuntingan video dan musik yang dapat dimanfaatkan penggunanya untuk membuat konten tertentu. Di Indonesia, TikTok menjadi salah satu aplikasi pengisi waktu luang masyarakatnya untuk kepentingan pribadi. Musik sendiri adalah sarana komunikasi emosional yang sangat kuat. Fungsi musik sebagai media ekspresi diri lebih dari sekedar kumpulan not dan melodi. Ia terkait bagaimana kita bisa membawa musik ke dalam *mood*, hingga menemani aktivitas kita atau bahkan melipur lara. Dengan musik menjadi perangkat ekspresi, ia harus bisa menjadi perpanjangan indra musisinya. Maka dari itu ekspresi dari musik tersebut akan terkomunikasikan kepada penikmatnya. Identitas dari musisi terbawa hingga para penikmatnya bisa langsung merasakan sebuah proses komunikasi melalui lantunan musiknya (Hutabarat & Ginting, 2021).

Penggunaan aplikasi TikTok juga merupakan sebuah upaya memanfaatkan waktu luang yang dapat memberikan keuntungan bagi penggunanya, seperti personal branding dan pembentukan identitas. Tindakan pengguna @bowo_alpenliebe, @Nurraini, serta @Nadia Zerlinda merupakan pemanfaatan waktu luang sesuai dengan kemampuan diri mereka untuk mencapai kepuasan atau tujuan tertentu, seperti yang dipaparkan (Usborne & Taylor, 2010) (Ibrahim et al., 2022). Menurut (Goldkind & McNutt, 2018), ruang siber memungkinkan seseorang mengonstruksi tubuh virtual yang menetralkan atribusi sosial pada tubuh di dunia nyata. Pada akhirnya, seseorang dengan leluasa memanfaatkan situasi ini untuk menggandakan dan memperluas identitas mereka di ruang siber, yang menurut Tajfel (dalam Cui, Rui, & Su, 2016) menjadi sebuah pemanfaatan untuk mewujudkan identitas personal (Fellows & Yhap, 2019).

Aplikasi Tik Tok memberikan kebebasan bagi para penggunanya sesuai dengan teori komunikasi, yakni membantu masyarakat untuk mengekspresikan diri dan merekam kehidupan yang baik adalah makna dari keberadaan video tersebut. Setelah memasuki halaman beranda Tik Tok, itu adalah konten yang direkomendasikan oleh Tik Tok untuk para penonton. Pengguna ponsel dapat beralih secara bebas atau meluncur. Operasi sederhana dan nyaman dan

memenuhi persyaratan pengguna dalam waktu singkat merupakan alasan kenapa Tik Tok begitu besar dalam lima tahun belakangan ini (Fauziah, 2021).

Lebih lanjut, Burns-Stanning, (2020) memaparkan identitas personal merupakan kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi atribusi dirinya sendiri, yang juga dikonstruksi secara sosial oleh kelompok masyarakat tempat ia tinggal. Perspektif komunikasi melihat identitas sebagai salah satu elemen penting yang melekat pada manusia sebagai komunikator dan komunikan. Identitas sendiri merupakan hasil dari interaksi manusia dengan dirinya sendiri dan lingkungan (Shepherd & Sigg, 2015).

Adapun aspek karakteristik individu yang dipengaruhi tersebut, menurut (Tajfel, 2010) meliputi orientasi personal, nilai-nilai individu, serta ekspresi diri. Orientasi personal meliputi cara seseorang berkomunikasi dengan orang lain. Nilai-nilai individu yang merupakan nilai yang dipegang teguh oleh seseorang guna mempertahankan rasa percaya dirinya ketika melakukan komunikasi dengan orang lain. Sementara itu, ekspresi diri merupakan cara seseorang mengekspresikan dirinya ketika melakukan komunikasi dengan orang lain. Berkenaan dengan keajekan identitas, (Suparyanto dan Rosad (2015, 2020) menyatakan proses interaksi antara individu dengan struktur sosial tertentu menyebabkan identitas menjadi cair (fluid) dan selalu berubah (dinamis). Oleh karena itu, identitas sosial merupakan hal yang tidak ajek karena akan selalu mengalami perubahan dan bergerak sesuai dengan identifikasi tatanan sosial tertentu terhadap seseorang (Ibrahim et al., 2022).

Dewasa ini musik tidak pernah lepas dari kehidupan seseorang. Bukan hanya sebagai hiburan, musik memiliki efek pada kehidupan manusia yang dapat dihubungkan dengan segala sesuatu berkaitan dengan fisik, emosional, spiritual dan lain sebagainya. Kondisi kehidupan saat ini, yang seolah kebarat-baratan, cukup tampak jelas dalam pola perilaku remaja masa kini. Tidak hanya dalam selera musik, kecenderungan ini juga tampak antara lain pada fashion, tatanan rambut, gaya berbicara, bahkan pola pergaulan yang terkesan sangat bebas. Literatur-literatur yang memuat permasalahan kecenderungan selera musik pada kalangan-kalangan tertentu secara khusus (misalnya kalangan remaja) sejauh ini belum ditemui. Kendatipun demikian, karangan Pierre Bourdieu yang berjudul *Distinction: A Sosial Critique of the Judgement of Taste* (1984) memuat faktor-faktor apa yang mempengaruhi selera (taste), berdasarkan pendekatan dari karya tersebut yang diaplikasikan dalam selera akan seni. Dalam buku ini, Bourdieu memaparkan pula tentang kecenderungan selera musik, dan ternyata, preferensi musik menjadi salah satu identitas dari kelas-kelas sosial yang ada. Dengan kata lain, jenis musik tertentu diasosiasikan dengan kelas sosial tertentu.

Studi (Bennet, 2009) yang melibatkan sejumlah responden yang berasal dari berbagai strata sosial, etnis, bangsa, dan gender untuk melihat kecenderungan selera musik, menemukan kecenderungan *Culture, Class, Distinction* pada preferensi musik masyarakat dan hubungannya dengan kelas sosial adalah. Hal yang menarik adalah temuan adanya kecenderungan selera musik yang heterogen dalam kategori sosial tertentu. Kecenderungan pengkonsumsian beraneka warna jenis musik oleh satu kategori sosial tertentu ini disebut dengan omnivora musik. Hal ini memunculkan pertanyaan, yakni, benarkah preferensi musik menunjukkan kategori sosial tertentu yang memiliki habitus tertentu.

Richard Jenkins mengambil intisari Turner tentang identitas sosial dengan mengatakan, kategorisasi sosial menghasilkan identitas sosial dan menghasilkan perbandingan sosial, yang dapat saja berakibat positif atau negatif terhadap evaluasi diri. Identitas sosial merupakan bagian dari konsep diri seseorang yang didasarkan pada identifikasinya dengan sebuah bangsa kelompok etnis, gender atau afiliasi sosial lainnya, identitas sosial sangat penting karena mereka memberi kita perasaan bahwa kita memiliki tempat dan kedudukan dalam dunia. Tanpa identitas sosial, kebanyakan dari kita akan merasa seperti kelereng yang mengelinding bebas dan tanpa saling terkait antara satu dengan yang lain dalam semesta.

Eksistensi musik di media sosial menciptakan suatu hal yang baru dalam organisasi dan interaksi sosial yang terjadi di masyarakat melalui jaringan informasi elektronik. Banyak perubahan yang lahir dari media sosial seperti munculnya media komunikasi yang baru dimana masyarakat dapat membentuk bisnis baru atau cara berdagang secara online yang dijadikan sumber penghasilan atau membantu lembaga mencapai tujuan usahanya (Ramadhanty dan Alima, 2022).

Penelitian terdahulu milik (Stokes & Price, 2017) dengan judul *Social Media, Visual Culture and Contemporary Identity* mendapatkan hasil bahwa konstruksi identitas dalam budaya visual adalah kompleks dan berkelanjutan, ada sisi negative elemen untuk direpresentasikan diri secara online ini yang dapat dikelola melalui bimbingan hati-hati dan pendekatan informasi. Di forum online, di mana daya tarik memiliki keunggulan dan siswa dengan keahlian kritis dan literasi audio visual yang kuat. Penelitian lain, dari (Prasetyo, 2013) dengan judul *Preferensi Musik di Kalangan Remaja* mendapatkan hasil bahwa adanya kecenderungan pemilihan musik pop sebagai preferensi di kalangan remaja dilatarbelakangi oleh beberapa faktor, yaitu nilai objektif dari musik pop itu sendiri, kemampuan musik pop untuk merepresentasikan kondisi-kondisi yang dialami oleh remaja, serta makna dari musik itu bagi kalangan remaja.

Penelitian dari (Cipresso *et al.*, 2022) dengan judul *Psychology of Social Media: From Technology to Identity* mendapatkan hasil jika mungkin menggunakan jejaring sosial secara efektif untuk mengubah identitas sosial kita (manajemen kesan) juga benar bahwa intervensi eksternal dapat lebih mudah mengubah cara anggota jaringan lainnya menerima identitas kita (manajemen reputasi); Jika di jejaring sosial lebih mudah untuk memutuskan bagaimana dan fitur apa yang akan ditekankan dalam identitas sosial (personal branding), benar juga mengikuti jejak ditinggalkan oleh identitas virtual yang berbeda lebih mudah bagi orang lain untuk membangun kembali identitas asli kita (manajemen privasi).

Berkaca dari penelitian terdahulu, yang membahas mengenai kategori-kategori motif dari seseorang dengan menggunakan pendekatan *uses and gratifications* yaitu penelitian milik Whiting dan Williams ini juga membahas pentingnya kegunaan teori *uses and gratifications* untuk penelitian media sosial, (Kerkhoff, 2014) Berdasarkan data informasi tersebut, maka musik sebagai mana yang diketahui banyak digunakan sebagai media untuk mengekspresikan diri (ide-ide, nilai-nilai yang diyakininya), juga sebagai media hiburan yang didalamnya terkandung lirik-lirik yang sesuai dengan emosi yang sedang dirasakan seseorang. Musik mampu menciptakan identitas seseorang. Peneliti memilih Tik Tok karena media sosial TikTok merupakan aplikasi terpopuler kedua setelah WhatsApp, dengan sekitar 220 juta unduhan, melampaui aplikasi non-game seperti Facebook dan Instagram. Media sosial TikTok adalah aplikasi dari perusahaan Singapura Bytemod yang memulai debutnya pada tahun 2016. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Generasi Z Y Pulse dan para milenial dari berbagai negara / wilayah, terlihat bahwa lebih dari 50% responden mengetahui lagu baru melalui platform digital TikTok tersebut (Μηχανικων *et al.*, 2020). Media sosial TikTok dapat membantu para user untuk bisa menjadi content creator, dikarenakan aplikasi ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunaanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, yang dapat mendorong kreativitas penggunaanya (Ibrahim *et al.*, 2022)

Dari uraian latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana motif penggunaan media sosial tiktok terhadap musikalitas siswa kelas XI SMA Negeri 2 Karanganyar?

1.2. Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah adanya motif penggunaan media sosial tiktok terhadap musikalitas siswa kelas XI SMA Negeri 2 Karanganyar.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1.3.1 Bagaimana motif penggunaan media sosial tiktok terhadap musikalitas siswa kelas XI SMA Negeri 2 Karanganyar?

1.4. Tujuan Penelitian

1.4.1. Tujuan umum

Tujuan umum dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motif penggunaan media sosial tiktok terhadap musikalitas siswa kelas XI SMA Negeri 2 Karanganyar.

1.4.2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motif penggunaan media sosial tiktok terhadap musikalitas siswa kelas XI SMA Negeri 2 Karanganyar.

1.5. Teori Terkait

1.5.1 Media

Media sosial merupakan sebuah platform dengan konten informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama khalayak umum. Saat ini, praktik pemasaran melalui media sosial telah berkembang bahkan dipilih menjadi salah satu marketing channel untuk mempromosikan merek dan brand suatu perusahaan. Media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran yang mudah digeneralisasikan (Lee, Park, Kim, Kim, & Moon, 2011)

Pada awal munculnya media sosial, fungsinya adalah sebagai wadah pengguna untuk dapat menyalurkan dan bertukar informasi di komunitas dan jejaring virtual. Pertukaran informasi ini bisa didapatkan oleh siapapun, pertukaran ini memiliki manfaat dari berbagai bidang. Sehingga hal ini dapat mempengaruhi motif-motif pengguna Youtube untuk melihat salah satu videonya (Fitriyani, 2017), Hal ini menjadi bagian dari prosumsi yang memiliki peran untuk terjadi aktifitas produksi dan konsumsi terhadap suatu konten online. Contoh dari channel tech reviewer yang di mana mereka membuat konten online mengenai review teknologi-teknologi yang sedang digandrungi atau direquest oleh penonton (produksi) dan penonton yang menikmati video tech reviewer tersebut (konsumsi). Kemudian terjadilah pertukaran informasi antara produsen (tech reviewer) dan konsumen (penonton) (Hernández-Serrano, Jones, Renés-Arellano, & Ortuño, 2022)

Revolusi Industri 4.0 telah berdampak besar pada kehidupan manusia saat ini. Pesatnya perkembangan teknologi telah mempengaruhi banyak orang bahkan remaja untuk menggunakan smartphone dengan fitur-fitur terkini. Media sosial TikTok merupakan salah satu aplikasi yang baru diluncurkan beberapa tahun terakhir ini dan telah menarik perhatian

besar dari semua kalangan baik yang muda, orang tua, juga lansia. Perkembangan era globalisasi saat ini telah melahirkan inovasi-inovasi teknologi terkini, terbaru dan dengan versi dan fungsi yang berbeda (Fauziah, 2021).

1.5.2 Musikalitas

Setiap anak memiliki kemampuan musikal yang melekat pada dirinya sejak dia dilahirkan. Kemampuan musikal ini berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam daya tangkap musikal dan bisa di dukung melalui pelatihan. Anak yang memiliki kemampuan musikal belum tentu memiliki keterampilan yang baik dalam bidang bermusik. Seperti yang dikatakan (Djohan, 2009) bahwa kemampuan musikal adalah kepekaan untuk merespon atau sensitivitas terhadap situmulus musik. Hal ini mendapatkan kesimpulan bahwa kemampuan musikal merupakan kepekaan terhadap musik.

Hakekat dari musikalitas adalah segala persoalan yang bersangkutan dengan masalah-masalah konstruksi, medium, cara mengolah medium dan sifatnya (Sunarto, 2020). Definisi musikalitas yang dipaparkan Sunarto memperlihatkan paparan konsep dari musikalitas. Kemampuan musikal tidak ataupun bermain alat musik semata, tetapi ditekankan pada kepekaan terhadap bunyi musik, baik itu tinggi rendah nada, ritme, maupun melodi. Beberapa studi yang telah dilakukan oleh peneliti dibidang kemampuan musikal dapat memberikan landasan tentang cakupan kemampuan musikal, diantaranya dari penelitian (Sumaryanto, 2014) menyimpulkan bahwa kemampuan musikal menunjuk pada kemampuan bawaan yang melekat pada individu dalam memberikan respon terhadap unsur-unsur musikal yaitu, irama, melodi dan harmoni. Ternyata kemampuan musikal merupakan bawaan dari gen individunya.

Berdasarkan pendapat para tokoh diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan musikal adalah kesanggupan dalam memahami konsep musikal yang meliputi kemampuan (1) membedakan, (2) menirukan, (3) merespon yang berhubungan dengan unsur-unsur musik yang meliputi suara, irama dan melodi (Yetti dan Khairiah, 2017).

1.5.3 Teori *Use and Gratification*

Uses and Gratifications adalah teori yang menjelaskan bahwa audiens atau khalayak dapat menggunakan media karena beberapa motif tertentu. Media dianggap sebagai suatu cara untuk memenuhi sebuah kebutuhan, dan seseorang dapat memenuhi kebutuhannya dengan media tersebut (Littlejohn, 1998). Teori ini pertama kali dikemukakan pada tahun 1973 oleh Herbert Blumler, Elihu Katz dan Michel Gurevitch. Mereka menjelaskan bahwa pengguna suatu media atau yang disebut dengan audiens maupun khakayak memiliki peranan yang aktif dalam memilih dan menggunakan media (Katz et al., 1974).

Dalam teori *Uses and Gratifications* telah dijelaskan mengenai bagaimana dan kapan audiens atau khalayak sebagai pengguna media menjadi aktif dan kurang aktif dalam menggunakan media. Inti dari teori *Uses and Gratifications* yaitu audiens atau khalayak pada dasarnya menggunakan media berdasarkan motif-motif tertentu, yang dimana motif tersebut tidaklah sama antara satu individu dengan individu yang lain (Kriyantono, 2006). Dari motif yang berbeda-beda itulah yang pada akhirnya menghasilkan kepuasan yang berbeda pula antar individu dan yang lainnya dalam menggunakan media. Wright (McQuail, 2011) telah mengungkapkan bahwa media massa berfungsi sebagai pelayan kebutuhan khalayak atau audiens seperti informasi, keberlangsungan budaya, kontrol sosial, kohesi, panduan pribadi dan juga relaksasi.

Motif dari penggunaan media sosial memiliki arti bahwa manusia dapat terdorong atau mempunyai alasan untuk menggunakan media baru tersebut dalam memenuhi kebutuhannya. Definisi dari motif ini akan dapat melihat bagaimana penonton dapat terdorong menggunakan salah satu media sosial yaitu tiktok untuk mendapatkan kebutuhannya dalam hal tertentu. Sehingga dalam membedah hal ini dapat menggunakan teori *Uses and Gratification* yang dimana teori ini terfokus pada kebutuhan dalam penggunaan suatu media.

2. METODE

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, Penelitian ini menggunakan *Uses and Gratification Theory*. Jenis penelitian ialah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan statistik inferensial untuk melihat pola hubungan, interaksi, dan kausalitas atas fenomena yang diamati. Populasi dari penelitian ini adalah Siswa kelas XI SMAN 2 Karanganyar, Jawa Tengah. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yang dalam teknik ini peneliti memilih sampel dengan pemenuhan kriteria-kriteria yang menjawab pertanyaan atau solusi untuk menjawab dari penelitian ini (Krisyantono, 2008). Adapun kriteria-kriteria dalam penelitian ini sebagai berikut, 1) Siswa merupakan pengguna aktif internet yang dimana berusia dari 16 hingga 17 tahun, 2) Siswa merupakan pengguna aktif Tik Tok, 3) Siswa bersedia menjadi narasumber atau informan penelitian dan mau memberikan ijin untuk mempublikasikan hasilnya. Analisis data dalam penelitian ini memakai teknik analisis data *Miles and Huberman Punch* (Moelog., 2008).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Distribusi Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMA Negeri 2 Karanganyar Jawa Tengah, dalam penelitian ini mendapatkan sampel sebanyak 88 responden sebagai perwakilan dari populasi yang diambil dalam penelitian ini, hasil penelitian ini mendapatkan kriteria sampel dengan jenis kelamin laki laki sebanyak 39 (44,3%) responden berjenis kelamin laki-laki, sedangkan sebanyak 49 (55,7%) berjenis kelamin perempuan.

Untuk data hasil penelitian kuesioner mendapatkan hasil dari kuesioner identitas diri mendapatkan nilai rata-rata 108,93, nilai median 111, nilai minimum 75 dan nilai maksimum 128. Untuk kuesioner musikalitas mendapatkan nilai mean 36,67, nilai median 39, nilai minimum 22 dan nilai maksimum 50.

3.2 Pengujian Persyaratan Analisis

3.2.1 Uji Validitas

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji validitas menggunakan *product moment pearson*, dengan membandingkan r tabel dan r hitung. Apabila r hitung > r tabel maka item pernyataan dapat dikatakan valid. Peneliti menguji dengan taraf signifikan 5%, dengan demikian r tabel yang digunakan yaitu 0,1765 (Sugiyono dan Lestari, 2021).

Berikut tabel dari hasil uji validitas:

Tabel 1 Hasil Validitas Kuesioner Musikalitas

Indikator	Rhitung	Rtabel	Ket
X1	0.402	0.175	Valid
X2	0.469	0.175	Valid
X3	0.366	0.175	Valid
X4	0.447	0.175	Valid
X5	0.401	0.175	Valid
X6	0.609	0.175	Valid
X7	0.451	0.175	Valid
X8	0.546	0.175	Valid
X9	0.641	0.175	Valid
X10	0.411	0.175	Valid
X11	0.444	0.175	Valid
X12	0.321	0.175	Valid
X13	0.663	0.175	Valid
X14	0.198	0.175	Valid
X15	0.603	0.175	Valid

Tabel diatas merupakan hasil dari pengujian validitas kuesioner musikalitas dimana terdapat 15 pertanyaan yang dijawab oleh 88 responden. Perhitungan validitas di tabel diatas

menunjukkan dari 88 pernyataan 88 kuesioner dinyatakan valid karena r hitung $>$ r tabel karena hasil perhitungannya lebih dari jumlah r tabel yaitu 0,175.

Tabel 2 Hasil Validitas Kuesioner Motif Penggunaan Media Sosial

Indikator	Rhitung	Rtabel	Ket	Indikator	rhitung	rtabel	Ket
Y 1	0.077	0.175	Tidak Valid	Y 22	0.203	0.175	Valid
Y 2	0.569	0.175	Valid	Y 23	0.145	0.175	Tidak Valid
Y 3	0.571	0.175	Valid	Y 24	0.349	0.175	Valid
Y 4	0.287	0.175	Valid	Y 25	0.012	0.175	Tidak Valid
Y 5	0.445	0.175	Valid	Y 26	0.017	0.175	Tidak Valid
Y 6	0.294	0.175	Valid	Y 27	0.663	0.175	Valid
Y 7	0.526	0.175	Valid	Y 28	0.191	0.175	Valid
Y 8	0.021	0.175	Tidak Valid	Y 29	0.263	0.175	Valid
Y 9	0.521	0.175	Valid	Y 30	0.440	0.175	Valid
Y 10	0.474	0.175	Valid	Y 31	0.095	0.175	Tidak Valid
Y 11	0.067	0.175	Tidak Valid	Y 32	0.345	0.175	Valid
Y 12	0.608	0.175	Valid	Y 33	0.305	0.175	Valid
Y 13	0.296	0.175	Valid	Y 34	0.340	0.175	Valid
Y 14	0.217	0.175	Valid	Y 35	0.432	0.175	Valid
Y 15	0.345	0.175	Valid	Y 36	0.066	0.175	Valid
Y 16	0.382	0.175	Valid	Y 37	0.301	0.175	Valid
Y 17	0.011	0.175	Valid	Y 38	0.259	0.175	Valid
Y 18	0.248	0.175	Valid	Y 39	0.620	0.175	Valid
Y 19	0.166	0.175	Valid	Y 40	0.071	0.175	Tidak Valid
Y 20	0.046	0.175	Tidak Valid	Y 41	0.494	0.175	Valid
Y 21	0.223	0.175	Valid	Y 42	0.386	0.175	Valid

Tabel diatas merupakan hasil dari pengujian validitas kuesioner motif penggunaan media sosial dimana terdapat 42 pertanyaan yang dijawab oleh 88 responden. Perhitungan validitas di tabel diatas menunjukkan dari 42 pernyataan 9 kuesioner dinyatakan tidak valid karena r hitung $<$ r tabel namun terdapat 33 kuesioner yang dinyatakan positif karena hasil perhitungannya lebih dari jumlah r tabel yaitu 0,175.

3.2.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas memperlihatkan akurasi dan konsistensi terhadap pengukurnya, dalam hal ini, suatu pengukuran dapat diandalkan apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran

terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda (Jogiyanto, 2010). Pada tabel dibawah ini menunjukkan cara pengukuran *One shot* atau pengukuran sekali, dimana suatu reliable dinyatakan valid apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* $\alpha > 0.60$. Hal itu dapat dinyatakan reliable dengan menghilangkan pertanyaan yang tidak valid untuk variabel Identitas Diri (X) dan Musikalitas (Y).

Tabel 3 Hasil Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach Alpha	Batasan	Ket
Penggunaan media Sosial	0,719	0.60	Reliabel
Musikalitas	0,706	0.60	Reliabel

Dari data diatas, diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel $> 0,6$, yang mana variabel penggunaan media sosial memiliki nilai *Cornbach's Alpha* sebesar 0,719 yang lebih besar dibandingkn dengan koefisiensi reliabilitas yaitu 0,6 dan kemudian variabel musikalitas juga memiliki nilai cronbach's alpha yang lebih besar dibandingkan dengan koefisien reliabilitas yakni sebesar 0,706, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan reliabel dan konsisten.

3.2.3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas agar mengetahui apakah data untuk analisis variabel tersebut telah berdistribusi normal atau tidak. Berikut hasil uji normalitas pada penelitian ini:

Tabel 4 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.00000000
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.055
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* nilai signifikansi $0.200 > 0.05$, maka disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

3.3 Hasil Analisis Data

Uji T berfungsi untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial dalam mempengaruhi variabel dependen. Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y atau dapat diartikan Ho ditolak dan Ha diterima. Berikut tabel hasil uji T pada penelitian ini:

Tabel 5 Correlations

	IdentitasDir	Musikalita
	i	s
IdentitasDir i	Pearson	.410**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Musikalitas	Pearson	.410**
	Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan uji analisa data yang dilakukan mendapatkan hasil penelitian dengan menggunakan uji statistic korelasional *pearson correlation* mendapatkan hasil nilai Signifikansi 0,000 atau nilai $p < 0,05$, dan nilai *pearson correlation* 0,410 dengan arah signifikansi positif. Hal ini menunjukkan bahwa identitas diri dan musikalitas tik-tok memiliki hubungan, dengan kekuatan korelasi nilai $r = 0,410$ yang berarti hubungan identitas diri dan musikalitas tik-tok memiliki hubungan yang kuat.

3.4 Pembahasan

Penelitian ini berfokus kepada tingkat motif yang dilakukan oleh pengguna media sosial Tik Tok didapatkan dari siswa kelas XI SMA Negeri 2 Karanganyar. Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan dari 42 pertanyaan yang dijawab oleh 88 responden. Perhitungan validitas di tabel diatas menunjukkan dari 42 pernyataan 9 kuesioner dinyatakan tidak valid karena $r_{hitung} < r_{tabel}$ namun terdapat 33 kuesioner yang dinyatakan positif karena hasil perhitungannya lebih dari jumlah r_{tabel} yaitu 0,175. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa 33 item pernyataan yang telah diuji validitasnya adalah valid. Pada tahap uji reliabilitas, hasil dari skor penggunaan media sosial memiliki nilai *Cornbach's Alpha* sebesar 0,719 yang lebih besar dibandingkan dengan koefisiensi reliabilitas yaitu 0,6 dan kemudian variabel musikalitas juga memiliki nilai

cronbach's alpha yang lebih besar dibandingkan dengan koefisien reliabilitas yakni sebesar 0,706.

Hasil uji statistik dalam penelitian ini dengan menggunakan uji *Pearson correlation* mendapatkan hasil bahwa penelitian ini mendapatkan hasil terdapat hubungan yang kuat antara media sosial tik tok dengan musikalitas siswa kelas XI SMA Negeri 2 Karanganyar, setiap anak memiliki kemampuan musikal yang melekat pada dirinya sejak dia dilahirkan. Kemampuan musikal ini berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam daya tangkap musikal dan bisa di dukung melalui pelatihan. Anak yang memiliki kemampuan musikal belum tentu memiliki keterampilan yang baik dalam bidang bermusik. Seperti yang dikatakan (Djohan, 2009) bahwa kemampuan musikal adalah kepekaan untuk merespon atau sensitivitas terhadap situmulus musik. Hal ini mendapatkan kesimpulan bahwa kemampuan musikal merupakan kepekaan terhadap musik.

Menurut (Sujiono, 2017) pada masa proses pertumbuhan dan perkembangan anak sedang mengalami masa cepat dalam perkembangan hidup bagi tiap-tiap individu. Salah satunya dalam proses pembelajaran seni musik dapat mendorong peserta didik agar dapat kreatif dan mampu berekspresi sesuai dengan perkembangannya. Dalam proses belajar musik di sekolah peserta didik harus memiliki pengalaman musik salah satunya dengan melalui kegiatan mendengarkan, menyanyi, membaca dan lain sebagainya. Sehingga peserta didik mendapatkan gambaran dan menyeluruh mengenai ungkapan dan apa yang dirasa dengan lagu tersebut.

Upaya pembentukan pribadi peserta didik mendapat porsi yang lebih utama dalam pembelajaran musik di sekolah. Untuk itu, dalam proses belajar mengajar musik di sekolah, peserta didik harus memperoleh pengalaman bermusik. Melalui kegiatan mendengarkan, bermain musik, bernyanyi, membaca musik, dan bergerak mengikuti musik, sehingga siswa dapat memperoleh gambaran yang utuh dan menyeluruh tentang ungkapan lagu tersebut. Peranan guru sangat diperlukan dalam membantu perkembangan kemampuan siswa secara optimal. Hal ini disebabkan karena hasil belajar musik siswa dipengaruhi oleh kemampuan musikalitasnya. Dalam kemampuan musikalitas dapat diartikan sebagai kemampuan bawaan yang melekat pada seseorang dalam bermain musik. Kecakapan musikalitas mengarah pada penerimaan rangsangan musikal yang lebih berkaitan dengan kepekaan, perasaan dan apresiasi terhadap musik. Dalam bermain musik sebaiknya memahami pengukuran dasar dari sistem musikal dan tangga nada, harmoni, kadens yang sesuai serta dapat menggabungkan beberapa motif yang diberikan padanya menjadi suatu unit musikalitas.

Mengenai kecerdasan musikal, menurut Gardner, (2018) kemampuan yang dimiliki oleh individu ini identik dengan mengembangkan, mengapresiasi serta mengenali nada tidak hanya

dapat memainkan alat musik atau mendengarkan lagu saja. Musik mempunyai peran penting dalam kehidupan seseorang, selain dapat mengembangkan kreatifitas, musik juga dapat membantu perkembangan individu. Kekuatan musik mampu meningkatkan untuk mengungkapkan perasaan apa yang dirasakan oleh si pendengar musik.

Penelitian dari Sembiring dan Wilflihani dengan judul “Pengembangan Musikalitas Melalui Bunyi-Bunyi Alam pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Musik Universitas Negeri Medan” mendapatkan hasil bahwa pengembangan musikalitas melalui bunyi-bunyi alam sangat membantu mahasiswa dalam mengembangkan musikalitas yang dimilikinya, khususnya dalam mengembangkan melodi, irama dan harmoni, hal ini juga menjadi satu alasan teoritis yang kuat bahwa dengan kebiasaan mendengar music atau bunyi-bunyian yang memiliki irama akan memberikan pengaruh terhadap sisi musikalitas seseorang, hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sumaryanto, 2014) menyimpulkan bahwa kemampuan musikal menunjuk pada kemampuan bawaan yang melekat pada individu dalam memberikan respon terhadap unsur-unsur musikal yaitu, irama, melodi dan harmoni.

4. PENUTUP

Peneliti menyimpulkan pada penelitian yang telah dilakukan ini terdapat pengaruh antara media sosial tik tok dengan musikalitas siswa kelas XI SMA Negeri 2 Karanganyar, peneliti tetap menyarankan bahwa penggunaan media Tik Tok meskipun terstigma negatif tetapi sebenarnya memiliki hubungan terhadap nilai musikalitas dari siswa jika mereka dapat menarik hal positif didalamnya. Terlebih dengan mengenali diri dengan baik, mampu membuka potensi yang ada pada diri siswa. Peneliti juga memberikan saran kepada responden lebih memanfaatkan aplikasi media sosial Tik Tok untuk membantu dalam menilai musikalitas siswa dapat dicapai jika siswa mampu memahami diri sendiri terlebih dahulu, dan kepada pihak sekolah juga diharapkan dapat membantu memfasilitasi softskill siswanya terlebih dalam peningkatan musikalitasnya.

Selama penelitian berlangsung, peneliti menemukan adanya keterbatasan yaitu dalam pengumpulan dan pengelolaan data membutuhkan waktu yang tidak sebentar. Peneliti mengharapkan peneliti selanjutnya dapat menganalisa dan menggunakan metode kualitatif bukan hanya kuantitatif sehingga dapat menjelaskan penelitian secara deskriptif dan menemukan fakta serta keunikan yang ada di lapangan dengan pisau analisis lainnya. Peneliti memiliki saran bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas populasi penelitian dan menambah faktor-faktor dari variabel yang diteliti sehingga menambah kedalaman dari hasil penelitian.

PERSANTUNAN

Puji syukur sebesar-besarnya saya panjatkan kepada Allah SWT, karena Ridho-Nya saya dapat menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih juga tak lupa saya sampaikan kepada kedua orang tua saya, berkat doa, dukungan serta semangat yang telah diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir di bangku perkuliahan ini. Ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada Dr. Budi Santoso, M.Si. Sebagai dosen pembimbing yang sudah memberikan banyak motivasi dan arahan kepada saya dan juga kepada semua pihak yang telah berperan dalam proses penelitian ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca, terimakasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Akun, P., & Di, P. (n.d.). *146 memahami pemaknaan*. 146–164.
- Alima, Y. N., & Ramadhanty, S. F. (n.d.). *Penggunaan Media Digital Sebagai Panggung Konser Musik Korea di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Konser Online BTS)*. 19, 236–258.
- Burns-Stanning, K. (2020). Identity in communities and networks TikTok social networking site empowering youth civic engagement. *NetworkConference. NetStudies*, 1–11. Retrieved from <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.
- Fellows, M. S., & Yhap, C. (2019). *The Shape of You : Music ' s Impact on Identity*.
- Goldkind, L., & McNutt, J. G. (2018). Social Media and Social Change. *Social Media Marketing*, (August), 1414–1431. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5637-4.ch065>
- Hernández-Serrano, M. J., Jones, B., Renés-Arellano, P., & Ortuño, R. A. C. (2022). Analysis of Digital Self-Presentation Practices and Profiles of Spanish Adolescents on Instagram and TikTok. *Journal of New Approaches in Educational Research*, 11(1), 49–63. <https://doi.org/10.7821/NAER.2022.1.797>
- Hutabarat, C. A., & Ginting, P. P. (2021). Efektivitas Media Sosial Tiktok Pada Musikalitas Anak Remaja Di Kelurahan Kenangan Baru Medan. *Grenek Music Journal*, 10(2), 54. <https://doi.org/10.24114/grenek.v10i2.28560>
- Ibrahim, D., Rasyid, A. L., Studi, P., Komunikasi, I., Ilmu, F., Dan, K., & Surakarta, U. M. (2022). *Analisis identitas komunikasi cosplayer di surakarta*.
- Kerkhoff, P. P. R. N. d'HoogheGino M. M. J. (2014). The Ankle in Football. In *Sports and Traumatology*. Netherland. <https://doi.org/10.1007/978-2-8178-0523-8>
- Lee, D., Park, J. Y., Kim, J., Kim, J., & Moon, J. (2011). Understanding music sharing behaviour on social network services. *Online Information Review*, 35(5), 716–723. <https://doi.org/10.1108/14684521111176462>
- Lestonac, Y., Wumbu, E., Eriend, D., Komunikasi, I., Dharma, U., Jl, A., ... Haru, S. (n.d.). *Pengaruh Media Sosial Tik Tok terhadap Gaya Komunikasi Siswa SDN 18 Kinali Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat*. 92–99.
- Prasetyo, A. (2013). Musik Di kalangan Remaja. *Promusika*, 75–92.
- Ramby, K. (2022). Konsistensi Kreator Konten Tiktok Dalam Memproduksi Video Sebagai Aplikasi Nomor Satu Di App Store. *Skripsi*, (4585), 39–40.
- Sangam, S., Naveed, A., Athar, M., Prathyusha, P., Moulika, S., & Lakshmi, S. (2015). *International Journal of Health Sciences and Research*. 5(1), 156–164.
- Setiawan, R., & Nabila, P. A. (2022). Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Pembentukan Konsep Diri Remaja Di Desa Pisangan Jaya, Kabupaten Tangerang. *PADARINGAN*

- (*Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi*), 4(3), 122.
<https://doi.org/10.20527/pn.v4i3.5580>
- Shepherd, D., & Sigg, N. (2015). Music preference, social identity, and self-esteem. *Music Perception*, 32(5), 507–514. <https://doi.org/10.1525/MP.2015.32.5.507>
- Sitowati, I. (2019). Relevansi Selera Musik Klasik Dan Kelas Sosial. *Jurnal Musik*, 2(1), 16.
- Stokes, J., & Price, B. (2017). Social media, visual culture and contemporary identity. *IMSCI 2017 - 11th International Multi-Conference on Society, Cybernetics and Informatics, Proceedings*, (Imsci), 159–163.
- Usborne, E., & Taylor, D. M. (2010). The role of cultural identity clarity for self-concept clarity, self-esteem, and subjective well-being. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(7). <https://doi.org/10.1177/0146167210372215>

