

“BECAUSE MY LIFE IS EMPTY IF THERE'S NO TIKTOK”: STUDI FENOMENOLOGI TERHADAP GLOBALISASI DAN PERGERAKAN MODERNISASI MELALUI BUDAYA DEMAM TIKTOK PADA GENERASI Z

Fathyah Shafa Diani¹, Rizky Firnanda², Universitas Islam Indonesia, fathyashafad@gmail.com¹, firnandarizky88@gmail.com²

Abstract Laju globalisasi saat ini dipercepat dengan kemajuan teknologi komunikasi, dimana internet menjadi bagian penting dari proses interaksi dan komunikasi suatu individu. Adanya perkembangan teknologi dapat memudahkan setiap individu untuk mengakses media sosial hanya dengan menggunakan *smartphone* dan internet. Salah satu aplikasi yang paling banyak digandrungi oleh anak muda saat ini yaitu Tik Tok. TikTok merupakan sebuah platform video musik yang menjadi salah satu aplikasi yang banyak diinstal oleh generasi Z, dimana penggunanya dapat membuat video musik pendek dengan aplikasi tersebut. Peneliti ingin melihat bagaimana laju perkembangan globalisasi dan pergerakan modernisasi yang memberikan pengaruh terhadap perilaku dari fenomena demam Tik Tok yang sedang melanda generasi Z saat ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengambilan data yang dilakukan secara wawancara berbentuk FGD atau *Focus Group Discussion* kepada lima narasumber. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh informasi terkait munculnya fenomena demam Tik Tok yang menjadi salah satu perkembangan globalisasi dan pergerakan modernisasi yang tampak pada generasi Z saat ini. Akan tetapi, diketahui bahwa pergerakan modernisasi pada generasi Z bukan semata-mata dipengaruhi oleh aplikasi Tik Tok itu sendiri. Hal ini disebabkan karena globalisasi maupun pergerakan modernisasi yang terjadi merupakan hal yang bersifat umum dari perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Keywords Globalisasi, Identitas Budaya, Media Sosial, TikTok

Corresponding Author

First name Last name

Affiliation, Country; e-mail@e-mail.com

1. INTRODUCTION

Laju globalisasi saat ini dipercepat dengan kemajuan teknologi komunikasi. Proses penyebaran ilmu pengetahuan dan budaya dari satu belahan dunia ke belahan dunia lain sehingga batas-batas suatu negara dikenal dengan istilah globalisasi. Giddens (2019) menegaskan bahwa globalisasi adalah segala sesuatu yang terjadi, termasuk intensifikasi hubungan sosial yang menghasilkan dampak timbal balik antar wilayah, memperluasnya untuk mencakup aspek-aspek hidup yang dimiliki oleh keduanya. Situasi negara saat ini tentu akan menyulitkannya untuk menjalin hubungan dengan negara lain. Wajar jika negara Indonesia diuntungkan dan dirugikan dengan masuknya kedua faktor tersebut.



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY-SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

Menurut Koentjaraningrat (2019), globalisasi adalah hubungan ekonomi, sosial, budaya, dan politik global yang semakin menunjuk ke berbagai arah di seluruh dunia dan menembus kesadaran manusia. Penyebaran budaya semakin cepat dan semakin mudah sebagai akibat dari globalisasi, begitu pula dengan akses informasi dan komunikasi. Dalam alam pikiran manusia, budaya adalah kumpulan ide yang terdiri dari seperangkat aturan dan aturan untuk tidak melakukan sesuatu dalam menghadapi lingkungan sosial dan budaya. Sejak abad ke-18, konsep budaya telah ada, dan berlanjut hingga abad ke-19 seiring dengan perubahan struktur dan kualitas kehidupan sosial. Pengaruh industrialisasi dan teknologi terhadap budaya sedemikian rupa sehingga perubahan yang terjadi tidak terbatas dan dilegitimasi oleh ideologi kemajuan (Hadiyanto, dkk 2022).

Di dunia sekarang ini, fenomena proliferasi dan globalisasi internet telah menjadi simbol kemajuan peradaban manusia di hampir setiap aspek kehidupan manusia, mulai dari ilmu pengetahuan dan teknologi hingga hampir semua cara hidup setiap orang. Menurut Nugroho (2021), perkembangan teknologi yang berhasil menggabungkan teknologi multimedia dan teknologi informasi menjadi salah satu pendorong terjadinya Efek positif yang dimiliki internet dimana pengguna dapat memperoleh manfaat dari penyebaran pembaruan dan informasi yang cepat di samping pengayaan pengetahuan dan wawasan. Kebangkitan internet, seperti peran teknologi dalam memfasilitasi kehidupan manusia, menimbulkan kekhawatiran tentang perkembangan terkait globalisasi yang meroket dengan banyak kemajuan teknologi terbaru. Akibatnya, struktur komunikasi berbasis internet menjadi bagian penting dari proses interaksi dan komunikasi serta melengkapi kehidupan manusia.

Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2023, setelah India dan Cina, Indonesia berada pada urutan ketiga secara global dalam jumlah pengguna internet terbanyak, dengan total mencapai 215,62 juta jiwa pada tahun 2023. Angka ini mencerminkan tingkat penetrasi sebesar 78,19% dari total populasi Indonesia yang diperkirakan mencapai 275,77 juta jiwa. Dimana dimasa kini orang dapat menggunakan berbagai alat untuk berkomunikasi sekarang karena teknologi telah maju. Hal tersebut juga berlaku dalam media sosial dimana dapat diakses dengan cepat dan mudah secara online. Facebook, blog, Wikipedia, podcast, YouTube, Twitter merupakan contoh media sosial. Smartphone yang canggih tidak hanya memiliki akses internet, tetapi juga dilengkapi dengan beragam aplikasi, fitur, dan resolusi kamera mulai dari rendah hingga tinggi. Selain itu, kecanggihannya hampir setara dengan komputer, dimana smartphone dapat menginstal program seperti Microsoft Office dan Winamp di komputer. Dimungkinkan untuk menginstal aplikasi media sosial tambahan seperti Facebook, Twitter, dan Line, yang semuanya berkontribusi pada perluasan konten video yang dapat diunggah ke internet sebagaimana menurut Susilowati (2018), ada berbagai macam platform atau aplikasi yang menawarkan kreasi video yang menarik bagi pengguna smartphone.

Aplikasi TikTok merupakan salah satu platform video musik dari Tiongkok yang memulai debutnya pada bulan September tahun 2016. Pengguna dapat membuat video musik pendek dengan aplikasi tersebut. TikTok menjadi salah satu aplikasi yang banyak diinstal atau diunduh selama kuartal pertama 2018 (Q1), dengan 45,8 juta unduhan. Angka ini berhasil mengungguli YouTube, Whatsapp, Facebook Messenger, dan Instagram, di antara aplikasi-aplikasi ternama lainnya. Menurut Setiyadi & Aji (2019), aplikasi TikTok memiliki pengguna dari negara Indonesia, dimana mayoritas diantaranya adalah pelajar atau remaja. Alhasil, aplikasi tersebut menjadi primadona dan diakses oleh milenial dimana mayoritas adalah pelajar.

Menurut Bandura (dalam Irama, dkk 2023) manusia memiliki kebiasaan dalam meniru perilaku orang lain yang disebabkan karena lingkungannya. Hal ini memunculkan fenomena seperti penggunaan media Tik Tok yang kian berdampak pada penggunanya seperti pada fenomena meniru perilaku dari orang lain, serta memberikan ruang bagi siapa saja yang ingin mengekspresikan diri secara kreatif atau mengembangkan kreativitasnya. Dalam upaya membudayakan karakter warga negaranya, budaya dan nilai-nilai budaya Indonesia dari waktu ke waktu belum menunjukkan performa terbaiknya, dimana saat ini hadir aplikasi Tiktok yang sedang populer di berbagai kalangan masyarakat Indonesia (Koentjaraningrat, 2019).

Studi yang dilakukan oleh Rahmawati (2018), menunjukkan bahwa fenomena penggunaan TikTok bukan sekadar sebagai tren media sosial, melainkan juga sebagai representasi budaya populer yang tengah berkembang di kalangan remaja dan mahasiswa. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana budaya global dapat diterima, diadaptasi, bahkan diinternalisasi oleh masyarakat lokal dengan cara yang berbeda-beda. Selain itu, hasil penelitian Anjani (2017) turut menguatkan bahwa persepsi masyarakat, khususnya mahasiswa FISIP Komunikasi USU, terhadap aplikasi TikTok menunjukkan adanya keragaman pandangan. Sebagian mahasiswa menilai TikTok sebagai sarana hiburan dan media ekspresi diri yang memberikan ruang bagi pengembangan kreativitas, sementara sebagian lainnya justru memandang bahwa konten TikTok berpotensi menurunkan produktivitas serta menggeser nilai-nilai budaya lokal. Hal ini menegaskan bahwa TikTok tidak hanya dipahami sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai ruang kontestasi antara budaya global dengan budaya lokal yang saling memengaruhi.

Dengan demikian, TikTok dapat dipandang sebagai media yang memiliki dua sisi: di satu sisi menghadirkan peluang dalam memperluas kreativitas, membangun jejaring sosial, serta menjadi medium untuk memperkenalkan budaya Indonesia ke ranah global; namun di sisi lain juga berpotensi menimbulkan degradasi budaya jika tidak diimbangi dengan filterisasi dan penguatan nilai-nilai lokal. Fenomena ini menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut karena menunjukkan adanya dialektika antara globalisasi media dan ketahanan budaya lokal di tengah masyarakat Indonesia, khususnya pada generasi

muda yang menjadi pengguna utama aplikasi TikTok. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tergerak untuk melakukan penelitian lebih lanjut guna mendalami kasus tersebut dengan penelitian yang judul "Studi Fenomenologi terhadap Globalisasi dan Pergerakan Modernisasi melalui Budaya Demam Tiktok pada Generasi Z".

2. METHODS

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Sugiyono, 2019) penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang memberikan hasil berupa data deskriptif yaitu kata yang disampaikan dalam bentuk tertulis atau lisan dari individu dan pelaku serta dapat diamati oleh peneliti. Keterlibatan manusia selama proses penelitian merupakan salah satu ciri utama penelitian jenis kualitatif. Selain itu Moleong (2019), berpendapat bahwa penelitian kualitatif yakni penelitian yang membahas mengenai ilmu sosial dengan melakukan pengumpulan data berdasarkan tuturan, kata-kata yang bersifat tertulis, serta melihat perilaku manusia

Menurut Rofiah (2023), studi fenomenologi merupakan penelitian yang membahas mengenai bagaimana sejumlah orang menginterpretasikan pengalaman hidup mereka dalam kaitannya dengan atau fenomena yang ada. Di dalamnya, studi tidak hanya berfokus pada fenomena, akan tetapi juga mengajarkan tentang pengalaman dan cara pandang orang pertama atau mereka yang mengalaminya secara langsung. Sehingga, fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti sudah familiar dengan makna dari hal-hal yang dipelajarinya. Adapun tujuan penelitian kualitatif ini adalah untuk mengungkapkan fakta, peristiwa, dan keadaan. Temuan-temuan penelitian kualitatif akan dianalisis dalam suatu pernyataan dan disajikan sebagai suatu masalah dalam bentuk laporan analisis dan deskriptif.

Analisis data pada penelitian kualitatif yakni perkataan individu sehingga peneliti tidak melakukan kegiatan berhitung dari data tersebut (Bungin, 2020). Penelitian ini menggunakan literature review yang dapat mendukung sebuah penelitian yang diperlukan sebagai metode pengumpulan data. Sebagaimana Sugiyono (2019) mengatakan bahwa pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian menggunakan wawancara dengan jenis FGD atau *Focus Group Discussion*. Proses wawancara ini dilakukan kepada lima narasumber dengan menggunakan media *zoom meeting* untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik yang dikaji serta memperoleh data yang mendalam sesuai dengan pertanyaan yang disusun peneliti.

3. FINDING AND DISCUSSION

Setelah dilakukannya wawancara dengan metode FGD pada lima subjek, maka diperoleh data terkait dengan fenomena tiktok itu sendiri. Narasumber dalam penelitian ini berjumlah lima orang berjenis kelamin perempuan. Kelima narasumber tersebut merupakan pengguna tiktok dan aktif dalam

mengikuti trend tiktok yang sedang viral. Penelitian ini menggunakan nama samaran untuk menjaga privasi dari setiap narasumber sesuai dengan inform konsen dan kode etik yang sudah ditetapkan pada kesepakatan awal. Kelima narasumber ini diberikan nama samaran yaitu mawar yang berusia 22 tahun, Melati yang berusia 22 tahun, Tulip yang berusia 22 tahun, Lily yang berusia 22 tahun, dan Sakura yang berusia 22 tahun. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara melalui *zoom meeting*. Berdasarkan hasil penelitian mengenai fenomena demam Tik Tok pada generasi Z disusun berdasarkan beberapa tema diantaranya yaitu:

a) *Tema pertama: Pentingnya media sosial.*

Pada tema ini, peneliti mengawali pertanyaannya dengan memberikan pertanyaan dasar yaitu "Apakah media sosial berperan penting dalam kehidupan anda? Jika iya Seberapa penting sosial media dalam kehidupan anda?". Dalam pertanyaan ini diharapkan dapat memperoleh jawaban terkait peran sosial media sosial dalam kehidupan bagi narasumber sehingga terungkap bahwa *significant person* dapat menjelaskan terkait peran sosial media tersebut.

b) *Kegunaan media sosial*

Pada pernyataan ini setiap narasumber menjelaskan terkait penggunaan media sosial yang berbeda-beda di mana terdapat 5 narasumber yang memberikan jawaban terkait pentingnya media sosial. Pada narasumber yang pertama menjelaskan bahwa media sosial berperan penting dalam kehidupannya karena memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan siapapun tanpa adanya hambatan jarak.

"Menurut saya sangat penting karena memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan siapapun tanpa adanya hambatan jarak". (Mawar, 22 tahun, FGD1, S1, 97-99).

Kemudian narasumber kedua menjelaskan bahwa media sosial itu sangat penting karena dapat mencari semua orang yang diinginkan.

"...sangat penting media sosial karena disitu kita bisa mencari semua yang kita mau seperti kayak tontonan semua ada di situ". (Melati, 22 tahun, FGD1, S2, 109-111)

Kemudian narasumber ketiga menjelaskan bahwa media sosial itu sangat penting karena tidak perlu mendatangi satu persatu dan bisa menghubungi orang lain dengan mudah.

"...ya pastinya penting, karena nggak perlu mendatangi satu persatu. Orang-orang bisa dihubungi dengan mudah gitu melalui media sosial". (Tulip 22 tahun, FGD1, S3, 130-133)

Kemudian narasumber keempat menjelaskan bahwa media sosial itu sangat penting karena dapat menyalin silaturahmi.

"Menurut saya, media sosial itu penting kenapa, karena bisa menjalin silaturahmi Secara nggak langsung begitu". (Lily, 22 tahun, FGD1, S4,138-140)

Kemudian narasumber kelima menjelaskan bahwa media sosial itu sangat penting karena kalau ingin pergi ke luar kota dapat dengan mudah untuk membeli tiket secara online

“Menurut saya sangat penting sih, mungkin karena kita kalau mau pergi ke luar kota tuh untuk membeli tiket pesawat tiket kereta itu tuh lebih gampang karena bisa belinya dari online begitu”. (Sakura, 22 tahun, FGD1, S5, 149-153).

c) *Tema kedua: Tingkat familiar terhadap trend tiktok.*

Pada pertanyaan kedua mengenai seberapa familiar anda dengan berbagai tren yang ada di sosial media seperti Tik Tok? Pada pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui tingkat familiar dari kelima narasumber terkait adanya trend Tik Tok. Dimana setelah dilakukannya proses wawancara FGD, maka diperoleh data bahwa pada narasumber yang pertama mengatakan bahwa dia familiar terhadap trend yang ada di tik tok seperti misalnya tarian yang viral. Di mana ia mengetahui bahwa terdapat banyak sekali dalam Tik Tok seperti konten horor dan konten bucin yang sering muncul di fyp.

“Iya saya familiar dengan konten-konten di tik tok kayak tarian-tarian gitu..” (Mawar, 22 tahun, FGD1, S1, 167-168)

Kemudian pada narasumber kedua mengatakan bahwa ia familiar terhadap konten-konten Tik Tok seperti konten jedak-jeduk yang menggunakan lagu-lagu yang lucu.

“Oh iya saya familiar tuh sama konten-konten Tik Tok kayak jedak-jeduk tuh jadi tuh kayak fotonya tuh banyak, terus jedag-jedug pakai lagu-lagu yang lucu gitu..” (Melati, 22 tahun, FGD1, S2, 178-181)

Kemudian pada narasumber yang ketiga mengatakan bahwa ia sering melihat konten-konten yang lagi trend seperti konten-konten bucin dan joget bareng.

“..Saya sering banget melihat konten-konten yang lagi trend apalagi konten jedak-jeduk...” (Tulip, 22 tahun, FGD1, S3, 187-189)

Kemudian pada narasumber keempat mengatakan bahwa ia sependapat dengan apa yang dikatakan oleh Mbak tulip terkait banyaknya konten-konten bucin yang sedang trend di tik tok.

“Saya sependapat sama Mbak Tulip konten-konten Tik Tok tuh banyak kayak bucin-bucin gitu sama pacarnya terus joget-joget juga..” (Lily, 22 tahun, FGD1, S4, 197-199)

Selanjutnya narasumber yang kelima mengatakan bahwa ia juga familiar terhadap trend tiktok karena setiap ia membuka aplikasi Tik Tok seringkali melihat dance dance yang sedang viral.

“Seberapa familiar saya dengan peran Tik Tok, ya saya bisa dikatakan familiar karena setiap saya membuka aplikasi Tik Tok saya seringkali melihat dance dance yang sedang viral...” (Sakura, 22 tahun, FGD1, S5, 205-208)

d) *Tema ketiga: Update trend tiktok.*

Pada pertanyaan yang ketiga mengenai Pernahkah anda mengikuti tren atau tarian Tik Tok dan seberapa sering anda mengikutinya? Pada pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui Apakah kelima narasumber pernah mengikuti trend yang sedang viral di tik tok dan mengetahui seberapa sering narasumber melakukan trend tersebut. Dimana setelah wawancara FGD dilakukan, maka diperoleh data bahwa pada narasumber yang pertama mengatakan bahwa ya dikatakan sering telah mengikuti trend atau tarian yang sedang viral di tik tok karena ia termasuk orang yang ingin untuk mengikuti apapun yang sedang viral.

“Kalau untuk mengikuti tren atau tarian Tik Tok, saya bisa dikatakan sering, karena saya itu termasuk orang yang pengen ngikutin apapun yang sedang viral...” (Mawar, 22 tahun, FGD1, S1, 218-221)

Kemudian pada narasumber kedua mengatakan bahwa ia juga sering membuat tren yang sedang viral karena menurutnya peran yang sedang viral merupakan hal yang menarik.

“Kalau saya sendiri sih sama ya, saya juga sering buat-buat trend yang sedang viral, karena menurut saya tren apa yang sedang viral itu menarik”. (Melati, 22 tahun, FGD1, S2, 241-244)

Kemudian pada narasumber yang ketiga mengatakan bahwa setiap ada trendensi yang terbaru maka ia pasti membuat konten dari dance tersebut sehingga tidak pernah Tertinggal untuk mengikuti tren yang sedang viral.

“...saya tuh tiap ada tren dance itu yang baru keluar atau yang udah lama juga itu pasti saya bikin kontennya...” (Tulip, 22 tahun, FGD1, S3, 256-258)

Kemudian pada narasumber yang keempat mengatakan bahwa ia suka mengikuti tren yang sedang viral dan mengajak teman-teman seperti memberikan informasi bahwa terdapat dance dance terbaru yang dapat dicoba.

“Saya tuh juga suka ngikutin trend apa si yang lagi viral, terus suka ajak temen-temen kayak ngasi informasi gitu. Bilang ke temen kalo ada dance baru nih yang bisa dicoba”. (Lily, 22 tahun, FGD1, S4, 268-272)

Kemudian pada narasumber yang kelima mengatakan bahwa ia senang membuat video seperti menari dan joget karena ia termasuk orang yang suka dance.

“Saya nya juga seneng bikin video kayak gitu kayak nari-nari, joget-joget. Saya termasuk orang yang suka ngedance...” (Sakura, 22 tahun, FGD1, S5, 276-278).

e) *Tema keempat: Gambaran situasi saat bermain tiktok.*

Pada pertanyaan yang keempat mengenai pada saat situasi seperti apa anda ingin menggunakan media sosial tiktok? Pada pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui terkait situasi seperti apa pada saat menggunakan Tik Tok dari kelima narasumber. Dimana setelah wawancara FGD dilakukan, maka diperoleh data bahwa narasumber yang pertama mengatakan bahwa ia menggunakan Tik Tok atau bermain Tik Tok pada saat waktu senggang dan ketika sedang tidak ada kerjaan atau sedang gabut.

“Kalau saya tuh, biasanya main Tik Tok di saat waktu renggang gitu, lagi nggak ada kerjaan terus Gabut nggak tak mau apa”. (Mawar, 22 tahun, FGD1, S1, 294-296)

Kemudian pada narasumber yang kedua mengatakan bahwa ia menggunakan Tik Tok kapan saja apabila sedang membuka handphone maka ia akan membuka aplikasi Tik Tok.

“Kalau saya sih kapan aja ya, kapan sempet buka HP pasti buka aplikasi Tik Tok, scroll scroll gitu pokoknya kalau ada kesempatan ya buka begitu”. (Melati, 22 tahun, FGD1, S2, 305-307)

Kemudian pada narasumber yang ketiga mengatakan bahwa ia membuka aplikasi Tik Tok setiap hari sebelum tidur. Ia selalu menyempatkan diri untuk membuka Tik Tok hingga ketiduran.

“Kalau saya pribadi sih biasanya buka aplikasi Tik Tok tuh kalau tiap hari, tapi pas sebelum tidur nah biasanya saya sempetin dulu buat nge Scroll Tik Tok sampai ngantuk terus ketiduran”. (Tulip, 22 tahun, FGD1, S3, 312-315)

Kemudian pada narasumber yang keempat ia menggunakan aplikasi Tik Tok bukan hanya untuk menonton video saja atau Scroll video saja akan tetapi juga untuk berbelanja di tik tok.

“Kalau saya pribadi sih biasanya menggunakan aplikasi Tik Tok bukan hanya untuk nonton video atau sekedar Scroll Scroll video, tapi biasanya juga saya menggunakan aplikasi tersebut untuk belanja Tik Tok Shop”. (Lily, 22 tahun, FGD1, S4, 318-322)

Kemudian pada narasumber kelima mengatakan bahwa ia menggunakan aplikasi Tik Tok bukan hanya untuk sekedar konten saja, akan tetapi juga digunakan untuk nge-live di aplikasi Tik Tok dan penontonnya dapat memberikan gift gimana gift tersebut dapat menjadi sebuah uang.

“Kalau saya sih make aplikasi Tik Tok tuh bukan buat konten doang, tapi saya juga biasanya nge-live di aplikasi Tik Tok dan penontonnya juga bisa ngasih hadiah gitu kayak gift, nanti yang bikin live nya dapet duit”. (Sakura, 22 tahun, FGD1, S5, 328-334)

f) Tema kelima: Waktu mengenal aplikasi tiktok.

Pada pertanyaan yang kelima mengenai kapan pertama kali mengikuti trend atau tarian yang sedang viral di tik tok? Pada pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui kapan pertama kali narasumber mengikuti trend Tik Tok yang sedang viral. Dimana narasumber memberikan pendapatnya masing-masing dalam proses wawancara FGD yang telah dilakukan. Kemudian diperoleh data bahwa pada narasumber yang pertama mengatakan bahwa pertama kali ia mengikuti trend atau tarian Tik Tok yaitu pada saat SMA, di mana ia sudah familiar dengan aplikasi tiktok pada saat itu.

“Pertama kali saya mengikuti trend atau tarian Tik Tok itu waktu SMA sih. Udah tahu Tik Tok sudah lama. saya tuh familiar banget sama aplikasi Tik Tok”. (Mawar, 22 tahun, FGD1, S1, 341-344)

Kemudian pada narasumber yang kedua mengatakan bahwa ia sudah menggunakan aplikasi Tik Tok semenjak adanya trend *musically* dimana ia sebenarnya sudah pernah bermain *musically*.

*“Kalau saya sih menggunakan aplikasi Tik Tok tuh udah semenjak yang itu lo pas suka trend *musically*. Sebenarnya saya tuh udah udah sempet main *musically*...” (Melati, 22 tahun, FGD1, S2, 355-358)*

Kemudian pada narasumber ketiga mengatakan bahwa ia sudah menggunakan aplikasi Tik Tok ketika masuk kuliah, dimana waktu zaman-zamannya banyak sekali teman-teman yang mendownload aplikasi Tik Tok dan ia mengetahui aplikasi Tik Tok Itu dari teman-teman jadi tergerak untuk mendownloadnya juga.

“Seberapa lama sudah menggunakan aplikasi Tik Tok, ya kalau saya pas masuk kuliah itu. Saya ingat banget waktu zaman-zamannya saya masuk kuliah itu teman-teman saya tuh banyak banget yang download aplikasi Tik Tok...” (Tulip, 22 tahun, FGD1, S3, 363-367)

Kemudian pada narasumber keempat mengatakan bahwa ia sudah menggunakan aplikasi Tik Tok semenjak tiktok naik daun. Dimana dulu Tik Tok sempat tenggelam beberapa tahun, akan tetapi semenjak aplikasi Tik Tok booming kembali maka ia mencoba untuk mendownloadnya.

“Kalau saya ya, saya sudah menggunakan aplikasi Tik Tok Itu semenjak waktu Tik Tok itu naik lagi, jadi tiktok tuh kayak apa ya kayak sempat tenggelam gitu...” (Lily, 22 tahun, FGD1, S4, 376-379)

Kemudian pada narasumber kelima mengatakan bahwa ia pertama kali menggunakan aplikasi Tik Tok pada saat kelas 3 SMA, dimana ketika ia mau lulus menggunakan aplikasi Tik Tok dan ia mendownload aplikasi tersebut pada saat gabut dan atas kemauan sendiri.

“Oke kalau saya itu pertama kali menggunakan aplikasi Tik Tok waktu saya kelas 3 SMA. Jadi saya waktu itu ingat banget waktu udah mau lulus itu saya download aplikasi Tik Tok”. (Sakura, 22 tahun, FGD1, S5, 389-392)

g) Tema keenam: Waktu bermain tiktok.

Pada pertanyaan yang keenam mengenai dimana saja anda bisa menggunakan media sosial Tik Tok atau membuat tarian yang sedang viral di Tik Tok? dimana pada pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui dimana saja kelima narasumber menggunakan media sosial Tik Tok. Kelima narasumber memberikan pendapatnya masing-masing ketika proses wawancara FGD telah dilakukan. Kemudian telah diperoleh data bahwa pada narasumber yang pertama mengatakan bahwa ia bermain TikTok kalau sedang tidak di rumah atau sedang nongkrong bersama teman di cafe dan di mana saja ketika ada waktu senggang.

“Biasanya sih saya main Tik Tok tuh kalau nggak di rumah ya kalau lagi nongkrong sama teman di cafe, ya di mana aja lah kalau ada waktu senggang begitu”. (Mawar, 22 tahun, FGD1, S1, 404-407)

Kemudian pada narasumber kedua mengatakan bahwa ia biasanya lebih sering bermain Tik Tok di kampus ketika sedang bersama teman-teman dan ketika pulang kuliah sambil makan di kantin. Kemudian juga ia menyempatkan untuk membuat video bersama teman-teman ketika mau masuk lift.

“Kalau saya pribadi sih biasanya lebih sering di kampus sih, pas lagi bareng temen tuh, pulang kuliah sambil makan di kantin”. (Melati, 22 tahun, FGD1, S2, 412-414)

Selanjutnya pada narasumber ketiga biasanya ia membuka aplikasi TikTok di mana saja dan tidak menentu, dan terkadang pada saat sedang gabut, bisa di rumah, di kampus, dan di tempat makan.

“Kalau saya biasanya buka aplikasi Tik Tok di mana aja nggak nentu, kadang kalau lagi gabut aja sih saya suka buka aplikasinya. Bisa di rumah, bisa di kampus, bisa di tempat makan...” (Tulip, 22 tahun, FGD1, S3, 421-424)

Selanjutnya pada narasumber keempat biasanya membuka aplikasi TikTok juga tidak menentu yaitu pada saat lagi free atau tidak ada kerjaan dan saat sedang istirahat di tempat tidur.

“...saya biasanya buka aplikasi Tik Tok tuh ya nggak nentu gitu. Kalau misalkan lagi free atau ga ada kerjaan. Ya udah kadangan nggak sadar gitu. Terus tuh kalau saya lagi apa sih kayak tiduran gitu itu saya lebih sering buka Tik Tok...” (Lily, 22 tahun, FGD1, S4, 430-434)

Kemudian pada narasumber kelima mengatakan bahwa ia membuka aplikasi Tik Tok itu tidak memandang tempat dan bisa membuka aplikasi Tik Tok di mana saja. Ketika ingin membuat video Tik Tok maka ia membuat saat itu juga dan merasa percaya diri meskipun di keramaian.

“Kalo saya sendiri gak mandang tempat ya, dimana aja bisa gitu hahaha, soalnya saya tuh kalo lagi pengen bikin video atau main tik tok tuh yaudah langsung aja bikin aja di manapun tempatnya, pede aja gitu walaupun di tempat rame orang”. (Sakura, 22 tahun, FGD1, S5, 438-443)

h) Tema ketujuh: Tingkat kepentingan trend tiktok.

Pada pertanyaan yang ketujuh yaitu mengenai seberapa penting trend Tik Tok dalam kehidupan anda? Di mana pada pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan dari tiktok itu sendiri menurut masing-masing narasumber. Kelima narasumber memberikan pendapatnya masing-masing untuk menjawab pertanyaan ini. Kemudian diperoleh data bahwa pada narasumber yang pertama mengatakan bahwa tren Tik Tok itu termasuk ke dalam hal yang penting karena ia menyukai untuk mengikuti tren yang ada di tik tok. Dimana apabila ada trend terbaru, maka ia selalu *update* terkait trend tersebut.

“Menurut saya penting sih, karena di sisi lain saya tuh juga suka ngikutin trend yang ada di tik tok. Kalau ada trend yang terbaru itu saya suka ngikutin gitu, karena kalau lagi gabut tuh saya suka buka Tik Tok begitu”. (Mawar, 22 tahun, FGD1, S1, 450-454)

Kemudian pada narasumber yang kedua mengatakan bahwa trend tiktok itu penting. Hal tersebut dikarenakan dari trend tiktok dapat mengekspresikan diri sendiri dan menunjukkan kelebihan yang dimiliki.

“Menurut saya trend Tik Tok Itu penting. karena saya dapat mengekspresikan diri dari tren yang ada di tik tok, saya jadi bisa menunjukkan kelebihan saya”. (Melati, 22 tahun, FGD1, S2, 457-460)

Kemudian pada narasumber yang ketiga mengatakan bahwa trend tiktok itu tidak terlalu penting karena menurutnya tiktok hanya untuk hiburan sementara untuk menghilangkan gabut. (Melati, 22 tahun, FGD1, S2, 457-462)

“Menurut saya itu lumayan penting, yaa karena saya juga pengguna Tik Tok, setiap hari buka tiktok..” (Lily, 22 tahun, FGD1, S4, 472-478)

Kemudian pada narasumber yang keempat mengatakan bahwa trend tiktok itu lumayan penting karena ia juga merupakan pengguna Tik Tok, di mana ia setiap hari membuka tiktok dan ketika ada trend terbaru maka ia senang mengikuti trend tersebut.

i) Tema kedelapan: Perasaan saat bermain tiktok.

Pada pertanyaan yang kedelapan yaitu mengenai pikiran dan perasaan apa yang pertama kali muncul ketika anda mendengarkan hal-hal yang berhubungan dengan tren yang ada di tik tok? Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui apa pikiran ataupun perasaan yang muncul pada kelima narasumber apabila didengarkan oleh hal-hal yang berhubungan dengan trend yang ada di tik tok. Dimana kelima narasumber memberikan jawaban masing-masing terhadap pertanyaan ini. Kemudian diperoleh data bahwa narasumber yang pertama mengatakan bahwa pikiran dan perasaan yang muncul ketika mendengarkan hal-hal yang berhubungan dengan trend Tik Tok yaitu menjadi lebih semangat. Apalagi adanya jenis trend terbaru yang muncul di fyp dan menggunakan lagu-lagu barat yang lagi trend dan seru untuk didengar.

“...jadi semangat aja gitu. Apalagi kayak dance dance yang terbaru yang suka muncul di fyp itu kan pakai lagunya yang lagu-lagu Barat atau lagu yang lagi trend gitu kan yang seru”. (Mawar, 22 tahun, FGD1,

Kemudian pada narasumber yang kedua mengatakan bahwa ia senang ketika mendengar trend yang ada di tik tok. Dimana ketika terdapat sebuah lagu yang seru, maka ia suka mengikuti atau melakukan dance terhadap lagu tersebut.

“Oke kalau saya ya sama sih emang apa ya awalnya tuh ya senang aja gitu, sebenarnya nggak terlalu gimana-gimana ya cuma kalau ada dengerin lagu yang seru atau jedak jeduk gitu ya suka keikut...” (Melati, 22 tahun, FGD1, S2, 510-514)

Kemudian pada narasumber yang ketiga mengatakan bahwa ia juga merasa senang karena membuka Tik Tok seperti mencari hiburan. Ia merasa bahwa di tik tok semuanya lengkap dan terdapat banyak trend yang lagi viral.

“Oke kalau menurut saya sendiri itu saya pastinya rasanya seneng sih karena buka Tik Tok tuh kayak kita mencari hiburan gitu, jadi di sana tuh semua ada...” (Tulip, 22 tahun, FGD1, S3, 520-523)

Kemudian pada narasumber keempat mengatakan bahwa ketika mendengar trend di tik tok muncul perasaan bahagia, misalkan ia merasa lelah setelah mengerjakan tugas dan kemudian membuka Tik Tok, maka ketika mendengarkan lagu yang seru ia merasa bahwa seperti melepas beban dengan membuka tiktok.

“...kalau saya sih perasaan bahagia aja gitu ya, misalkan lagi capek habis ngerjain tugas terus tiba-tiba buka Tik Tok, dengerin lagu yang seru jadi kita tuh kayak ngelepas beban gitu...” (Lily, 22 tahun, FGD1, S4, 530-534)

Kemudian pada narasumber kelima mengatakan bahwa munculnya perasaan bahagia karena kalau misalkan muncul musik terbaru maka ia suka teringat dengan teman-temannya karena sering di nyanyikan oleh teman-temannya.

“Yang saya rasakan itu perasaan bahagia karena saya keingat gitu kalau misalkan saya.. Eh kalau misalkan muncul musik yang terbaru gitu suka keingat sama temen-temen karena saya tuh suka nyanyiin itu sama temen-temen saya begitu”. (Sakura, 22 tahun, FGD1, S5, 540-544)

j) *Tema kesembilan: Alasan menyukai trend tiktok.*

Pada pertanyaan kesembilan yaitu mengenai apa yang membuat anda tertarik dengan trend atau tarian di tik tok yang sedang viral? Pada pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui hal apa yang membuat kelima narasumber tertarik terhadap trend yang sedang viral di tik tok. Dimana kelima narasumber masing-masing telah memberikan jawaban yang berbeda terhadap pertanyaan ini. Kemudian diperoleh data bahwa narasumber yang pertama mengatakan bahwa yang membuat ia tertarik terhadap tarian atau trend yang ada di tik tok yaitu karena rasa penasaran. Dan apabila ia membuat video yang sedang trend seperti dance yang lagi viral, maka biasanya *view* videonya itu lebih banyak dan banyak likenya sehingga lebih dikenal oleh banyak orang.

*“Kalau menurut saya sih mungkin karena penasaran ya. Terus kalau kita bikin video yang lagi ngotrend kayak tarian-tarian yang lagi viral gitu biasanya *view* videonya itu lebih banyak itu banyak yang nonton, terus like-nya juga. Ya bisa dibilang jadi lebih dikenal orang...”* (Mawar, 22 tahun, FGD1, S1, 554-559)

Kemudian pada narasumber kedua mengatakan bahwa hal yang membuat ia tertarik dengan trend yang ada di tik tok yaitu karena asik dan banyak sekali trend yang seru buat di ikuti apalagi ketika bersama teman-teman.

“Kalau menurut saya sih yang membuat saya tertarik dengan trend yang di Tik Tok Itu karena asik aja gitu melihatnya, terus banyak dance dance yang seru buat diikutin, apalagi kalau di buat bareng teman-teman pasti lebih seru”. (Melati, 22 tahun, FGD1, S2, 563-567)

Kemudian pada narasumber ketiga mengatakan bahwa ia juga sependapat dengan narasumber yang pertama dan kedua. Dimana ia menganggap bahwa trend tiktok merupakan hal yang asik dan membuatnya tertarik untuk membuat video bersama dengan teman-teman atau pacar.

“Iya saya sependapat juga sama Mbak Melati, kayak lebih asik aja gitu. Yang bikin kita tertarik itu kayak videonya bikin kita jadi pengen bikin juga bareng temen atau bareng pacar...” (Tulip, 22 tahun, FGD1, S3, 576-579)

Kemudian pada narasumber yang keempat mengatakan bahwa yang membuatnya tertarik dari Tik Tok yaitu karena di dalam aplikasi Tik Tok terdapat banyak sekali konten-konten yang menarik, sehingga ia sebagai generasi Z pastinya tertarik dengan tren yang sedang viral tersebut.

“Kalau saya yang membuat saya tertarik dari Tik Tok itu ya karena di dalam aplikasi Tik Tok itu banyak banget konten-konten yang menarik, Terus jadi saya tuh sebagai generasi Z ya pastinya tertarik dengan trend yang viral”. (Lily, 22 tahun, FGD1, S4, 584-588)

Kemudian pada narasumber yang kelima mengatakan bahwa ia pada awalnya sering melihat tren Tik Tok sering di-share di media-media lain seperti di IG di Twitter dan lain-lain. Sehingga yang menganggap bahwa konten-konten tersebut menarik dan menghibur.

“Kalau saya sih sebenarnya awalnya ngelihat Tik Tok yang sering di share di media-media lain seperti di IG, di Twitter, dan di lihat-lihat tuh kontennya yang menarik-menarik gitu, terus juga menghibur”. (Sakura, 22 tahun, FGD1, S5, 595-599).

k) *Tema kesepuluh: Persiapan khusus.*

Pada pertanyaan kesepuluh yaitu mengenai apakah ada persiapan untuk saat anda ingin membuat tren yang sedang viral di tik tok? Pada pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat persiapan khusus yang dipersiapkan oleh kelima narasumber ketika ingin membuat trend atau konten yang ada di tik tok. Dimana kelima narasumber sudah memberikan pendapatnya masing-masing terhadap pertanyaan ini. Kemudian diperoleh data bahwa narasumber yang pertama mengatakan bahwa untuk membuka medsos pembentukan internet atau jaringan, apalagi ketika ingin membuat video yang sedang viral atau trend dance yang sedang viral biasanya terdapat banyak gerakan menarik. Mungkin dari gerakan tersebut dapat menjadi persiapan untuk membuat dance tersebut sehingga kita harus menghafal gerakannya.

“...menurut saya untuk membuka medsos itu ya pastinya kita membutuhkan internet atau jaringan gitu. Apalagi kalau kita mau buat video yang lagi viral gitu atau Trend Trend dance yang lagi viral gitu biasanya kan banyak gerakan yang menarik gitu kan. Nah mungkin itu juga bisa menjadi persiapan kita ...” (Mawar, 22 tahun, FGD1, S1, 612-618)

Kemudian pada narasumber kedua mengatakan bahwa persiapan pasti ada dan biasanya apabila ingin membuat trend dance sudah viral harus menghafalkan dancenya terlebih dahulu, ia juga mempunyai pendapat yang sama seperti narasumber yang pertama.

“Kalau menurut saya kalau persiapan itu pasti ada ya, dan biasanya kalau mau buat dance yang lagi viral itu biasanya ya kita harus ngafalin dance-nya dulu”. (Melati, 22 tahun, FGD1, S2, 624-627)

Kemudian pada narasumber yang ketiga mengatakan bahwa untuk persiapan tentunya pasti ada dan apabila ingin membuat trend atau sebelum merekam itu harus memperhatikan penampilan yang menarik serta mempersiapkan diri untuk terlihat cantik, terlihat rapi, dan stylish.

“Untuk persiapan sih tentunya pasti ada ya, kan kalau kita mau buat tarian atau sebelum merekam itu kan kita harus memperlihatkan penampilan yang menarik gitu dan mempersiapkan diri buat terlihat cantik, kelihatan rapi, terus stylish sama ya terlihat enak begitu”. (Tulip, 22 tahun, FGD1, S3, 635-640)

Kemudian pada narasumber keempat mengatakan bahwa persiapannya seperti jaringan internet dan apabila ingin membuat konten Tik Tok pastinya ada hal yang perlu dipersiapkan seperti *lightning* agar cahayanya lebih terang serta penataan ruangannya yang terlihat menarik.

“...menurut saya kalau mau buat konten Tik Tok ya pastinya ada hal yang perlu dipersiapkan kayak lightning-nya atau apa sih namanya yang lampu bulat itu”. (Lily, 22 tahun, FGD1, S4, 643-650)

Kemudian pada narasumber kelima mengatakan bahwa persiapan itu pasti ada karena untuk membuka aplikasi tiktok membutuhkan kuota. Apabila tidak ada kuota maka tidak bisa membuka aplikasi Tik Tok. Kemudian mengetahui konten-konten apa saja yang ingin dibuat serta mempersiapkannya terlebih dahulu.

“Ya kalau untuk persiapan sih pasti ada karena buat membuka aplikasi Tik Tok Itu kan butuh kuota gitu. Kalau misalkan nggak ada kuota atau jaringan ya nggak bisa gitu kan. Terus juga buat konten itu kan harus tahu dulu konten-konten yang viral gitu ya”. (Sakura 22 tahun, FGD1, S5, 653-658).

l) Tema kesebelas: Durasi bermain tiktok.

Pada pertanyaan yang kesebelas mengenai berapa lama durasi yang dibutuhkan dalam sehari untuk menggunakan media sosial Tik Tok? Pada pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui durasi yang diperlukan oleh kelima narasumber dalam menggunakan media tiktok, dimana kelima narasumber memberikan pendapatnya masing-masing terhadap pertanyaan ini. Kemudian diperoleh data bahwa narasumber yang pertama mengatakan bahwa ia memakan waktu sampai 1 hingga 2 jam dalam satu hari karena butuh beberapa kali untuk bisa membuat konten yang baik.

“Ya kalau saya pribadi sih bisa makan waktu sampai 1 sampai dua jam mungkin ya buat konten-konten dance gitu...” (Mawar, 22 tahun, FGD1, S1, 669-671)

Kemudian pada narasumber yang kedua mengatakan bahwa untuk durasi kira-kira bisa sampai 1 hingga 3 jam. Dan untuk membuat konten biasanya membutuhkan waktu yang lebih lama dikarenakan untuk mengedit juga membutuhkan waktu yang banyak.

“kira-kira bisa sampai lah 1 jam kalau nggak 3 jam. Nah kalau buat bikin konten tuh kalau saya sendiri biasanya butuh waktu lama gitu, karena harus ambil video yang pas terus ngeditnya juga lama kan pasti,

ya kira-kira butuh waktu yang banyak" (Melati, 22 tahun, FGD1, S2, 678-683)

Kemudian pada narasumber yang ketiga mengatakan bahwa untuk bermain tiktok dan mencari biasanya membutuhkan waktu kurang lebih 5 jam. Hal tersebut dikarenakan ia menggunakan laptop ketika sedang jemu atau sedang tidak ada pekerjaan.

"...kurang lebih 5 jam karena saya tuh pakai Tik Tok pas lagi jemu, kalau nggak ada kerjaan..." (Tulip, 22 tahun, FGD1, S3, 688-690)

Kemudian pada narasumber keempat mengatakan bahwa ia menghabiskan waktu selama 2 hingga 3 jam dalam satu hari untuk bermain media sosial Tik Tok.

"kalau lagi mood-nya nih bisa lebih tuh bisa sampai 2 sampai 3 jam" (Lily, 22 tahun, FGD1, S4, 696-697)

Kemudian pada narasumber yang kelima mengatakan bahwa dalam sehari biasanya ia memakan waktu kurang lebih selama 4 jam, biasanya dia bermain media sosial Tik Tok di saat sebelum tidur hingga ketiduran.

"Kalau buat saya tuh biasanya kalau sehari-hari biasanya main tuh lumayan lama ya mungkin 4 jam-an". (Sakura 22 tahun, FGD1, S5, 701-703).

m) Tema kedua belas: Solusi untuk mengurangi bermain tiktok.

Pada pertanyaan yang kedua belas mengenai apakah anda pernah berpikir untuk mengurangi intensitas anda dalam mengikuti trend Tik Tok? Apabila ada, usaha atau solusi apa yang anda lakukan untuk mengurangi hal tersebut! Pada pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat sebuah pikiran sebuah pikiran untuk mengurangi intensitas dalam menggunakan Tik Tok pada kelima narasumber dan mengetahui solusi apa saja yang diberikan oleh narasumber untuk mengurangi kebiasaan tersebut. Dimana kelima narasumber memberikan pendapatnya masing-masing terkait pernyataan ini. Kemudian diperoleh data bahwa narasumber yang pertama mengatakan bahwa ia pernah berpikir untuk mengurangi intensitas dalam mengikuti tren yang ada di tik tok. Kemudian untuk solusi yaitu dengan menahan untuk tidak membuka Tik Tok dalam waktu beberapa jam dalam sehari.

"Ya kalau saya pernah berpikir untuk mengurangi intensitas dalam mengikuti trend yang ada di tik tok". (Mawar, 22 tahun, FGD1, S1, 713-715).

"Kalau solusi mungkin dengan menahan untuk tidak membuka tiktok dalam waktu beberapa jam dalam sehari". (Mawar, 22 tahun, FGD1, S1, 721-723).

Kemudian pada narasumber yang kedua juga pernah berpikir untuk mengurangi intensitas dalam menggunakan Tik Tok karena menurutnya ia seringkali menghabiskan waktu bersama layar *handphone*.

"Saya pernah berpikir untuk mengurangi intensitas Gimana caranya buat tidak terlalu keseringan buka-buka medsos, karena menurut saya itu sering nggak bisa waktu saya tuh di depan HP gitu loh". (Melati, 22 tahun, FGD1, S2, 726-730)

Kemudian pada narasumber ketiga mengatakan bahwa menurutnya *impossible* untuk mengurangi kebiasaan membuka Tik Tok dan ia tidak mengerti bagaimana cara mengurangi intensitas penggunaan media sosial itu sendiri.

“Menurut saya kayak Impossible aja gitu, karena menurut saya tiktok itu kayak udah jadi kebiasaan gitu jadi ya saya juga sampai sekarang tuh nggak ngerti cara mengurangi intensitas buat apa ya mengurangi penggunaan media sosial itu sendiri”. (Tulip, 22 tahun, FGD1, S3, 734-739)

Kemudian pada narasumber keempat mengatakan bahwa ia mempunyai cara untuk mengurangi intensitas dari penggunaan seperti mencari tahu kegiatan lain yang membuatnya menjadi lebih produktif, seperti berolahraga, dan lain-lain.

“...kalau menurut saya ada sih cara buat mengurangi intensitas dari penggunaan Tik Tok itu sendiri ya. sebenarnya tuh kita tuh cuman perlu mencari tahu kegiatan lain yang bisa bikin kita tuh jadi lebih produktif...” (Lily, 22 tahun, FGD1, S4, 747-751).

n) Tema ketiga belas: Pesan terkait media tiktok.

Pada pertanyaan yang ketiga belas mengenai apakah ada usulan atau hal lainnya yang ingin disampaikan? Pada pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui apakah dari kelima narasumber mempunyai hal atau pesan yang ingin disampaikan terkait media Tik Tok. Pada pertanyaan ini kelima narasumber memberikan pendapatnya masing-masing. Kemudian diperoleh data bahwa narasumber yang pertama mengatakan bahwa ia hanya ingin menyampaikan untuk penggunaan media sosial Tik Tok itu bisa menjadi sebuah hiburan terutama untuk diri sendiri.

“Kalau dari saya sih ya hanya ingin nyampein aja bahwa kalau menggunakan media sosial Tik Tok tuh bisa jadi sebuah hiburan, terutama untuk diri sendiri ya mungkin gitu doang”. (Mawar, 22 tahun, FGD1, S1, 778-781)

Kemudian pada narasumber yang kedua mengatakan bahwa ia ingin menyampaikan pesan melalui media sosial tetap tetaplah menjadi diri sendiri walaupun sedang berada pada dunia maya.

“Kalau dari saya mungkin ingin nyampein melalui media sosial Tik Tok, ya mungkin tetaplah jadi diri sendiri walaupun sedang berada pada dunia maya”. (Melati, 22 tahun, FGD1, S2, 785-788)

Kemudian pada narasumber yang ketiga mengatakan bahwa ia ingin menyampaikan pesan dari media sosial Tik Tok yaitu semua orang pasti mau percaya diri minimal untuk menghibur diri sendiri.

“Mungkin pesan yang ingin saya sampaikan dari media sosial tiktok ini itu bahwa semua orang pasti mau percaya diri paling nggak harus bisa hibur dirinya sendiri lah melalui medsos tiktok ini, mungkin begitu”. (Tulip, 22 tahun, FGD1, S3, 791-795)

Kemudian pada narasumber keempat mengatakan bahwa kreativitas itu bisa dibentuk dari media sosial Tik Tok ini, akan tetapi penggunaannya harus bijak dalam memilih video untuk bisa diambil sisi positifnya.

“Kalau pesan dari saya sih mungkin kreativitas itu bisa dibentuk dari media sosial tiktok ini, tapi asal penggunanya bijak dalam memilih video mana yang bisa diambil sisi positifnya begitu”. (Lily, 22 tahun, FGD1, S4, 798-801)

Kemudian pada narasumber kelima mengatakan bahwa ia hanya ingin membandingkan kebahagiaan melalui media sosial Tik Tok.

“Kalau dari saya nggak ada pesan khusus ya, cuman saja saya ingin membagikan kebahagiaan saya melalui media sosial Tik Tok ini”. (Sakura, 22 tahun, FGD1, S5, 804-806).

Akibat globalisasi, keadaan dunia saat ini sudah mulai terbuka terhadap sesuatu yang baru, bahkan mereka dengan cepat menyerap perubahan yang mengakibatkan perubahan sosial di ranah sosial. Melihat kondisi saat ini, terjadi pergeseran nilai dan norma yang dialami oleh masyarakat khususnya generasi Z. Perubahan interaksi sosial (disebut juga hubungan sosial) atau pergeseran keseimbangan (*equilibrium*) hubungan sosial merupakan perubahan sosial, seperti yang didefinisikan oleh Teori Mac Iver. Sekarang kita bisa melihat kesenjangan komunikasi antar manusia, khususnya Generasi Z, berdasarkan teori ini.

Menurut Hastuti (2024), globalisasi akan mengurangi perbedaan antar bangsa dalam hal ruang, waktu, dan budaya. Baik globalisasi maupun media massa adalah proses alami. Menurut Briggs, et. al. (dalam Rosa, 2024), pesatnya perkembangan alat komunikasi akan semakin mempercepat globalisasi karena adanya perkembangan teknologi informasi maupun komunikasi. Globalisasi media memiliki dampak budaya yang signifikan di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Dimana, jumlah pengguna internet juga tinggi di Indonesia, diketahui sudah mencapai 41,3 juta. Berbagai bentuk warisan dari kebudayaan lokal yang menjadi kesempatan untuk mengatasi tantangan yang ada (APJII, 2023, p. 12). Persoalannya, kearifan lokal sering dianggap tidak relevan dengan masa kini maupun masa depan. Akibatnya, banyak ditemukan warisan budaya yang rusak, terbengkalai, bahkan disalahgunakan. Faktanya, banyak negara yang kurang memiliki sejarah sebenarnya mencoba mencari tahu siapa mereka dari warisan budaya dan sejarahnya (Hastuti, 2024).

Globalisasi adalah paham bahwa penyebaran adat suatu bangsa akan cepat diterima oleh masyarakat yang diperoleh dari negara lain. Hal ini terkait dengan universalisme, internasionalisasi, dan westernisasi. Tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat akan mampu mengikis keberadaan budaya lokal suatu negara dengan cara menarik dan meniru budaya bangsa lain akibat perkembangan yang pesat tersebut. Jika gaya Jepang dan Korea menjadi contoh globalisasi budaya di masa lalu, maka aplikasi media sosial Tiktok kini menjadi contoh keduanya. Era Media Kedua dunia maya telah dimulai, dan pengguna internet Indonesia telah meningkat secara signifikan di seluruh dunia.

Suatu kebudayaan yang dipraktikkan dalam masyarakat di setiap daerahnya sendiri disebut sebagai kebudayaan asing. Budaya Lokal adalah kategori tambahan. Kebudayaan asli tersebut disebut juga dengan kebudayaan lokal. Menurut Wakhyuni, dkk (2018), melestarikan dan mewariskan budaya lokal Indonesia yang sangat beragam merupakan suatu kehormatan sekaligus tantangan. Perkembangan suatu individu dalam kehidupan disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi dan

komunikasi. Kita sekarang hidup di era serba digital, di mana ponsel pintar, internet, dan media sosial sudah merupakan hal yang umum digunakan (Fanaqi 2021).

Aplikasi tiktok adalah bagian dari media baru. Pada kenyataannya, penggunaan istilah "lama" di media dianggap sebagai kebalikan dari kehadiran "media baru", yang merujuk pada media yang bekerja dengan data untuk merepresentasikan pengalaman manusia secara visual, sebagaimana menurut Fakhruroji (2024), penggunaan istilah "baru" mengacu pada data yang menghasilkan pengetahuan baru. Douyin, yang diterjemahkan menjadi "video vibrato pendek", adalah nama Cina untuk media sosial dan platform video musik Tiktok. Zhang Yiming meluncurkan aplikasi ini pada September 2016. Dimana, tidak hanya remaja yang banyak menggunakan aplikasi ini, tetapi orang dewasa dan anak-anak juga menginginkannya. Pesatnya pertumbuhan Tik Tok rupanya berkembang menjadi budaya percakapan yang menyebar ke seluruh masyarakat Indonesia. Budaya malu masyarakat Indonesia yang sudah menjadi identitas budaya lokal mereka semakin berkurang dengan banyaknya pengguna yang mengunggah video dirinya menari di mana saja. Selain itu, banyak masyarakat menilai bahwa konten video di Tiktok cenderung menjijikkan sehingga berpotensi mempengaruhi pengguna (Aqilla & Panji, 2025).

Tiktok muncul sebagai mode baru di masyarakat Indonesia dan termasuk ke dalam konteks budaya populer. Di era digital, budaya populer saat ini memberikan dampak yang lebih besar karena kemudahan akses informasi berdampak signifikan terhadap budaya populer di suatu negara. Ketika suatu budaya menjadi mengerikan di masyarakat dan disukai atau diikuti, itu dianggap sebagai budaya populer. Sosiologi isi komunikasi dalam hal ini mencakup budaya populer itu sendiri.

Orang-orang menggunakan aplikasi TikTok untuk memamerkan keberadaan diri mereka yang membanggakan kepada orang lain. Aplikasi Tik Tok berdurasi 15 detik ini menarik penggunanya dengan tingkat keingintahuan yang tinggi, sesuai dengan usia remaja hingga dewasa. dengan berbagai efek musik, stiker, dan gambar lainnya dalam tiga dimensi. Mereka akan lebih nyaman menggunakan perangkat daripada duduk diam untuk belajar dan menyelesaikan tugas (Sari, 2024). Aplikasi media sosial Tik Tok memungkinkan pengguna membuat berbagai macam konten video dengan mudah.

Aplikasi ini sudah dikenal banyak orang, terutama anak-anak generasi milenial, anak usia sekolah, dan generasi Z, sejak pertama kali dirilis. Anak-anak dapat melihat dan menyalin banyak konten yang tidak pantas. anak di bawah umur, anak millennial, atau Generasi Z. Ketika aplikasi Tik Tok pertama kali muncul, banyak remaja dan anak milenial yang bertugas membuat video yang mengikuti musik yang kini sedang viral.

4. CONCLUSION

Tik tok merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan di beberapa kalangan, menjadikannya pengaruh yang signifikan terhadap budaya. Tren Tik Tok yang banyak menampilkan

budaya asing juga berdampak negatif pada budaya nasional. Faktor lain yang turut menjadi awal turunnya nilai-nilai budaya adalah kurangnya minat sebagian masyarakat terhadap kajian budaya. Alat yang dapat membantu masyarakat dalam menghadapi arus global adalah media massa. Pemikiran dan tindakan orang dapat dipengaruhi baik ke arah positif maupun negatif oleh media. Sementara beberapa konten di tiktok masih menarik perhatian pada budaya nasional, informasi paparan budaya tidak cukup untuk membuat remaja dan orang dewasa tertarik. Sikap sebagian masyarakat yang malas dan malu mempelajari budayanya juga mempengaruhi minat terhadap budaya tersebut. Oleh karena itu, Tik Tok dapat memiliki efek positif dan negatif pada praktik keagamaan Generasi Z. Hal ini bergantung pada apakah anggota Generasi Z ingin menggunakan aplikasi untuk tujuan yang bermanfaat dan mengembangkan diri melalui konten yang bermanfaat atau tidak.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran untuk penelitian selanjutnya yaitu dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan untuk pembelajaran maupun bahan pengembangan untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Penelitian selanjutnya juga diharapkan untuk dapat mengumpulkan lebih banyak informasi maupun data dari metode pengumpulan yang dilakukan. Hal tersebut bertujuan agar pada penelitian selanjutnya dapat diperoleh jumlah data yang lebih banyak ataupun luas, baik dengan menggunakan narasumber yang lebih banyak yang dapat menunjang atau membantu dari proses kegiatan penelitian yang dilakukan. Kemudian hal tersebut juga bertujuan agar data yang diperoleh dapat lebih detail dan akurat.

Bagi pembaca diharapkan agar dapat memperoleh informasi dan manfaat dari penelitian ini. Dimana penelitian ini membahas seputar fenomena demam Tik Tok yang melanda pada generasi Z. Oleh karena itu, dibutuhkan sikap yang lebih bijak untuk dapat menggunakan media sosial dengan tepat agar dapat mengambil sisi positif dan dari media sosial, terutama media Tik Tok yang dibahas dari penelitian ini.

REFERENCES

- Aji, W. N., & Setiyadi, D. B. P. (2019). APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN KETERAMPILAN BERSASTRA. *Psikologi Perkembangan*, VI(October 2013), 1–224.
- Aqilla Lajnah Panayitsa & Panji Al Falah, "Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Kebudayaan Indonesia", *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, Vol. 2 No. 1 (2025): 75-88.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). *Laporan Survei Internet Indonesia 2023*. Jakarta: APJII, 2023.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2020.
- Debi Irama, Sutarto & Syamsul Risal, "Implementasi Teori Belajar Sosial Menurut Albert Bandura dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI)", *Jurnal Literasiologi*, Vol. 12 No. 4 (2023).

- Emi Wakhyuni, D.S., dkk. (2018). "Kemampuan Masyarakat Dan Budaya Asing Dalam Mempertahankan Budaya Lokal Di Kecamatan Datuk Bandar." *Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu*.
- Fakhruroji, Moch. *Teori-Teori New Media: Perspektif Komunikasi, Sosial-Budaya, dan Politik-Ekonomi*. Bandung: Simbiosa, 2024.
- Fanaqi, Chotijah. (2021). "Tiktok Sebagai Media Kreativitas di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Dakwah* 22, no. 1.
- Giddens Anthony, *Jalan Ketiga dan Kritik-Kritik atas Globalisasi* (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2019).
- Hadiyanto, Mulyana, & Nuryana, "Budaya Komunikasi Masyarakat Desa di Era Industri 4.0: Studi Kasus Desa Astanamukti", *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan dan Keagamaan*, Vol. 17 No. 2 (2022).
- Hastuti, Nurnawati Hindra. *Komunikasi Massa: Sebuah Pengantar*. Semarang: Unisri Press, Oktober 2024. ISBN 978-623-8716-13-5.
- Koentjaraningrat. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2019.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019.
- Rofiah, Chusnul. *Metode Penelitian Fenomenologi: Konsep Dasar, Sejarah, Paradigma, dan Desain Penelitian*. Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2023. ISBN 978-623-8301-97-3.
- Rosa Zulfikhar dkk., *Komunikasi Massa* (Padang: Hei Publishing, 2024),
- Sari, Dyah Fitria Kartika. "The Influence of TikTok Social Media on Adolescent Social Behavior in the Digital Era: A Case Study in Kendari City." *Sinergi International Journal of Communication Sciences*. Vol. 3 No. 2 (2024): 45-60.
- Siska Rahmawati, *Fenomena Penggunaan Aplikasi TikTok di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung* (Skripsi, Departemen Ilmu Komunikasi FISIPOL, 2018).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2019).
- Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185. <https://doi.org/10.31294/jkom.v9i2.4319>.
- Vionita Anjani, *Persepsi Masyarakat Terhadap Aplikasi TikTok* (Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2017)