

## ABSTRAK

Salah satu dari platform media sosial yang mendapat popularitas besar adalah TikTok. Selama beberapa tahun terakhir, TikTok telah menjadi sumber kontroversi dan kritik. TikTok telah menimbulkan banyak pertanyaan, terutama sehubungan dengan privasi data pengguna.

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui mengenai pemahaman pengguna mengenai kesadaran privasi mereka dalam menggunakan media sosial tiktok. Penelitian ini menggunakan metode campuran dengan menggunakan wawancara dan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. KAB sebagai framework nya, menggunakan AHP agar pembagian nya lebih terstruktur dan akan membuat pertanyaan kuesioner menggunakan 4 area fokus *privasi yaitu perceived surveillance, perceived intrusion, secondary use of information, dan disclosing personal information*.

Hasil dari jawaban kuesioner tersebut didapatkan dari mahasiswa/i Fakultas ekonomi bisnis islam, Universitas islam Mataram. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa/i Fakultas ekonomi bisnis islam, Universitas islam Mataram memiliki tingkat kesadaran privasi di kategori rata-rata dengan nilai 65,9%. Dengan nilai rata-rata masih diperlukan tindakan yaitu saran dan rekomendasi agar tingkat kesadaran privasi tersebut bisa ditingkatkan lagi. Seperti melakukan seminar, sosialisasi, penyuluhan, kampanye, pelatihan, memasang poster di area kampus, dan mempersingkat *privacy policy* dari media sosial TikTok.

Kata Kunci: TikTok, Privasi, KAB, 4 area fokus, AHP, Kesadaran