

Motif Pengguna Aplikasi Tempo Di Kalangan Ibu Rumah Tangga

Atina Ramayanti ¹⁾; Sri Narti ²⁾ ; Yanto ³⁾

¹⁾Study Program of Communication Science Faculty Of Social Sciences, Universitas Dehasen Bengkulu

^{2,3)} Department of Communication Science Faculty Of Social Sciences, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ atinarahma00@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [10 Juni 2023]

Revised [30 Juni 2023]

Accepted [07 Juli 2023]

KEYWORDS

Motive, Housewife, Tempo App

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif pengguna aplikasi Tempo dikalangan ibu rumah tangga. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam pengambilan informan peneliti menggunakan teknik Purposive Sampling yaitu orang yang menjadi informan adalah orang yang suka menggunakan aplikasi Tempo dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti. Peneliti mengambil informan sebanyak 5 orang yang berasal dari kalangan ibu rumah tangga di Kabupaten Seluma Pasar Tais. Fokus penelitian yang dilakukan adalah motif pengguna aplikasi Tempo dikalangan ibu rumah tangga yang dianalisis menggunakan teori motif Rachmat yang terdiri atas motif kognitif dan motif afektif. Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan bahwa motif kognitif pengguna aplikasi tempo yaitu mendapatkan informasi tentang cara bermake up pengantin, berdandan dengan budaya lain, dan pengetahuan tentang make up artis masa kini, selain itu informasi tentang model pakaian serta busana pengantin. Selanjutnya motif afektif yaitu berupa perasaan senang karena bisa merasakan model pengantin masa kini, mendapatkan pengalaman baru, dan berharap bisa mendapatkan pujian dan bahagia jika konten tersebut viral. dan berharap mendapatkan respon yang positif dari khalayak.

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the users' motive in using Tempo application among housewives. This research is descriptive qualitative research, data are collected by using observation, interview and documentation. In selecting the informant, the researcher uses purposive sample technique means that people who become informants are Tempo application users with criteria decided by researcher. There are 5 housewives as informants at Pasar tais of Seluma Regency. the focus which conducted by researcher is to find out the motive used by users by using Rachmat motive theory. The theory consists of cognitive and affective motives. According to the result of research, cognitive motive of the users in using the application is to obtain the information about how to do wedding make-up, dressed with other culture and knowledge about the latest artists' make up, also the information about model dressing and wedding dress. In affective motive, the happy feeling because the users can feel the latest wedding model, obtain new experiences and expect for praise and happy if the content is viral and expect to get positive feedback from people.

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial dikodratkan untuk hidup bermasyarakat dan berinteraksi dengan manusia lainnya dengan berkomunikasi. Hal ini melekat secara alami sejak manusia dilahirkan. Komunikasi memungkinkan manusia untuk dapat bertukar informasi, pesan ataupun seputar pengetahuan sehingga tercipta hubungan yang baik antar individu. Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian makna, komunikator menyampaikan satu pesan memiliki tujuan untuk menyampaikan makna atau arti tertentu kepada komunikan (Mudjiono, 2012). Thomas M. Scheindel mengemukakan bahwa kita melakukan komunikasi memiliki tujuan untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, serta membangun kontak sosial dengan sekitar kita, dan untuk memberikan pemahaman tentang perilaku dan pola pikir yang kita lakukan agar dapat berperilaku seperti yang kita inginkan sesuai dengan kemajuan teknologi.

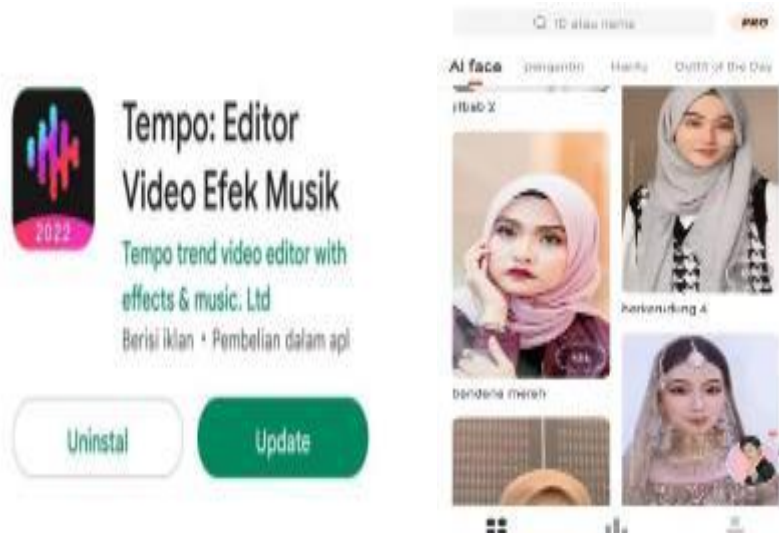
Kemajuan teknologi berbasis komputer dan internet juga mendukung terbentuknya media baru atau yang disebut dengan *new media*. Pemanfaatan media baru bagi masyarakat untuk menunjang kebutuhan informasi, komunikasi, hiburan dan transaksi secara online dalam menggunakan media.

Penggunaan media, masing-masing individu memiliki motif dan keperluannya sendiri-sendiri. Motif seseorang dalam menggunakan media sosial pada dasarnya merupakan suatu usaha untuk memperoleh pemuasan akan kebutuhannya melalui media. Ketika seseorang ingin menambah pengetahuan, media dapat memberikan informasi berita atau artikel. Pada waktu seseorang merasa kesepian, media sosial dapat menginformasikan cerita-cerita, dapat memberikan inspirasi dalam mencari kesenangan dan dapat menjadi hiburan.

Penelitian yang dilakukan Prihatiningsih (2017) bahwa motif penggunaan media sosial menunjukkan adanya pemenuhan kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial dan kebutuhan akan hiburan. Hal ini dapat dilihat bahwa melalui media sosial mereka tidak ketinggalan informasi yang ter *update* yang ada di dunia, pengguna media sosial pun bisa memuaskan batin mereka sendiri dengan mencari konten-konten terkait sesuai kebutuhan batinnya.

Pada dasarnya media sosial memiliki fungsi sebagai pengatur kesediaan informasi dan sebagai alat komunikasi digital yang dapat diakses di segala penjuru dunia. Media sosial ini memberikan kemudahan kepada pengguna, yaitu masyarakat untuk berteman dan berbagi informasi dengan orang banyak. Segala sesuatu yang diunggah ke media sosial dapat dilihat dengan mudah dan bisa diikuti oleh orang lain, terutama unggahan. Unggahan dari publik figur seperti artis, penyanyi bahkan pejabat. Hal ini dapat mempengaruhi gaya hidup masyarakat, karena masyarakat cenderung mengikut apa yang sedang populer di media sosial dan tanpa sadar itu dapat mempengaruhi gaya hidup mereka, seperti mengubah gaya hidup berpakaian, mengubah kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari. Hal seperti ini banyak terjadi dikalangan ibu-ibu, terutama ibu rumah tangga yang lebih sering mengakses internet dalam kehidupan sehari-hari seperti media sosial. Fenomena seperti ini terjadi karena perkembangan zaman yang kian maju. Dahulu ibu-ibu rumah tangga disibukan dengan segala pekerjaan rumah, seperti memasak, mencuci, bersih-bersih rumah, mengurus anak dan keluarga. Untuk menghibur kepenatan, biasanya ibu-ibu rumah tangga mencari hiburan dengan bermain media sosial. Salah satu media sosial yang sedang digemari dan fenomenal adalah *Tempo* yang bisa dimanfaatkan berbagai kalangan.

Gambar 1 Tampilan Aplikasi Tempo



(Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, *Screenshot*)

Aplikasi *Tempo* adalah aplikasi edit video yang menyediakan berbagai fitur menarik. Aplikasi *Tempo* banyak digunakan pengguna TikTok, *Instagram*, *Facebook*, dan media sosial lainnya (<https://voi.id>, diakses 20 Juli 2022). Aplikasi *Tempo* disebut dengan aplikasi viral dan sedang naik daun dikalangan wanita, karena aplikasi *Tempo*, bisa mengubah wajah seseorang secara langsung dalam suatu foto yang disematkan mengenakan pakaian yang diinginkan lengkap dengan riasan wajah dapat dilihat digambar 1.1. Berdasarkan data pengguna *Play Store*, aplikasi *Tempo* di *unduh* sebanyak lebih dari 10 juta kali (<https://katadata.co.id>, diakses 20 Juli 2022). Seperti halnya fenomena halo (kependekan dari halusinasi) banyak terjadi di aplikasi *Tempo* karena bentuk motif yang ingin menampilkan diri di Media sosial dengan glamor dan mewah tetapi dengan cara salah atau tidak sebenarnya seperti yang terlihat dan diunggah ke media sosial. Pencitraan pun menjadi satu bagian yang dibangun melalui aplikasi *Tempo*, di mana citra pemilik akun dibangun sedemikian rupa untuk memenuhi kebutuhannya akan motif penggunaan aplikasi *Tempo*.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh penulis di Kabupaten Seluma Kecamatan Pasar Tais banyak kalangan ibu rumah tangga menggunakan aplikasi *Tempo* dan diunggah ke media sosial, yaitu *Facebook*. Salah satu efek yang digunakan dalam aplikasi *Tempo* oleh Ibu rumah tangga yaitu efek gaun pengantin yang diunggah ke *Facebook* seperti yang terlihat pada gambar 2.

Gambar 2 Pengguna Aplikasi Tempo



(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot Facebook)

Berdasarkan wawancara yang didapatkan alasan ibu rumah tangga menggunakan aplikasi tempo untuk terlihat lebih cantik dan merasa dirinya seperti pengantin masa kini pada umumnya, karena pada saat menikah menjadi pengantin hiasan dahulu tidak seperti sekarang yang terlihat mewah dan cantik (hasil wawancara Tini), gambar pengantin menikah dapat dilihat pada gambar 3 dan gambar menggunakan aplikasi *Tempo* dapat dilihat pada gambar 4.

Gambar 3 Foto Pengantin Menikah



Gambar 4 Hasil Aplikasi Tempo



(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot Facebook)

Motif pengguna aplikasi *Tempo* di kalangan ibu rumah tangga dapat memberikan gambaran mengenai apa tujuan utama dari penggunaan aplikasi *Tempo*, sehingga permasalahan-permasalahan sosial yang juga timbul dari penggunaan *Tempo* dapat diarahkan dan tidak menjadi penyimpangan sosial di masyarakat seperti penipuan, *bullyan*, bahkan pidana yang nantinya berakibat fatal merugikan diri sendiri dan oranglain. Untuk itu penting memahami motif penggunaan Aplikasi *Tempo* agar dapat menjadi kontrol diri bagi para pengguna *Tempo* bahwa apa yang ditampilkan orang lain dalam laman (*feed*) media sosial yang diunggah dari hasil aplikasi *Tempo* hanya merupakan gambaran dari motif yang dapat dipilah dan arahkan.

Sebagai seseorang yang menerima pendidikan mahasiswa dianggap dapat memanfaatkan media sosial dengan sebaik mungkin sesuai dengan kebutuhannya. Berdasarkan fenomena diatas Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Motif Pengguna Aplikasi *Tempo* di Kalangan Ibu Rumah Tangga”.

LANDASAN TEORI

Motif

Pemahaman mengenai motif berkaitan dengan alasan atau sebab seseorang melakukan sesuatu yang menurut Nasution (dalam Sobur, 2003) diartikan sebagai segala daya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif memberikan tujuan dan arah pada kepada tingkah laku seseorang.

Motive atau dalam bahasa Indonesia berarti motif berasal dari kata *movere* atau *motion* yang memiliki makna gerakan atau sesuatu yang bergerak. Dalam psikologis istilah motif erat hubungannya dengan “gerak”, yaitu gerakan yang dilakukan oleh manusia atau disebut juga perbuatan atau perilaku (Sarwono, 2009).

Motif adalah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Motif menunjuk hubungan sistematis antara suatu respon dengan keadaan dorongan tertentu. Motif yang ada pada diri seseorang akan mewujudkan suatu perilaku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan (Ghufron dan Risnawita, 2012).

Motif dan Motivasi mempunyai hubungan yang erat dan tidak dapat dipisahkan. Hamzah B. Uno mengatakan bahwa istilah motivasi berasal dari kata motif yang dapat didefinisikan sebagai sebuah kekuatan yang terdapat dalam diri individu, yang mendorong individu tersebut untuk berbuat atau bertindak (Hamzah, 2008). Motif merupakan dorongan dalam diri manusia yang timbul dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh seorang individu.

Berdasarkan berbagai pendapat di atas motif merupakan suatu keadaan tertentu pada diri manusia yang mengakibatkan dorongan terhadap diri manusia itu untuk berbuat sesuatu, melakukan tindakan, atau bersikap tertentu atau bertingkah laku untuk mencapai tujuan. Motif merupakan suatu pengertian yang mencukupi semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Namun motif yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah alasan yang dimiliki ibu rumah dalam penggunaan aplikasi *Tempo*.

Motif sangat berkaitan dengan dorongan yang dapat berasal dari dalam maupun luar diri seseorang. Ada faktor-faktor yang menjadikan motif tersebut tumbuh yang menurut Rakhmat (Intan, 2018) diartikan sebagai kajian tentang faktor-faktor menentukan dalam proses interaksi sosial dan masyarakat karena motif yang sifatnya berpusat pada personal mempertanyakan faktor-faktor internal. Apakah baik berupa sikap, insting, kepribadian, sistem kognitif yang menjelaskan perilaku manusia. Untuk itu secara garis besar ada dua faktor yakni faktor personal dan faktor interpersonal. Motif merupakan dorongan dalam diri manusia yang timbul dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia tersebut.

Media Sosial

Media sosial ialah sebuah media *online*, yang memberikan kemudahan kepada penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi seperti *blog*, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.

Media sosial merupakan media yang dapat digunakan untuk berinteraksi sosial. Dailey dalam bukunya yang berjudul *Social Media: Finding Its Way Into Your Business Strategy And Culture menyatakan bahwa “social media is online created by people using highly accessible and scalable publishing technologies. importantly it seems to represent a shift in how people discover, read and share news, information and content”*. (Media sosial adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Yang paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran bagaimana seseorang menemukan atau mengetahui, membaca, dan berbagi berita serta informasi dan konten) (Dayley, 2009).

Eisenberg menyimpulkan media sosial dalam definisi yang lebih efektif dan mudah dipahami sebagai *platform online* untuk berinteraksi, berkolaborasi dan menciptakan atau membagi berbagai macam konten digital (Pakuningjati, 2015).

Dari beberapa pengertian media sosial di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah media yang digunakan oleh para penggunanya untuk saling berinteraksi dengan sesama pengguna media sosial. Media sosial merupakan sebuah wadah untuk bersosialisasi dengan menggunakan teknologi berbasis *web* atau aplikasi yang dapat di unduh secara gratis yang digunakan untuk menyebarluaskan pengetahuan dan informasi secara cepat kepada seluruh pengguna media sosial lainnya. Jejaring sosial merupakan sebuah situs dimana siapapun dapat membuat *web page pribadi*, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan melakukan komunikasi. Media sosial memang dijadikan sebagai sarana untuk berinteraksi antar penggunanya untuk mempermudah mendapatkan informasi cepat dan lengkap. Dalam perkembangannya media sosial tampil sebagai media baru yang banyak diminati, sehingga menjadi sarana yang dibutuhkan oleh orang banyak dan tidak asing lagi dalam masyarakat. Media sosial merupakan sebuah konten yang dibuat menggunakan teknologi

penerbitan aplikasi dan diakses dengan internet atau secara online. Munculnya media sosial telah banyak mengubah keseharian, kebiasaan dan budaya banyak orang, mulai dari cara bersosialisasi atau mengenal orang, mencari ataupun membagi informasi

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang bersifat kualitatif bertujuan untuk membuat paparan (deskripsi) secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat obyek tertentu (Kedi, 2013). Dalam penelitian kualitatif terdapat beberapa macam teknik penelitian yang digunakan untuk mempermudah penelitian.

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, artinya bahwa peneliti memilih subjek berdasarkan kriteria yang dibutuhkan (Sugiyono, 2013). Adapun kriteria informan subjek yang diwawancarai dalam penelitian ini yaitu: 1) Ibu rumah tangga yang menggunakan aplikasi *Tempo*; 2) Media sosial yang digunakan ibu rumah tangga dalam mengunggah hasil dari aplikasi *Tempo* yaitu *Facebook*; 3) Data Intensitas penggunaan aplikasi *Tempo* yang digunakan oleh ibu rumah tangga sebanyak 3 kali dalam seminggu. Peneliti kemudian dapat menentukan jumlah subjek penelitian dan subjektif yang dianggap dapat mewakili pemenuhan informasi penelitian. Peneliti mengambil sebanyak 5 orang ibu rumah tangga yang akan dijadikan sebagai informan.

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi, teknik yang digunakan antara lain: 1. Observasi, 2. Wawancara, 3. Dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Motif Kognitif Penggunaan Aplikasi Tempo di Kalangan Ibu Rumah Tangga

Motif terkait dengan informasi yang dilakukan setelah menggunakan aplikasi *Tempo*. Kognitif menekankan kebutuhan manusia akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai tingkat ideasional tertentu. Untuk itu motif kognitif penggunaan aplikasi *Tempo* di kalangan ibu rumah tangga, pada penelitian ini kemudian disajikan dalam tiga bagian utama, yakni mengenai pemenuhan kebutuhan informasi, pencapaian tingkat ideasional, dan pencapaian tingkat emosional sebagaimana dipaparkan berikut:

Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Motif kognitif terkait dengan informasi yang dilakukan setelah menggunakan aplikasi *Tempo* yang berupa pemenuhan kebutuhan informasi pada penggunaan aplikasi *Tempo* di kalangan Ibu Rumah Tangga yang diunggah ke *facebook*. Menunjukkan bahwa *Tempo* dapat menjadi sumber pemenuhan kebutuhan informasi bagi penggunanya. Informasi-informasi yang ada dalam aplikasi *Tempo* menjadi sumber informasi yang dinilai menarik. Aplikasi *Tempo* banyak menyediakan informasi terkait dengan cara seseorang merepresentasikan dirinya melalui postingan (unggah) yang disajikan dalam *feed* (laman) *facebook*. Informasi yang di dapat pengguna aplikasi *Tempo* bahkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi juga untuk dibagikan pada pengguna aplikasi *Tempo* lainnya, sebagaimana diungkapkan informan Fitri Sary mengenai motif pemenuhan kebutuhan informasi di aplikasi *Tempo* bahwa:

"Informasi yang saya dapatkan setelah menggunakan aplikasi tempo adalah saya mendapatkan informasi bagaimana cara bermake up pengantin yang cantik dan natural, tidak seperti saya ketika menikah dulu yang make upnya sangat jauh lebih bagus yang ada di aplikasi tempo, dalam menggunakan aplikasi tempo saya bisa meniru gaya hiasan pengantin yang bisa nantinya untuk ke pesta atau menghadiri pesta pernikahan" (Wawancara, 7 April 2023).

Hal serupa yang diungkapkan Hera Wati bahwa: *"Informasi yang saya dapatkan setelah menggunakan aplikasi tempo adalah saya bisa meniru cara berpakaian dan berdandan pengantin masa kini, siapa tahu nanti saya bisa make up in pengantin dengan wajah cantik seperti pengantin aplikasi tempo"* (Wawancara, 7 April 2023).

Hasil wawancara dengan Tiara Martipola Tirtayos mengatakan motif pemenuhan kebutuhan informasi bahwa: *"informasi yang saya dapatkan adalah informasi yang menarik yang lagi viral dan booming tentang fashion dandan yang bisa ditiru, contohnya saya menggunakan dari efek AI Face yang bisa menggunakan efek perubahan wajah saya, mulai berdandan seperti orang dari Negara Cina. Enaknya lagi sekarang ada konten pencarian bukan wajah pengantin saja melainkan cara berpakaian dan bergaya al trend, jadi kalau mau sharing informasi yang membutuhkan waktu lebih dari semenit bisa menggunakan fitur ini. Informasi di Tempo"* (Wawancara 8 April 2023).

Hasil wawancara dengan Yauna mengatakan motif pemenuhan kebutuhan informasi bahwa: *"Saya bisa mendapatkan informasi tentang model pakaian, model sunting, sepatu pengantin, dan make*

up atau riasan, nanti saya mau anak saya bisa melakukan dandan seperti itu untuk bisnis sampingannya siapa tahu bisa buka salon kecantikan yang bisa dijadikan tutorial makeup pengantin karena diaplikasi tempo kita bisa mencari dan mengikuti tutorial fashion dan make pengantin” (Wawancara, 8 April 2023).

Hasil wawancara dengan diungkapkan oleh Lela Isnaini bahwa: “Biasanya sih foto-foto yang ada hubungannya dengan gaun dan make up foto yang punya daya tarik seni, bisa dapat dari fitur search pastinya dengan menggunakan hashtags biar lebih terarah pencariannya. Karena saya pegiat penjahit, info-info atau gambar gambar yang saya cari bisa jadi rujukan buat saya dalam mengembangkan minat saya di penjahit dan kalau ada foto-foto dan video yang menarik dan bagus, saya cobakan diaplikasi Tempo dan saya upload ke Facebook, terlebih lagi dahulunya saya menikah menggunakan makeup seadanya beda dengan yang ada diaplikasi Tempo” (Wawancara, 8 April 2023).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat penulis simpulkan informasi yang didapatkan informan dari aplikasi Tempo adalah informasi tentang tata cara bermake up pengantin, berdandan dengan budaya lain seperti China, dan berpakaian pengantin, informasi yang didapatkan bisa meniru berdandan pengantin masa kini dan pengetahuan tentang make up artis MUA (*Make Up Artist*) jika nanti menjadi peluang bisnis, dan mendapatkan informasi tentang model pakaian, model sunting, dan sepatu pengantin.

Gambar 5 Hasil Aplikasi Tempo Pengguna Fitry Sari

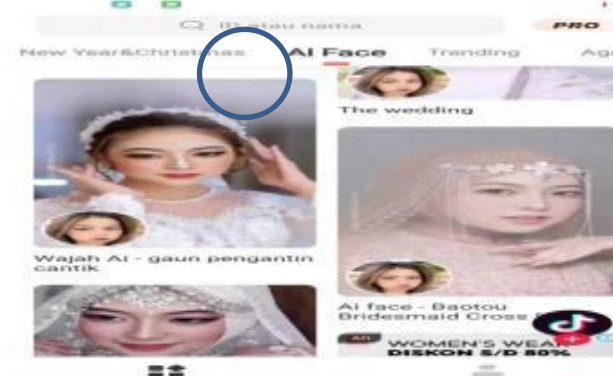


(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot Facebook)

Hasil observasi yang telah dilakukan oleh penulis. Penulis melakukan observasi dengan melihat dari informan menggunakan aplikasi Tempo dan mengunggah ke facebook, kemudian terlihat dimedia sosial unggahan facebook infroman mencoba mencari informasi make up meniru gaya yang ada diaplikasi Tempo serta meniru gaya berpakaian pengantin yang akan diimplementasikan sendiri bagi informan, selain itu informan juga menjadikan referensi model baju yang akan dijadikan sebagai bisnis mencari uang bagi informan. Dalam pengamatan penulis terlihat pada saat ke pesta informan juga meniru cara pengantin simple dan natural yang diimplementasikan pada saat pesta pernikahan. Dan juga terlihat dari unggahannya foto menggunakan aplikasi Tempo sesuai dengan dilakukan oleh informan yang pemilik akun facebook Fitry Sary. Yang dapat dilihat pada gambar 5.1.

Selain itu para informan menggunakan fitur AI Face untuk mencari infromasi tentang make up pengantin, bridesmaid, makeup, yang nantinya akan terlihat cantik dan glamor, fitur AI Face dapat dilihat pada gambar 6.

Gambar 6 Hasil Fitur AI Face Aplikasi Tempo yang digunakan informan



(Sumber: Dokumen badi, Screenshot Facebook)

Gambar 7 Foto Sebelum dan Sesudah Menggunakan Aplikasi Tempo



(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot Facebook)

Kebutuhan Mencapai Tingkat Ideasional

Motif kognitif terkait dengan informasi yang dilakukan setelah menggunakan aplikasi *Tempo* yang berupa kebutuhan mencapai tingkat ideasional pada penggunaan aplikasi *Tempo* di kalangan ibu rumah tangga menunjukkan bahwa aplikasi *Tempo* sebagai sarana dalam menunjukkan ide dan harapan-harapan pemiliknya. Pada pada suatu tahap bahwa tingkat ideasional ini menunjukkan idealitas diri yang ingin ditujuh dalam penggunaan aplikasi *Tempo*. Motif pengguna aplikasi *Tempo* dalam mencapai tingkat ideasional dapat dilakukan siapa saja. Aplikasi *Tempo* juga memfasilitasi penggunaannya untuk dapat melakukan personalisasi pada berbagai fitur dan memberikan keleluasaan mengenai konten yang diunggah penggunaannya. Peran aplikasi *Tempo* bagi pengguna untuk mencapai tingkat ideasional tertentu sebagaimana diungkapkan sebagaimana diungkapkan informan Fitri Sary bahwa:

“Konten yang diunggah diaplikasi tempo merupakan keadaan ideal dimana yang sekarang orang-orang dari kalangan mana pun menggunakan bukan hanya untuk hiburan saja tetapi bisa menjadi sebuah tempat untuk menuangkan ide-ide mereka seperti saya suka konten fashion. Aplikasi Tempo menjadi salah satu media yang memiliki jumlah pengguna yang sangat banyak dan banyak juga referensi-referensi yang menjadikan bisnis tentang baju dan make up pengantin mungkin yang sedang kita cari sehingga membuat seseorang bisa merintis dari nol hingga sukses dengan menuangkan ide-ide yang mereka punya, kalau dikatakan sebagai media pencitraan, iya konten yang saya upload merupakan sesuatu hal pencitraan dengan alasan untuk mendapatkan pujian lewat komentar unggahan”. (Wawancara, 7 April 2023).

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Hera Wati bahwa: *“Konten yang diunggah diaplikasi tempo merupakan keadaan ideal yang mana sangat berguna sih kalau ide, kadang DIY, tutorial make up, outfit pengantin yang lagi trend, dan hiburan. Saat ini aplikasi Tempo membuat penghasilan juga bagi saya, kalau ada siswa atau anak sekolah yang lagi karnaval berkepentingan make up, saya sering mencontoh cara make up pengantin yang diaplikasi Tempo yang saya unggah di facebook. Aplikasi Tempo merupakan suatu pencitraan yang ideal yang mana kita bisa mengambil sisi positifnya”* (Wawancara, 8 April 2023).

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Tiara Martipola Tirtayos bahwa: *“Konten yang diunggah diaplikasi tempo merupakan keadaan ideal karena lewat aplikasi tempo saya bisa membuat konten yang bisa menghibur saya tentang suatu hal yang booming dan viral menjadikan diri saya cantik selain itu menambah koleksi dandanan saya menjadi pengantin dari berbagai daerah, dan menurut saya ini merupakan suatu pencitraan yang ideal untuk para wanita yang ingin diakui cantik”.* (Wawancara, 8 April 2023).

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Yauna bahwa: *“Aplikasi Tempo merupakan suatu keadaan yang ideal yang memiliki peranan sebagai refrensi model pakaian. Kita juga dapat menuangkan ide melalui fitur pencarian di feeds yang dapat dilakukan dengan simple dan informative sehingga bisa mencapai tingkat kebutuhan ideasional”* (Wawancara, 8 April 2023).

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Lela Isnaini bahwa: *“Hasil aplikasi Tempo merupakan suatu keadaan yang ideal dan membantu memberikan inspirasi ide bagaimana riasan pengantin yang*

ideal dan cantik. Foto-foto editan yang menarik, cukup berfoto saja setelah itu hasilnya akan cantik dan menjadikan saya percaya diri lewat hasil editan Tempo” (Wawancara, 8 April 2023)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat penulis simpulkan kebutuhan mencapai tingkat ideasional yang didapatkan informan dari aplikasi *Tempo* adalah bisa menuangkan ide-ide mereka seperti ketika membuat konten *fashion* ide untuk berbisnis muncul dengan menjadi MUA, salon, atau jasa penyewaan baju pengantin, dan merias pengantin yang bisa melihat tutorial pengantin yang ada diaplikasi *Tempo*, keadaan yang ideal karena saya merasa terhibur menggunakan aplikasi *Tempo*. Adapun digunakan sebagai sarana narsis pemilik akun untuk menunjukkan pencitraan yang ditampilkan melalui foto dan video yang diunggah.

Gambar 8 Sebelum dan Sesudah Menggunakan Aplikasi Tempo



Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot Facebook Hera Wati)

Hal ini sejalan dengan pengamatan observasi penulis yang dilakukan oleh informan bahwa 5 orang informan penelitian melakukan suatu tingkat yang ideasional yang ideal dengan mereka melakukan ide-ide cara bermake up menjadi MUA, salon dan pengrajin jahit baju yang bisa disewakan kepada pengantin, serta tutorial yang akan digunakan sebagai pencarian uang. Sebagai contoh terlihat pada gambar 8 informan pemilik nama akun Hera Wati.

Kebutuhan Mencapai Tingkat Emosional

Motif kognitif berupa kebutuhan mencapai tingkat emosional tertentu pada penggunaan Aplikasi *Tempo* di Kalangan Ibu Rumah Tangga menunjukan adanya upaya untuk memenuhi kebutuhan emosional ibu rumah tangga. Kebutuhan emosional ini berkaitan dengan suasana hati yang dapat saja berupa kesenangan, kesedihan dan hal-hal lainnya yang diunggah ke *facebook*. Adapun wawancara yang pertama dilakukan yaitu mewawancarai Fitry Sary

“Tujuan saya menggunakan aplikasi Tempo adalah untuk hiburan. Sensasi yang dirasakan Biasanya saya upload foto dan video yang pas atau lagi sesuai dengan keadaan hati. Kalau mau lebih menunjukkan perasaan senang, tinggal cari fitur yang bikin perasaan jadi happy saja, contohnya make up pengantin yang gelamor dan ketika saya mengupload konten saya merasa senang” (Wawancara, 7 April 2023).

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Hera Wati bahwa: *“Saya sering menggunakan aplikasi Tempo untuk mengatasi rasa kebosanan saya, dan pada saat saya memakai fitur di Tempo menjadikan saya senang karena memakai fitur yang menjadikan diri saya cantik”* (Wawancara, 7 April 2023).

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Tiara bahwa: *“Biasanya dituangkan dengan melihat postingan pengguna Tempo yang lain jadi bisa mencontoh dan mempostingnya ulang, menjadikan diri senang karena terlihat cantik seperti pengantin masa kini”* (Wawancara, 7 April 2023).

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Yauna bahwa: *“Kalau saya lihat ada fitur baru biasanya saya langsung coba sih biar dapat juga komentar yang baik sama teman facebook. Pasti keadaan kondisi perasaan yang diharapkan dengan pakai aplikasi Tempo itu bisa buat bahagia terus jadi kinerja otak juga positif, sayakan sudah tua jadi saya sangat senang sekali ketika melihat wajah seperti terlihat mudah kembali.”* (Wawancara, 8 April 2023).

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Lela Isnaini bahwa: *"Tujuan saya menggunakan aplikasi Tempo adalah agar terlihat percaya diri dan cantik. Setelah saya menggunakan aplikasi Tempo saya sangat puas dan senang"* (Wawancara, 8 April 2023)

Hasil Wawancara yang didapatkan kebutuhan mencapai tingkat emosional tertentu adalah bahwa ibu rumah tangga pengguna aplikasi *Tempo* dapat mencapai tingkat emosional mereka karena tersalurkan apa tujuan menggunakan aplikasi tempo itu sendiri. Diantara tujuannya adalah untuk hiburan, mengatasi rasa kebosanan, mendapat pujian, mendapatkan rasa kepercayaan diri, dan menggunakan *Tempo* dinilai menimbulkan kesenangan pribadi, sehingga tidak sedikit di antara informan yang rela menghabiskan waktu berjam-jam hanya untuk melakukan *scrolling* (gulir) pada konten-konten yang ada di aplikasi *Tempo*. Dan melihat *like* serta komentar yang menuai pujian yang diharapkan pengguna aplikasi *Tempo*. Tidak dapat dipungkiri bahwa apa yang ditampilkan di aplikasi *Tempo* telah mempengaruhi tingkat emosional seseorang, baik secara langsung ataupun tidak karena pada akhirnya apa yang ditampilkan pengguna aplikasi *Tempo* lainnya akan turut mempengaruhi emosional dengan terpenuhi rasa emosional menjadikan diri menjadi senang.

Hal ini sejalan dengan hasil observasi dan dokumentasi yang dilakukan oleh penulis yang penulis amati lewat *like*, komentar dan hasil aplikasi *Tempo* yang diunggah ke *facebook*. Terlihat dari unggahan aplikasi *Tempo* yang sangat sering, bahkan status *facebook* berakhir dalam 24 jam, diunggah kembali, dan terlihat juga dari notifikasi *facebook* yang sering *online* untuk mengunggah hasil video aplikasi *Tempo*. dapat disimpulkan itu adalah sesuatu yang membuat perasaan senang dan ketagihan pada saat mengunggah video hasil dari aplikasi *Tempo*.

Motif Afektif

Motif afektif ditandai oleh kondisi perasaan atau dinamika yang menggerakkan manusia mencapai tingkat perasaan tertentu. Di dalam motif afektif terdapat motif sosiogenis atau yang biasa disebut motif sekunder sebagai lawan motif primer (motif biologis) yang diklasifikasikan Thomas & Znaniecki (dalam Rakhmat, 2009: 37) dalam empat bagian yakni: a) Keinginan memperoleh pengalaman baru, b) Keinginan untuk mendapat respon, c) Keinginan akan pengakuan, d) Keinginan akan rasa aman.

Keinginan Memperoleh Pengalaman Baru

Motif afektif berupa keinginan memperoleh pengalaman baru dari penggunaan aplikasi *Tempo* dikalangan ibu rumah tangga. Motif afektif pada bagian pertama akan berkenaan dengan keinginan untuk memperoleh pengalaman baru, di aplikasi *Tempo* dinilai sebagai sumber informasi yang dapat memberikan asupan pengalaman bagi penggunaannya. Peran aplikasi *Tempo* dalam memberikan pengalaman baru yang membuat lebih tertarik lagi untuk mempergunakan aplikasi *Tempo* sebagaimana diungkapkan informan Fitry Sary bahwa:

"Alasan saya menggunakan aplikasi Tempo karena pada saat saya menggunakan aplikasi Tempo saya merasa terhibur dan meningkatkan semangat untuk beraktivitas, karena dipuji akan kecantikan lewat komentar facebook." (Keterangan Fitry Sary dalam wawancara, 7 April 2023).

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Hera Wati bahwa: *"Alasan saya menggunakan aplikasi Tempo Aplikasi Tempo sudah menjadi tempat dimana diri saya bisa mencari pertemanan yang luas lewat komentar unggahan aplikasi Tempo di facebook, pertama-tamanya saya iseng-iseng dan berharap menjadi viral, siapa tahu dapat menghasilkan uang"* (Wawancara, 7 April 2023).

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Tiara Martipola Tirtayos bahwa: *"Alasan saya menggunakan aplikasi Tempo Karena telah menjadi bagian dari lifestyle (gaya hidup). Informan merasa percaya diri akan diri sendiri dan merasa terlihat cantik, dan bahwa jika dirinya tidak memiliki dan menggunakan aplikasi tempo maka akan dianggap kudet (kurang update) dan tidak keren"* (Wawancara, 7 April 2023).

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Yauna Bahwa: *"Alasan saya menggunakan aplikasi Tempo Ketika menggunakan aplikasi Tempo merasa percaya diri dan bisa merasakan menjadi pengantin masa kini, yang mana dahulunya menikah menggunakan make up seadanya dan sangat sederhana. Alasannya untuk masih menggunakan aplikasi Tempo hingga saat ini karena bisa merasakan penampilan seperti wanita muda yang menjadi pengantin pada umumnya"* (Wawancara, 8 April 2023).

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Lela Isnaini bahwa: *"Alasan saya menggunakan aplikasi Tempo saya merasa percaya diri dan bisa merasakan menjadi pengantin masa kini, yang mana dahulunya menikah menggunakan make up seadanya dan sangat sederhana. Alasannya untuk masih menggunakan aplikasi Tempo hingga saat ini karena bisa merasakan penampilan seperti wanita muda yang menjadi pengantin pada umumnya"* (Wawancara, 8 April 2023).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat penulis simpulkan bahwa motif pengguna aplikasi *Tempo* dikalangan ibu rumah tangga untuk keinginan memperoleh pengalaman baru terpenuhi dengan alasan menggunakan aplikasi *Tempo* karena mereka melakukan sesuatu hal yang baru dengan mencoba sebagaimana layaknya pengantin masa kini yang terlihat cantik dan glamor, yang pertama kalinya mempunyai pengalaman yang berawalkan dari iseng dan berharap viral sehingga bisa menghasilkan uang, suatu hal pengalaman baru yang menjadi gaya hidup yang mengikuti perkembangan zaman suatu hal yang *booming* sehingga saat tidak menggunakan akan nilai kurang *update*.

Hal ini sejalan dengan observasi dan dokumentasi yang dilakukan oleh penulis, bahwa ada beberapa alasan menggunakan aplikasi *Tempo* untuk suatu hal pengalaman yang baru yaitu untuk hiburan, bermula dari iseng, serta dilihat video yang diunggah banyak hal itu merupakan sesuatu untuk bisa terkenal, yang informan berumur 35 tahun bisa terlihat umur 18 Tahun seperti gadis modis wanita masa kini, hal ini terlihat pada pemilik akun *facebook* Tiara Martipola Tirtayos yang dapat dilihat pada gambar 9.

Gambar 9 Hasil Aplikasi Tempo Pengguna Tiara Martipola Tirtayos



(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot Facebook)

Keinginan Mendapat Respon

Motif afektif berupa keinginan untuk mendapat respon dari penggunaan aplikasi *Tempo* dikalangan ibu rumah tangga, menjadi bagian yang menonjol dalam penggunaan aplikasi *Tempo*. aplikasi *Tempo* memungkinkan penggunaanya untuk dapat menyalurkan perasaannya melalui konten-konten yang dapat berupa foto, video, komentar, *caption* lewat unggahan dan stories pada *facebook*. Respon dari pengguna lainlah yang kemudian mendorong pengguna aplikasi *Tempo* untuk semakin aktif dalam membuat konten. Perasaan senang mendapatkan respon berupa *like*, komentar atau bentuk respon lainnya dari teman atau pihak lain pada konten di aplikasi *Tempo* merupakan salah satu contoh nyata dari upaya mendapatkan respon, sebagaimana diungkapkan informan Fitry Sary bahwa:

"Pastinya senang, siapa yang gak senang ketika kita upload foto atau video bisa dapat respon atau reaksi yang baik dan positif dari teman facebook. Jadi ingin memperbagus feeds di facebook bisa menjadi sebuah kesempatan siapa tahu bisa menjadi terkenal. Respon ini biasanya diberikan melalui fitur like dan comment aja sih, ada juga beberapa foto yang saya unggah. Pastinya yang disukai ketika dapatt respon yang baik, memuji, atau positif dan beruntungnya sampai saat ini saya tidak pernah dapat respon yang tidak baik." (Wawancara, 7 April 2023).

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Hera Wati bahwa: *"Sangat senang, karena itu artinya postingan saya disukai dan kiranya bisa bermanfaat, dan mendorong untuk mengunggah konten lainnya dan ingin mencoba yang lebih baru yang berbeda pengantannya. Fitur yang digunakan biasanya comment dan messenger facebook. Biasanya kalau dapat respon orang lain seperti ada yang memuji, saya dibilang imut, ada yang menyemangati, ada juga yang biasa aja, beragam sih yang pasti jadi bentuk kesenangan pribadi, saya jadi berpikir konten/video yang saya unggah bagus. Haters (pembenci) pasti ada juga, hanya jangan diambil pusing selagi kita merasa postingan kita tidak menyimpang dan merugikan. Biasanya respon mereka ada yang memuji, ada yang menyemangati, ada juga yang biasa aja, beragam sih yang pasti."* (Wawancara, 7 April 2023).

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Tiara Martipola Tirtayos bahwa: *"Ketika menggunakan aplikasi Tempo iya saya jujur ingin mendapatkan perhatian dari teman facebook, tetapi bisa menjadi sorotan orang yang tentang pasangan dan karir dengan banyaknya unggahan di facebook selain juga*

comment karena mungkin banyak orang yang kepo tentang diri saya. Kalau komentar yang paling disukai adalah ketika ada orang yang ngomong bahwa saya tambah cantik sehingga saya berkeinginan untuk mengunggah mengunggah kembali. Dan ketika mendapatkan pujian saya sangat senang dan bahagia.” (Wawancara, 8 April 2023).

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Yauna bahwa: “Saat menggunakan aplikasi *Tempo* iya ingin mendapat perhatian, dan saat mengupload ke facebook saya mendapatkan like dan komentar yang beragam, ada yang bilang cantik dan awet muda. Saya sangat senang mendapatkan pujian dari teman-teman facebook”. (Wawancara, 8 April 2023).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat penulis simpulkan bahwa motif afektif keinginan untuk mendapat respon pengguna aplikasi *Tempo* dikalangan ibu rumah tangga didapatkan dengan mendapatkan perhatian dari orang lain melalui *like* dan komentar yang berisikan komentar pujian. Komentar pujian tersebut berisikan pujian akan kecantikan saat mengunggah hasil aplikasi *Tempo*,pujian terlihat lebih awet mudah, pujian dikatakan mirip artis dari teman *facebook* informan, sehingga mendorong informan ketagihan membuat konten/video aplikasi *Tempo* yang akan diunggah ke *facebook* karena keinginan untuk mendapat respon dari teman media sosial terpenuhi, menjadikan diri senang dan bahagia.

Gambar 10 Hasil komentar Positif Aplikasi Tempo



(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot Facebook)

Gambar 11 Hasil komentar Negatif Aplikasi Tempo



(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot Facebook)

Hal ini sesuai dengan observasi yang dilakukan oleh penulis bahwa motif keinginan mendapat respon yang diharapkan, terlihat dari banyaknya unggahan, *like* dan komentar, yang mana terlihat dikomentar bertuliskan pujian dengan memberi *emoticon love*, pujian bertuliskan semakin imut, dan

cantik, hal ini dapat dilihat pada gambar 5.6 hasil komentar setelah mengunggah video aplikasi *Tempo* ke *facebook*. Akan tetapi komentar negatif dapat dilihat pada gambar 5.7 ada juga didapatkan dengan kata cantik karena editan, ada juga yang mengatakan dengan kata yang lebay, dan ada juga yang berkomentar dengan kata sindiran ingin mendapatkan perhatian, tetapi dengan hal itu menanggapi hal itu pengguna aplikasi *Tempo* tetap saja menggunakan aplikasi *Tempo*.

Keinginan Akan Pengakuan

Motif afektif berupa keinginan akan pengakuan dari Aplikasi *Tempo* dikalangan ibu rumah tangga Membagi konten-konten bahagia atau menyenangkan utamanya memang lebih banyak ditunjukkan pengguna aplikasi *Tempo* sebagai upaya untuk mendapatkan pengakuan akan kehidupan yang baik yang dijalankan oleh masing-masing pemilik akun aplikasi *Tempo*. Konten-konten kebahagiaan ini banyak disajikan dalam gambaran konten dan video pengantin, foto kebersamaan dengan kekasih dan lain-lainnya yang begitu beragam. Ada kebahagiaan dan kepuasan ketika pengguna aplikasi *Tempo* merasa dapat membagikan pengalaman, pengetahuan atau perasaan bahagiannya pada pengguna Instagram lainnya sebagai sebuah upaya mendapatkan pengakuan. Pengakuan tersebut juga dapat berupa apa saja, sebagaimana diungkapkan informan Fitri Sary bahwa:

“Perasaan saya saat ornglain berkomentar bahwa saya terlihat menarik setelah mengupload video perasaan saya pastinya senang bahwa saya mendapatkan sesuatu hal yang saya harapkan. Iya saya mau menampilkan sesuatu yang berbeda, orang lainkan banyak mengupload foto dengan gaya pakaian casual, tetapi saya mau berpakaian glamor, dan Pastinya semua wanita mana pun itu ingin terlihat cantik, selain itu juga pastinya mau dikenal image-nya yang baik-baik saja, yang mau dipuji bahwa terlihat cantik pada saat mengenakan baju pengantin. Pengakuan ini dapat berdampak positif yang berarti orang lain suka sama unggahan kita.” (Wawancara, 7 April 2023).

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Hera Wati bahwa: *“Perasaan saya sangat senang ketika ornglain berkomentar bahwa saya terlihat menarik setelah mengupload video hasil aplikasi tempo yang diunggah ke facebook bahwa saya dibilang sangat cantik mirip orang korea. Iya saya ingin terlihat berbeda dengan orang lain yang banyak menggunakan aplikasi Tiktok, saya lebih menyukai aplikasi Tempo yang bisa menjadi pengantin cantik”*. (Wawancara, 7 April 2023)

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh Yauna bahwa: *“Perasaan saya ketika ornglain berkomentar bahwa setelah mengupload hasil dari aplikasi Tempo saya merasa mereka berkomentar bahwa saya terlihat cantik dan awet muda, saya juga ingin terlihat berbeda dari ornglain yang seumuran dengan saya bahwa saya masih bersemangat untuk melakukan suatu hal yang dilakukan anak muda.”* (Wawancara 8 April 2023).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat penulis simpulkan bahwa motif akan mendapat pengakuan pengguna aplikasi *Tempo* dikalangan ibu rumah tangga rata-rata ingin mendapat pengakuan cantik dan pengakuan awet muda.

Hal ini sejalan dari hasil observasi dan dokumentasi yang dilakukan oleh penulis bahwa informan yang melakukan dan mengunggah ke *facebook* hasil dari aplikasi *Tempo* terlihat umur 48 Tahun dan berubah seperti Wanita umur 23 Tahun, bisa dikatakan awet muda karena tidak sesuai nyatanya. Hal ini dapat dilihat pada gambar 12.

Gambar 12 Sebelum dan Sesudah Aplikasi Tempo Pengguna Yauna



(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot Facebook)

Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan lima orang informan yang menggunakan aplikasi *Tempo* didapatkan hasil motif pengguna aplikasi *Tempo* dikalangan ibu rumah tangga Kabupaten Seluma Pasar Tais. Berbicara tentang motif, pengertian motif itu sendiri adalah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Motif menunjuk hubungan sistematis antara suatu respon dengan keadaan dorongan tertentu. Motif yang ada pada diri seseorang akan mewujudkan suatu perilaku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan (Ghufron dan Risnawita, 2012). Ada beberapa motif pada penelitian ini yaitu motif kognitif dan motif afektif. Yang mana pada motif kognitif itu sendiri adalah pemenuhan kebutuhan informasi, kebutuhan mencapai tingkat ideasional, dan kebutuhan mencapai tingkat emosional tertentu. Sedangkan motif afektif terdiri dari keinginan memperoleh pengalaman baru, keinginan untuk mendapat respon, dan keinginan akan pengakuan.

Motif tersebut kemudian diimplementasikan melalui bentuk tindakan komunikasi yang menurut DeVito (2011: 30-32) akan berkaitan dengan motif utama dari sekian banyaknya tujuan lainnya dari tindakan komunikasi sebagai bentuk: a) Personal *discovery*, belajar mengenal diri sendiri selain juga tentang orang lain, kita mendapatkan pengukuhan mengenai diri dengan berkomunikasi, kita mengevaluasi diri melalui proses perbandingan sosial, dan kita menemukan dunia luar melalui komunikasi. b) Untuk berhubungan, membina dan memelihara hubungan dengan orang lain. c) Untuk meyakinkan, berkaitan dengan dinamika sikap dan perilaku individu, yang meyakinkan diri dalam perubahan, dan kita melakukan komunikasi agar sesuatu atau seseorang berubah sesuai harapan kita. d) Untuk bermain, bagaimana kita melihat foto bagian dari perilaku komunikasi kita sebagai wahana bermain. Adapun motif pada pengguna aplikasi *Tempo* dikalangan ibu rumah tangga yang terdapat pada motif kognitif dan motif afektif dan dari lima orang informan motifnya berbeda-beda.

Motif kognitif informan pada aplikasi *Tempo* yang diunggah ke *facebook* dengan beberapa indikator yaitu pemenuhan kebutuhan informasi, kebutuhan mencapai tingkat ideasional, dan kebutuhan mencapai tingkat emosional tertentu. Pemenuhan kebutuhan informasi pada pengguna dalam aplikasi *Tempo* berkaitan dengan minat ibu rumah tangga yang dianggap memenuhi hobi atau minatnya seperti musik, dan pakaian, dan riasan. Informasi yang disediakan dinilai menarik karena biasanya dikemas dalam foto atau video yang telah melalui serangkaian pemilihan. Terlebih informasi yang bersifat ulasan biasanya diberikan langsung oleh orang yang bersangkutan. Seperti yang didapatkan penulis dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi mencari informasi tentang make up pegantin yang ditiru dari aplikasi *Tempo* dan diimplementasikan langsung oleh informan, Informan juga mencari informasi tentang model pakaian, model sunting dan sepatu untuk mencari peluang bisnis, selain meniru cara bermake up informan juga berkeinginan untuk menjadi MUA (*Make Up Artist*) yang terkenal.

Motif kognitif berupa kebutuhan mencapai tingkat ideasional pada penggunaan aplikasi *Tempo* di kalangan ibu rumah tangga menunjukkan bahwa aplikasi *Tempo* sebagai sarana dalam menunjukkan ide dan harapan-harapan pemiliknya. Seperti yang didapatkan penulis dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi pada saat menggunakan aplikasi *Tempo* informan mencari ide-ide tentang bermakeup dan berpakaian yang cantik itu seperti apa dengan harapan nantinya informan bisa memanfaatkan peluang untuk dijadikan bisnis dengan harapan menjadi orang yang sukses lewat MUA yang terkenal. Pada pada suatu tahap bahwa tingkat ideasional ini menunjukkan idealitas diri yang ingin ditujuh dalam penggunaan aplikasi *Tempo*. Motif pengguna aplikasi *Tempo* dalam mencapai tingkat ideasional dapat dilakukan siapa saja. Aplikasi *Tempo* juga memfasilitasi penggunaannya untuk dapat melakukan personalisasi pada berbagai fitur dan memberikan keleluasaan mengenai konten yang diunggah penggunaannya. Aplikasi *Tempo* mampu menungkan ide-ide tertentu seperti *fashion* dan cara bermake up supaya terlihat cantik. Aplikasi *Tempo* bahkan menjadi sarana narsis pemilik akun untuk menunjukkan citra diri ideal yang ditampilkan melalui foto, video, dan bahkan kata-kata dalam menanggapi komentar.

Motif kognitif berupa kebutuhan mencapai tingkat emosional tertentu pada penggunaan Aplikasi *Tempo* di Kalangan Ibu Rumah Tngga menunjukkan adanya upaya untuk memenuhi kebutuhan emosional ibu rumah tangga. Kebutuhan emosional ini berkaitan dengan suasana hati yang dapat saja berupa kesenangan, kesedihan dan hal-hal lainnya yang dianggap penting untuk dipertontonkan dalam unggahan *facebook*. Seperti yang didapatkan penulis dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang didapatkan penulis informan dapat mencapai tingkat emosionalnya karena tersalurkan yang menjadi tujuannya seperti informan merasa terhibur, informan merasa bisa mengatasi rasa bosan dengan menggunakan aplikasi *Tempo*, infroman mendapat pujian dengan dipuji cantik, dan infroman mendapatkan rasa percaya diri dan kepuasan tersendiri pada saat menggunakan aplikasi *Tempo*. Terlebih apa yang ditampilkan merupakan bagian dari pencitraan, sehingga tingkat emosional pun sebenarnya dapat diwakilkan. Menggunakan Aplikasi *Tempo* dinilai menimbulkan kesenangan pribadi, sehingga tidak sedikit di antara informan yang rela menghabiskan waktu berjam-jam hanya untuk melakukan *scrolling* (gulir) pada konten-konten yang ada di Aplikasi *Tempo*. Tidak dapat dipungkiri bahwa apa yang ditampilkan di Aplikasi *Tempo* telah mempengaruhi tingkat emosional seseorang, baik

secara langsung ataupun tidak karena pada akhirnya apa yang ditampilkan pengguna Aplikasi *Tempo* lainnya akan turun mempengaruhi emosional kita dan begitu juga sebaliknya.

Motif afektif berupa perasaan memperoleh pengalaman baru dari penggunaan aplikasi *Tempo* dikalangan ibu rumah tangga. Motif afektif pada bagian pertama akan berkenaan dengan keinginan untuk memperoleh pengalaman baru, di aplikasi *Tempo* dinilai sebagai sumber informasi yang dapat memberikan asupan pengalaman bagi ibu rumah tangga. Seperti yang didapatkan penulis dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi informan bisa merasakan pengantin masa kini yang terlihat cantik dan glamor, infroman yang berawalkan dari iseng dan berharap viral sehingga bisa menghasilkan uang, dan informan mencoba fitur-fitur yang ada diaplikasi *Tempo* suatu hal pengalaman baru yang menjadi gaya hidup yang mengikuti perkembangan zaman dan *booming*. Hal ini tidak akan berdatap negative ketika pada saat mengunggah ke *facebook* sudah dilakukan penyortiran.

Motif afektif berupa keinginan untuk mendapat respon dari penggunaan aplikasi *Tempo* dikalangan ibu rumah tangga, menjadi bagian yang menonjol dalam penggunaan aplikasi *Tempo*. aplikasi *Tempo* memungkinkan penggunanya untuk dapat menyalurkan perasaannya melalui konten-konten yang dapat berupa foto, video, komentar, *caption* lewat unggahan dan stories pada *facebook*. Seperti yang didapatkan penulis dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi bahwa terlihat dari banyaknya unggahan *like* dan komentar infroman yang mana bertuliskan pujian dengan memberi *emoticon love*, pujian bertuliskan semakin imut, dan cantik. Infroman juga mendapatkan komentar negative seperti didapatkan dengan kata cantik karena editan. Respon dari pengguna lainlah yang kemudian mendorong pengguna aplikasi *Tempo* untuk semakin aktif dalam membuat konten. Perasaan senang mendapatkan respon berupa *like*, komentar atau bentuk respon lainnya dari teman atau pihak lain pada konten di aplikasi *Tempo* merupakan salah satu contoh nyata dari upaya mendapatkan respon. Kesenangan akan adanya respon pengguna lain pada konten aplikasi *Tempo* yang diunggah menjadikan pengguna aplikasi *Tempo* semakin terdorong untuk menjadi lebih rajin dan bahkan mengonsepan konten yang diunggah dengan lebih terencana. Respon pihak lain kemudian menjadi salah satu tujuan utama yang diharapkan, sehingga pengguna aplikasi *Tempo* tidak terlepas dari motif akan adanya upaya mencari perhatian yang berlebihan. Tidak jarang bahwa respon baik yang diterima pengguna aplikasi *Tempo* kemudian mendorong mereka untuk lebih aktif dan juga terkesan membuat kesan tertentu untuk mendapatkan respon. Ada respon yang bersifat negatif yang mengatakan dengan kata yang lebay, dan ada juga yang berkomentar dengan kata sindiran ingin mendapatkan perhatian, tetapi dengan menanggapi hal itu pengguna aplikasi *Tempo* tetap saja menggunakan aplikasi *Tempo*, tidak ada halangan bagi mereka untuk berhenti menggunakan aplikasi *Tempo*.

Motif afektif berupa keinginan akan pengakuan dari Aplikasi *Tempo* dikalangan ibu rumah tangga. Membagi konten-konten bahagia atau menyenangkan utamanya memang lebih banyak ditunjukkan pengguna aplikasi *Tempo* sebagai upaya untuk mendapatkan pengakuan akan kehidupan yang baik yang dijalankan oleh masing-masing pemilik akun aplikasi *Tempo*. Konten-konten kebahagiaan ini banyak disajikan dalam gambaran konten dan video pengantin, foto kebersamaan dengan kekasih dan lain-lainnya yang begitu beragam. Seperti yang didapatkan dari hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi bahwa infroman menggunakan aplikasi *Tempo* dan diunggah ke *facebook* ingin mendapatkan pengakuan cantik dan pengakuan awet mudah. Ada kebahagiaan dan kepuasan ketika pengguna aplikasi *Tempo* dikalangan ibu rumah tangga merasa dapat membagikan pengalaman cara bermakeup yang diterapkan di aplikasi *Tempo* dan perasaan bahagiannya pada pengguna aplikasi *Tempo* sebagai sebuah upaya mendapatkan pengakuan dan ingin dipuji bahwa dirinya terlihat cantik dimedia sosial *facebook*.

Konten yang diunggah di *facebook* merupakan hasil aplikasi *Tempo*, telah melalui proses penyortiran sebagai upaya untuk mengedepankan rasa aman bagi pemilik akun terhadap dampak lanjutan dari diunggahnya. Hal tersebut memang dinilai perlu sebagai bentuk pengingat bahwa apa yang ditampilkan dapat berdampak pada dirinya maupun pada pihak lainnya. Infroman pengguna aplikasi *Tempo* pada akhirnya akan mengupayakan kesesuaian konten yang diunggah dengan tujuan-tujuan personalnya yang pada utamanya mengedepankan rasa aman untuk dirinya terlebih dahulu dan cenderung menempatkan kepentingan pihak lain. Semua bentuk motif afektif yang diperlihatkan pengguna aplikasi *Tempo* menunjukkan bahwa personalisasi dalam aplikasi *Tempo* dibutuhkan untuk memberikan perasaan aman pada pengguna untuk menggunakannya sesuai dengan yang diharapkan di unggahan media sosial.

Media sosial memiliki dampak besar pada kehidupan saat ini yang banyak memempertemukan berbagai cara pandangan dari banyak orang dalam media sosial. Media sosial dapat membuat yang tadinya tidak berarti menjadi lebih berarti melalui fungsi viral yang dimilikinya, begitu juga orang atau produk yang besar dapat seketika menjadi kecil dengan media sosial. Pemanfaatan yang baik dari media sosial sebenarnya dapat turut membantu pengembangan berbagai hal seperti halnya popularitas dan bisnis karena media sosial dapat turut membangun pandangan publik sebagaimana diungkapkan

Ardianto (dalam Hamidati dan Junaedi, 2011) bahwa penggalangan dukungan atau gerakan massa bisa terbentuk karena kekuatan media online karena apa yang ada di dalam media sosial, terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik atau masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan bahwa motif kognitif pengguna aplikasi tempo yaitu mendapatkan informasi tentang cara bermake up pengantin, berdandan dengan budaya lain, dan pengetahuan tentang make up artis masa kini, selain itu informasi tentang model pakaian serta busana pengantin. Selanjutnya motif afektif yaitu berupa perasaan senang karena bisa merasakan model pengantin masa kini, mendapatkan pengalaman baru, dan berharap bisa mendapatkan pujian dan bahagia jika konten tersebut viral. dan berharap mendapatkan respon yang positif dari khalayak.

Saran

1. Pengguna aplikasi *Tempo* harus siap menerima konsekuensi atas komentar negatif atau yang tidak sesuai dengan harapan dari pengguna aplikasi *Tempo* lainnya ketika konten berupa foto, video, komentar yang diunggah mendapatkan kritikan atau bahkan menjadi bahan cacian, karena ketika hasil aplikasi *Tempo* tersebut telah diunggah di *facebook* maka telah masuk ke ruang publik sehingga hal yang bersifat privasi tersebut telah menjadi bagian dari milik publik.
2. Pengguna aplikasi *Tempo* harus lebih bertanggung jawab dalam mengunggah berbagai konten di aplikasi *Tempo* agar tidak menyakiti atau menyinggung pihak-pihak tertentu karena berbagai bentuk tindakan tidak menyenangkan dan lainnya dapat diperkarakan dengan adanya undang-undang informasi dan transaksi elektronik.
3. Pemilik akun aplikasi *Tempo* memiliki kesempatan untuk memanfaatkan keberadaan aplikasi *Tempo* sebagai media yang dapat memberikan manfaat bagi dirinya seperti digunakan untuk membangun link bisnis, menjaga komunikasi dengan pihak-pihak tertentu, membuka jalinan pertemanan baru atau lainnya yang dapat dikelola dengan lebih baik oleh masing-masing pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar (cetakan kedua)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Bungin, Burhan. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana
- Dayley. 2009. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (cetakan ketiga)*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Ghufro, dan Risnawita. 2012. *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta: ArRuzz Media
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- DeVito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Mudjiono. 2012. *Ilmu Komunikasi*. Surabaya: Jaudar Press.
- Narawi, H. 1995. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sarwono. 2009. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nasution. 2006. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hamzah. 2008. *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Baru Proses Komunikasi*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Prihatiningsih. 2017. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta : Erlangga.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Psikologi Komunikasi (cetakan kedupuluh tujuh)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia
- Pakuningjati. 2015. *Metode Penelitian Sosial: Suatu teknik Penelitian Bidang kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya (cetakan kedelapan)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Irwansayah. 2011. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI.
- Intan, Kevin Azaria. 2018. *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma*.
- Ward, Ian. 1995. *Politics Of the Media*. Melbourne: Mac Milan
- Boyd, D.M., & Ellison, N.B. 2007. *Social network sites: Definition, history and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210– 230.
- Dosi Aprilinda, 2013. *Motif Penggunaan Interaksi Sosial di Twitter (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISHUM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*. Yogyakarta:UIN Sunan Kalijaga.
- Drestya, Dyane Aulia. 2014. *Motif menggunakan social media path pada mahasiswa di Surabaya*. *Jurnal e-Komunikasi*, Vol. 3, No. 3. Surabaya.
- Intan, Kevin Azaria. 2018. *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma*.
<https://databoks.katadata.co.id/> diakses pada 17 Maret 2022
<https://inet.detik.com>, diakses 14 September 2022
<https://katadata.co.id>, diakses 20 Juli 2022
<https://Tempo.co.id> , diakses 5 Agustus 2022
<https://voi.id/teknologi/101304> , diakses 20 Juli 2022
<https://wikipedia.org>, diakses 26 Juli 2022
- Kedi, M.E. 2013. *Persepsi Perempuan Tentang Tayangan Drama Romantis Korea di Indosiar* . *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vo. 2, No.2.
- Maria, E.P. 2017. *Motif Penggunaan Akun Instagram dan Facebook Cotton Ink terhadap Kepuasan Mahasiswa IISIP Jurusan Manajemen Komunikasi Angkatan 2012-2016*. Jakarta: IISIP.
- Nia, Lea. 2020. *Pengaruh penggunaan New Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Tentang Media Sosial Facebook Dalam Pemenuhan Informasi Di Kalangan Ibu Rumah Tangga)*. *Jurnal e-Komunikasi*, Vol. 3, No. 3. Jakarta
- Novi Kurnia. 2015. *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi*.e-journal Mediator, Vol. 6 No.2.
- Syahreza, M. Fachri dan Tanjung, Irwan Syari. 2018. *Motif dan Pola penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan UNIMED*. *Jurnal Interaksi*.Vol.1, No. Sumatera Utara.
- Utomo, Dea anggraini. 2013. *Motif Pengguna Jejaring Sosial Goggle+ di Indonesia*. *Jurnal e-Komunikasi*, Vol 1, No. 3. Surabaya.
- Wulandari, dkk. 2015. *Motif Ibu Rumah Tangga Dalam Menonton Tayangan Televisi Net86*. -Proceeding of Management : Vol.2, No.3 ISSN : 2355-9357. Jawa Barat.