

KEPUASAN DIRI PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK

Studi Fenomenologi Tentang Kepuasan Diri Pengguna Media Sosial Tiktok di Kabupaten Garut

Catherine

Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Public Relations

Universitas Garut, No. HP: 085871071019

e-mail : catherinejoice082@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial Tiktok kembali digemari oleh masyarakat Indonesia terutama bagi masyarakat Garut, namun di tengah mewabahnya Covid-19 banyak Negara menerapkan karantina wilayah (*Lockdown*) dan menjaga jarak fisik satu sama lain (*Physical distencing*). Tiktok menjadi pusat perhatian karena masyarakat memiliki banyak waktu luang di rumah untuk menghindari penyebaran Covid-19. Hal itu membuat masyarakat menggunakan media sosial Tiktok sebagai media hiburan bagi mereka selama karantina wilayah (*lockdown*). Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan Kepuasan Diri pengguna media sosial Tiktok ditinjau dari segi makna, pengalaman, kepuasan. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode Deskriptif untuk mengumpulkan data agar mendapat data yang objektif. Adapun informan penelitian ini adalah 10 orang pengguna aktif akun media sosial Tiktok. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan diri pengguna media sosial Tiktok jika dilihat dari makna yaitu sebagai sumber pengalaman, sumber informasi, dan sebagai identitas diri. Kemudian jika dilihat dari pengalaman setelah menggunakan media sosial Tiktok terdapat pengalaman positif dan negative, dari pengalaman positif diantaranya yaitu mendapatkan teman baru dan dikenal banyak orang. Kemudian dilihat dari sisi negative nya adalah hujatan kritikan dan boros kuota. Dan selanjutnya dilihat dari kepuasan diri pengguna media sosial Tiktok yaitu menjadi terkenal, Tiktok di gemari semua orang, dan kemudian menghilangkan rasa bosan.

Kata Kunci : Tiktok, Fenomenologi, media sosial Tiktok

I. Pendahuluan

Media sosial pada zaman ini semakin dikenal oleh semua orang, semakin banyak orang yang menggunakan media sosial maka semakin banyak juga orang yang mengetahui bahwa media sosial adalah salah satu alat informasi bagi manusia untuk mengetahui apa yang terjadi

dengan waktu yang sangat cepat. Sehingga pada saat ini media sosial merupakan hal yang paling utama bagi kehidupan manusia seperti pada orang tua, remaja, bahkan pada saat ini anak-anak pun mengetahui adanya media sosial, dengan itu terbukti bahwa media sosial adalah media yang dapat menarik perhatian manusia untuk menjadi penggunanya. Salah satu bentuk dari

keberadaan media baru adalah fenomena munculnya *Social Network* (jejaring sosial). Fenomena tersebut disebut jejaring sosial karena aktivitas sosial ternyata tidak hanya dapat dilakukan di dalam dunia nyata (*real*) tetapi juga dapat dilakukan di dunia maya (*unreal*). Setiap orang dapat menggunakan jejaring sosial sebagai sarana berkomunikasi, membuat status, berkomunikasi, berbagi foto dan video layaknya ketika kita berada dalam lingkungan sosial. Salah satu jejaring sosial yang kini di gandrungi oleh berbagi kalangan yaitu TikTok.

Media sosial Tiktok kembali digemari oleh masyarakat Indonesia terutama bagi masyarakat Garut yang menggemari *platform* video pendek ini, banyak anak remaja di Kabupaten Garut yang mulai mengunduh media sosial Tiktok ini dan bahkan ada juga kalangan anak-anak sampai ibu rumah tangga yang ikut menggemari media sosial Tiktok, karena menurut masyarakat Kabupaten Garut Tiktok merupakan aplikasi yang bisa menghibur mereka. Sebelumnya *platform* video pendek ini sempat diblokir sementara oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika setelah mendapat banyak laporan negative yang muncul pada aplikasi Tiktok dari masyarakat, namun di tengah mewabahnya Covid-19 banyak Negara menerapkan karantina wilayah (*Lockdown*) dan menjaga jarak fisik satu sama lain (*Physical distencing*). Tiktok menjadi pusat perhatian karena masyarakat memiliki banyak waktu

luang di rumah untuk menghindari penyebaran Covid-19. Hal itu membuat masyarakat menggunakan media sosial Tiktok sebagai media hiburan bagi mereka selama karantina wilayah (*lockdown*).

II. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu menitikberatkan pada observasi dan suasana ilmiah (*natural setting*), peneliti langsung terjun ke lapangan, bertindak sebagai pengamat. Ia membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatat dalam buku observasi. Ia tidak berusaha untuk memanipulasi variable. Metode deskriptif kualitatif tidak jarang melahirkan apa yang disebut Seltiiz, Wrightmulating, yakni peneliti terjun ke lapangan tanpa dibebani atau diarahkan oleh teori. Ia bebas mengamati obyeknya, menjelajah, dan menentukan wawasan-wawasan baru sepanjang penelitian, (Ardianto, 2010).

III. Hasil Penelitian dan Pembahasan

• Hasil Penelitian

Berikut ini merupakan paparan mengenai informasi data lapangan yang merupakan hasil wawancara melalui media sosial *Whatsapp* dengan sepuluh orang informan.

• Pembahasan

3.1 Makna Diri Kreatif Pengguna Media Sosial Tiktok.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada semua informan, peneliti

menemukan beberapa gambaran mengenai mengenai makna, makna yang berkaitan dengan komunikasi pada hakikatnya merupakan fenomena sosial. Makna, sebagai konsep komunikasi yang mencakup lebih dari pada sekedar penafsiran atau pemahaman yang secara bersama dimiliki para komunikator. Setiap kata memiliki makna masing-masing dimana setiap individu melakukan proses dalam memberikan makna terhadap suatu kata tersebut. Memberikan makna merupakan upaya lebih jauh dari penafsiran, dan mempunyai kesejajaran dengan ekstrapolasi. Pemaknaan lebih menuntut kemampuan integrative manusia :indrawinya, daya pikirnya dan akal budinya. (Kuswarno, 2009:9)

Makna adalah berfikir, dan setiap individu memiliki kemampuan berfikir sesuai dengan kemampuan serta kapasitas kognitif atau muatan informasi yang dimilikinya. Oleh karena itu, makna tidak akan sama atas setiap individu walaupun objek yang dihadapinya adalah sama. Pemaknaan terjadi karena cara dan proses berfikir adalah unik pada setiap individu yang akan menghilangkan keragaman dalam konstruksi makna (Juliastuti, 2000:6).

Secara garis besar menurut hasil wawancara dengan ke 10 informan memiliki persamaan dan perbedaan makna. Ada informan yang mengatakan bahwa makna menggunakan media sosial Tiktok adalah sebagai sumber penghasilan yang dimana dengan hanya menggunakan media sosial Tiktok akan mendapat penghasilan. Kemudian ada pula beberapa informan yang mengatakan bahwa makna menggunakan media sosial Tiktok sebagai sumber informasi, mereka juga mendapat banyak informasi baru di media sosial Tiktok. Selain itu juga ada beberapa informan yang mengatakan makna menggunakan media sosial adalah sebagai identitas diri.

Hal ini sejalan dengan fenomenologi yang merupakan ilmu mengenai fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi, atau disiplin ilmu yang menjelaskan dengan mengklarifikasikan fenomena, atau studi tentang fenomena. Dengan kata lain, fenomenologi mempelajari fenomena yang tampak didepan kita, dan bagaimana penampakkannya (Kuswarno:2009).

Pendapat dari beberapa informan ini diperkuat dengan narasumber. Pendapat menurut triangulasi sumber seorang

Corporate Secretary PT. Pikiran Rakyat Bandung Erwin Kustiman (47 tahun), menjelaskan bahwa sebagaimana aplikasi digital lain yang masuk dalam kategori media sosial, pada awalnya selalu menimbulkan euphoria dari para user atau penggunanya. Hal ini berlaku pada beragam aplikasi yang selama ini kita kenal, mulai dari Friendster dulu kemudian Facebook, Twitter, Tumblr, Instagram, dan lain lain hingga Tiktok pada awalnya pasti akan diminati banyak orang. Namun pada suatu ketika muncul pengembangan aplikasi lainnya pasti orang akan beralih ke aplikasi yang lebih baru.

3.2 Pengalaman Menggunakan Media Sosial Tiktok

Pengalaman pada dasarnya melalui suatu proses dimana rangsangan dari luar seperti cahaya untuk mata bunyi untuk telinga, dan bau untuk hidung melalui alat-alat panca indra diteruskan ke pusat-pusat tertentu di dalam otak yang lalu menafsirkan sebuah pengamatan. Kita mengamati sesuatu karena ada minat perhatian yang mengadakan seleksi diantara semua rangsangan yang terdapat di lingkungan kita untuk diamati atau ditafsirkan, kecuali kita

kerahkan minat perhatian kita dengan khusus untuk menafsirkan semuanya. Minat perhatian itu ditentukan oleh struktur kebutuhan atau motif yang terdapat pada seseorang. Jadi sebenarnya motif-motif kita, melalui minat dan perhatian kita, mempunyai peranan besar dalam menentukan apa yang kita lihat, dengar, dan amati di lingkungan kita (Gerungan:2010).

Beberapa informan mengatakan bahwa pengalaman setelah menggunakan media sosial Tiktok yaitu terdapat pengalaman positif dan pengalaman negative. Dari pengalaman positif yaitu mendapatkan teman baru dan dapat dikenal oleh banyak orang, pengguna mengungkapkan mendapat teman baru setelah menggunakan media sosial Tiktok karena di aplikasi Tiktok terdapat kolom komentar yang dapat membuat para pengguna Tiktok memberikan tanggapan nya mengenai konten yang dibuat. Kemudian ada pula pengalaman negative yang dirasakan oleh para informan diantaranya adalah hujatan, kritikan dan boros kuota pengalaman tersebut dirasakan oleh beberapa informan yang pernah mendapatkan hujatan dari pengguna akun Tiktok lain

melalui kolom komentar atau pun secara langsung, kemudian ada pula beberapa tanggapan dari informan yang merasa menjadi boros kuota, karena terlalu sering menggunakan media sosial Tiktok.

Penelitian dari beberapa informan diperkuat oleh narasumber, pendapat menurut triangulasi sumber seorang *Corporate Secretary* PT. Pikiran Rakyat Bandung Erwin Kustiman (47 tahun) bahwa terdapat dampak positif dan negative menggunakan media sosial Tiktok, menurutnya dampak positif dari media sosial Tiktok yaitu sebagai sarana hiburan dan olahraga dan negative dari media sosial Tiktok yaitu tanpa ada pembatasan standar usia pengguna Tiktok bisa berdampak pada aspek psikologi anak dan remaja karena tidak ada penyaringan konten yang berbau dewasa dan pornografi. Kebiasaan mengakses Tiktok tanpa pembatasan waktu juga akan membuat penggunanya kecanduan sehingga justru menimbulkan pekerjaan atas tugas yang lebih penting. Dampak negative lainnya semakin membuat minat baca menjadi rendah karena kita keasyikan melihat tayangan video alih alih membaca buku.

3.3 Kepuasan Pengguna Media Sosial Tiktok

Kepuasan adalah suatu kondisi dimana keinginan, harapan dipenuhi setiap layanan diberikan dinilai memuaskan apabila layanan tersebut dapat memenuhi keinginan seseorang. Pengukuran kepuasan merupakan elemen penting dalam menyediakan layanan yang lebih baik, lebih efisien dan efektif. Ketika seseorang merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka layanan tersebut dapat disimpulkan sebagai tidak efektif dan tidak efisien. Meningkatkan kepuasan merupakan factor yang penting dalam mengembangkan suatu system layanan layanan yang disediakan.

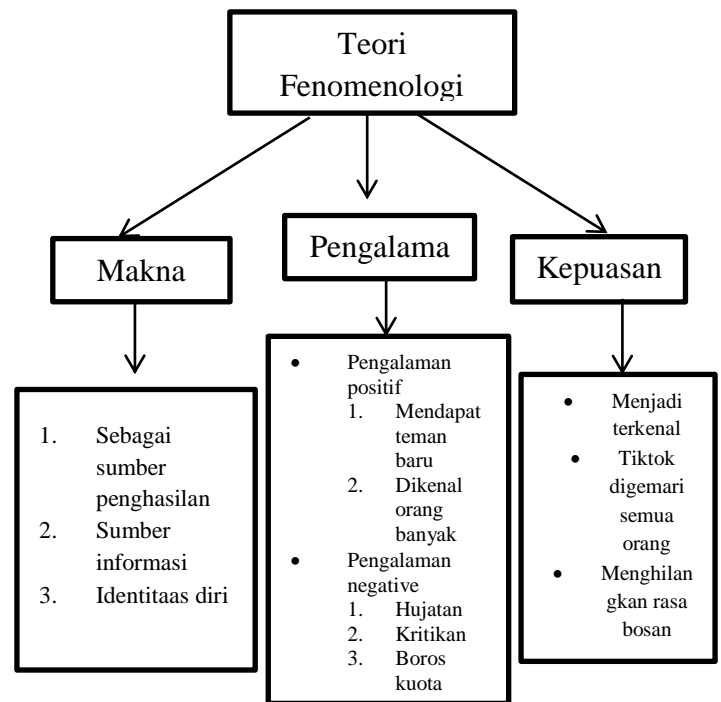
Dari hasil wawancara dengan 10 informan, peneliti menyimpulkan bahwa kepuasan diri menggunakan media sosial Tiktok, menjadi dikenal banyak orang, dan Tiktok juga merupakan aplikasi yang digemari oleh semua orang, dan menghilangkan rasa bosan. Dengan sering mengunggah konten video di Tiktok maka akan banyak orang yang melihat dan bahkan akan banyak juga orang yang menyukai konten tersebut jika di kemas dengan menarik. Menurut pengakuan beberapa informan Tiktok saat

ini memang sangat digemari karena aplikasi ini bertujuan untuk menghibur dan menarik para pengguna akun Tiktok agar merasa puas dan nyaman ketika menggunakan media sosial Tiktok dan terbukti memang bahwa Tiktok menjadi semakin di gemari, tidak hanya dari kalangan remaja namun juga anak-anak dan ibu rumah tangga yang ikut serta menggemari aplikasi ini.

Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan (Keller : 2009) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersiapkan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Jadi, tingkat kepuasan dan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Penelitian dari beberapa informan diperkuat oleh

narasumber, pendapat menurut seorang *Corporate Secretary* PT.Pikiran Rakyat Bandung Erwin Kustiman (47 tahun) bahwa media sosial dunia mulai pada awal tahun 2000-an, yang mana saat itu, situs media sosial pertama dikuasai oleh *MySpace* dengan satu juta pengguna aktif setiap bulan. Situs media sosial ini mencapai puncak dan menjadi tonggak sejarah sekitar tahun 2004 dan terus berkembang sampai sekarang. Saat ini pengguna internet di Indonesia sudah menembus 170juta atau 70% dari jumlah penduduk, sehingga akses dan penggunaan media sosial akan terus berkembang.



Bagan kesimpulan hasil penelitian

IV. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengamatan serta wawancara pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan atas penelitian “Kepuasan Diri Pengguna Media Sosial Tiktok” sebagai berikut :

1. Makna diri kreatif pengguna media sosial Tiktok dalam makna ini bisa melihat adanya sumber penghasilan. Sumber penghasilan yang muncul dari berbagai aspek seperti bisnis, dan ketenaran. Selain itu, para pengguna memaknai media sosial Tiktok sebagai media persentasi atau identitas diri karena di dalam media sosial Tiktok tersebut mereka berupaya untuk membentuk identitas dirinya dan mempersentasikan siapa dirinya di dalam media sosial Tiktok. Ada juga yang memaknai sebagai sumber informasi bagi para pengguna media sosial Tiktok, karena ketika ada hal yang sedang viral pasti akan muncul di FYP atau beranda di akun Tiktok.
2. Pengalaman setelah menggunakan media sosial Tiktok bagi para pengguna terdapat sisi positif dan negative nya, jika dilihat dari sisi positif mereka mendapat teman baru dan menjadi dikenal banyak orang. Kemudian dilihat dari sisi negative nya dengan mereka menggunakan media sosial Tiktok ada hujatan dan kritikan yang didapat oleh informan, hujatan dan kritik tersebut didapat melalui kolom komentar, namun itu tidak

membuat mereka berhenti untuk membuat konten. Kemudian ada juga pengalaman informan setelah menggunakan media sosial Tiktok menjadi boros kuota, karena mereka terlalu sering membuat konten video dan terlalu sering melihat beranda yang ada di Tiktok.

3. Kepuasan diri pengguna media sosial Tiktok yaitu menjadi terkenal pengguna media sosial Tiktok bebas berkreasi sesuai hati mereka untuk membuat konten Tiktok yang bertujuan untuk menarik perhatian pengguna Tiktok lain dan menjadikan dirinya terkenal. Kemudian, Tiktok memang sedang digemari semua kalangan karena di masa pandemi seperti sekarang ini semua orang lebih memiliki banyak waktu di rumah dan Tiktok merupakan salah satu jalan keluar mereka untuk menghilangkan rasa bosan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama, 2010.
- Denis, McQuail. 2013. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika, 2013.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi*. Bandung : Widya Pajajaran, 2009.

Moleong, L.J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 2011.

Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung : Remaja Rosdakarya, 2012.

Moleong, LJ. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. s.l. : Remaja Rosdakarya , 2011.

Mulyana, Daddy. 2013. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 2013.