

## ABSTRACT

*In the modern era of communication in technology has become part of daily needs. With the increasingly fast development of technology, the need for users is increasingly diverse, with many applications, features and others to give birth to the need to meet various kinds of satisfaction. As one example of the communication media created in this era is Tiktok social media that provides many features of video sharing. Various motives created in the modern era so as to form patterns in their use to meet the needs of self-existence. Gen-Z as a generation born in the era of technology is certainly a concern as an object of research, where this generation is inseparable from access to technology through its smartphone and freedom in choosing without burdening the background, the culture of this generation. This study uses a strongitative approach with the survey method. The theory used is uses & gratification where the media is no longer a powerful influence and every use there is certainly satisfaction in media. The results of this study indicate that the Tiktok application cannot fulfill fully in the needs for Gen-Z because their needs are not always in the application and the use of Tiktok is outlines based on entertainment, spending time, transferring and with irregular patterns with the conclusion that this generation Not only using Tiktok in fulfilling every needs.*

**Keywords:** *Communication Technology, New Media, Gen-Z, Motifs and Patterns of Use, Uses & Gratification*

## ABSTRAK

Di era modern komunikasi dalam berteknologi sudah menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari. Dengan perkembangan teknologi yang kian cepat, kebutuhan akan penggunaannya semakin beragam, dengan banyaknya aplikasi, fitur dan lainnya hingga melahirkan kebutuhan untuk memenuhi kepuasan yang berbagai macam. Sebagai salah satu contohnya media komunikasi yang tercipta di era ini adalah sosial media Tiktok yang memberikan banyak fitur dari sharing video. Berbagai motif yang tercipta di era modern sehingga membentuk pola dalam penggunaannya demi memenuhi kebutuhan bagi eksistensi diri. Gen-Z sebagai generasi yang lahir di era Teknologi tentu menjadi perhatian sebagai objek penelitian, dimana generasi ini tidak terlepas dari akses teknologi melalui smartphonenya serta kebebasan dalam memilih tanpa memberatkan latar belakang, budaya dari generasi ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Teori yang digunakan adalah Uses & Gratification dimana media tidak lagi menjadi pengaruh yang powerful dan setiap penggunaan tentu ada kepuasan dalam bermedia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Aplikasi Tiktok tidak bisa memenuhi sepenuhnya dalam kebutuhan bagi Gen-Z dikarenakan kebutuhannya tidak selalu ada didalam aplikasi tersebut dan penggunaan Tiktok garis besar didasari sebagai hiburan, menghabiskan waktu, pengalihan dan dengan pola yang tidak teratur dengan kesimpulan bahwa generasi tersebut tidak hanya menggunakan Tiktok dalam pemenuhan setiap kebutuhannya.

**Keywords:** *Teknologi Komunikasi, New Media, Gen-Z, Motif & Pola Penggunaan, Uses & Gratification*