

Mengapa Gen Z Tik Tokan (Perspektif *Uses & Gratification* pada Penggunaan Aplikasi Berbagi Video)

Yoshuke Chintya, Ayu Rahma Haninda

Prodi Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi

Jakarta, Indonesia

YoshukeChintya@gmail.com, rstudent77@gmail.com

Abstract— The user who plays Tik Tok especially of born in 1996 until 2010 or called also by generation z are increasing . With the the increasing of Tik Tok user on whole range of the age and generation z certainly makes there are various motivation that causes them to play Tik Tok .Tik tok gave a impact against the society. This study using qualitative descriptive methods .The purpose of this study to know the motivations of generation z plays Tik Tok .That motivation in usually stir by 2 factors namely from “internal” and “external” .”internal factor” is the caused by individual within oneself or itself .In the form of a also factors is usually attached to the person .”External factor” is a factor outside originated in the neighbourhood, in this case included from family , neighbourhood , schools and also from inner circle. The result of the research shows that tik tok give a positive & negative impact, as well as give a usefull information after they used it.

Keywords—TikTok, Generation Z, User

Abstrak— Semakin tingginya pengguna yang memainkan Aplikasi Tik Tok terutama dari kelahiran tahun 1996-2010 atau yang disebut juga dengan Generasi Z. dengan tingginya pengguna aplikasi Tik Tok dari berbagai macam kalangan usia hingga generasi Z membuat terdapat berbagai alasan yang menyebabkan mereka memainkan aplikasi Tik Tok. Aplikasi ini memberikan dampak terhadap masyarakat setelah memainkannya. Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan mengetahui alasan dari generasi Z memainkan Tik Tok. alasan itu bisa disebabkan oleh pengaruh “internal” dan “eksternal”. “internal” adalah pengaruh yang disebabkan oleh dalam diri seseorang atau individu. “eksternal” merupakan berasal dari lingkungan atau sekitar, dalam hal ini yang termasuk adalah keluarga, lingkungan tempat tinggal, sekolah dan orang-orang terdekat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi tik tok memberikan dampak yang positif maupun negatif, serta memberikan informasi baru pada pengguna setelah memainkannya.

Kata Kunci— TikTok, Generasi Z, Pengguna

I. PENDAHULUAN

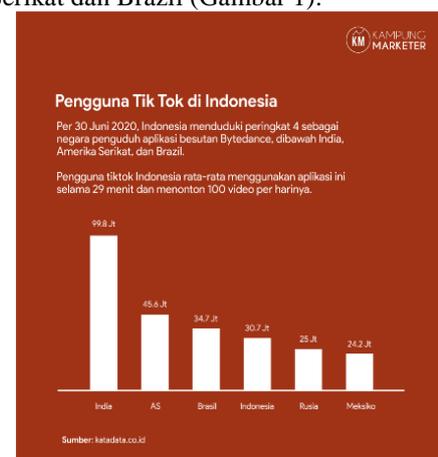
Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi yang diciptakan untuk membantu manusia dalam kehidupan sehari-hari. Internet menjadi suatu ketergantungan yang

tidak bisa lepas dari budaya masyarakat akhir-akhir ini. Melalui internet, masyarakat mampu menciptakan inovasi yang berguna untuk memberikan kemudahan dalam komunikasi. Beberapa aplikasi berbagi video seperti Youtube, Instagram, Snapchat, & Tik Tok juga menjadi wadah untuk mengekspresikan diri.

Tik Tok adalah aplikasi berbagi video pendek & video musik yang diluncurkan pada tahun 2016 (Lu & Lu, 2019). Tik Tok memungkinkan penggunanya untuk membagikan video pendek berdurasi hingga 15 detik atau lebih dan memungkinkan pengguna untuk secara bebas mengakses banyak video dengan konten yang berbeda-beda ((Adawiyah, 2020)). Hadirnya aplikasi Tik Tok ini menciptakan *genre* baru dari keterjangkauan media sosial berbasis video, yang belum bisa didapatkan dari aplikasi sebelumnya. Contoh dari aplikasi pendahulunya adalah Whatsapp, Bigo Live, Instagram & Youtube (Lu & Lu, 2019).

Akhir- akhir ini banyak artis dan *public figure* memainkan aplikasi Tik Tok, dan masyarakat awam mengikuti tren dengan ikut serta memainkan aplikasi ini.

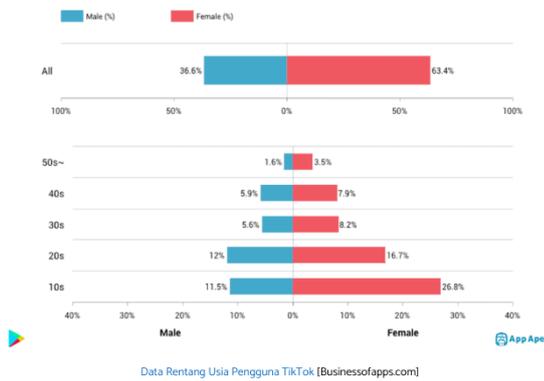
Perkembangan Tik Tok di Indonesia termasuk pesat. Pada tahun 2020 Indonesia menjadi negara urutan ke 4 pengunduh terbanyak aplikasi Tik Tok setelah India, Amerika Serikat dan Brazil (Gambar 1).



Gambar 1. Negara Pengguna TikTok Terbesar

Data menunjukkan pengguna aktif tertinggi dalam

aplikasi Tik Tok adalah yang berumur 16 – 24 tahun. Hal ini menunjukkan pengguna terbanyak adalah Generasi Z yang lahir pada (1996 – 2010).



Gambar 2. Usia Pengguna TikTok Terbesar

Sumber: Businessapp.com.

Salah satu organisasi yang memanfaatkan aplikasi TikTok adalah Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI). UBSI mengadakan video Tik Tok Challenge perlombaan dalam rangka ulang tahun ke 33 yang di adakan pada bulan Maret 2021 bagi siswa/i SMA atau sederajat yang aktif & kreatif memainkan Tik Tok.



Gambar 3. Penggunaan Aplikasi Tiktok oleh UBSI

Sumber: Instagram kuliahsiaja.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami alasan, praktik, tantangan, dan pengalaman dari pengguna saat membuat dan menonton di aplikasi berbagi video Tik Tok. Pertanyaan pada penelitian ini adalah: 1) Mengapa generasi Z memainkan Tik Tok dan bagaimana mereka memainkannya?, 2) Apa yang membuat generasi Z tertarik untuk menonton video yang dibagikan dalam Tik Tok?, 3) Apa hal yang menjadi perhatian, tantangan dan pengalaman dari memainkan aplikasi Tik Tok?.

II. METODOLOGI

Metode penelitian ini adalah kualitatif, metode kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk meneliti pada kondisi objek sebagaimana mestinya, yang seharusnya peneliti merupakan instrument penting ((*Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Tindakan Kela... - Google Books, 2020*)). Jenis Metode penelitian Kualitatif terdiri dari “*Participant Observation, Direct Observation, Unstructured Interviewing, Case Studies*”.

Teknik pengumpulan data yang dipakai merupakan wawancara mendalam. Subjek yang diteliti adalah Siswa SMA pemenang kompetisi Hut 33 BSI di Tik Tok.

Dalam rangka ulang tahun yang ke 33, BSI mengadakan kompetisi melalui aplikasi Tik Tok yaitu membuat video challenge. Dari beberapa orang yang mengikuti kompetisi tersebut dan terpilih lah 3 orang pemenang sehingga menjadi narasumber utama di penelitian ini. Selain narasumber utama terdapat kepala bagian marketing komunikasi BSI sebagai narasumber pendukung.

Objek yang di teliti mengapa mereka bermain Tik Tok, apa yang membuat mereka tertarik bermain Tik Tok, & apakah ada pengalaman yang mereka alami setelah bermain Tik Tok.

Metode wawancara mendalam merupakan metode yang berguna untuk peneliti agar dapat mengerti objek yang di teliti secara detail dan apa yang dialami oleh subjek yang diteliti (Boyce & Neale, 2006). Karena tujuan metode wawancara ini untuk mencari perbedaan dan pengalaman berbagi informasi dari subjek yang di teliti terutama ekspetasi mereka dan situasi yang dialami, dan jawaban yang dihasilkan akan menjadi rumit dan sangat pribadi. Metode wawancara secara umum dilakukan antar induvidu dan secara verbal (DiCicco-Bloom et al, 2006).

Penentuan narasumber dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penelitian yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mengidentifikasi dan seleksi informasi yang paling efektif dengan sumber daya yang terbatas (Patton, 2002). Hal ini melibatkan identifikasi dan menentukan tiap orang atau kelompok dari individu yang mengetahui atau mengalami dari fenomena yang terjadi (Creswell & Plano Clark, 2011). Yang membedakan dengan *random sampling* adalah untuk memastikan generalisabilitas dari hal yang dicari dengan memperkecil dari kemungkinan bias dan mengendalikan dari pengaruh baik yang diketahui maupun tidak.

Narasumber yang di pilih berdasarkan dari juara satu, dua dan tiga dari lomba video koreografi Hut 33 Bsi di Tik Tok yang di selenggarakan oleh kampus BSI.

Berikut *guidance* pertanyaan wawancara dalam penelitian ini: 1) Apa alasan anda untuk bermain Tik Tok, 2) Informasi apa yang anda cari di Tik Tok, 3) Kategori apa yang anda cari di Tik Tok, 4) Hal yang membuat jadi pertimbangan anda menggunakan Tik Tok, 5) Tantangan apa yang kamu hadapi saat bermain Tik Tok, 6) Apakah ada pengalaman negatif saat bermain Tik Tok, 7) Apa yang anda rasakan sejak mulai bermain Tik Tok.

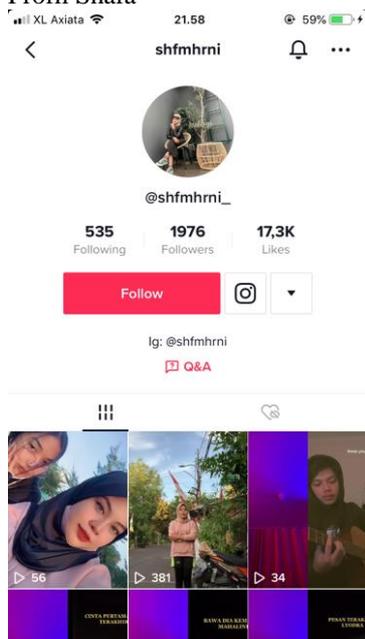
III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Jumlah narasumber dari penelitian ini sebanyak empat orang. Narasumber pertama bernama Shafa Maharani adalah pemenang pertama kompetisi dengan jumlah *followers* sebanyak 1976 akun. Pemenang ke dua adalah Fery Irawan dengan jumlah *followers* 7512 akun. pemenang ketiga Fawwaz Al-Hakim dengan jumlah *followers* 257 akun dan narasumber yang ke empat peneliti juga mewawancarai kepala bagian marketing komunikasi BSI yang bernama Bapak Achmad Baroqah Pohan sebagai narasumber pendukung. Menurut bapak Achmad Baroqah Pohan acara ini di adakan bertujuan untuk merayakan ulang tahun UBSI yang ke 33. Perlombaan ini diadakan pada bulan May 2021, dalam pemilihan pemenang yang di nilai adalah kreatifitas dalam pembuatan video. penelitian ini menggunakan analisis tematik sebagai metode untuk menganalisis data-data yang di dapatkan.

Hasil analisis peneliti menunjukkan beberapa alasan yang berbeda saat para narasumber memainkan aplikasi Tik Tok, Hal membuat narasumber tertarik untuk memainkan tik tok, & yang menjadi perhatian, tantangan dan pengalaman dari memainkan aplikasi Tik Tok.

A. Profil Narasumber

1. Profil Shafa



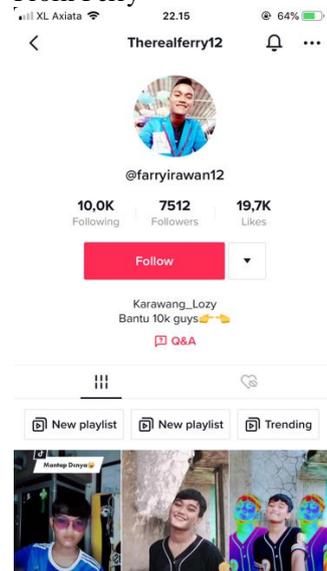
Gambar 4. Profil TikTok Shafa

2. Profil Fawwaz



Gambar 5. Profil TikTok Fawwaz

3. Profil Ferry



Gambar 6. Profil TikTok Ferry

B. Alasan Memainkan TikTok

Untuk hiburan dan bersosialisasi. Peneliti menemukan ada narasumber yang mengatakan bahwa aplikasi tik tok merupakan sarana menyalurkan hoby nya menurut Shafa Maharani dan juga Memberikan hiburan diri sendiri menurut Fawwaz Al-hakim, selain itu menurut Ferry Irawan alasannya memainkan aplikasi Tik Tok agar dapat meningkatkan produktifitas.

C. Hal yang Menarik dari TikTok

a. Inspirasi.

Peneliti menemukan bahwa narasumber terinspirasi dari seleb Tik Tok yang sukses terkenal dari aplikasi Tik Tok sehingga membuat dia ikut serta memainkan Tik Tok menurut Ferry Irawan.

- b. Pengalaman dan ajakan.
Peneliti menemukan bahwa para narasumber yang sebelumnya memang sudah pernah memainkan aplikasi sejenis dengan Tik Tok, bahkan ada narasumber yang di undang secara langsung oleh pihak pengembang aplikasi Tik Tok menurut Shafa Maharani dan Fawwaz Al-hakim.
- c. Perhatian, Tantangan dan pengalaman dari memainkan aplikasi Tik Tok.
Para narasumber menyinggung beberapa perhatian, tantangan dan pengalaman saat memainkan aplikasi Tik Tok.
Mereka merasa harus lebih kreatif serta mengikutan tren yang sedang ada agar konten yang mereka buat mendapatkan banyak penonton dan like menurut Shafa Maharani dan Ferry Irawan. Tetapi menurut Fawwaz Al-hakim tantangan dari memainkan aplikasi Tik Tok adalah mendapatkan *hate* komen. Selain mendapatkan pengalaman positif dari memainkan aplikasi Tik Tok ketiga narasumber dahulu juga sempat mendapatkan komentar buruk dari lingkungan sekitarnya karena memainkan aplikasi Tik Tok di awal pertama kali mereka membuat konten video. Komentar buruk tersebut karena stereotipe yang buruk dahulu terhadap aplikasi Tik Tok. Ketiga narasumber mendapatkan komentar *negative* dan *bullying* seperti mengolok-olok dengan kata-kata kurang baik dari lingkungan sekitarnya, menurut Shafa maharani, Ferry Irawan dan Fawwaz Al-Hakim.

IV. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan kesimpulan yang dapat diambil adalah aplikasi Tik Tok memberikan dampak positif terhadap ketiga narasumber walaupun mereka pernah mendapatkan komentar negative dari lingkungan sekitar, hal ini terbukti dari hasil wawancara bahwa ketiga narasumber merasa senang setelah mulai memainkan aplikasi Tik Tok. Ketiga informan memiliki preferensi masing-masing mengenai jenis informasi yang di cari di Tik Tok tetapi mereka memiliki satu kesamaan yaitu menggunakan platform Tik Tok sebagai media untuk mencari informasi baru dan yang bermanfaat bagi mereka.

Penelitian ini dapat memberikan wawasan baru bagi pihak Tik Tok sebagai pemilik aplikasi. Tik Tok juga diharapkan dapat lebih sering memberikan informasi yang mengedukasi para penggunanya tentang dampak *negative* dari memberikan *hate* komen pada konten seseorang. Bagi praktisi maupun pihak yang memanfaatkan penggunaan aplikasi Tik Tok serta pengguna Tik Tok penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang penggunaan Tik Tok oleh generasi Z.

Penelitian ini dapat menambah kebaruan dan memperkaya penelitian pada ranah ilmu komunikasi terutama pada dunia penyiaran/broadcasting dan pemanfaatan media aplikasi khususnya Tik Tok dari sudut pandang penggunaannya. Penelitian berikutnya dapat

menggunakan konsep dalam penelitian ini ke konteks, metode dan teknik pengumpulan data yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- [2] *Computer Mediated Communication - Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic - Google Buku*. (n.d.). Retrieved December 20, 2020, from https://books.google.co.id/books?id=auGcov_BquoC&pg=PA77&dq=Menurut+Joseph+Walther+dan+Malcom+Parks+cmc&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwimvpz17NztAhVn63MBHaS-BHcQ6AEwAHoECAyQAg#v=onepage&q=Menurut+Joseph+Walther+dan+Malcom+Parks+cmc&f=false
- [3] Draper, P. (2001). Handbook of Qualitative Research, 2nd edition edited by Norman K. Denzin and Yvonna S. Lincoln. Sage, Thousand Oaks, 2000, 1144 pages, £69.00, ISBN 0 761 91512 5. *Journal of Advanced Nursing - J ADV NURS*, 33, 847. <https://doi.org/10.1046/j.1365-2648.2001.0472a.x>
- [4] Hendrarto, D., & Ruliana, P. (2019). Strategi Public Relations Radio Delta FM Dalam Mempertahankan Pendengar Melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 4(2), 166–178. <https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/view/337>
- [5] *How To Win Gen Z on Mobile*. (n.d.). Retrieved May 9, 2021, from <https://www.appannie.com/en/insights/reports/how-to-win-gen-z-on-mobile/>
- [6] Kualitatif Heriyanto, P. (2018). Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk. *ANUVA*, 2(3), 317–324.
- [7] Lu, X., & Lu, Z. (2019). Fifteen Seconds of Fame: A Qualitative Study of Douyin, A Short Video Sharing Mobile Application in China. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 11578 LNCS(June), 233–244. https://doi.org/10.1007/978-3-030-21902-4_17
- [8] Luik, J. E. (n.d.). *Media Sosial dan Presentasi Diri*.
- [9] *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kela...* - Google Books. (n.d.). Retrieved April 17, 2021, from https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif_Kualit/s-kOEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=sugiyono+2015&pg=PA128&printsec=frontcover
- [10] *Negara Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Bukan yang Pertama | Databoks*. (n.d.). Retrieved April 10, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/negara-pengguna-tiktok-terbesar-indonesia-bukan-yang-pertama>
- [11] Patton, M. Q. (2002). Two Decades of Developments in Qualitative Inquiry: A Personal, Experiential Perspective. *Qualitative Social Work*, 1(3), 261–283. <https://doi.org/10.1177/1473325002001003636>
- [12] Riyadh, J. (2020). *Strategi Pengelolaan Facebook ANTVlovers Dalam Membangun Audience Engagement*. 2(1), 30–50.
- [13] *Social Psychology - Google Books*. (n.d.). Retrieved April 17, 2021, from https://www.google.co.id/books/edition/Social_Psychology/neXtAAAAMAAJ?hl=id&gbpv=1&bsq=dispositional+attribution+situasional+Fritz+Heider&dq=dispositional+attribution+situasional+Fritz+Heider&printsec=frontcover
- [14] *TikTok For Business: Iklan TikTok untuk bisnis*. (n.d.). Retrieved May 9, 2021, from <https://www.tiktok.com/business/id/>
- [15] Zhou, Q. (2019). *Understanding User Behaviors of Creative Practice on Short Video Sharing Platforms – A Case Study of*

TikTok and *Bilibili*. 124.
http://rave.ohiolink.edu/etdc/view?acc_num=ucin155421202112545