



TikTok Dan Eksistensi Diri (Studi Fenomenologi Pada TikTokers Madura)

Dhimam Abror^{1*}, Achmad Syauqi², Nur'annafi Farni Syam Maella³, Iwan Joko Prasetyo⁴, Didik Sugeng⁵

^{1,2,3,4} Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo

^{1*} dhimam@unitomo.ac.id, ² nurannafi@unitomo.ac.id, ³ nurannafi@unitomo.ac.id, ⁴ iwan.joko@unitomo.ac.id

, ⁵ didik.sugeng@unitomo.ac.id

Abstrak

Kemajuan teknologi yang cepat dalam era globalisasi saat ini membawa banyak keuntungan dalam berbagai bidang sosial, termasuk dalam perkembangan teknologi informasi. Perubahan dalam teknologi informasi mempengaruhi kehidupan masyarakat dalam segala aspek budayanya. Dengan berjalannya waktu, inovasi dalam teknologi juga semakin beragam. Aplikasi TikTok adalah sebuah platform jaringan sosial yang menggabungkan video dan musik. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat video kreatif pendek yang kemudian dapat dibagikan dengan pengguna lainnya. Pengguna dapat menangkap momen-momen penting dalam kehidupan mereka melalui video yang mereka buat. TikTok telah menetapkan dirinya sebagai aplikasi paling populer dalam unduhan, dengan TikTok versi iOS menjadi aplikasi non-game yang paling banyak diunduh di seluruh dunia, mencapai 3 miliar unduhan menurut data dari Sensor Tower Store Intelligence. TikTokers Madura memiliki penggunaan media sosial yang berbeda-beda dalam menggunakan TikTok, dan motif yang melatarbelakangi dalam penggunaan media sosial TikTok juga berbeda-beda. Penelitian ini mengungkap bagaimana TikTokers Madura memanfaatkan aplikasi ini untuk mengekspresikan diri sekaligus mendapatkan keuntungan ekonomi dari endorsement produk dan review pariwisata.

Kata Kunci: Media Sosial TikTok, Eksistensi, Fenomenologi, TikTokers Madura

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini kemajuan teknologi berkembang pesat dan memberikan dampak positif dalam berbagai bidang, khususnya dalam perkembangan teknologi informasi. Hal ini mengubah cara hidup masyarakat dalam semua aspeknya. Seiring berjalannya waktu, inovasi teknologi semakin beragam, terutama dengan meningkatnya permintaan akan internet. Internet menjadi sarana utama dalam pertukaran dan penyebaran informasi. (Dwi Riyanto, Andi 2022).

Diera komunikasi ini media seperti blog, Wikipedia, dan jejaring sosial adalah yang paling umum digunakan oleh banyak orang. Di antara berbagai jenis media sosial yang ada di dunia, jejaring sosial merupakan yang paling populer. Contohnya termasuk Facebook, Twitter, WhatsApp, Skype, Instagram, Path, TikTok, dan lain-lain. Namun, penelitian ini akan difokuskan pada satu media sosial khusus, yaitu TikTok (Mayang Sari, Dila 2021).

Aplikasi TikTok merupakan sebuah platform sosial media berbasis video dan musik yang berasal dari Tiongkok, dibuat oleh Zhang Yiming. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi video dengan pengguna lainnya, dengan durasi antara 15 detik hingga 1 menit. Pengguna dapat menangkap momen penting dalam hidup mereka dengan menciptakan video kreatif. TikTok menyediakan berbagai efek yang dapat digunakan untuk menghias video, termasuk stiker, lagu, transisi, dan lainnya. Menurut data dari Sensor Tower Store Intelligence, TikTok versi iOS adalah aplikasi non-game yang paling banyak diunduh di dunia, dengan mencapai 3 miliar unduhan di seluruh dunia (Devita, Lois 2022).

Pada media sosial TikTok pengguna dapat membuat video yang hanya berdurasi kurang lebih 30 detik dengan memberikan Special effects yang unik dan menarik, serta memiliki dukungan musik sehingga pengguna dapat melakukan performa dengan beragam gaya atau pun tarian, hal ini mendorong pengguna untuk mengekspresikan kreativitas mereka dengan menggunakan berbagai efek khusus dan musik latar dari artis terkenal dengan berbagai kategori. Selain itu, tersedia juga efek khusus lainnya yang dapat digunakan secara langsung, sehingga menjadikan video tersebut menarik dan memiliki suasana yang cocok dengan konten videonya (Aprilian, 2019).

Pengguna TikTok juga dapat memanfaatkannya untuk mengekspresikan identitas mereka di kalangan teman-temannya. Identitas individu adalah usaha manusia dalam mencari dan memahami signifikansi kehidupan bagi dirinya sendiri, dipercayai sebagai representasi nilai-nilai batiniah yang paling esensial. Tidak ada satu pun orang yang dapat memberikan interpretasi yang tepat tentang arti dan tujuan hidup seseorang, sehingga setiap individu harus menemukan cara uniknya untuk menghadapi situasi dan lingkungan sekitarnya (Nur Islami, Afrizal 2018).

Apabila orang lain menganggap individu eksis, maka keberadaan individu tersebut sudah dianggap dapat diperhitungkan oleh orang-orang disekitarnya. Maka dari itu, eksistensi biasanya dijadikan acuan sebagai ajang pembuktian diri bahwa kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan dapat berguna dan mendapat nilai yang baik dimata

orang lain. Begitu juga yang dirasakan oleh pengguna Tik Tok, mereka akan membentuk konsep diri yang sesuai dengan keinginannya untuk membentuk eksistensi diri kepada orang lain (Resti Fauziah, Yuliana 2019).

Keinginan untuk eksis seringkali dikaitkan dengan individu yang memiliki sifat narsisme. Narsisme dapat dijelaskan sebagai kemampuan seseorang untuk menjaga citra diri yang cenderung positif melalui berbagai proses pemahaman dan pengaturan diri. Ini berarti bahwa narsisme berhubungan dengan pandangan yang sangat positif, optimis, dan baik terhadap diri sendiri (Devita, Lois 2022).

Perilaku eksis yang berlebihan memiliki kecenderungan untuk mengarah pada perilaku membanggakan diri sendiri, karena merasa lebih baik dari pada yang lain. Tujuan proses unggah video di TikTok juga tentu bervariasi, hanya sekedar mengikuti tren saja, ingin menunjukkan gaya, kreativitas atau kemampuan tertentu, untuk menunjukkan kepada orang lain mengenai suatu hal. Durasi video TikTok yang pendek juga dirasakan lebih praktis dari pada Youtube yang lebih cenderung berisi video-video dengan durasi yang panjang. Video-video dengan jumlah tayang yang baik, memiliki peluang untuk viral dan dilihat oleh banyak orang, sehingga jumlah tayang ini kerap kali menjadi tolak ukur popularitas sebuah akun TikTok (Mayang Sari, Dila 2021).

Melalui halaman resminya, media sosial TikTok mengumumkan bahwa platform tersebut telah menembus 1 miliar pengguna pada 27 September 2021. Pertama kali rilis pada September 2016, platform itu hanya butuh waktu 5 tahun untuk menggaet 1 miliar pengguna. Dilansir dari The Verge, popularitas TikTok melonjak selama pandemi Covid-19 yang bermula pada 2020. Pada kuartal pertama tahun itu, TikTok jadi aplikasi paling banyak diunduh, sebanyak 315 juta kali, menurut perusahaan analisis SensorTower, perusahaan yang menaungi TikTok, ByteDance melaporkan pendapatannya pada 2020 mencapai 34,3 miliar dollar AS, melebihi dua kali pendapatan tahun sebelumnya. Dilansir dari data.tempoco.

Dilansir dari SuaraBogor.id, penggunaan TikTok di Indonesia telah meningkat tiga kali lipat dalam satu tahun terakhir. Pada tahun 2021, penggunaan TikTok mengalami kenaikan yang signifikan, mencapai 92,2 juta pengguna pada bulan Juli 2021. Ini merupakan lonjakan yang cukup besar, mengingat bahwa pada awal pandemi, tepatnya pada April 2020, hanya terdapat 37 juta pengguna TikTok di Indonesia. Data ini diperoleh dari data internal pada bulan April 2021. Usia penggunanya paling banyak adalah 18-34 tahun dan 36 persen pengguna merupakan pekerja penuh waktu. Namun, ternyata pada usia 13 tahun sudah mulai banyak yang aktif menggunakan Tiktok. Mayoritas pengguna aktif TikTok adalah wanita, dan lebih banyak menggunakan perangkat Android daripada iOS. Dilansir dari Bogor.suara.com

Digital Content Creative Manager Dompot Dhuafa, Suci Nuzleni qadarsih mengungkapkan alasan peningkatan ini adalah karena semenjak pandemi, masyarakat di rumah saja. Oleh sebab itu banyak yang bosan dan mulai ikut-ikutan main Tiktok yang akhirnya sampai saat ini terciptalah ekosistemnya sendiri. Selain itu, Tiktok disukai karena tiga hal, yaitu mudah digunakan, memiliki beragam fitur, seperti musik, editing, video, voice over, stiker, duet, serta, video, Tiktok itu sederhana. Tidak hanya melejit dari sisi penggunanya, TikTok juga menjadi media sosial yang paling lama durasi penggunaannya yaitu sekitar 310 second. Durasi penggunaannya tersebut lebih lama dari facebook, instagram, dan media sosial lainnya.

Berdasarkan latar belakang ini maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "TIKTOK DAN EKSISTENSI DIRI (Studi Fenomenologi Pada TikTokers Madura)".

Alasan penulis memilih Madura sebagai lokasi penelitian karena ingin mengetahui kondisi atau perkembangan penggunaan Tiktok yang menjadi tujuan penelitian. Penulis melihat penggunaan TikTok pada warga Madura adalah masalah yang menarik untuk diteliti karena Aplikasi ini ada kaitannya dengan kreativitas dan kepercayaan diri penggunanya. Penelitian ini difokuskan pada TikTokers Madura karena masyarakat Madura punya keunikan budaya tersendiri, antara lain karena kerekatan sosial dan komunalisme yang masih tinggi.

Kendati demikian, pengaruh media sosial sudah sangat merasuk kedalam kehidupan masyarakat Madura dan sudah menimbulkan ketergantungan terhadap media sosial. Media sosial seakan sudah menjadi candu bagi mereka, segala hal yang berbentuk kegiatan ataupun aktivitas, pikiran dan perasaan seringkali diunggah oleh remaja melalui media sosialnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis untuk menggali secara mendalam mengenai pengalaman responden dalam penggunaan TikTok sebagai media untuk menemukan eksistensi diri.

METODE

Penelitian ini memakai metode fenomenologi Edmund Husserl. Menurut Husserl kita hanya mengetahui sesuatu, karena sesuatu itu dialami, sehingga hal yang penting untuk diketahui adalah apa yang manusia alami dan bagaimana mereka memaknai serta menafsirkan pengalaman tersebut (Raco, : 2010: 82). Fenomenologi adalah langkah awal dari metode ilmiah yang meyakini bahwa realitas suatu hal tidak sepenuhnya diketahui dalam pengalaman sehari-hari. Pendekatan fenomenologi menempatkan pengalaman yang dialami secara langsung sebagai data utama. Fenomenologi juga mempelajari dan melukiskan ciri-ciri intrinsik dari gejala sebagaimana gejala itu menyingkapkan dirinya pada kesadaran. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan tujuan untuk mengungkapkan intensionalitas, kesadaran. Fenomenologi menjelaskan fenomena dan maknanya bagi individu. Fenomenologi menguraikan bagaimana kesadaran manusia terstruktur dalam pengalaman. Pendekatan fenomenologi berusaha untuk membiarkan realitas mengemukakan dirinya sendiri tanpa campur tangan (Nur Pramudyo, Gani 2022).

Fenomenologi memiliki dampak yang signifikan pada metode penelitian karena fokusnya pada pemahaman makna yang disampaikan oleh individu yang memberikan informasi. Ini juga menyiratkan bahwa realitas merupakan hasil dari interaksi sosial. Oleh karena itu, metode kualitatif sering juga disebut sebagai konstruktivisme, yang menekankan bahwa pemahaman manusia tentang suatu hal adalah konstruksi yang dibentuk oleh manusia sendiri. Makna dan interpretasi tersebut bisa bervariasi karena setiap individu yang mengalami memiliki perspektif yang berbeda. Fenomenologi memandang bahwa pengalaman yang dialami oleh subjek pengetahuan harus dianggap sebagai interaksi aktif dengan dunia (Putri, 2022).

Fenomenologi mempelajari struktur tipe-tipe kesadaran yang terentang dari persepsi, gagasan, memori, imajinasi, emosi, Hasrat, kemauan, keluhan sampai Tindakan baik itu dalam bentuk tindakan sosial maupun bahasa (Kuswarno, 2009: 22). Fenomenologi menganalisis struktur dari persepsi, imajinasi, penilaian, emosi, evaluasi dan pengalaman orang lain tentang suatu objek. Konsep makna (meaning) sangat penting dalam fenomenologi, makna adalah isi penting dari pengalaman sadar manusia, pengalaman sadar ini berbeda antara satu orang dengan yang lain. Suatu pengalaman bisa menjadi bagian dari kesadaran orang, karena orang memaknainya. Metode ini relevan untuk menggali lebih dalam tentang pengguna media sosial TikTok dalam menunjukkan eksistensi diri.

Penelitian ini juga memakai fenomenologi sebagai basis teoretis. Teori fenomenologi menurut Alfred Schutz sebagaimana yang dijelaskan dalam karya Kuswarno (2009), bertujuan untuk memahami bagaimana manusia membentuk makna dan konsep-konsep penting dalam konteks intersubjektivitas. Yang dimaksud intersubjektivitas adalah kehidupan dunia (life-world) atau dunia kehidupan sehari-hari. Pemikiran Schutz bermakna bahwa bagaimana seseorang memahami tindakan sosial (yang berorientasi pada perilaku orang itu sendiri atau orang lain pada masa lalu, sekarang ataupun masa yang akan datang) melalui penafsiran. Dengan kata lain fenomenologi mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran yang mana manusia dituntut untuk dapat saling memahami sesamanya dan bertindak pada kenyataan yang sama.

Untuk menggambarkan seluruh tindakan seseorang, Schutz mengelompokkan dalam 2 fase yaitu:

1. In-order-to-motive adalah yang menekankan motif yang mengarah pada masa depan, dengan tujuan yang telah ditetapkan, dan
2. Because motive adalah yang lebih terfokus pada masa lalu, dengan tindakan yang dilakukan didasarkan pada alasan dari masa lalu.

Inti dari konsep ini adalah bagaimana kita memahami tindakan sosial, baik yang telah terjadi di masa lalu, sedang berlangsung sekarang, ataupun yang akan datang di masa mendatang, melalui interpretasi. Hal ini menekankan bahwa tindakan sosial kita bergantung pada pengalaman, makna, dan kesadaran kita. Schutz juga menggarisbawahi pentingnya saling pengertian antar manusia dan kemampuan untuk bertindak dalam realitas bersama. Ini membawa konsep penerimaan timbal balik, pemahaman bersama, dan tipikasi dunia bersama sebagai bagian dari pengalaman manusia.

Fenomenologi yang digunakan dalam penelitian ini dalam perspektif Alfred Schutz yang lebih menekankan pada pentingnya intersubjektivitas. Inti dari fenomenologi Schutz adalah memandang bahwa pemahaman atas tindakan, ucapan, dan interaksi merupakan prasyarat bagi eksistensi sosial apapun (Mulyana, 2001). Schutz dalam (Creswell, 1998) menjelaskan bahwa fenomenologi mengkaji bagaimana anggota masyarakat menggambarkan dunia sehari-harinya, terutama bagaimana individu dengan kesadarannya membangun makna dari hasil interaksi dengan individu lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil wawancara dan observasi non partisipan serta analisis yang dilakukan berdasarkan teori yang digunakan, penulis kemudian menjabarkan hasil penelitian untuk menjawab tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menemukan banyak sekali perbedaan dari para informan yang menggunakan TikTok, mulai dari penggunaan media sebagai eksistensi diri dan motif penggunaan media tersebut. Dari hasil penelitian yang penulis lakukan pada masyarakat Madura yang menggunakan TikTok. Hasil yang penulis temukan adanya perbedaan dari setiap TikTokers Madura yang menggunakan TikTok mulai dari penggunaan media sebagai eksistensi diri dan motif yang melatarbelakangi dalam penggunaan media tersebut.

Setiap orang berbeda-beda cara untuk menikmati suatu hal, sama halnya dengan memanfaatkan suatu media atau penggunaan media itu. Dalam hal penggunaan TikTok dikalangan orang Madura pun berbeda-beda cara untuk menggunakan media tersebut.

Menurut Nur Islami (2018) Eksistensi berasal dari bahasa Inggris "*exist*" yang berarti ada, terdapat hidup atau dirasakan keberadaannya. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia Eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Namun dalam penelitian ini Eksistensi Diri dibuktikan dengan ia aktif dalam membuat konten di media sosial TikTok nya dan dikuatkan dengan Jumlah *Followers* dan jumlah yang menyukai postingannya di akun media sosial TikTok nya setiap para informan. Berikut data keaktifan informan dalam ngonten atau upload video di media sosial TikTok nya, jumlah *followers* nya dan jumlah yang menyukai kontennya.

Tabel 1 Pada bagian ini berisi hasil dan pembahasan dari topik penelitian, yang bisa di buat terlebih dahulu metodologi

	Nama Informan	Nama Akun TikTok	Keaktifan Upload Konten	Jumlah Followers	Jumlah Suka
1	Moh. Ismail	@congmael	Aktif	23.5K	334.9K
2	Aisyah	@aisyahcamelia.a	Aktif	34.4K	2.8M
3	Brilliani	@brilliani.lian	Aktif	21.1K	2.5M
4	Saiful Rizal	@saifelsyadiri	Aktif	90.3K	610.6K
5	Nisa	@triplicioustory	Aktif	7149	152.1K
6	Nihayatul Khoir	@nihayatul_khoir	Aktif	34.1K	206.4K
7	Anang Wahyudi	@komaremaktapai	Aktif	3.658	17.6K

Keterangan : Keaktifan Upload Konten, Jumlah Followers dan Jumlah Suka

Estimasi Penggunaan Tiktok

Dari hasil penelitian yang didapatkan mengenai penggunaan media sosial Tiktok khususnya pada lama penggunaan dari penginstalan aplikasi tersebut, dari pernyataan informan dari lamanya penggunaan aplikasi ini berkisar dari 1 tahun sampai dengan pemakain selama 6 tahun, seperti yang diungkapkan oleh Brilliani:

“Saya menginstal aplikasi TikTok kurang lebih sudah 6 tahun (sejak 2018), saya main aplikasi tiktok lebih fokus ke review makanan dan objek wisata khususnya yang ada di wilayah Bangkalan dan Malang karena saat ini saya stay di Malang (sedang kuliah di Malang) saya lebih memilih Aplikasi TikTok karena aplikasi TikTok menjadi “Trend Center” atau pusat perhatian orang saat ini, dan TikTok itu menurut saya memberikan tantangan tersendiri bagi kita karena dengan waktu yang pendek bagaimana kita bisa memberikan informasi yang cukup jelas untuk para user yang lain” (Kutipan Wawancara 03/03/2024)

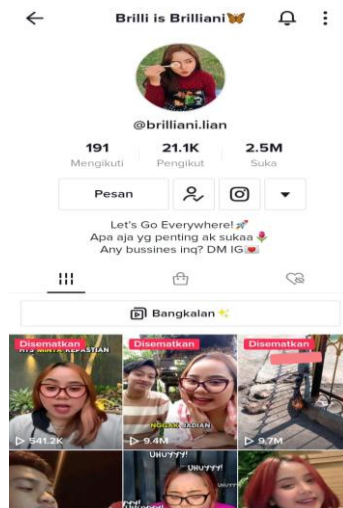


Figure 1 Akun TikTok @brilliani.lian

Penggunaan TikTok juga berbeda-beda dari setiap informan, yang baru saja menginstal aplikasi TikTok dengan berbagai alasan berikut ungkapan dari Saiful Rizal :

“Saya menggunakan aplikasi TikTok tergolong baru yaitu kurang lebih baru 1 tahun dan followers saya per hari ini alhamdulillah sudah mencapai 90,3 ribu. Alasan saya memilih Aplikasi TikTok karena menurut saya Aplikasi TikTok ini adalah Aplikasi yang lebih instan dibandingkan dengan aplikasi-aplikasi sebelumnya misalkan seperti youtube dan lain sebagainya, karena durasi video yang perlu diupload di Aplikasi TikTok ini berdurasi pendek namun dilengkapi dengan berbagai fitur yang menarik didalamnya. Sehingga aplikasi TikTok ini bisa dijadikan sebagai batu loncatan bagi generasi Millenial dan generasi Z. saya dalam 1 tahun memanfaatkan Aplikasi TikTok ini untuk mengembangkan dan mengenalkan profesi saya yaitu Advokat, sehingga alhamdulillah banyak Klien yang mengenal saya sebab Video TikTok yang saya Upload di akun pribadi saya” (Kutipan wawancara 05/03/2024).

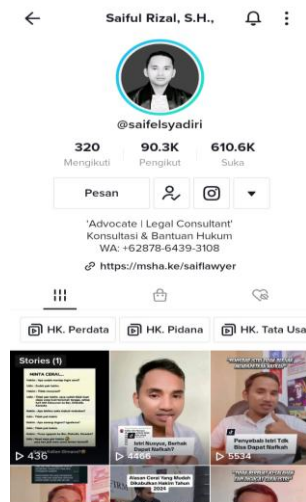


Figure 2 Akun TikTok @saifelsyadiri

Sebagai Media Endors Produk dan Review Objek Wisata

Selain menggunakan TikTok untuk engeksistensikan dirinya sendiri adapun yang menggunakan TikTok sebagai media Endors Produk dan Review objek wisata, seperti yang diungkapkan oleh Moh. Ismail dengan nama akun @congmael berikut ini:

“Dulu saya sempat benci dengan Aplikasi TikTok saya menganggapnya itu adalah Aplikasi alai dan Aplikasi orang gila gitu, tapi sekarang malah berubah pikiran, sekarang saya anggap ini aplikasi yang sangat bermanfaat untuk saya pribadi dan untuk orang lain salah satu contohnya saya bisa membantu mempromosikan produk pedagang kaki lima dengan menggunakan Aplikasi ini. Dan setiap konten kreator mempunyai ciri khas tersendiri dalam kontennya, kalau cirikhya dari konten saya “ngakan pole nyaman pole” yang artinya adalah makan lagi enak lagi”, selain itu saya juga

rsambil membuat konten review objek wisata baik yang ada di Bangkalan, Surabaya dan sekitarnya (Kutipan wawancara 08/03/2024).

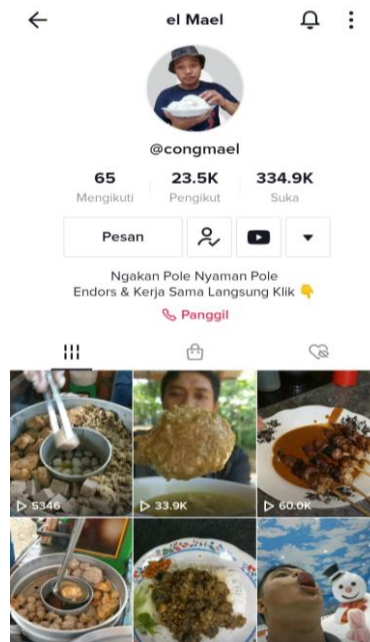


Figure 3 Akun Tiktok @congmael

Pendapat yang lain juga diungkapkan oleh informan Nisa dengan nama akun @triplicioustory ini :

“Untuk keterlibatan dalam mengupload sebenarnya kami fokusnya jalan-jalan, sesuai dengan nama akun TikTok kami yaitu @triplicioustory itu sebenarnya di ambil dari dua kata yaitu “Trip” yang artinya perjalanan dan “Licious” yang artinya menggoda dalam hal ini kami artikan pada makanan yang menggoda, jadi akun tiktok kami fokus untuk konten endors produk / makanan dan review objek wisata, kami juga pernah sambil jualan petis di akun TikTok kami namun bukan produk kami sendiri tapi puya orang lain lebih gampangnya afiliasi dengan orang lain” (Kutipan Wawancara 08/03/2024)



Figure 4 Akun Tiktok @triplicioustory

Pendapat yang hampir sama diungkapkan Aisyah dengan nama akun @aisyahcamelia.a berikut:

“saya menggunakan TikTok selain mencari hiburan juga fokus ngonten dibidang kulineran atau review suatu makanan dan objek wisata, dan alasan saya memilih aplikasi TikTok sebagai media favorit saya karena konten di aplikasi TikTok sangat mudah untuk FYP ke publik yang jangkauannya sangat luas, salah satu contohnya saya pernah menggunakan backsound lagu arab dalam salah satu konten saya, dan konten saya itu FYP ke orang arab

saat itu banyak sekali orang arab memberikan komentar dengan menggunakan bahasa arabnya” (Kutipan Wawancara 03/03/2024)



Figure 5 Akun TikTok @aisyahcamelia.a

Sebagai Eksistensi Diri dan Ekspori Hobi

Adapun para informan yang lain menggunakan Aplikasi TikTok sebagai Eksistensi Diri dan Ekspori Hobi seperti yang diungkapkan oleh Nihayatul Khoir dengan nama akun @nihayatul_khoir berikut ini :

“Saya menggunakan Aplikasi TikTok Untuk untuk eksistensikan diri dan ekpos hobi saya yaitu pencak silat, kebetulan di sekolah saya ikut perguruan bela diri yang mana itu adalah bagian dari hobi saya, saat latihan saya sering ambil video pendek untuk di post di media sosial TikTok. Jadi sejauh ini konten isi TikTok saya lebih banyak video tentang pencak silat meskipun ada beberapa video dan slide foto biasa (bukan tentang pencak silat) saya post sebagai menunjukkan eksistensi diri saja dan mengikuti trend terbaru di TikTok sekaligus sebagai hiburan” (Kutipan Wawancara 18/03/2024)

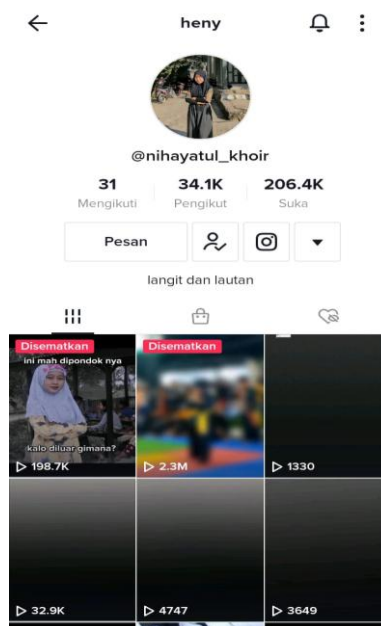


Figure 6 Akun TikTok @nihayatul_khoir

Untuk Mengembangkan dan Mengenalkan Profesi

Adapun para informan yang lain menggunakan Aplikasi TikTok sebagai mengembangkan dan mengenalkan profesinya, seperti yang diungkapkan oleh Saiful Rizal dengan nama akun @saifelsyadiri berikut ini :

“Alasan saya memilih Aplikasi TikTok karena menurut saya Aplikasi TikTok ini adalah Aplikasi yang lebih instan dibandingkan dengan aplikasi-aplikasi sebelumnya misalkan seperti youtube dan lain sebagainya, karena durasi video yang perlu diupload di Aplikasi TikTok ini berdurasi pendek namun dilengkapi dengan berbagai fitur yang menarik didalamnya. Sehingga aplikasi TikTok ini bisa dijadikan sebagai batu loncatan bagi generasi Millennial dan generasi Z. Saya dalam 1 tahun memanfaatkan Aplikasi TikTok ini untuk mengembangkan dan mengenalkan profesi saya yaitu Advokat, sehingga alhamdulillah banyak Klien yang mengenal saya sebab Video TikTok yang saya Upload di akun pribadi saya” (Kutipan wawancara 05/03/2024).

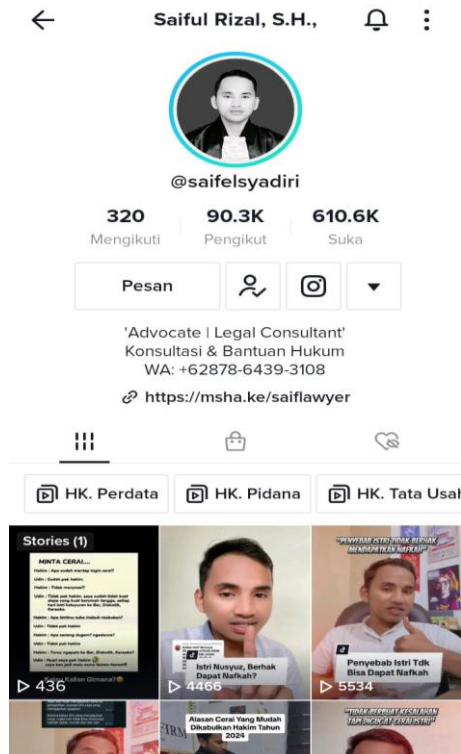


Figure 7 Akun TikTok @saifelsyadiri

Mencari Informasi dan Hiburan

Adapun para informan yang lain menggunakan Aplikasi TikTok sebagai mencari informasi terkait hal yang baru trend sebagai bahan ngonten di YouTube dan sebagai mencari hiburan, seperti yang diungkapkan oleh Anang Wayudi dengan nama akun @komaremaktpai berikut ini :

“Kenapa saya menggunakan Aplikasi TikTok karena menurut saya Aplikasi TikTok ini adalah Aplikasi yang simple karena video yang perlu di upload di tiktok cukup berdurasi pendek dan mudah untuk FYP. Saya menggunakan aplikasi TikTok untuk mencari informasi terkait hal yang baru trend untuk di jadikan bahan ngonten di YouTube, sebenarnya saya lebih aktif ngonten di YouTube dibandingkan dengan di TikTok karena kebetulan saya menjadi bagian dari aktor Film (Mak Tapak Production), video yang saya upload di TikTok rata-rata video potongan dari Video yang saya Upload di YouTube, saya terbilang cukup rutin upload di video TikTok bahkan hampir setiap hari upload 1 video, karena konten yang mau di upload sudah tersedia dari beberapa hari sebelumnya” (Kutipan wawancara 24/03/2024).

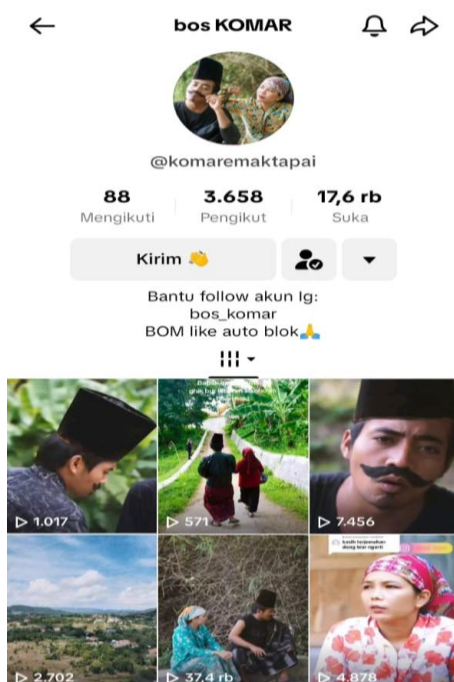


Figure 8 Akun TikTok @komaremaktpai

Konten yang Diekspos

Tentu saja semua orang memiliki keinginan mengupload video-video mereka yang bagus dan menarik supaya bisa mengeksistensikan diri mereka melalui video yang diupload, seperti ulasan yang diungkapkan oleh Moh. Ismail :

“saya biasa mengupload video seperti review makanan, review tempat wisata yang menurut saya menarik untuk di upload khususnya di wilayah Bangkalan dan Surabaya, dan video itu sering saya ambil sendiri dan saya edit sendiri, mengapa saya mau menguploadnya karena saya ingin membantu untuk mengenalkan makanan dan tempat wisata tersebut ke pengguna TikTok Lain (Kutipan Wawancara 08/03/2024)

Ulasan yang lainnya juga hampir serupa dengan informan diatas diungkapkan oleh Brilliani berikut :

“Awal menggunakan Aplikasi TikTok saya upload video itu random, itinya yang saya suka saya upload, biasanya video yang saya upload adalah foto yang di kasih efek warna dan background yang di edit di Aplikasi TikTok sendiri. Tapi kalau sekarang lebih fokus upload konten review makanan dan objek wisata, video itu saya edit pake aplikasi lain baru saya upload ke TikTok” (Kutipan Wawancara 03/03/2024)

Ulasan yang berbeda diungkapkan oleh Nihayatul Khoir yang mengupload video di TikTok sebagai eksistensi diri dan ekpos Hobi nya:

“Saya menggunakan Aplikasi TikTok Untuk untuk eksistensikan diri dan ekpos hobi saya yaitu pencak silat / bela diri, video tersebut kadang saya ambil sendiri menggunakan kamera depan dan kadang minta tolong teman-teman untuk mengambilnya, dan saya edit sendiri menggunakan aplikasi CupCut” (Kutipan Wawancara 18/03/2024.

Tanggapan Dari Pengguna Tiktok dan Tanggapan Dari Orang Sekitar

Dalam suatu konten atau video yang kita buat dan diupload di akun TikTok pasti ada saja pengguna TikTok lain yang menanggapi Video kita baik itu memberikan like, komentar dan lain-lain. Dalam komentar juga kadang mengandung komentar yang positif maupun negatif, jika komentar positif bersyukur dan jika komentar negatif abaikan saja. Berikut Ulasan dari Aisyah:

“saya merasa senang,karena video yang saya upload ada yang menanggapi, ada yang like, ataupun komentar. misalhnya ada yang like atau komen saya merasa senang karena berarti video saya itu ada yang Nonton dan suka jadi saya senang karena jarang juga video TikTok kita itu masuk ke beranda orang, jadi kalau ada yang like atau pun komen saya senang ada yang menonton video kita. Bahkan saya pernah dapat Support dari dosen saya ka, waktu itu Video TikTok tentang rekomendasiin suatu makanan dan kebetulan FYP ke beliau dan beliau turut berkomentar “Aisyah itu dimana, enak beneran ya kok menarik sekali sepertinya” gitu. Jadi saya merasa bangga video yang saya

share nyampe ke ke teman-teman, tetangga bahkan ke guru atau dosen, ada kebanggaan terdiri rasanya kak” (Kutipan Wawancara 03/03/2024)

Ungkapan yang lain juga diungkapkan oleh Brilliani berikut :

“kalau video saya ada yang like pasti rasa senang karena video kita bagus, apalagi kalau video kita FYP. Kalau tanggapan saya tentang respon itu semua entah itu positif atau negatif saya terima saja karena TikTok ini juga sebagai platform media jadi semua orang bebas berkomentar, mau seperti apa, tanggapan seperti apa, kita yang mau buat konten kita juga harus siap menerima konsekuensinya, konten apa yang kita buat feedback dari masyarakat seperti apa harus diterima. Kadang komentar negatif itu tergantung dari konten yang kita buat. Meskipun kadang ada komentar negatif yang tidak nyambung dengan konten yang saya upload, misal mereka berkomentar lebih menyerang ke pribadi saya, kontennya apa komentarnya apa (ga nyambung) ya begitulah kira-kira macam-macam dari netizen, dan komentar seperti itu saya abaikan saja. Tapi ada juga komentar yang positif, komentar yang membuat saya lebih respect seperti itu” (Kutipan Wawancara 03/03/2022)

Tidak hanya tanggapan yang di Dapat dari mengupload video di TikTok saja ada juga tanggapan yang di dapat dari orang sekitar kita entah itu tanggapan yang baik maupun tanggapan yang buruk, berikut ulasan dari Moh. Ismail sebagai berikut:

“Kebanyakan tanggapan dari video-video yang sudah jadi dan sudah diupload, biasanya saya upload video-video review makanan, terkadang konten tentang objek wisata, Sebagian besar dari mereka mengapresiasi dan dari itu juga saya suka mendapat ide-ide yang lain untuk membuat konten merasa termotivasi. Kalau tanggapan- tanggapan dari teman kadang kearah yang negatif tapi Namanya teman jadi rasanya biasa saja, tapi kadang ada yang support juga. Bahkan ketika saya jalan di suatu daerah dimadura tentunya, sering dipanggil orang yang tidak saya kenal mereka memanggilku “hai.. ngakan pole nyaman pole” yang artinya “makan lagi enak lagi” karena kata-kata itu memang jadi ciri khas dari setiap video yang saya upload” (Kutipan Wawancara 08/03/2024)

Ungkapan dari Nihayatul Khoir tentang tanggapan orang sekitar sebagai berikut:

“Kalau tanggapan atau respon dari orang lain karena sekarang semua punya aplikasi TikTok jadi tanggapan mereka saat saya bermain TikTok untuk sekarang itu biasa- biasa saja, pas saya upload video juga mungkin tidak lewat beranda FYP. Namun ada beberapa tanggapan dari teman sekelas dan teman teman-teman perguruan bela diri, kadang saat bertemu ada yang bilang “wah keren videonya mba, video yang latihan kapan itu mba” kurang lebih seperti itu sih (Kutipan Wawancara 18/03/2024)

Respon Positif

Dalam sebuah Feedback atau respon balik dari pengguna TikTok lain, semua informan mengaku mendapat Komentar yang bersifat positif dan itu menjadi kesenangan pribadi untuk kita sebagai motivasi untuk terus membuat karya atau konten-konten yang lebih baik kedepannya. Tanggapan dari Saiful Rizal berikut :

“Untuk saat ini di video saya sering mendapat tanggapan seperti komentar positif atau negatif, terkadang saya tidak menanggapi komentar negatif karena saya lebih memilih fokus pada hal-hal yang positif, kadang juga merespon dengan emoji senyum saja. Tapi saat dapat komentar yang positif saya lebih respect untuk meresponnya karena komentar yang positif bisa membangun dan memotivasi saya untuk lebih rajin upload video di TikTok” (Kutipan Wawancara 05/03/2024)

Tanggapan atau respon dari pengguna lain juga tergantung dari baik buruknya konten/ video yang diupload, ulasan dari Nisa berikut :

“komentar bersifat positif atau negatif itu menurut saya tergantung konten, kalau konten kita bagus pasti komentarnya bagus, tapi saya juga tidak pernah membuat video yang aneh-aneh jadi komentarnya biasa-biasa saja, bahkan banyak positifnya” (Kutipan Wawancara 08/03/2024)

Setiap orang pasti ingin mendapatkan komentar yang bersifat positif dalam membuat konten sendiri, komentar positif itu menjadi kesenangan tersendiri bagi Konten kreator TikTok, komentar-komentar positif yang diharapkan seperti yang dikemukakan para informan, berikut ulasan dari Aisyah berikut ini:

“biasanya komentar tergantung dari kontennya, pernah saya mengupload video di TikTok dan ada yang berkomentar seperti “video kakak bagus, kenapa tidak memakai hp iphone saja” dan ada juga komentar “kamu berbakat” tergantung konten apa yang diupload di TikTok. (Kutipan Wawancara 03/03/2024)

Ulasan yang lain diungkapkan oleh Brilliani berikut :

“Kalau menurut saya, komentar positif itu komentar yang tidak menyinggung perasaan saya contohnya Ketika saya posting video saya di salah satu tempat wisata ada yang komentar “kak, itu di daerah mana?” dan saya anggap itu komentar yang positif dan saya membalasnya” (Kutipan Wawancara 03/03/2024)

Ungkapan dari Anang Wahyudi berikut :

“tentu sangat senang kalau mendapat komentar yang positif, contohnya ada beberapa video yang saya upload, dan ada yang komentar “mantab, totalitas banget aktingnya” dengan komentar seperti itu menurut saya bagian dari komentar yang membangun, membuat saya semakin semangat untuk ngonten (Kutipan Wawancara 08/03/2022)

Kendala yang dirasakan

Dalam sebuah media pasti ada saja kendala yang dirasakan, kendala terbesar adalah kendala pada jaringan, berikut ulasan dari Nihayatul Khoir :

“kendalanya kadang jaringan yang kurang bagus, sehingga video tidak bisa dibuka. Yang awalnya saya target minimal tiga hari sekali upload konten di TikTok, jadi tidak sesuai dengan apa yang telah di planingkan sebelumnya” (Kutipan Wawancara 18/03/2024)

Banyak kendala yang dirasakan, tapi kendala paling besar itu pada jaringan yang kadang tidak baik yang mengakibatkan kualitas video yang kurang bagus, ulasan yang sama diungkapkan Moh. Ismail :

“kalau misalnya kendala pada jaringan yang kurang bagus kadang buat video di TikTok itu lemot, kadang juga kendala pada wifi yang eror untuk nonton TikTok. Tapi menurut saya ini bagian dari konsekuensi hidup di pelosok desa, jadi kita harus bersabar dan tetap semangat untuk ngonten” (Kutipan Wawancara 08/03/2024)

Biaya

Satu media online biasanya memerlukan akses internet yang cepat dan murah, yang dipilih para informan untuk media online satu ini yaitu menggunakan wifi dan ada juga yang menggunakan paket data, dan dibalik biaya yang dikeluarkan untuk paket data, seperti ulasan dari Saiful Rizal berikut :

“saat ngonten saya sering menggunakan wifi kantor, karena saya sering ngonten di kantor saya. Tapi kalau wifi kantor tidak terhubung (sedang trouble), saya membeli paket data sekitar 75.000 untuk 1 bulan (Kutipan Wawancara 05/03/2024)

Ulasan lain diungkapkan Oleh Moh. Ismail yang menggunakan TikTok dengan mengeluarkan biaya untuk membeli paket internet, ada juga biaya lain yang bisa dikeluarkan :

“Karena di rumah saya tidak pasang wifi jadi untuk kebutuhan internet saya menggunakan paket data, biaya yang saya keluarkan bisa sampe 100.000 (50 GB) karena 100.000 juga sudah termasuk aplikasi-aplikasi yang lain juga, tapi TikTok yang sangat memakan data. Saya tidak terlalu merasa terbebani karena resiko juga kalau saya suka dengan aplikasi seperti TikTok, malahan saya merasa senang dan merasa terhibur. Kalau masih baru-baru mulai ngonten biaya yang dikeluarkan selain untuk beli paket juga untuk bahan ngonten, misal ngonten review makanan bebek sinjay, saya beli paket bebek sinjay untuk 3 orang karena saat saya ngonten saya sering membawa 2 teman sebagai kameramen, sekali ngonten mengeluarkan uang kurang lebih 200.000 (untuk makan dan transportasi” (Kutipan Wawancara 08/03/2024)

Ulasan dari Brilliani yang menggunakan TikTok dengan koneksi Wifi, berikut ini:

“kalau disini saya menggunakan Wifi yang termasuk murah sudah termasuk dengan uang kos jadi untuk merasa terbebani itu Tidak. Kecuali saat upload konten posisi di luar kos, jadi otomatis menggunakan paket data, namun saya rasa tidak seberapa karena saya sering upload konten saat di kos” (Kutipan Wawancara 03/03/2024)

Motif/Alasan Penggunaan TikTok

Motif setiap TikTokers Madura/informan juga berbeda-beda berikut ini klasifikasi motif yang melatarbelakangi informan dalam menggunakan TikTok

1. Mencari inspirasi dan menambah pengetahuan

Salah satu motif yang melatarbelakangi informan dalam menggunakan TikTok yaitu mencari inspirasi dan menambah pengetahuan. Hal ini diungkapkan oleh Saiful Rizal berikut ini :

“alasan atau motif saya menggunakan TikTok itu selain sebagai mengembangkan dan mengenalkan profesi saya, antara lain juga karena banyak video inspirasi yang bisa diambil dan menambah pengetahuan saya” (Kutipan Wawancara 05/03/2024)

2. Menghibur Diri dan Membuat Konten

Salah satu motif yang melatarbelakangi informan adalah menghibur diri dan juga membuat konten. Hal ini diungkapkan oleh informan Anang Wahyudi, berikut ini:

“alasan saya menggunakan TikTok adalah yang pertama sebagai melihat trend terbaru, karena di TikTok selalu update dengan Trend terbaru. Untuk kemudian di jadikan bahan konten di YouTube dan yang kedua untuk menghibur diri, karena di TikTok sangat banyak konten yang cukup menghibur diri” (Kutipan Wawancara 24/03/2024)

3. Ekspos Hobi

Pendapat yang lain diungkapkan oleh Nihayatul Khoir ia bermain TikTok untuk Ekspos Hobi, berikut ini:

“kalau alasan saya menggunakan TikTok itu untuk ekspos hobi saya yaitu pencak silat, juga untuk eksistensi diri dan untuk mencari hiburan juga karena TikTok itu seru dan videonya sangat menghibur” (Kutipan Wawancara 18/03/2024)

4. Endorse Produk dan Review Objek Wisata

Pendapat lain diungkapkan Nisa untuk endorse produk dan review objek wisata berikut ini :

“Motif dan alasan saya menggunakan aplikasi TikTok untuk endors produk / makanan dan review objek wisata, kami juga pernah sambil jualan petis di akun TikTok kami namun bukan produk kami sendiri tapi puya orang lain lebih gampang nya afiliasi dengan orang lain” (Kutipan Wawancara 08/03/2024)

Pendapat yang sama diungkapkan oleh Aisyah, berikut ini :

“saya menggunakan TikTok selain mencari hiburan juga fokus ngonten di bidang kulineran atau review suatu makanan dan objek wisata, dan kenapa saya memilih aplikasi TikTok sebagai media favorit saya karena konten di aplikasi TikTok sangat mudah untuk FYP” (Kutipan Wawancara 03/03/2024)

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa setiap TikTokers Madura memiliki tujuan penggunaan media sosial yang berbeda-beda. Motif yang melatarbelakangi dalam penggunaan media sosial TikTok juga berbeda-beda.

Yang pertama, penggunaan TikTok sebagai media sosial untuk menunjukkan eksistensi diri, dengan cara mengupload konten/video di TikTok, upaya menunjukkan bakat, hobi dan memperkenalkan diri dengan keunikan yang dimiliki. Adapula yang menjadikan TikTok sebagai media endorse makanan dan pariwisata sehingga mendapatkan keuntungan ekonomi darinya.

Kedua, Motif yang melatarbelakangi dalam penggunaan TikTok adalah menjadikan media tersebut sebagai media informasi dan hiburan, mencari informasi, dan menambah pengetahuan baru, untuk mendapatkan banyak pengikut/followers. Terakhir, ada yang menggunakan Aplikasi TikTok sebagai mengembangkan dan mengenalkan profesinya ke publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdan, S.Si, Nur. (2023). “Pengertian Media Sosial, Fungsi, Karakteristik, Jenis & Dampak Media Sosial”. Artikel Siana
- Afrizal. Nur Islami (2018). “Media Sosial dan Eksistensi Diri Remaja Berprestasi di Kota Palu”, Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Taduloko, V, No.3, 57
- Aji. W.N (2012). “Aplikasi TikTok sebagai Media pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia”. jurnal proceeding Unikal,IV No.7,44
- Andi, Dwi Riyanto (2022). “Hootsuite (We are Social) : Indoneisan Digital Report”

- Aprilian, Devril. (2019). "*Hubungan Aplikasi Tik Tok dengan perilaku narsisme siswa kelas VII SMP Negeri 8 Bengkulu*". Jurnal Ilmiah Bimbingan dan Konseling,II, No.3
- Atikah, Rahmah. (2019). "*Implementasi Cyber Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan PT. PLN (Persero) Aceh*". Skripsi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri AR-Raniry, Banda Aceh.
- Ayang Sari, Dila. (2021) "*Penggunaan aplikasi Tik Tok sebagai ajang Eksistensi Diri*". jurnal repository.uinjambi.ac.id
- Bungin, Burhan. (2012). "Pendekatan Penelitian Kualitatif". Penerbit: Kencana Renada Group, Jakarta.
- Budiman, Arif. (2006). "Pembangunan, Negara, dan Kebebasan". Penerbit: Pustaka Alvabet, Jakarta.
- Creswell. (1998). "*Qualitative Inquiry: Choosing Among Five Traditions*".
US: Sage Publication Inc
- Daldiyono. (2009). "Panduan Menjadi Mahasiswa yang Sejati dan Sukses". Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Devita, Lois. (2022). "*Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswi Universitas Kristen Satya Wacana*". Skripsi, Bab I, Hal.2.
- Hakim, Nul Lukman. (2013). "*Ulasan Metodologi Kualitatif : Wawancara terhadap Elit. Pusat Pengkajian, pengolahan Data dan Informasi (P3DI) Sekertariat Jenderal DPRI RI*". Aspirasi Vol 4 No 2, Desember 2013
- Kuswarno. (2009). "Panduan Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsep, Metode, dan Contoh Penelitian". Penerbit: Widya Padjajaran, Bandung
- Mcquail, D. (1996). "*Teori Komunikasi Massa suatu Pengantar*". Jakarta: Erlangga
- Mahendra. (2017). "*Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)*". Jurnal visi komunikasi,XVI,No.1,156-157
- Mahyudin. (2020). "*Masyarakat dan gejala problematika sosial: persilangan Dinamika Politik, budaya, agama dan teknologi*". Parepare Nusantara Press,172
- Moleong. (2013). "*Metodologi Penelitian Kualitatif*". Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2013). "*Teori Komunikasi dari Individu hingga massa*". Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Mulyana. (2001). "*Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial*". Bandung: Rosdakarya.
- Nawawi, (2005). "*Metode Penelitian Bidang Sosial*". Yogyakarta: Gajah madaUniversitas Press
- Novianti, Dwi Anggi, Dkk. (2020). "*Covid-19 catatan Linimasa pada analisis muda*". Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Noor, Juliansyah (2011). "*Metodologi Penelitian: skripsi, Tesis, Disertasi, dan karyaIlmiah*". Jakarta: Kencana
- Nur Pramudyo, Gani. (2022) "*Pengertian Penelitian Fenomenologi*". Artikel. Ganipramudyo.web.id.