

ABSTRAK

SYIFA SALMA. 2026. ***"PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM UPAYA PEMENUHAN KEBUTUHAN KELUARGA"*** (Studi di Layungsari, Kelurahan Nagarawangi, Kota Tasikmalaya). Jurusan Pendidikan Masyarakat, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pemanfaatan media sosial TikTok yang semakin berkembang sebagai sarana promosi usaha, namun belum dimanfaatkan secara optimal oleh seluruh pelaku usaha. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial TikTok dalam upaya pemenuhan kebutuhan keluarga. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha serta anggota keluarga sebagai penerima manfaat. Hasil studi menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok mampu memenuhi kebutuhan kognitif sebagai sumber informasi dan pembelajaran dalam pengembangan usaha, kebutuhan afektif berupa kepuasan emosional, kebutuhan integratif individu dalam meningkatkan kepercayaan diri dan identitas usaha, serta kebutuhan integratif sosial melalui komunikasi dan interaksi dengan pelanggan. Pemanfaatan TikTok membantu pelaku usaha dalam mengembangkan aktivitas usaha yang berdampak pada peningkatan penjualan dan pendapatan. Peningkatan tersebut berkontribusi dalam membantu pemenuhan kebutuhan keluarga, seperti kebutuhan sehari-hari, pendidikan, dan kebutuhan rumah tangga lainnya, serta mendukung stabilitas ekonomi keluarga. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial TikTok berkontribusi dalam pengembangan usaha melalui peningkatan pengetahuan, motivasi, interaksi sosial, dan identitas usaha yang berdampak pada peningkatan pendapatan. Peningkatan pendapatan tersebut membantu pemenuhan kebutuhan keluarga serta mendukung stabilitas ekonomi keluarga.

Kata Kunci: TikTok, Media Sosial, Pemenuhan Kebutuhan Keluarga, Pelaku Usaha.

ABSTRACT

SYIFA SALMA. 2026. ***“THE USE OF TIKTOK SOCIAL MEDIA IN MEETING FAMILY NEEDS” (A Study in Layungsari, Nagarawangi Subdistrict, Tasikmalaya City)***. Department of Community Education, Faculty of Teacher Training and Education, Siliwangi University.

This study was motivated by the growing use of the social media platform TikTok as a means of business promotion, yet it has not been optimally utilized by all business owners. The purpose of this study is to determine how TikTok is utilized in efforts to meet family needs. This study employed a qualitative method with a phenomenological approach. Data collection techniques included observation, interviews, and documentation of business owners as well as family members as beneficiaries. The study results indicate that the use of TikTok fulfills cognitive needs as a source of information and learning for business development; affective needs in the form of emotional satisfaction; individual integrative needs in enhancing self-confidence and business identity; and social integrative needs through communication and interaction with customers. The use of TikTok helps business owners develop business activities that lead to increased sales and revenue. This increase contributes to meeting family needs—such as daily necessities, education, and other household needs—and supports family economic stability. Based on the research findings, it can be concluded that the use of the social media platform TikTok contributes to business development by enhancing knowledge, motivation, social interaction, and business identity, which in turn leads to increased income. This increase in income helps meet family needs and supports the family’s economic stability.

Keywords: *TikTok, Social Media, Meeting Family Needs, Business Owners.*