

Table Of Content

Journal Cover 2
Author[s] Statement 3
Editorial Team 4
Article information 5
 Check this article update (crossmark) 5
 Check this article impact 5
 Cite this article 5
Title page 6
 Article Title 6
 Author information 6
 Abstract 6
Article content 7

Academia Open



By Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

TikTok Celebrities as Role Models: Imitation or Innovation?

"Apakah Selebriti TikTok sebagai Panutan: Imitasi atau Inovasi?"

Haniyah Febriyanti Rosadi, haniafebriyanti@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Nur Maghfirah Aesthetika, fira_estetika@yahoo.co.id, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This qualitative study aimed to analyze the TikTok accounts of @ayuanzillah and @yusni.a, with a focus on the self-existence of teenagers in Jiken village. The study used purposive sampling and descriptive qualitative analysis to examine the videos uploaded on the accounts. The results showed that the videos were not original but rather copied from other sources, indicating a trend-following behavior rather than trend-setting. The TikTok celebrities exhibited a calm demeanor to maintain their online presence and avoid negative feedback from netizens. The motivational quotes shared on the platform were mostly based on personal experiences and aimed to inspire others. The study implies that TikTok celebrities can serve as role models for teenagers, but their influence should be monitored to ensure that they promote positive values and behaviors.

Highlight:

- The study used purposive sampling and descriptive qualitative analysis to examine the TikTok accounts of @ayuanzillah and @yusni.a, with a focus on the self-existence of teenagers in Jiken village. The results showed that the videos were not original but rather copied from other sources, indicating a trend-following behavior rather than trend-setting.
- The study implies that TikTok celebrities can serve as role models for teenagers, but their influence should be monitored to ensure that they promote positive values and behaviors.
- TikTok has policies regarding inactive accounts and verified accounts. A verified badge means that TikTok has confirmed the account belongs to the person or brand it represents, and an inactive account may have its username reset if it remains inactive for 180 days or more

Keywords: TikTok, Purposive sampling, Descriptive qualitative analysis, Trend-following behavior, Role models

Published date: 2023-09-28 00:00:00

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan jaman, kehadiran media dengan segala berkahnya telah menjadi bagian dari eksistensi manusia saat ini. Contoh-contoh tersebut telah menghasilkan berbagai media, tentunya salah satunya adalah media sosial. Media sosial itu sendiri adalah media di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili diri mereka sendiri dan berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pelanggan lain, dan membentuk ikatan sosial virtual. Media sosial adalah media digital dimana kebenaran sosial terjadi dan jarak-waktu pelanggannya berinteraksi. Nilai-nilai yang ada di masyarakat dan jaringan juga tampak dalam birokrasi yang identik atau berbeda di internet. dasarnya, beberapa ahli yang meneliti internet melihat bahwa media sosial di internet adalah foto dari apa yang terjadi di dunia nyata, termasuk plagiarisme [1]. Media sosial sendiri juga tidak lagi hanya tersedia melalui komputer, namun juga dapat diakses melalui smartphone atau telepon pintar yang dapat memudahkan manusia untuk mengakses media sosial paling sederhana dengan smartphone. Dan dengan berkembangnya zaman, berbagai media yang dapat dimanfaatkan oleh manusia untuk digunakan sebagai alat dalam percakapan. Secara luas, kemampuan media sosial mencakup berbagi pesan dengan banyak pelanggan media sosial itu sendiri, khususnya dalam bentuk berita (fakta), foto (snap shot) dan juga tautan video.

Bagi para kalangan remaja, kehadiran media sosial merupakan wadah untuk membantu berinteraksi dengan manusia lain dengan bantuan tumbuhnya identifikasi diri dalam sebuah utilitas di media sosial. Ucapan-ucapan yang mereka dapatkan dapat dijadikan pedoman dalam membentuk gaya hidup pribadi mereka, pada generasi modern sekarang ini banyak sekali media sosial yang memudahkan seseorang untuk bekerja atau berinteraksi melalui media termasuk mengunggah foto, film, rekaman, dan tulisan. Aplikasi media sosial yang menampungnya pun beragam, mulai dari blog, youtube, whatsapp, fb, instagram, tiktok dan program lainnya. Salah satu aplikasi yang menarik bagi para peneliti adalah perangkat lunak Tiktok. Tiktok diluncurkan di China pada September 2016, aplikasi Tiktok memungkinkan pelanggan membuat film ke-15-2 yang dapat dibawakan dengan menggunakan nada. meskipun sangat sederhana namun utilitas ini sangat mengejutkan dunia dengan ide yang sangat terkenal. Indonesia sendiri adalah nomor 4 dari 6 negara dengan pengunduh Tiktok paling banyak.



Figure 1. Jumlah Pengunduh Terbanyak Aplikasi Tik-tok Di Dunia

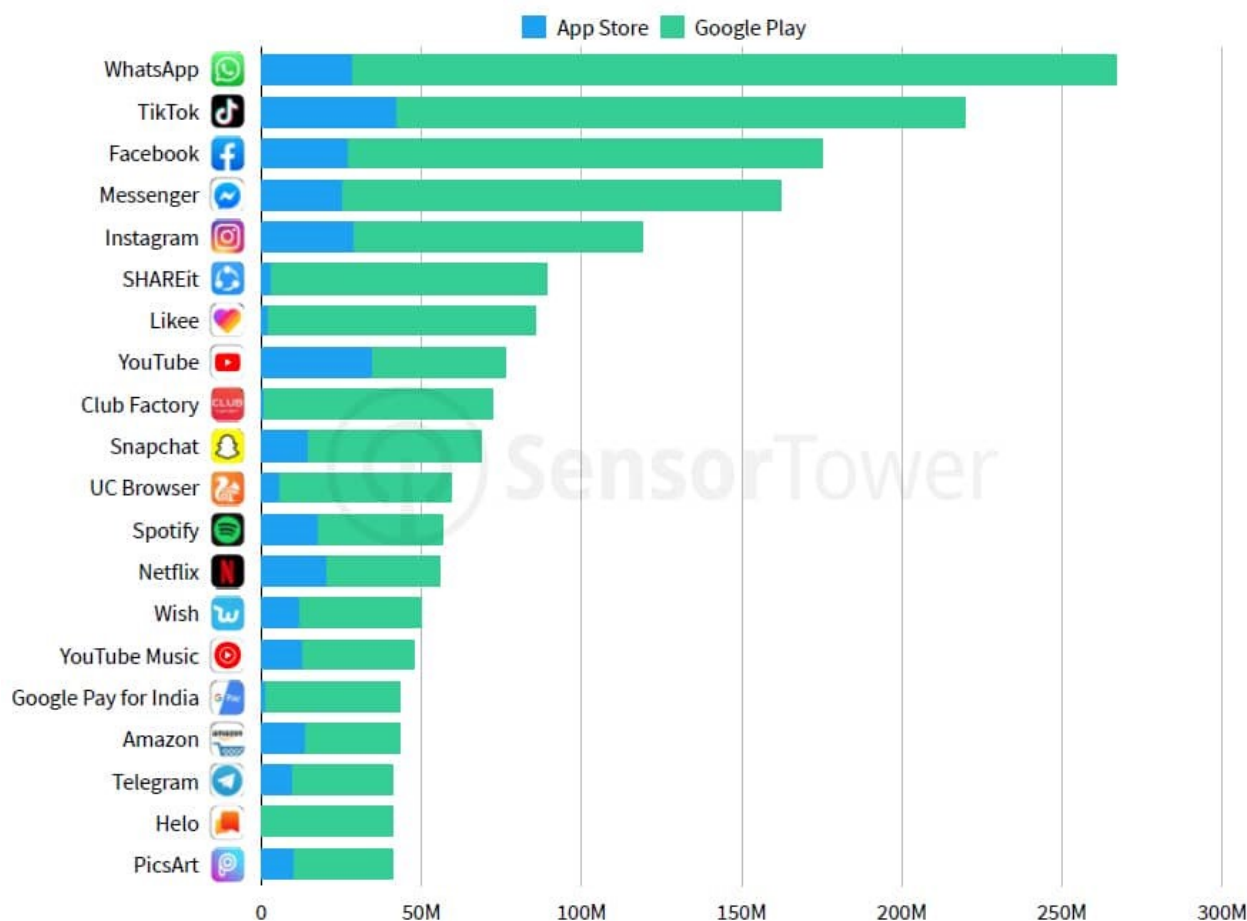


Figure 2. Jumlah Rating Pengunduhan pada Aplikasi

Berdasarkan data statistik yang diperoleh melalui pelanggan aplikasi Tiktok, remaja berusia 18-24 tahun. Informasi tersebut menunjukkan bahwa pengguna utilitas adalah anak-anak yang berada dalam kategori remaja, tetapi saat ini aplikasi Tiktok juga mencuri perhatian orang dewasa dan bahkan orang tua juga pelanggan aplikasi. Definisi Tiktok sendiri adalah bahwa keberadaan manusia yang berawal dari kesederhanaan kini telah berkembang menjadi kehidupan yang dapat dikategorikan sangat kekinian. di era informasi dan percakapan yang semakin canggih saat ini, semuanya dapat diselesaikan dengan pendekatan praktis. statistik dan generasi komunike adalah sesuatu yang bermanfaat untuk memfasilitasi semua elemen gaya hidup manusia. Media sosial mempermudah untuk membagi catatan dan bersosialisasi agar media sosial dijadikan sebagai kebutuhan utama masyarakat. salah satu paket di media sosial yang saat ini sedang booming di kalangan remaja, remaja dan dewasa adalah Tiktok. Tiktok adalah utilitas yang diproduksi melalui Tirai Bambu amerika serikat di Cina dan dirilis pada September 2016. Aplikasi yang platformnya secara eksplisit untuk video, trek, dan bidikan berasal dari perusahaan ByteDance. Reputasi Tiktok sendiri telah dibuktikan dengan menjadi anggota Rich Chigga dalam acara pesta ulang tahun profesional Heat Up yang diadakan dalam rangka penugasan Djakarta Warehouse (DWP) 12 bulan sebelumnya, yang ternyata dihadiri oleh penonton yang sangat banyak. . Tiktok memiliki beragam kemampuan yang mendukung penggunanya untuk menjadi pembuat konten. Perangkat lunak Tiktok adalah perangkat lunak yang memberikan efek khusus tertentu dan mendebarkan yang dapat digunakan oleh pelanggan dengan mudah cara yang baik untuk membuat film cepat dengan efek keren dan dapat dipamerkan ke teman atau pelanggan lain. Tiktok dikemas dengan cara yang mudah dan instan yang dapat memudahkan pelanggan untuk membuat karya seni. Aplikasi Tiktok telah mencapai unduhan aplikasi terbaik tahun 2020, mencapai 2 miliar unduhan, dan sangat menarik untuk dijadikan objek penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dikawasan Desa Jiken Kab. Sidoarjo. Karena sering kali peneliti menjumpai seorang remaja di kawasan tersebut banyak yang barmain dan menggunakan aplikasi tik-tok, mulai dari anak sekolah dasar hingga remaja. Mungkin karena pada saat ini remaja menggunakan media sosial sebagai ajang pergaulan kekinian pada dirinya dengan menunjukkan kreativitas, pencitraan diri, tidak jarang juga para remaja menjadikan akun media sosial mereka seperti tiktok ini sebagai ajang untuk memamerkan keberadaan mereka didunia luar dan mengekspresikan dirinya melalui foto atau video yang di uploadnya dalam akun tiktoknya sendiri. Untuk mendapatkan kehidupan diri dan popularitas bagi pengguna media sosial lainnya.

Gaya hidup diri ini bengkok dan terus-menerus dicari atau dikejar dengan bantuan manusia. hal ini mirip dengan

fenomena yang ada saat ini. di mana orang mengira bahwa memiliki akun di setiap situs jejaring sosial adalah cara terbaik untuk mendapatkan popularitas.[2] Gaya hidup dapat diartikan sebagai eksistensi, artinya, kehidupan menjelaskan evaluasi ada tidaknya pengaruh terhadap gaya hidup seseorang. Jika manusia lain telah menganggap kita memiliki gaya hidup, maka keberadaan kita dapat dikatakan telah diperhitungkan dan dapat diperhitungkan oleh manusia dan lingkungan di sekitar kita. Keberadaan ini kemudian dijadikan sebagai acuan bagi seseorang untuk menunjukkan diri bahwa sesuatu yang telah dilakukan seseorang memberikan dampak dan bayaran yang luar biasa di mata orang lain.

Kehidupan diri anak sendiri dapat terjadi karena pada usia tersebut anak mulai mencari jati dirinya. Dilihat dari perkembangan usianya, tahun-tahun formatif merupakan awal terjadinya bencana identifikasi, cenderung memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, biasanya berkeinginan untuk mencoba hal-hal baru, tanpa masalah terinspirasi dengan menggunakan teman-teman seusianya dan memiliki rasa ingin tahu. mampu memperkuat hubungan pribadi dan berkomunikasi secara sosial. lebih dewasa dari teman-teman mereka, masing-masing pria dan wanita. Saat ini, sebagian besar remaja menyalurkan atau menspesialisasikan diri melalui salah satu media sosial tiktok yang memiliki banyak kemampuan dan saat ini sedang banyak diminati oleh anak-anak muda di Desa Jiken. dalam aplikasi tiktok, remaja Desa Jiken bisa bebas berekspresi dimana saja dan dengan minat apapun. Dengan tujuan untuk mendapatkan popularitas dari orang lain tentang hidup mereka dalam arti ingin diakui dan keberadaan mereka dapat dipertimbangkan.

Dalam aplikasi tiktok jika orang tersebut menerapkannya secara efisien akan menjadi biaya yang luar biasa dan sumber rejeki bagi konsumen, karena pihak tiktok, jika akun seseorang mendapat banyak minat untuk pelanggan yang berbeda dan menjadi motivasi bagi masyarakat, itu menjadi salah satu penghasilan baginya. melalui pengembangan materi konten yang menyenangkan sebagai influencer termasuk artis, selebriti, youtuber, dan lainnya.

Berdasarkan observasi awal dengan nama pengguna akun TikTok @ayuanzillah dan @yusni.a peneliti melihat penggunaan aplikasi Tik Tok pada remaja desa Jiken Kab.Sidoarjo yaitu sebagai ajang eksistensi diri, dua akun tiktok tersebut memiliki jumlah pengikut dan jumlah like yang cukup banyak sehingga berminat untuk dipelajari karena aplikasi ini berkaitan dengan kreativitas dan kepercayaan pelanggannya, Tik Tok merupakan salah satu aplikasi yang disukai dan diinginkan oleh para mahasiswa yang sedang mencari jati diri, sehingga peneliti mempercayai utilitas Tik Tok bagi penggunanya adalah masalah yang menarik untuk diteliti.

hal itulah yang membuat peneliti tertarik untuk mempelajari pelanggan tiktok khususnya di Desa Jiken, Kab. Sidoarjo. Karena keberadaan aplikasi tiktok juga merupakan jalan pintas bagi remaja untuk mengekspresikan diri secara bebas, hal ini dapat dibuktikan dengan perilaku keseharian mereka, peneliti sering menemukan remaja di tempat yang melakukan tik-tok tersebut. utilitas, mulai dari anak-anak sekolah dasar hingga dewasa muda. Mereka ingin mendapatkan sesuatu yang dikenal sebagai "Pengakuan" dari pengguna yang berbeda untuk gerakan mereka. Tiktok juga memfasilitasi pelanggannya dengan fungsi yang ada, terutama untuk orang-orang dengan perilaku dalam memodifikasi video.

Penelitian lain, dimana *viral marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Artinya calon pembeli tertarik dan merekomendasikan marketplace sehingga menimbulkan keputusan pembelian[4]. Bertolak belakang dengan hasil penelitian yang memperoleh hasil bahwa *viral marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian[5]. Penelitian terdahulu seperti yang penelitian lain dimana *online customers reviews* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung untuk variabel *Onlinecustomerreviews(X2)* adalah sebesar 5,349 dan t-hitung lebih besar dari t-tabel (5,349>1,96) [6]. Berbeda dengan penelitian yang ditunjukkan penelitian lain dimana *onlinecustomersreviews* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung untuk variabel *Onlinecustomerreviews(X2)* adalah sebesar 3,505 dan t-hitung lebih besar dari t-tabel (5,505>1,97)[7].

Berdasarkan adanya kontadiktif pada hasil penelitian sebelumnya sehingga ditemukan *edvidance gap* dengan adanya ketidakkonsistenan hasil-hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh variabel *brand ambassador*, *viralmarketing* dan *online customers reviews* terhadap keputusan pembelian. Berkaitan dengan ini maka diperlukan penelitian kembali atau verifikasi ulang untuk mengetahui bahwa variabel-vaibel yang akan diteliti berpengaruh atau tidaknya.

METODE

A. Tipe dan Dasar Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Guba, Kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan suatu data deskriptif. berupa kata-kata.atau lisan yang baik dari orang-orang maupun perilaku seseorang yang dapat diamati [3]. Dalam hal ini peneliti akan menggunakan Tik Tok sebagai Media Komunikasi Eksistensi Diri Remaja sebuah studi fenemonologi pada Remaja desa Jiken Kabupaten Sidoarjo pada akun tiktok @ayuanzillah dan @yusni.a.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi atau tempat penelitian ini berada di desa Jiken Kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo. Peneliti memilih lokasi tersebut dikarenakan fenomena yang terjadi khususnya pada akun tiktok @ayuanzillah dan @yusni.a. sebagai kalangan Remaja setempat yang sering menggunakan media Tik Tok.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah Eksistensi diri Remaja desa Jiken . Sedangkan objek penelitian ini adalah akun Tik Tok @ayuanzillah dan @yusni.a

D. Teknik Penentuan Informan

Dalam teknik penentuan informan peneliti sengaja memilih dengan tujuan untuk mendapatkan sebuah informasi yang tepat [4]. Teknik penentuan informan menggunakan purposive sampling ini mengambil orang yang dianggap peneliti mampu memberikan informasi sehingga peneliti mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Adapun syarat sebagai informan yang dipilih adalah sebagai berikut :

1. Remaja dengan status kependudukan sebagai warga desa Jiken Kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo khususnya pada akun tiktok @ayuanzillah dan @yusni.a
2. Menggunakan sekaligus memiliki akun Tik Tok
3. Aktif dalam memposting dan memiliki jumlah follower diatas 3 ribu

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dapat dilihat dari jenisnya dibagi menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder yang akan dijelaskan dibawah ini:

a. Data primer: jenis data ini merupakan sebuah catatan teks hasil dari wawancara dan didapatkan dari wawancara dengan informan yang dijadikan sampel dalam penelitiannya. Dalam memperoleh data ini peneliti mencatat dan merekam dari hasil dari wawancara oleh peneliti [5].

b. Data sekunder: data ini merupakan data-data yang sudah ada dan bisa didapatkan oleh peneliti dengan cara membaca dan melihat. Data ini juga bisa bersumber dari data primer yang sudah diolah oleh peneliti sebelumnya [6].

Pada pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis dan sumber data primer dan skunder, dimana peneliti akan melakukan wawancara kepada narasumber yang menjadi subjek untuk diteliti sebagai data primer dan peneliti akan melakukan observasi melalui data primer yang sudah diolah sebelumnya sebagai data skunder.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian memiliki dua jenis yaitu data primer dan data skunder, data primer sendiri adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Teknik data skunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen, selanjutnya dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan kuisioner (angket), observasi (pengamatan), ataupun gabungan dari keduanya. Pada penelitian ini dikemukakan pengumpulan data berdasarkan tekniknya, yaitu melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk memecahkan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengerti dan memahami hal-hal dari responden yang lebih dalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil [7]. Teknik ini berdasar pada laporan tentang diri sendiri atau self-report, self-report sendiri merupakan sebuah tindakan dalam menilai dirinya sendiri atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi. Wawancara sendiri sangat fleksibel bisa dilakukan secara struktur maupun tidak, dan dapat dilakukan secara tatap muka (*face to face*) maupun menggunakan media telepon. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara secara langsung dan juga wawancara melalui daring, untuk wawancara secara langsung dilakukan dengan para remaja desa Jiken Kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo.

b. Observasi

Observasi adalah suatu proses yang kompleks, yaitu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang paling penting adalah sebuah proses-proses pengamatan dan ingatan[8]. Teknik ini digunakan jika peneliti berkeinginan untuk meneliti perilaku manusia, proses bekerja, gejala-gejala alam dan jika responden tidak terlalu besar. Dari segi pelaksanaan pengumpulan data, sebuah observasi bisa dibedakan menjadi

partisipant observation atau (observasi berperan) dan non partisipant observation (observasi tidak berperan) dari segi instrumentasi yang digunakan, observasi bisa dibedakan menjadi dua yaitu observasi tersruktur dan tidak tersruktur. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi dengan mengaati serta mencatat secara detail yang ada. Seperti, mencatat dan mengamati segala hal yang dibutuhkan dalam penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan foto dan perekaman suara, yang merupakan sumber data sekunder yang berguna bagi peneliti karena data-data tersebut dapat berupa gambar dan suara yang akan melengkapi dan memperkuat data yang bersifat tekstual [9]. Dimana peneliti mengambil foto dan juga merekam suara dari hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti.

G. Analisis data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data interaktif Model Miles and Huberman Dengan menggunakan pendekatan kualitatif pegumpulan data yang dilakukan peneliti lebih menekankan kepada situasi guna menemukan, memahami, menjelaskan dan memperoleh gambaran tentang bagaimana Tik Tok sebagai Medai Komunikasi Eksistensi Diri bagi remaja desa Jiken Kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Tiktok Sebagai Media komunikasi ekstensi diri pada Remaja Desa Jiken Kabupaten Sidoarjo.

Wujud eksistensi diri yang diunggah remaja desa Jiken dengan akun tiktok @ayuanzillah melalui media sosial TikTok adalah dengan mengimpor video yang mungkin sedang trending namun tetap hangat ditonton oleh penonton yang berspesialisasi dalam fashion wanita. sekarang ini pelajar atau dewasa muda tidak bisa lepas dari smartphone, karena semua yang mereka lakukan sudah selesai melalui smartphone, mulai dari membaca, berbagi informasi, terkait dengan fashion wanita. Kedekatan remaja dengan smartphone saat ini semakin ekstrim, masing-masing untuk menguasai dan menyapa setiap orang berbeda di media sosial dengan orang yang jauh. Media sosial adalah alat pertukaran verbal yang digunakan oleh pelanggan dalam strategi sosial penggunaan komunitas internet. namun sekarang media sosial terus digunakan untuk hal-hal lain selain yang dulunya media sosial sebagai sarana komunikasi, berbagi fakta, dan membawa mereka yang jauh. Hal ini juga terkait dengan gaya hidup mereka di media sosial TikTok. selain sebagai alat untuk berinteraksi, informan juga menggunakan TikTok sebagai wadah untuk eksis di dunia online kita. dengan berinteraksi dengan orang yang berbeda di dunia maya, informan yang diwawancarai oleh peneliti menyatakan bahwa selama video fyp, ia membuat rekan atau teman baru melalui TikTok untuk dijadikan ajang promosi atau endorsement berbagai merchandise.

TikTok sebagai tempat ngobrol juga bisa digunakan sebagai ajang untuk mendapatkan teman baru, yang bahkan belum pernah kita temui secara langsung sebelumnya selain di dunia internasional yang sebenarnya. Dengan TikTok, para penggunanya semakin tertarik untuk bertekun mengekspos diri mereka di media sosial TikTok. seseorang yang di dunia nyata terlihat pemalu dan sulit bergaul dengan orang baru, tidak menutup kemungkinan ia bisa mendapatkan dan berinteraksi dengan cepat dengan manusia baru di dunia maya, karena kedua dunia itu adalah hal yang berbeda dan membuat orang berperilaku sebaliknya. di dunia nyata atau di belakang panggung. remaja menggunakan media sosial TikTok untuk eksis di dunia maya, beberapa hal tidak ditampilkan melalui remaja Jiken Village dalam unggahan videonya. Hal ini dikarenakan mahasiswa memiliki kehidupan diri di dunia online kita, sehingga kelemahan dan kekurangan ulama tidak terlihat di dunia maya. untuk memenuhi eksistensi diri siswa di media sosial TikTok, peneliti membaginya menjadi tiga macam sebagai petunjuk dalam persyaratan perilaku kehidupan diri Remaja Desa Jiken

a. Editor Video

ada akun @yusnii.a yang telah berkembang menjadi editor video dimana video yang telah diunggah di TikTok sebelumnya perlu diedit terlebih dahulu di salah satu paket modifikasi video. Dapat disimpulkan bahwa film yang diunggah di TikTok bukanlah hasil pemikiran masing-masing. daripada menjiplak konten dari orang lain, informan paling sederhana meniru apa yang sedang tren, sekarang tidak membuat tren tersendiri. Dari konsekuensi wawancara di atas peneliti memperhatikan tingkat depan dan tingkat belakang yang terjadi pada informan, dalam video yang ia unggah di TikTok seolah-olah editan menjadi lukisan pribadinya meskipun apa yang dilakukan informan berubah menjadi meniru. Informan mencoba ini agar mereka terlihat memiliki eksistensi pribadi di dunia online kita, khususnya TikTok.

b. Seleb TikTok

Beberapa orang menganggap bahwa menjadi seleb TikTok adalah perjuangan yang panjang, dan Anda harus melakukan hal-hal yang menurut penggemar Anda menarik. Seseorang harus bertindak seperti seorang selebriti, bersama-sama dengan mendapatkan komentar dari audiens target, baik itu komentar positif atau umpan balik yang

buruk. Jika video seseorang telah tersebar dan dan mendapat komentar dari penonton maka seseorang harus modis dan tidak lagi sembrono dalam membalas komentar tersebut. Hal ini sesuai dengan penegasan informan yang memiliki akun tiktok @ayuanzillah yang mengatakan bahwa:

"...Ayu jarang balas komentar dari netizen. Apalagi komentar tidak jelas, ayu malas untuk membalas mbak. komentarnya ayu baca tapi tidak ayu balas. Karena tidak penting saja untuk dibalas satu per satu, namun dengan membaca saja ayu sudah merasa senang mbak, ayu merasa tidak perlu berinteraksi dengan intens dengan audiens."

Selain informan @ayuanzillah, peneliti juga mewawancarai informan lain yang memiliki akun tiktok @yusni.a yang mengatakan bahwa:

"...Dulu saya pernah di bulli, tapi saya biarkan saja. Soalnya netizen emang suka begitu mbak, misal satu orang ngebulli yang lain akan ikut bulli juga. Jadi saya biarkan saja. Paling Cuma satu-satu yang saya balas komennya mbak. Kalau sekarang saya sudah tidak menerima komentar negatif lagi"

Berdasarkan jawaban yang diwawancarai kepada peneliti, wawancara menegaskan bahwa orang yang diwawancarai memiliki sifat santai dalam mempertahankan gaya hidup mereka di media sosial TikTok. Anak muda itu menampilkan sifat orang tua publik yang tidak boleh lagi disuapi oleh kata-kata netizen dan membuat namanya buruk di mata orang lain. Pola pikir yang diambil oleh informan adalah pola pikir yang menunjukkan bahwa dia harus memiliki ketenangan seperti seorang seleb TikTok, dan dia juga diidentifikasi melalui netizen. Informan memiliki cara pribadi untuk membuat film mereka fyp di media sosial TikTok. agar seseorang dapat meningkatkan perspektif dan pengikut aset, pendekatan yang digunakan oleh aset adalah dengan menggunakan tagar atau tagar. Hashtag memiliki fungsi untuk mencapai pertumbuhan agar semakin dikenal oleh banyak orang. Hashtags atau tagar sendiri dapat digunakan untuk menemukan video yang diinginkan oleh audiens target.

Selebriti TikTok sendiri memiliki kelebihan yang dapat dimanfaatkan oleh seorang selebriti TikTok. Penghasilannya dalam bentuk uang tunai. ini dilakukan dengan menggunakan selebritas TikTok melalui cara endorsement. Endorsment adalah istilah populer dalam dunia periklanan yang merupakan bentuk mempromosikan suatu objek atau penyedia di media sosial. umumnya seseorang mendukung orang-orang yang berpengaruh dalam masyarakat dan diakui oleh banyak orang [10]. Ada remaja di desa Jiken yang menjadi selebritas TikTok, meski tidak terlalu terkenal, peneliti memilih narasumber yang ingin tampil sebagai selebritas TikTok. di mana dia diamati di media sosial TikTok.

c. Motivator

Orang-orang yang ingin menambahkan frase puitis atau motivasi di media sosial memiliki pilihan untuk terlihat oleh banyak orang, baik secara intelektual maupun sosial dan menciptakan kecenderungan baru untuk tampil lebih pintar di mata masyarakat umum. Seseorang tidak lebih baik mengunggah kata-kata puitis mereka sendiri, sering kali seseorang juga mengunggah frasa dari pemikiran pengguna TikTok lainnya. Ungkapan-ungkapan yang mungkin sering dibuat dan disebarluaskan di media sosial TikTok oleh para remaja pada umumnya adalah tentang kesaksian cinta, laporan gaya hidup. Frase yang mungkin dibagikan memiliki pesan yang mendorong pembaca dan dirinya sendiri.

Berikut pernyataan dari informan dengan akun tiktok @yusni.a, Yang mengatakan bahwa:

"Kata-kata yang saya unggah itu kadang ada hasil dari al qur'an, dari pikiran saya, kadang ada pula kata-kata dari orang lain. Saya terinspirasi dari akun TikTok yang sering lewat di beranda TikTok saya. Karena kata-katanya sangat mewakili apa yang sedang saya rasakan apalagi jika postingan yang saya kirim tersebut sering mendapatkan respon positif dari penonton, saya sangat senang."

Dari pernyataan informan di akun tiktok @yusni.a, dapat dikatakan bahwa pasokannya mengikuti tren kekinian di media sosial TikTok. Kata-kata yang dia berikan terinspirasi dari pengguna TikTok lainnya. Apa yang dia unggah di media sosial TikTok juga tidak lagi sepenuhnya menggambarkan dirinya di dunia nyata. Kata-kata puitis yang dibuat dan diungkap di media sosial TikTok oleh anak-anak desa Jiken sering kali tentang studi non-publik, motivasi, dan sindiran untuk orang lain dan diri mereka sendiri. Kata-kata bijak yang mungkin diunggah memiliki pesan untuk orang lain selain untuk dia, di mana frasa ini dapat mendorong orang lain selain dirinya sendiri. Hal ini dilakukan agar pembaca dapat mengetahui apa yang dirasakan oleh motivator.

Dari ketiga motif di atas, khususnya video editor, selebriti TikTok, dan motivator merupakan bentuk bagaimana mahasiswa menampilkan gaya hidupnya di dunia maya, khususnya TikTok. Informan yang diwawancarai melalui peneliti tidak selamanya terkenal di media sosial TikTok. Informan yang telah diwawancarai oleh peneliti tidak dikenali oleh pelanggan lain karena lukisan atau kemampuannya sendiri, tetapi ia meniru orang lain. Setelah menjalani kehidupannya di dunia online dengan kelas editor video, seleb TikTok, dan motivator, itu berdampak cukup besar padanya. itu karena tidak ada ciri-ciri atau gambar yang tepat yang mencerminkan dirinya. Yang dilakukan informan adalah meniru apa yang dilakukan orang lain. cara posting yang memiliki banyak variasi tayangan, komentar dan suka, ini membuat 2 akun cukup unik, sehingga panggilan informan cukup dikenal luas.

PEMBAHASAN

Perkembangan era pertukaran verbal akhir-akhir ini mengalami konversi yang sangat pesat. belakangan ini orang-orang berkomunikasi melalui internet, dan ini akan tercapai tanpa harus memuaskan pria atau wanita. Net membuatnya bersih bagi pelanggan untuk mendapatkan hak masuk dan menemukan apa yang mereka inginkan. Keberadaan internet juga telah mengubah pola pikir manusia, dimana manusia dapat berinteraksi dengan setiap orang dan dimanapun mereka berada selama ada internet. Oleh karena itu, internet dewasa ini menjalankan fungsi aktif dalam kehidupan sosial manusia. di luar sana manusia langsung berinteraksi (head to head) karena belum ada net generation, namun sekarang era virtual telah mengubah peradaban dan cara manusia berinteraksi. Hal ini membuat manusia senang dengan kehidupan internet karena semua pekerjaan dapat diselesaikan dengan efektif dan efisien. Dalam hal ini, menyebabkan pengguna internet terhubung dengan media sosial, yang mana media sosial dapat digunakan untuk berinteraksi dengan orang-orang yang jauh dari jangkauan. Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam strategi sosial penggunaan jaringan internet.

Media sosial yang bisa sering digunakan saat ini adalah Instagram, tiktok, facebook, Youtube, dan lain sebagainya. [11]. Media sosial yang dulunya digunakan sebagai perangkat interaksi virtual, kini fungsinya telah bergeser dari media ke proporsi, menemukan catatan, mempelajari hal-hal baru, dll. Tiktok adalah media sosial yang menawarkan kebebasan kepada pelanggan untuk berinteraksi, memperluas keterampilan mereka, dan berkreasi. kehidupan di dunia online kita. akibatnya, remaja Desa Jiken sering menggunakan media sosial tiktok sebagai metode kehidupan diri untuk menentukan diri mereka sendiri. Dalam hal ini lihatlah, penggunaan tiktok dan konsep yang digunakan adalah gagasan uses and Gratification [12]. dalam penelitian ini, tiktok merupakan media yang dimanfaatkan oleh pelanggan untuk memenuhi gaya hidup (uses) mereka sendiri. Pelanggan Instagram aktif menggunakan media tiktok untuk memenuhi keinginannya, terutama untuk kehidupan diri sendiri (grafifikasi).

Eksistensi diri remaja juga terlihat dari bagaimana seorang anak dapat mengikuti tren yang mungkin disukai dengan bantuan teman-temannya. Tik Tok sebagai media yang menyebarkan banyak catatan terbaru dapat dikaitkan dengan mendapatkan statistik tren. pada hari-hari sebelum internet menjadi penyebar rekaman berskala besar, tren yang sedang berlangsung yang tidak lagi diikuti oleh seorang remaja dapat membuat remaja tersebut dikatakan ceroboh (apalagi bersosialisasi) [13].

Sekarang belum tentu ini berdampak baik, karena pada dasarnya biaya hidup berdasarkan hal-hal di atas, sama sekali tidak bisa dikatakan benar-benar asli. Namun, sampel ini tidak diragukan lagi telah diikuti oleh generasi muda sejak lama. Gaya hidup diri dalam banyak kasus berkaitan dengan seberapa mampu seseorang untuk bertahan dengan waktu dengan bantuan mengikuti ciri-ciri dalam pakaian, cara bergaul dan cara berbicara [14].

dunia remaja yang sangat dekat dengan internet dan media sosial, penyesuaian banyak hal yang sebelumnya memiliki banyak keterbatasan. misalnya persahabatan dengan seseorang yang secara fisik sangat jauh, gaya atau gaya hidup baru ini sangat bersih untuk menyebar karena semakin luasnya berbagai media hingga persentase, dan cara populer seseorang tampaknya lebih mudah. diukur dengan melihat seberapa populer seseorang dalam global media sosial dan media sosial. platform digital lainnya. Keterkaitan jumlah penggemar dengan konten konten yang dimuat, keragaman konten video, konsistensi mengunggah video dalam rentang waktu tertentu, dan kualitas video yang terbaik tentu tidak dapat disangkal. Semakin tinggi hal yang memandu popularitas dapat dikejar dengan menggunakan akun, maka peluang untuk memiliki cukup banyak sobat baru dan fanatik akan semakin terbuka. hutang uang yang memiliki banyak variasi penggemar, suka, dan komentar adalah hutang uang yang sangat terkenal dan dapat membuktikan kehidupan mereka dalam komunitas Tik Tok. sekarang tidak hanya itu, dalam skala yang lebih luas, seseorang yang akan populer di dunia maya akhirnya bisa menjadi terkenal di dunia nyata [15]

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka penelitian ini menyimpulkan bahwa akun TikTok @ayuanzilla dan @yusnii.a sebagai :

1. Video Editor bahwa video yang diunggah di TikTok bukanlah hasil akhir dari ide masing-masing. Dalam preferensi untuk menjiplak konten dari orang yang berbeda, informan hanya meniru apa yang sedang tren, tidak lagi membuat perkembangan pribadi mereka.
2. Selebriti TikTok sebagai pemberi bantuan memiliki sifat santai dalam menjaga gaya hidup mereka di media sosial TikTok. Remaja itu menunjukkan sifat kecerdasan publik yang tidak bisa dimakan oleh kata-kata netizen dan membuat panggilannya mengerikan di mata orang lain. Pola pikir yang diambil oleh informan adalah pola pikir yang menunjukkan bahwa dia perlu memiliki ketenangan seorang selebriti TikTok, dan dia juga didiagnosis melalui netizen.
3. Motivator dengan kata-kata puitis yang dibuat dan dicurahkan di media sosial TikTok pada umumnya kurang lebih tentang kisah pribadi, motivasi, dan sindiran untuk orang lain dan diri mereka sendiri. Ungkapan-ungkapan

ilmu yang dapat diunggah memiliki pesan-pesan untuk orang lain dan juga untuk dirinya, di mana kata-kata tersebut dapat menginspirasi orang lain selain dirinya sendiri. hal ini dilakukan agar pembaca dapat memahami apa yang dirasakan oleh motivator.

References

1. Nasrullah and Rulli, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*, 2nd ed. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
2. Zainal Abidin, *Analisis Eksistensial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
3. Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama, 2012.
4. Sugiyono, *Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta, 2011.
5. Danang Sunyoto, *Teori Kuisisioner dan Analisis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
6. Eko Sugiarto, *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media, 2017.
7. Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
8. Sutrisno Hadi, *Metodologi Research jilid II*. Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM Yogyakarta, 1981.
9. Sarwono Jonathan, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
10. Christvidya, K. P. "Pengertian Endorsement: Manfaat dan Kekurangannya." *Fimela*, 12 Mar. 2021.
11. Anjarwati, J. "Media Sosial." *Foresteract*, 2 Feb. 2020.
12. Stanley J. Baran and Dennis K. Davis, *Teori Ilmu Komunikasi Massa: Dasar Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
13. Zulkarnain, *Interpreneurial Marketing Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, n.d.
14. R. Tasruddin, *Strategi Periklanan Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*. Makassar: Alauddin University Press, 2011.
15. T. D. Depbudpar, *Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Internasional 2009*. Jakarta: Direktorat Jendral pemasaran, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia, 2009.