

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

***SELF DISCLOSURE: HIDDEN TALENT* REMAJA MELALUI MEDIA
SOSIAL TIKTOK DI KOTA PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau



RETNO ASTARI HASTUTI

NPM : 189110011

PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2022

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN PEMBIMBING


Nama : Retno Astari Hastuti
NPM : 189110011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata-Satu (S-1)
Hari/Tanggal Ujian Skripsi : 8 Juni 2022
Judul Penelitian : *Self Disclosure: Hidden Talent* Remaja Melalui
Media Sosial TikTok Di Kota Pekanbaru.

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian Komprehensif.


Pekanbaru, 17 Mei 2022

Menyetujui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Pembimbing



(Dr. Fatmawati, S. IP., MM)



(Dr. Fatmawati, S. IP., MM)

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Retno Astari Hastuti
NPM : 189110011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal Komprehensif : Rabu / 8 Juni 2022
Judul Skripsi : *Self Disclosure: Hidden Talent* Remaja Melalui
Media Sosial TikTok Di Kota Pekanbaru.

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 20 Juni 2022

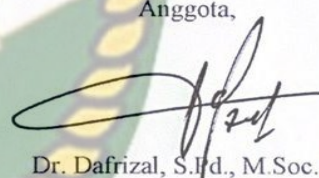
Tim Seminar

Ketua,

Anggota,



Dr. Fatmawati, S.I.P., MM



Dr. Dafrizal, S.I.P., M.Soc. Sc

Mengetahui,

Wakil Dekan I

Anggota



Cutra Aslinda, M. I. Kom




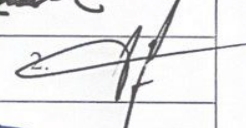
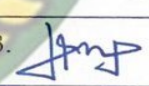
Cutra Aslinda, M. I. Kom

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan (SK) Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor : 1083/A-UIR/3-Fikom/2022 Tanggal **02 Juni 2022** maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini **Rabu** Tanggal **08 Juni 2022 Jam 10.00 – 11.00 WIB** bertempat di ruang **Rapat Dekan** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa atas:

Nama : **Retno Astari Hastuti**
NPM : 189110011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : *“Self Disclosure: Hidden Talent Remaja Melalui Media Sosial TikTok Di Kota Pekanbaru”* .
Nilai Ujian : Angka : “84” ; Huruf : “A-”
Keputusan Hasil Ujian : Lulus
Tim Penguji :

NO	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Fatmawati, S.IP., MM	Ketua	1. 
2.	Dr. Dafrizal, S.Pd., M.Soc. Sc	Penguji	2. 
3.	Cutra Aslinda, M. I. Kom	Penguji	3. 

Pekanbaru, 08 Juni 2022

Dekan


Dr. Muhd AR. Imam Riau, M. I. Kom

NPK : 150802514

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**SELF DISCLOSURE: HIDDEN TALENT REMAJA MELALUI MEDIA
SOSIAL TIKTOK DI KOTA PEKANBARU**

Yang diajukan oleh :
Retno Astari Hastuti
189110011

Pada Tanggal :
20 Juni 2022

Mengesahkan
DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

Dr. Muhd AR. Imam Riau, M. I. Kom

Tim Penguji

Dr. Fatmawati, S.IP., MM

Dr. Dafrizal, S.Pd., M.Soc. Sc

Cutra Aslinda, M. I. Kom

Tanda Tangan,



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Retno Astari Hastuti
Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 4 Desember 2000
NPM : 189110011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
FAKULTAS : Ilmu Komunikasi
Alamat/No.Tlp : Jl. Kinibalu No. 21 Pekanbaru / 081268928898
Judul Skripsi : *Self Disclosure: Hidden Talent* Remaja Melalui Media Sosial TikTok Di Kota Pekanbaru.

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (skripsi) adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (skripsi) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (poin 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai skripsi dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 17 Mei 2022
Yang Menyatakan,



Retno Astari Hastuti

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang

Saya persembahkan karya ini sebagai tanda bakti dan ucapan terima kasih saya kepada kedua orang tua saya, Bapak Nur Sutarman dan Ibu Fitria.

MOTTO

*“Maka jika kamu telah selesai (dari sesuatu urusan),
tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)”*

(Q.S. Asy-Syarh: 7)

*“Dimana-pun kamu berada, selalu menjadi yang
terbaik dan berikan yang terbaik dari yang bisa kamu
berikan”*

(Prof. Dr. Ing. H. Bacharuddin Jusuf Habibie, FREng)

*“Create the world that we have always dreamed of,
let’s make the impossible possible”*

(Retno Astari Hastuti)



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, Puji dan syukur hanya kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, nikmat, dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul *Self Disclosure: Hidden Talent Remaja Melalui Media Sosial TikTok Di Kota Pekanbaru* dengan baik.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak maka skripsi ini akan jauh lebih sulit dari yang dijalankan. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Dr. Muhd AR Imam Riauan, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Dr. Fatmawati, S.IP., MM selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, sekaligus dosen pembimbing akademik dan dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberi nasehat, arahan dan masukan serta meluangkan waktu dalam proses bimbingan.
3. Seluruh Dosen dan staff karyawan Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
4. Kedua orangtua-ku, Bapak Nur Sutarman dan Ibu Fitria yang selalu setia memberikan dukungan moril maupun materil, serta doa yang tidak pernah putus. Kepada adikku Bunga Trisna dan Rafa yang menjadi sumber motivasi.

5. Sahabat seperjuangan-ku, Desi Yustarina, Orina Vaniola, Lidya Fitriani, Muhammad Syahrizad dan Septi Anisa Pakpahan yang selalu terlibat dari semester awal kuliah hingga titik akhir perkuliahan.
6. Nurul Dinda Chairunnisa, Marissa Quratul Aini, Rezky Fahnella Putri, Alya Rahayu, Hanifa, Neka Cahayanda, Mufti Adli, Fahri Ramadhan, Daffa Ulayya, Naufal Fahsa, Arya Azhari, Herry Wijaya sebagai sahabat masa sekolah yang telah memberikan banyak waktu bersama untuk berbagi pemikiran.
7. Andini Novianti, Fairuz Zahwa dan Sri Wahyu Ningsih sebagai informan penelitian yang telah bersedia memberikan waktu dan bantuan sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
8. Keluarga besar MeetUp Coworking Space dan teman-teman magang seperjuangan yang selalu memberikan semangat kepada penulis.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, 17 Mei 2022

Penulis,

Retno Astari Hastuti

DAFTAR ISI

Judul	
Persetujuan Tim Pembimbing Skripsi	ii
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	iii
Berita Acara Ujian Komperhensif Skripsi	iv
Lembar Pengesahan	v
Lembar Pernyataan	vi
Persembahan	vii
Motto	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar dan Lampiran	xiv
Abstrak	xvi
<i>Abstract</i>	xix

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian	10
C. Fokus Penelitian	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur	12
1. Media Baru dan Media Sosial	12
2. TikTok	17
3. Pengungkapan Diri (<i>Self Disclosure</i>)	20
4. <i>State of the Art</i>	27
B. Definisi Operasional	28
C. Penelitian Terdahulu yang relevan	29

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	32
B. Subjek dan Objek Penelitian	34
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
D. Sumber Data	38
E. Teknik Pengumpulan Data	39

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	41
G. Teknik Analisis Data	42

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian	43
B. Hasil Penelitian	56
C. Pembahasan Penelitian	105

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	112
B. Saran	112

**Daftar Pustaka
Lampiran**



Daftar Tabel

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Daftar Informan Kunci Penelitian	36
Tabel 3.2	Waktu Penelitian	37
Tabel 4.1	Rekapitulasi Data Informan Kunci	56



Daftar Gambar

Gambar 1.1	Infografis Media Sosial	3
Gambar 1.2	<i>Trend Makeup</i> 17 Agustus	5
Gambar 1.3	Akun Pengguna TikTok	6
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian	27
Gambar 4.1	Informan Kunci Andini	43
Gambar 4.2	Profil Instagram Andini	45
Gambar 4.3	Profil TikTok Andini	46
Gambar 4.4	Profil Snack Video Andini	47
Gambar 4.5	Informan Kunci Fairuz	48
Gambar 4.6	Profil Instagram Fairuz	50
Gambar 4.7	Profil TikTok Fairuz	51
Gambar 4.8	Informan Kunci Ningsih	52
Gambar 4.9	Profil Instagram Ningsih	54
Gambar 4.10	Profil TikTok Ningsih	55
Gambar 4.11	Konten TikTok Andini	58
Gambar 4.12	Konten TikTok Fairuz	59
Gambar 4.13	Konten TikTok Ningsih	60
Gambar 4.14	Konten TikTok 17 Agustus Andini	62
Gambar 4.15	Konten TikTok Tutorial Fairuz	63
Gambar 4.16	Konten TikTok Hari Pahlawan Ningsih	64
Gambar 4.17	<i>Feedback</i> Positif Konten TikTok Fairuz	66
Gambar 4.18	<i>Feedback</i> Positif Konten TikTok Ningsih	67
Gambar 4.19	Konten Kolaborasi TikTok Ningsih	68

Gambar 4.20	<i>Feedback</i> Positif Konten TikTok Andini	69
Gambar 4.21	<i>Feedback</i> Negatif Konten TikTok Andini	70
Gambar 4.22	Konten TikTok Andini	72
Gambar 4.23	Konten TikTok Fairuz	73
Gambar 4.24	Konten TikTok Ningsih	74
Gambar 4.25	Konten TikTok Andini	76
Gambar 4.26	Konten TikTok Fairuz	77
Gambar 4.27	Konten TikTok Ningsih	78
Gambar 4.28	Konten TikTok Andini	81
Gambar 4.29	Konten TikTok Fairuz	82
Gambar 4.30	Konten TikTok Ningsih	83
Gambar 4.31	Konten TikTok Andini	85
Gambar 4.32	Konten TikTok Fairuz	86
Gambar 4.33	Konten TikTok Ningsih	87
Gambar 4.34	Konten TikTok Andini	89
Gambar 4.35	Konten TikTok Fairuz	90
Gambar 4.36	Konten TikTok Ningsih	91
Gambar 4.37	Konten TikTok Hari Kartini Andini	93
Gambar 4.38	Konten TikTok Tutorial Fairuz	94
Gambar 4.39	Konten TikTok Tutorial Ningsih	95
Gambar 4.40	Konten TikTok Andini	97
Gambar 4.41	Konten TikTok Fairuz	98
Gambar 4.42	Konten TikTok Ningsih	99
Gambar 4.43	Konten TikTok Andini	102
Gambar 4.44	Konten TikTok Fairuz	103

Gambar 4.45 Konten TikTok Ningsih 104
Gambar 4.46 Model Hasil Penelitian 110



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

Daftar Lampiran

Lampiran 1 : Daftar Wawancara

Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara

Lampiran 3 : Dokumentasi Wawancara

Lampiran 4 : Dokumentasi Wawancara



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

Abstrak

***SELF DISCLOSURE: HIDDEN TALENT* REMAJA MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK DI KOTA PEKANBARU**

Retno Astari Hastuti

189110011

Penelitian ini bertujuan bagaimana pengalaman remaja dalam melakukan pengungkapan diri (*self disclosure*) melalui media sosial TikTok. Hadir dengan berbagai macam fitur menarik menjadikan pengguna TikTok berani leluasa menyalurkan kreativitas diri, mengekspresikan diri dan mengembangkan talenta baru yang sebelumnya tidak diketahui atau tidak dimiliki sehingga memungkinkan terjadinya pengungkapan *hidden talent*. Pengungkapan diri kerap dilakukan dalam pembuatan konten seperti individu melakukan dan menunjukkan kreativitas dirinya di lingkungan yang tidak diketahuinya. Dalam hal ini individu akan menentukan *self disclosure* yang dilakukan saat pembuatan konten dalam rangka menunjukkan talenta dirinya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pendekatan fenomenologi dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi serta subjek penelitian 3 orang pengguna media sosial TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman informan dalam menggunakan TikTok sebagai media *hidden talent* ditemukan 3 kategori yaitu TikTok sebagai media pengungkapan talenta diri, topik konten di TikTok dan *feedback* pengungkapan talenta diri di TikTok serta ditemukan 3 makna seperti makna TikTok sebagai media hiburan, media informasi, sarana pengungkap kekesalan dan sarana untuk mengisi waktu luang, makna konten sebagai kepercayaan diri, pengekspresian diri dan pengisi waktu luang serta makna *feedback* sebagai tanda bahwa individu lain menyukai konten yang dibuat, pemenuhan ekspektasi individu lain dan evaluasi diri.

Kata kunci: *Self Disclosure, Hidden Talent, TikTok*

Abstract

***SELF DISCLOSURE: TEENAGE HIDDEN TALENT THROUGH TIKTOK
SOCIAL MEDIA IN PEKANBARU CITY***

Retno Astari Hastuti

189110011

This study tries to explore how TikTok social media affect teenagers self-disclosure. With a range of intriguing features, TikTok users can freely channel their creativity, express themselves, and create new abilities that were previously unknown or unowned, allowing hidden talents to be revealed. Individuals do and express their creativity in an unknown context, therefore self-disclosure is common in content production. In this instance, the individual will decide on self-disclosure throughout content development in order to demonstrate his ability. The research subjects are three TikTok users, and the study employs a qualitative method, a phenomenological approach, and data gathering procedures such as observation, interviews and documentation. The findings revealed that informants experiences with TikTok as a hidden talent were divided into three categories: TikTok as a medium for self-talent disclosure, TikTok content topics, and feedback on TikTok self-talent disclosure, as well as three meanings: TikTok as entertainment media, information media, expressing annoyance, filling spare time, content as self-assurance, self-expression, and a way to pass the time, also the meaning of feedback as confirmation that others appreciate the material provided, fulfillment of other people's expectations, and self-evaluation.

Keywords: *Self Disclosure, Hidden Talent, TikTok*

خلاصة

الإفصاح عن الذات: المواهب الشبابية المخفية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي TIKTOK في مدينة بيكانبارو

Retno Astari Hastuti

189110011

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيفية تجربة المراهقين للإفصاح عن الذات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي Tik Tok. يأتي مع مجموعة متنوعة من الميزات المثيرة للاهتمام ، مما يجعل مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي Tik Tok يجرون على توجيه إبداعاتهم بحرية ، والتعبير عن أنفسهم وتطوير مواهب جديدة لم تكن معروفة أو غير مملوكة من قبل ، مما يتيح الكشف عن المواهب المخفية. غالبًا ما يتم الإفصاح عن الذات في إنشاء المحتوى ، مثل كيفية أداء الأفراد وإظهار إبداعاتهم في بيئة غير معروفة. في هذه الحالة ، سيحدد الفرد الإفصاح الذاتي الذي يتم أثناء إنشاء المحتوى لإظهار موهبته. في هذه الدراسة ، استخدم الباحثون طريقة نوعية مع نهج ظاهري. تستخدم هذه الدراسة تقنيات جمع البيانات للمراقبة والمقابلات والتوثيق مع موضوعات البحث 3 مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي Tik Tok. أظهرت النتائج أن تجربة المخبرين في استخدام Tik Tok كوسيط موهبة خفية تم العثور عليها في 3 فئات ، وهي Tik Tok كوسيلة للكشف عن المواهب الذاتية ، وموضوعات المحتوى على Tik Tok والتعليقات على الكشف عن المواهب الذاتية على Tik Tok ووجدت 3 معاني مثل معنى Tik Tok كوسائط ترفيهية ، ووسائط معلومات ، ووسائط تعبر عن الانزعاج ووسيلة لملء وقت الفراغ ، ومعنى المحتوى كالثقة بالنفس ، والتعبير عن الذات ، وحشو وقت الفراغ ، ومعنى التعليقات كعلامة على ذلك أفراد آخرون مثل المحتوى الذي تم إنشاؤه وتحقيق توقعات الأفراد الآخرين والتقييم الذاتي.

الكلمات الرئيسية: الإفصاح عن الذات ، الموهبة المخفية ، Tik Tok

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

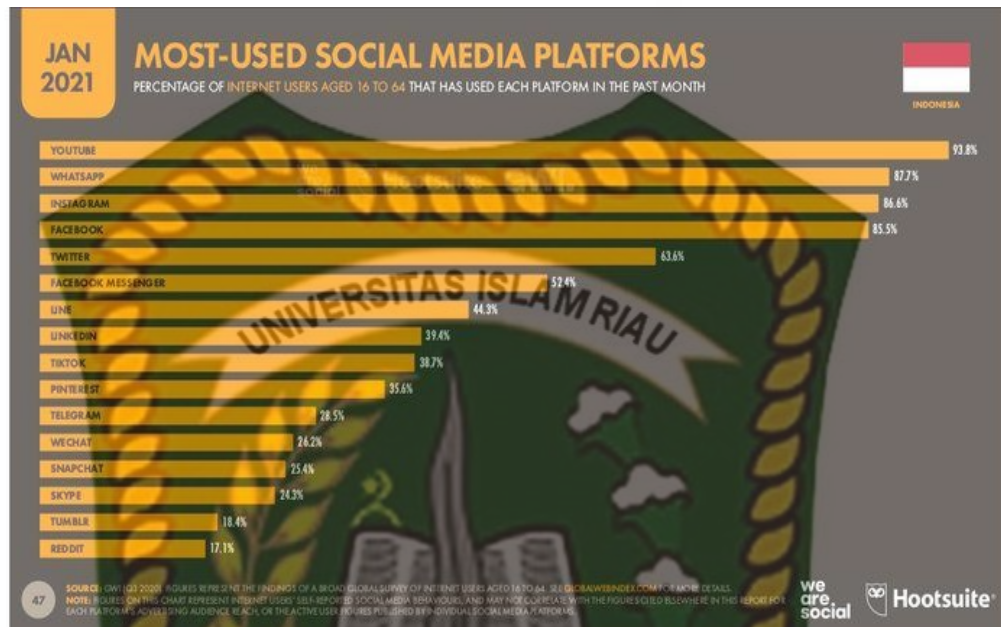
Teknologi komunikasi memiliki banyak pengaruh terhadap pertumbuhan media. Terdapat bentuk media massa, media elektronik dan media baru. Terlebih media baru yang semakin berkembang dan populer yaitu jejaring sosial. Media baru ini digunakan oleh penggunanya untuk mengekspresikan diri dan menyampaikan pandangan terhadap suatu hal. Perkembangan *new media* sangat cepat dan memberikan banyak pengaruh di masyarakat. Media sosial adalah bagian dari *platform* internet, memungkinkan pergantian *user-generated content* (Kaplan & Haenlien dalam Purbohastuti 2017: 214). Media sosial dapat diakses menggunakan berbagai perangkat seperti komputer, laptop, tablet dan *smartphone* sehingga dapat mempermudah penggunanya untuk menjangkau dimana saja dan kapan saja.

Adanya internet dan media sosial sebagai teknologi komunikasi memberikan kemudahan bagi pengguna internet (*netizen*) menerima informasi oleh berbagai pelosok dunia tanpa terhalang jarak dan waktu. Tidak hanya itu, penerapan media sosial dimaknai menjadi salah satu media yang dapat mendukung pengungkapan maupun pengembangan talenta dan kreativitas diri. Melalui media sosial penggunanya dapat melakukan interaksi secara sosial dengan pengguna lainnya sehingga terciptanya umpan balik yang dapat dijadikan sebagai pedoman untuk berperilaku di dalam media sosial serta dapat menciptakan konsep diri.

Di era yang serba cepat sekarang ini, jejaring sosial adalah wujud media sosial yang umum digunakan. Lembaga *We Are Social* (Nasrullah dalam Setiadi, 2015: 1) menyiarkan hasil penelitiannya bahwa netizen dan media sosial di Indonesia cukup memadai. Diberi contoh dari media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Twitter, Facebook, TikTok, Ask.fm, Telegram dan lain-lain. Akan tetapi pada penelitian ini berfokus dengan satu media sosial yaitu TikTok. TikTok merupakan salah satu media sosial yang sedang ramai dibahas. TikTok diluncurkan oleh perusahaan yang berasal dari Tiongkok pada tahun 2016 oleh *ByteDance Company*.

Pertengahan tahun 2018 TikTok berasosiasi bersama aplikasi Musical.ly dan pada saat itu TikTok dijuluki sebagai *the-most download app-store*. TikTok berhasil unggul menempati peringkat kedua sesudah WhatsApp yang mempunyai 1.5 miliar pengguna (Kusuma dalam Adawiyah, 2020: 136). Selain itu TikTok juga menjadi kategori media sosial yang menghibur (Adawiyah, 2020: 136). Namun pada pertengahan tahun 2018 TikTok pernah dibekukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan pelaporan adanya konten-konten negatif dan tidak mendidik contohnya pornografi, amoral, fitnah, kekerasan seksual hingga tayangan yang membuat publik resah. Akhirnya media sosial TikTok dapat digunakan kembali hingga Indonesia menjadi negara pengunduh TikTok terbanyak di dunia (Ferdiansyah dalam Oktaviana, 2021: 174).

Gambar 1.1 Infografis Media Sosial Paling Banyak Digunakan pada Januari 2021



Sumber: Digital Report Indonesia <https://hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/> , Diakses pada 23 Desember 2021

Gambar 1.1 merupakan infografis media sosial yang paling banyak digunakan pada Januari 2021. Menurut data Sensor Tower dalam Fibrianingrum (2021: 3) Indonesia merupakan negara yang paling banyak mengunduh TikTok. Pernyataan tersebut didukung oleh data pelaporan *We Are Social* dan *Hootsuite* dalam Fibrianingrum (2021: 3) yang memberikan penempatan TikTok sebagai media sosial urutan ke-sembilan paling banyak digunakan masyarakat Indonesia umur 16-64 tahun dengan persentase 38,7%. Selain itu TikTok juga menjadi media sosial urutan keempat paling lama digunakan yaitu selama 13,8 jam/bulan.

TikTok kembali ramai diperbincangkan, hampir seluruh *platform* media sosial terdapat tayangan konten TikTok yang di *share* netizen. TikTok diilustrasikan sebagai *platform* yang memungkinkan penggunanya menciptakan gambar bergerak yang kemudian akan berputar satu putaran sampai dengan menentukan untuk pindah ke video selanjutnya. Membuat video di TikTok sebagian besar didasarkan pada cuplikan musik yang merupakan lagu-lagu populer, pengguna menyinkronkan lirik dan musik. Konten yang berada pada media sosial TikTok cukup beragam seperti komedi, tari, tips, kecantikan, edukasi, sosialisasi dan sebagainya (Fibrianingrum, 2021: 2).

Pada TikTok pengguna dapat melakukan pembuatan video atau foto secara langsung maupun mengunggah video atau foto yang sudah ada dengan pilihan durasi 15 detik, 60 detik atau 3 menit, serta dapat menambahkan fitur lain seperti kecepatan, filter, efek foto dan suara, penambahan suara dan musik, teks, stiker dan lain-lain. Hal yang membuat aplikasi ini menjadi lebih menarik adalah banyaknya pilihan musik, filter dan kesempatan konten untuk dilihat pengguna lainnya dengan fitur *for your page* atau FYP (Fibrianingrum, 2021: 2).

Terdapat banyak *trend* pada media sosial TikTok yang dapat dijadikan konten oleh penggunanya seperti tantangan (*challenge*) atau edukasi. *Top five content* TikTok diantaranya komedi, edukasi, *fashion* dan *beauty*, talenta, dan kuliner (Anugrah, 2020). Pada penelitian ini berfokus pada konten *beauty*. Contoh dari *trend challenge* adalah *art makeup challenge*, *girl in the mirror*, *barbie challenge*, *3 menit challenge*, gaya dirumah dan *special event*. Contoh dari *trend* edukasi seperti tutorial *makeup*, tutorial transisi *makeup*, *hacks product* dan lain-lain.

Gambar 1.2
Trend Makeup 17 Agustus



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdSqNkrR/>

Diakses pada 23 Desember 2021

Gambar 1.2 diatas adalah *trend makeup* 17 Agustus, para pengguna TikTok diminta untuk merias wajah mereka bertema hari kemerdekaan sesuai dengan kreativitas masing-masing. *Trend* seperti *makeup* 17 Agustus ini merupakan bagian dari *special event*. Pengguna akan melakukan pembuatan konten sesuai dengan hari-hari besar nasional maupun internasional.

Menjadi seorang *content creator* atau jika di media sosial TikTok disebut sebagai TikTokers dapat dilakukan siapa saja tanpa harus memiliki keahlian khusus, bahkan dengan mencoba untuk membuat konten video seperti tarian bebas, vlog, nyanyi, *review* produk, *lipsync* dan lain-lain dapat memberikan penemuan keahlian baru pada diri. Dengan banyaknya fitur pada TikTok dapat mendorong para penggunaanya untuk terus mengembangkan kreativitasnya.

Gambar 1.3 Akun Pengguna TikTok



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSeuRNr53/>

diakses pada 23 Desember 2021

Gambar 1.3 merupakan akun pengguna TikTok yang menjadi salah satu *key informant* penelitian bernama Andini Novianti dengan nama pengguna @bbydini_ dan jumlah pengikut 22,9K. Konten-konten yang dibagikan oleh Andini melalui akun TikTok-nya seperti tutorial *makeup*, *review product*, *challenges*, *tips and tricks*, tutorial video transisi, dan lain-lain serta mengikuti *trend* yang ada seperti *art makeup challenge* dan 17 Agustus.

TikTok tidak memberikan batasan kepada penggunaannya untuk mengakses konten pengguna lainnya sehingga pengguna satu dengan lainnya dapat saling menunjukkan kreativitas hingga melakukan kolaborasi. Para pengguna TikTok kerap berlomba-lomba untuk menyajikan konten yang dapat memberikan manfaat dan ilmu baru, namun tidak sedikit pula terdapat konten-konten berunsur negatif dan bersifat sensitif. Selain itu penggunaan TikTok dapat digunakan untuk mengungkapkan talenta diri.

Pengungkapan diri (*self-disclosure*) merupakan bagian tahap pembukaan informasi perihal seseorang kepada individu lainnya dengan mempunyai maksud dan tujuan tertentu. *Self disclosure* sebagai kemampuan diri untuk mengutarakan informasi tentang dirinya kepada individu lainnya (Ningsih, 2015: 21). Umumnya informasi yang terdapat pada *self disclosure* ini merupakan informasi bersifat signifikan. Para pengguna dari TikTok tentunya mempunyai tujuan dan alasan yang mendorongnya untuk aktif atau pernah membuat konten pada akun TikTok-nya. Diantaranya untuk menghibur diri sendiri dan orang lain, ajang eksistensi diri, kebutuhan tugas, media promosi penjualan, media edukasi dan lain-lain.

Berdasarkan penelitian Mailoot (2017) mengenai pengungkapan diri di media sosial Snapchat bahwa penggunaan Snapchat dapat mengundang mahasiswa menyelenggarakan *self-disclosure*. Dengan fitur-fitur yang menarik membuat mahasiswa tertarik menggunakan Snapchat sebagai media untuk melaksanakan *self-disclosure*. Penelitian lainnya oleh Zaskya (2021) mengenai *self-disclosure* di media sosial Twitter juga menunjukkan hasil pengungkapan diri. Bentuk *self disclosure* yang dilakukan seperti curhatan hati, emosi, sedih dan hal tersebut dilakukan untuk meringankan beban pikiran.

Dalam hal ini penggunaan media sosial TikTok turut mempengaruhi perilaku penggunanya dalam mengungkapkan *hidden talent*. Dengan fitur-fitur yang disediakan, TikTok dapat mendorong penggunanya berani untuk leluasa menyalurkan kreativitas yang dimiliki, mengekspresikan diri dan mengembangkan talenta-talenta baru yang sebelumnya tidak diketahui atau tidak dimiliki oleh penggunanya sehingga memungkinkan terjadinya pengungkapan *hidden talent* dari penggunanya. Dikala ini *self-disclosure* kerap dilakukan pada pembuatan konten seperti bagaimana individu melakukan serta menunjukkan kreativitas dirinya di lingkungan yang tidak dikenal. Seseorang akan memutuskan *self disclosure* yang dilaksanakan pada pembuatan konten dalam hal mengekspos talenta diri.

Peneliti tertarik meneliti *Self Disclosure: Hidden Talent* Remaja melalui Media Sosial TikTok. Pengguna TikTok yang pernah atau aktif dalam pembuatan konten akan mengungkapkan lebih banyak informasi sebagai bentuk *self-disclosure*. Penelitian sebelumnya oleh Ningsih (2015) yang berfokus pada media sosial LegaTalk sebagai

media pengungkapan diri, menggunakan informan pengguna media sosial random yang ditemui, sedangkan dalam penelitian ini peneliti berfokus pada pengalaman remaja dalam menggunakan TikTok sebagai pengungkapan diri dan memilih informan yang merupakan remaja di Kota Pekanbaru dengan kriteria-kriteria tertentu.

Berdasarkan kutipan wawancara dengan seorang remaja di perguruan tinggi swasta Kota Pekanbaru “Aku sih *upload* video gitu di TikTok awalnya untuk seru-seruan aja, ikut-ikutan *trend* yang ada eh ternyata seru juga, banyak yang tonton, akhirnya keasyikan sampai aku nggak nyangka aja sih aku bisa seberani itu buat video yang bukan aku banget, diluar dari kemampuan aku sebelumnya”. Senada dengan yang dikatakan oleh remaja diatas, hal ini juga dibenarkan oleh remaja lainnya “TikTok dari pengalaman aku memang berpengaruh sih untuk jadi tempat nyalurkan, kembangkan kreativitas dan di TikTok juga sudah menjadi media untuk aku berani mengungkapkan talenta-talenta dalam diri aku”.

Peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi dalam mengeksplorasi pengalaman yang dialami secara langsung oleh remaja dalam melakukan eksplorasi *hidden talent* nya melalui media sosial TikTok. Oleh sebab itu peneliti akan melakukan penelitian berjudul “***SELF DISCLOSURE: HIDDEN TALENT REMAJA MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK DI KOTA PEKANBARU***”. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui lebih dalam lagi mengenai permasalahan *self disclosure hidden talent* melalui media sosial TikTok.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka dapat disimpulkan identifikasi masalah:

1. Media sosial TikTok ramai diperbincangkan sebagai media informasi dan hiburan.
2. Adanya konten negatif pada media sosial TikTok sehingga pernah dibekukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika.
3. Terdapat banyak fitur pada media sosial TikTok yang dapat digunakan untuk kreativitas diri.
4. Pengungkapan talenta tersembunyi melalui media sosial TikTok.

C. Fokus Penelitian

Fokus penulisan dalam penelitian ini yaitu menganalisa masalah tentang *self disclosure*, *hidden talent* bagi remaja melalui media sosial TikTok. Penelitian ini dilakukan dengan subjeknya yaitu remaja di Kota Pekanbaru yang merupakan pengguna dari media sosial TikTok dan aktif atau pernah melakukan pembuatan konten di media sosial TikTok.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pengalaman remaja dalam melakukan pengungkapan diri (*self disclosure*) melalui media sosial TikTok?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1) Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengalaman remaja dalam melakukan pengungkapan diri (*self disclosure*) melalui media sosial TikTok.

2) Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait, diantaranya terdapat dua manfaat penelitian, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan bermanfaat untuk mengembangkan kajian komunikasi terkait *self disclosure hidden talent* melalui media sosial TikTok. Manfaat ini diharapkan dapat dirasakan dunia akademik melalui publikasi di jurnal ilmiah.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan bermanfaat dalam bentuk referensi bacaan serta diharapkan dapat dirasakan dengan memberikan *summary* riset kepada pembaca, terlebih mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Media Baru dan Media Sosial

a. Pengertian Media Baru

Penggunaan istilah media baru atau *new media* sudah digunakan sejak tahun 1960 serta telah meliputi teknologi komunikasi terapan yang terus mengalami perkembangan dan bermacam. Nugroho (2014: 15) memaparkan *new media* dipandang sebagai penolakan komunikasi massa yang merupakan ide lama yang hadir pada teori kritis. Perbedaan dari media massa dan media *personal* tetap menjadi labil.

Diberi kesimpulan pengambilalihan komunikasi secara umum sudah memberikan perubahan pada keseimbangan kekuatan media pada khalayak yang hal ini khalayak lebih mempunyai pilihan untuk memilih dan lebih menggunakan media yang ada secara aktif. Media massa mulai dari abad ke-20 telah banyak mengalami perubahan mulai yang bersifat satu arah. *New media* adalah perangkat teknologi komunikasi yang digitalisasi dan ketersediaannya luas untuk pemakaian pribadi sebagai alat komunikasi. Media massa dan media pribadi dapat dilihat perbedaannya dari jenis keterlibatan yang diperlukan oleh pengguna.

Internet menggantikan definisi bagian-bagian yang tidak sama dalam proses komunikasi dan sebagai hasilnya dapat mengalihkan hubungan antara bagian yang satu

dengan lainnya. *Feedback* yang diciptakan dari komunikasi massa diartikan sebagai umpan balik yang dapat tersimpulkan dan tertunda.

b. Pengertian Media Sosial

Jejaring sosial atau lebih dikenal dengan media sosial adalah bagian dari media baru. Media sosial diberi arti sebagai sebuah media *online* yang mana penggunanya dapat dengan mudah bergabung, berbagi dan menciptakan isi dari blog, *social network*, wikipedia, forum dan dunia *virtual*. Dikutip dari Kaplan & Haenlien dalam Purbohastuti (2017: 214), media sosial adalah suatu bagian aplikasi berbasis internet yang dibentuk berdasarkan ideologi dan teknologi web 2.0, serta memberi kemungkinan untuk penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.

Van Dijk dalam Mailoor (2017: 7) menyebutkan bahwa media sosial merupakan *platform* media yang berfokus kepada keberadaan pengguna yang memberikan fasilitas dalam melakukan aktivitas atau berkerjasama. Meike dan Young dalam Mailoor (2017: 7) memberi pengertian media sosial sebagai pendekatan antara komunikasi pribadi dari individu dan media untuk berbagi kepada siapa saja.

Media sosial memberikan penawaran kepada siapa pun yang tertarik untuk bergabung memberikan partisipasi dan umpan balik secara terbuka, memberikan komentar dan informasi dalam jangka waktu tidak terbatas. Sehingga bisa ditarik kesimpulan media sosial merupakan sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, kolaborasi komunikasi dengan pengguna lainnya dalam bentuk tulisan, visual.

Media sosial memiliki pengaruh positif seperti menjadi sarana promosi yang terjangkau, dapat memperlebar jaringan pertemanan, sarana informasi yang bermanfaat serta menjadi sarana untuk berbagi foto, video, dan lain-lain. Namun disamping banyaknya pengaruh positif yang bisa diperoleh dari media sosial, adanya pengaruh negatif seperti dapat mengganggu waktu belajar atau kerja, banyaknya kejahatan dan penipuan, perilaku pengguna sopan-santun dan saling menghargai, dan lain-lain.

c. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik dari media sosial tidak berbeda jauh dengan media siber karena media sosial adalah salah satu *platform* dari media siber. Nasrullah (2016: 15) mengemukakan bahwa media sosial memiliki karakter khusus seperti:

1. Jaringan (*Network*)

Merupakan bagian yang menghubungkan komputer dan perangkat keras lainnya yang diperlukan karena komunikasi dapat terjadi apabila komputer satu dan lainnya saling terkoneksi, termasuk didalamnya perpindahan data.

2. Informasi (*Informations*)

Informasi adalah bagian yang penting di media sosial karena pengguna membuat suatu konten dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3. Arsip (*Archive*)

Merupakan karakter yang memberikan kejelasan informasi yang sudah tersimpan dapat diakses kembali kapan saja dan melalui perangkat apapun.

4. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial dapat membentuk jaringan antar sesama penggunanya yang bukan hanya sekedar memperluas hubungan pertemanan namun harus ditingkatkan melalui interaksi antar pengguna tersebut.

5. Simulasi sosial (*Simulation of society*)

Social media mempunyai ciri istimewa, pola yang tidak sama dan tidak ditemui pada kehidupan masyarakat secara nyata. Media sosial mempunyai karakter sebagai tempat terjadinya interaksi sosial masyarakat di dunia virtual.

6. Konten oleh pengguna (*User-generated content*)

User generated content diartikan sebagai hubungan yang pada *new media* memberikan peluang dan kebebasan penggunaannya untuk ikut serta. Beda halnya dengan media lama yang khalayak hanya sebagai objek atau sasaran yang tidak aktif dalam penyampaian pesan.

d. Kategori Pembagian Media Sosial

Dikutip Nasrullah dalam Setiadi (2016: 2) terdapat 6 kategori pembagian media sosial, yaitu:

1. Media jejaring sosial (*Social networking*)

ialah media yang paling terkenal dan merupakan alat yang biasa digunakan pengguna untuk melakukan interaksi sosial. Karakter dari *social networking* adalah setiap penggunaannya membentuk interaksi pertemanan, baik yang saling mengenal ataupun membentuk interaksi pertemanan yang baru

2. Jurnal *online* (Blog)

Blog adalah media sosial yang memberikan kemungkinan pada penggunanya untuk *sharing* aktivitas kesehariannya. Dahulunya jurnal *online* ini merupakan situs *personal* yang isinya berupa kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan tiap hari mengalami pembaharuan. Namun sekarang seiring berkembangnya teknologi, blog banyak terdapat jurnal pemilik media serta adanya kolom komentar yang dapat digunakan oleh pengguna.

3. Jurnal *online* sederhana atau *microblog* (*Micro-blogging*)

Micro-blogging adalah jenis media sosial yang dapat menyediakan fasilitas pada penggunanya untuk menulis dan mempublikasi aktivitasnya. Contoh dari *micro-blogging* ialah Twitter.

4. Media berbagi (*Media sharing*)

Media berbagi menyediakan fasilitas pada penggunanya untuk berbagi media seperti dokumen, gambar, audio, video dan lain-lain. Salah satu bentuk *media sharing* adalah Youtube.

5. Penanda sosial (*Social bookmarking*)

Merupakan media sosial yang berfungsi untuk melakukan koordinasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Salah satu bentuk dari penanda sosial adalah LintasMe, *delicious*, *stumbleUpon.com*, *Reddit*, *Digg* dan lain-lain.

6. Media konten bersama (Wikipedia)

Wikipedia hampir serupa dengan kamus atau ensiklopedia yang menyediakan pengertian, sejarah sampai dengan rujukan buku. Media konten bersama ini adalah situs yang isi konten-nya merupakan hasil kerjasama yang dikerjakan dari para penggunanya.

2. TikTok

TikTok ialah jejaring sosial berbagi video singkat dan memungkinkan penggunanya untuk membuat video menyanyi dan menari. TikTok dapat dimanfaatkan untuk merekam, mengedit dan mengunggah ke media sosial lainnya sehingga dapat diakses oleh pengguna media sosial TikTok itu sendiri ataupun yang tidak pengguna TikTok. Media sosial ini diluncurkan oleh perusahaan yang berasal dari Tiongkok pada tahun 2016 oleh *ByteDance Company*. Pertengahan tahun 2018 TikTok berasosiasi bersama aplikasi Musical.ly dan pada saat itu TikTok dijuluki sebagai *the most downloaded app store*. Dikutip Kusuma dalam Adawiyah (2020: 136) TikTok berhasil unggul menempati peringkat kedua setelah WhatsApp yang memiliki 1,5 miliar pengguna. Selain itu TikTok juga menjadi kategori media sosial yang menghibur (Adawiyah, 2020: 136).

Pertengahan tahun 2018 TikTok pernah di blokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan pelaporan adanya konten-konten negatif dan tidak mendidik misalnya terdapat pornografi, amoral, fitnah, kekerasan seksual hingga konten-konten yang membuat rakyat resah. Akhirnya TikTok dapat digunakan kembali hingga

Indonesia menjadi negara pengunduh TikTok terbanyak di dunia (Ferdiansyah dalam Oktaviana, 2021: 174). Proses terbentuknya TikTok dikarenakan banyak perspektif konstruksionis sosial yang bermula dari hasil interpretasi hubungan sosial hingga membuat *sense of self* terhadap pengguna dan penontonnya yang tertarik pada suatu konten pada aplikasi TikTok.

Saat ini TikTok kembali ramai diperbincangkan, sebagian besar *platform* media sosial terdapat tayangan konten TikTok yang dibagikan oleh penggunanya. Menurut data Sensor Tower dalam Fibrianingrum (2021: 3) Indonesia merupakan negara yang paling banyak mengunduh TikTok. Pernyataan ini didukung data *We Are Social* dan *Hootsuite* dalam Fibrianingrum (2021: 3) yang memberikan penempatan TikTok sebagai media sosial urutan kesembilan paling banyak digunakan masyarakat Indonesia umur 16-64 tahun dengan persentase 38,7%. Selain itu TikTok juga menjadi media sosial urutan keempat paling lama digunakan yaitu selama 13,8 jam/bulan.

Konten yang berada pada media sosial TikTok cukup beragam seperti komedi, tari, tips, edukasi, sosialisasi dan sebagainya (Fibrianingrum, 2021: 2). Media sosial TikTok dapat digambarkan sebagai *platform* yang memungkinkan penggunanya untuk membuat gambar bergerak yang kemudian akan berputar sampai dengan menentukan untuk pindah ke video selanjutnya.

Pada media sosial TikTok pengguna dapat melakukan pembuatan video maupun foto secara langsung atau bahkan dapat mengunggah video atau foto yang sudah ada dengan pilihan durasi 15 detik, 60 detik atau 3 menit, serta penggunanya dapat menambahkan berbagai fitur lainnya yang terdapat pada media sosial TikTok

seperti penambahan musik, efek foto, efek suara, filter, teks, stiker dan lain-lain. Hal yang membuat media sosial ini menjadi lebih menarik adalah banyaknya pilihan musik, filter dan kesempatan konten untuk dilihat pengguna lainnya dengan fitur *for your page* atau FYP (Fibrianingrum, 2021: 2).

Pada media sosial TikTok terdapat *trend-trend* yang dapat diikuti oleh penggunanya seperti tantangan (*challenge*) atau edukasi. Contoh dari *trend challenge* adalah *photo crop challenge*, *zoom my face*, *mugshot challenge*, *any song challenge*, 3 menit *challenge*, salah waktu, gaya dirumah dan lain-lain. Contoh dari *trend* edukasi adalah sama-sama belajar, sama-sama berkarya, mari kita coba dan lain-lain. Membuat video di media sosial TikTok sebagian besar didasarkan pada cuplikan musik yang merupakan lagu-lagu populer dan pengguna menyinkronkan lirik dan musik. Video pendek pada aplikasi TikTok ini dapat dilihat oleh siapa saja yang memiliki akun atau akses ke tautan video langsung.

Menjadi seorang *content creator* atau jika di media sosial TikTok disebut sebagai TikTokers dapat dilakukan siapa saja tanpa harus memiliki keahlian khusus, bahkan dengan mencoba untuk membuat konten video seperti tarian bebas, vlog, nyanyi, *review* produk, dan lain-lain dapat memberikan penemuan keahlian baru pada diri. Media sosial TikTok ini banyak disukai oleh berbagai rentan usia dimulai dari anak-anak, remaja hingga dewasa. Para pengguna media sosial ini kerap kali berlomba-lomba untuk menyajikan konten yang dapat memberikan manfaat dan ilmu baru, namun tidak sedikit pula terdapat konten-konten berunsur negatif dan bersifat sensitif.

3. Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*)

a. Pengertian *Self Disclosure*

Self disclosure merupakan jenis komunikasi dimana kita mengungkapkan informasi mengenai diri sendiri yang sebelumnya disembunyikan. Istilah *self disclosure* ini diaplikasikan untuk mengungkapkan informasi secara sadar dan dapat diartikan sebagai penyingkapan informasi tentang diri yang tidak diketahui oleh pihak lain (Ningsih, 2015: 20). Pengungkapan diri menurut Devito dalam Sihabudin (2012: 114), ialah bentuk komunikasi, informasi diri yang disimpan, serta di sampaikan ke individu lainnya.

Menurut Jourard dikutip oleh Ningsih (2015: 21) pengungkapan diri adalah aksi atau perbuatan individu saat memberikan informasi yang bersifat *personal* ke individu lainnya dengan meliputi aspek sikap atau opini, selera dan minat, pekerjaan atau pendidikan, fisik, kenangan dan kepribadian. Wheelles dalam Ningsih (2015: 21) mengartikan pengungkapan diri sebagai kemahiran individu untuk mengungkapkan informasi mengenai dirinya ke individu lainnya. Sementara itu menurut Person dalam Ningsih (2015: 21) memberi arti pengungkapan diri sebagai tindakan individu dalam memberi informasi bersifat *personal* kepada individu lainnya yang secara disengaja untuk memberi informasi yang merupakan fakta tentang dirinya.

Self disclosure umumnya dapat diartikan sebagai suatu proses pembukaan informasi mengenai diri sendiri kepada orang lain, mempunyai maksud dan tujuan tertentu. Kebanyakan informasi yang terdapat pada pengungkapan diri ini adalah informasi signifikan. *Self disclosure* ini adalah pusat dari perkembangan hubungan

serta dapat dilakukan oleh 2 individu, grup kecil sampai dengan grup besar. Selain itu *self disclosure* dapat dilakukan secara langsung dengan tatap muka atau menggunakan media seperti internet.

Pengungkapan diri dapat membantu pembentukan hubungan di masa sekarang ini dan di masa depan antara 2 orang dan membuat diri terbuka terhadap individu lain. Dapat ditarik kesimpulan dari berbagai pendapat tersebut bahwa pengungkapan diri sebagai suatu proses keterbukaan diri tentang informasi diri yang sebelumnya hanya diketahui oleh diri sendiri dan kemudian dibagikan kepada individu lainnya yang terdiri dari gagasan, perasaan dan pernyataan yang menyeluruh dalam mengenai diri sendiri.

b. Dimensi *Self Disclosure*

Dimensi *self disclosure* menurut Devito (dalam Ningsih 2015: 23) terbagi menjadi lima, yaitu:

1) Ukuran atau Jumlah *Self Disclosure*

Ukuran diperoleh dari intensitas individu melakukan pengungkapan diri serta waktu yang digunakan untuk menyatakan *self-disclosure* tersebut. Pengungkapan diri yang dilakukan tidak dibatasi oleh waktu, individu dapat kapan saja melakukan pengungkapan diri pada media sosial pada saat individu tersebut merasa kejadian yang dialaminya dapat diungkapkan.

2) Tujuan dan Maksud

Seseorang dalam mengungkapkan dirinya akan secara sadar melakukan apa

yang ingin ditunjukkan untuk diungkapkan. Terkadang individu berpikir secara spontan, melibatkan emosional yang terkadang tidak terkendali.

3) Valensi *Self Disclosure*

Valensi adalah kualitas positif dan negatif dari pengungkapan diri. Seseorang bisa melakukan pengungkapan diri dengan baik dan menyenangkan atau dengan tidak baik dan tidak menyenangkan. Individu yang mengungkapkan dan individu yang menjadi *viewers* akan merasakan dampak yang berbeda dari valensi *self disclosure*. Disini peneliti melihat pada TikTok sebagai objek penelitian, seseorang akan membuat *self disclosure* dengan tindakan yang kurang menyenangkan (negatif) namun tidak sedikit yang melakukan pengungkapan diri dengan tindakan yang menyenangkan.

4) Kecermatan dan Kejujuran

Dalam hal ini akan dibatasi oleh bagaimana seseorang mengetahui dan mengenal dirinya sendiri. *Self disclosure* antara individu satu dengan individu lainnya tidak sama karena bergantung pada kejujuran. Seseorang bisa melakukan pengungkapan diri secara jujur tentang dirinya atau dapat juga melebih-lebihkan sampai dengan bohong. Pada penelitian yang dilakukan akan ditelusuri lebih dalam perihal *self disclosure* yang dilakukan.

5) Keintiman

Seseorang bisa mengungkapkan suatu peristiwa yang bersifat mendalam di kehidupannya atau hal yang bukan mengenai dirinya.

c. Fungsi *Self Disclosure*

Fungsi *self disclosure* menurut Derlega dan Grzelak (dalam Ningsih, 2015: 25) dibagi menjadi 5 fungsi, yaitu:

1) Ekspresi

Melakukan *self disclosure* maka individu mendapatkan kesempatan untuk mengekspresikan perasaan diri yang selama ini sembunyi.

2) Penjernihan diri

Dengan membagikan cerita atau permasalahan kepada orang terdekat maka dapat membuat pikiran terbuka sehingga dapat melihat dan menyikapi permasalahan secara benar.

3) Keabsahan sosial

Mengetahui pandangan komunikan saat komunikator melakukan *self disclosure* maka diperoleh informasi mengenai persepsi individu tersebut.

4) Kendali sosial

Seseorang dapat mengutarakan atau menutupi informasi mengenai dirinya atau individu lainnya.

5) Perkembangan hubungan

Dengan bersama-sama membagikan informasi diri, pandangan sampai dengan memberikan kepercayaan maka dapat meningkatkan keakraban suatu hubungan.

Pada penelitian ini fungsi *self disclosure* di TikTok mengarah kepada *point* pertama dan ke-4, yang mana individu dapat mengungkapkan perasaan diri yang selama ini sembunyi dan *self disclosure* dilakukan pada TikTok sebagai fungsi kendali sosial karena tidak semua individu mampu mengungkapkan informasi tentang dirinya atau individu lainnya dengan alasan tidak berani atau canggung. Oleh karena itu *self disclosure* sebagai kendali sosial yang dapat disembunyikan pada *real life* dan dapat terbuka di dunia maya seperti TikTok.

d. Manfaat *Self Disclosure*

Selain mempunyai fungsi, pengungkapan diri juga memiliki manfaat. Adapun manfaat dari *self disclosure* menurut Devito (2011: 67-69) adalah:

1) Pengetahuan diri

Dengan melakukan *self disclosure* maka individu mendapatkan pandangan baru mengenai diri sendiri serta pengetahuan lebih lanjut perihal perilaku diri.

2) Kemampuan mengatasi kesulitan

Self disclosure yang dilakukan seperti mengungkapkan perasaan dan menerima dukungan maka dapat memberikan kesiapan pada individu untuk mengatasi, mengurangi sampai dengan menghilangkan perasaan bersalah.

3) Efisiensi komunikasi

Individu dapat mengerti pesan-pesan yang disampaikan oleh individu lain seperti bagaimana individu memahami individu lain secara individual.

4) Kedalaman hubungan

Dengan melakukan pengungkapan diri maka individu satu memberitahukan individu lainnya untuk saling percaya, menghormati serta perhatian dengan individu tersebut sehingga dapat mengungkapkan diri kepada individu tersebut.

Pada penelitian ini manfaat *self disclosure* pada TikTok lebih sebagai tingkat kepuasan bagi individu ketika dapat melakukan *self disclosure* terhadap tindakan atau talenta yang tersembunyi dari individu tersebut dengan menggunakan ruang maya sebagai media penyampaian *self disclosure*.

e. Tahapan *Self Disclosure*

Altman & Taylor dalam Aldila (2021: 3) pengungkapan diri meliputi tahap perkembangan, yaitu:

1) Orientasi (*Orientation*)

Orientasi merupakan tahap yang paling pertama dari interaksi terjadi di publik serta hanya terdapat minim informasi diri terungkap. Hal demikian individu sekadar menyampaikan informasi diri yang singkat atau bagian luar mengenai diri individu tersebut. Ujaran yang ditekankan semata-mata untuk formalitas yang memperlihatkan pemberitahuan pada dasar atau yang kelihatan saja.

2) Pertukaran Penjajakan Afektif (*Exploratory Affective Exchange*)

Tahapan kedua adalah *exploratory affective exchange* yang merupakan

tahapan perluasan daerah publik. Jika orientasi adalah daerah pribadi, pada tahapan berikutnya menjadi wilayah publik. Dalam hal ini individu beranjak menggunakan perungkapan yang bersifat individual. Aspek kepribadian dilihatkan sebelum informasi diberikan secara rinci disertai pengetahuan, keistimewaan hingga efisiensi komunikasi. Proses komunikasi yang berlangsung serentak dikarenakan seseorang merasa lebih rileks. Hubungan pada tahapan ini umumnya lebih santai, namun masih terbatas serta bersifat sementara.

3) Pertukaran Afektif (*Affective Exchange*)

Pertukaran afektif merupakan interaksi yang lebih fleksibel, komunikasi berlangsung serentak dan individu membuat keputusan dan kerap menyerahkan kepedulian untuk hubungan secara menyeluruh. Individu mulai memberitahukan sebagian informasi mengenai diri atau informasi yang lebih mendalam. Pada tahapan pertukaran afektif seseorang akan menentukan keputusan dengan tangkas dan memberikan sekilas perhatian dalam relasi.

4. *State of the Art*

State of the Art atau kerangka pemikiran dari penelitian dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Berdasarkan Gambar 2.1 dapat dijelaskan bahwa model diatas adalah kerangka berpikir peneliti dalam melakukan penelitian tentang *Self Disclosure: Hidden Talent* Remaja Melalui Media Sosial TikTok Di Kota Pekanbaru. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi dengan kajian *self disclosure* sebagai pijakan teori dan terdiri dari 5 dimensi yaitu dimensi ukuran atau jumlah, dimensi tujuan dan maksud, dimensi valensi, dimensi kecermatan dan kejujuran, dan dimensi keintiman.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional ini merupakan gambaran umum dari judul yang peneliti angkat.

1. *Self Disclosure* adalah proses pembukaan informasi mengenai diri sendiri ke orang lain, mempunyai maksud dan tujuan tertentu, dapat dilakukan secara tatap muka atau menggunakan media.
2. *Hidden Talent* dapat diartikan sebagai bagian dari kemampuan atau keahlian tersembunyi yang dimiliki oleh seseorang. Dalam hal ini kemampuan atau keahlian tersebut dituangkan ke media sosial TikTok.
3. TikTok adalah jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan untuk berbagi video singkat yang memungkinkan penggunaannya membuat video menyanyi dan menari, dapat juga digunakan untuk merekam, mengedit dan mengunggah ke beberapa media sosial lainnya sehingga dapat diakses oleh sesama pengguna media sosial TikTok atau bukan pengguna media sosial TikTok.
4. Remaja adalah setiap individu yang berada pada rentang usia 12 – 21 tahun. Pada penelitian ini remaja merupakan subjek penting yang menjadi fokus penelitian, terutama pada sisi pengalamannya dalam mengungkapkan *hidden talent* melalui media sosial TikTok.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan dari penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Henny Claresta dan Daniel Tamburian. (2021).	<i>Self-Disclosure of Adolescent Girls on TikTok Social Media</i>	Hasil dari penelitian adalah seseorang melakukan pengungkapan diri di TikTok dengan niat untuk mengekspresikan diri, berbagi pengalaman dan dilakukan karena adanya rasa nyaman sesama pengguna saling memberikan dukungan.
2.	Azian Muhamad Adzmi, Liyana Mohd Ramly, Syahida Mohd Nazri, Nik Fatimah N. Mohd Farid dan Muhammad Asyraf Abdul Rahman. (2021).	<i>Social Media Participation: The Untold Hidden Talent During Pandemic</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa talenta terpendam yang secara tidak langsung diekspos di media sosial dilakukan untuk menghindari depresi dan masalah kesehatan mental selama pandemi Covid-19.
3.	Assyifa Fauziah. (2021).	Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Pengungkapan Diri (<i>Self Disclosure</i>) Siswi SMKN 10 Kota Bekasi	Penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa adanya pengaruh penggunaan TikTok terhadap <i>self disclosure</i> siswi SMKN 10 Kota Bekasi. Hal ini dibuktikan dari uji-uji yang telah dilakukan oleh peneliti melalui pendekatan kuantitatif.
4.	Adrian Mailoor, J.J Senduk, J.W Londa. (2017).	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Snapchat Terhadap Pengungkapan Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi	Hasil penelitian tersebut menggambarkan penggunaan Snapchat berpengaruh pada <i>self disclosure</i> . Hal ini dapat terlihat pada informan mengungkapkan informasi diri dan perasaan diri melalui Snapchat serta dengan fitur-fitur yang menarik dapat membuat informan nyaman untuk mengungkapkan diri.
5.	Widiyana Ningsih. (2015).	<i>Self Disclosure</i> Pada Media Sosial (Studi Deskriptif Pada Media Sosial Anonim LegaTalk)	Hasil penelitian tersebut menunjukkan pengungkapan diri yang terjadi di media anonim membuat seseorang lebih nyaman membuka diri mengenai sesuatu yang bermula pada hal umum yang terjadi di kehidupan dalam diri hingga ungkapan lebih intim yang tidak diketahui individu lain.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu:

1. Henny Claresta dan Daniel Tamburian

Persamaan penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif dan meneliti *self disclosure* di media sosial TikTok, namun terdapat perbedaan yaitu penelitian yang penulis lakukan berfokus pada pengalaman, sedangkan penelitian oleh Henny Claresta dan Daniel Tamburian berfokus pada analisis area Johari Window.

2. Azian Muhamad Adzmi, Liyana Mohd Ramly, Syahida Mohd Nazri, Nik Fatimah N. Mohd Farid dan Muhammad Asyraf Abdul Rahman.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan meneliti fenomena *hidden talent*, namun terdapat perbedaan yaitu penelitian yang penulis lakukan lebih berfokus pada pengalaman, sedangkan penelitian terdahulu ini berfokus pada media sosial secara umum.

3. Assyifa Fauziah

Penelitian oleh Assyifa Fauziah menggunakan metode kuantitatif. Yang membedakan penelitian dengan penelitian terdahulu ini adalah penulis menggunakan metode kualitatif, penulis menggunakan *key informan* yang merupakan remaja secara umum, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan *informan* yang merupakan remaja secara spesifik.

4. Adrian Mailoor, J.J Senduk, dan J.W Londa

Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif. Persamaan penelitian ini yaitu meneliti *self disclosure*, namun terdapat perbedaan yaitu penelitian yang peneliti lakukan menggunakan TikTok, sedangkan penelitian terdahulu ini berfokus pada media sosial Snapchat.

5. Widiyana Ningsih

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan meneliti *self disclosure*, namun terdapat perbedaan diantaranya penelitian yang peneliti lakukan berfokus ke pengalaman dan menggunakan media sosial TikTok, sedangkan penelitian oleh Widiyana Ningsih ini berfokus pada media sosial secara umum dan LegaTalk.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Kriyantono (2006: 355-356) merupakan riset menggunakan kaidah berpikir yang beranjak dari hal-hal spesifik mengarah ke hal-hal bersifat umum. Data kualitatif dapat berbentuk kata-kata, kalimat atau narasi yang didapat dari wawancara mendalam, pengamatan, *focus group discussion* ataupun dokumen-dokumen.

Penelitian kualitatif bertujuan menggali konstruksi dari suatu realitas. Hadir dari paradigma konstruktivis, peneliti melihat bahwa fenomena komunikasi merupakan makna-makna yang dikonstruksi dan direkonstruksi oleh pelaku komunikasi. Oleh karena itu penelitian kualitatif bertujuan mengeksplorasi dan memahami makna-makna yang terjadi pada interaksi komunikasi secara nyata. Jadi, penelitian kualitatif lebih berfokus pada menggali kedalaman data daripada keluasan (Kriyantono, 2006: 51).

Berdasarkan jenis riset pada penelitian ini, digunakan pendekatan fenomenologi, yaitu uraian, percakapan atau ilmu mengenai sesuatu yang sedang menampakkan diri, merujuk pada penampilan dan pengalaman (Sobur, 2020: 19-20). Fenomenologi berupaya mencari pemahaman bagaimana individu memaknai makna dan konsep yang tidak biasa dalam konsep pemahaman perihal dunia yang tercipta

oleh hubungan individu dan individu lainnya (Mansyah, 2017: 14). Fenomenologi memiliki asumsi dimana khalayak secara aktif menafsirkan hal yang dialaminya (pengalaman) dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya tersebut (Mansyah, 2017: 14).

Dikutip dari Fatmawati (2021: 28) berdasarkan asumsi *ontologis*, penggunaan fenomenologi pada saat memahami fenomena akan menempatkan realitas sebagai konstruksi sosial kebenaran. Pada sisi *epistemology* terdapat interaksi antara subjek penelitian dan objek yang akan diteliti melalui perspektif subjek. Sedangkan dari sisi *aksiologis*, nilai, etika dan moral menjadi bidang yang saling berkesinambungan dalam pengungkapan makna.

Tujuan utama fenomenologi adalah membuat pengalaman individu suatu fenomena yang dialami menjadi deskripsi tentang pemahaman sifat yang khas dari sesuatu (Fatmawati, 2021: 29). Fenomenologi berupaya mencari pemahaman bagaimana individu melihat makna dan konsep karena pemahaman mengenai dunia dibentuk dari hubungan yang diciptakan dan dapat dicari dalam tindakan, karya dan kegiatan yang dilakukan, namun ada peran individu lain didalamnya (Mansyah, 2017: 14).

Pendekatan fenomenologi sering dikategorikan sebagai jenis penelitian kualitatif untuk mendapatkan ungkapan pengalaman pribadi dengan memiliki tujuan memahami makna dari bermacam gejala dan peristiwa yang terjadi pada individu saat kondisi tertentu. Dalam hal ini fenomenologi menggunakan pengalaman *real* sebagai data dan membiarkan segala hal terlihat apa adanya (Sobur, 2020: 24-45).

Pendekatan ini menggunakan model berpikir yang bukan saja melihat suatu permasalahan dari gejala yang terlihat, namun berupaya mengenali makna dibalik setiap gejala tersebut (Kuswarno, 2009: 7). Pada pendekatan fenomenologi dikenal konsep motif yang dikemukakan oleh Schutz yaitu motif sebab (*because motive*) dan motif tujuan (*in order to motive*). Motif sebab ialah hal atau alasan yang mendorong individu melakukan tindakan, sementara itu motif tujuan merupakan tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan tindakan (Fatmawati, 2021: 28).

Pendekatan fenomenologi dianggap sesuai digunakan pada penelitian ini karena peneliti ingin memaparkan pengalaman remaja dalam pengungkapan *hidden talent* melalui TikTok. Sehingga peneliti akan berusaha mengumpulkan informasi yang menggambarkan tema dari penelitian yang dimaksud. Dikarenakan data yang dikumpulkan peneliti berupa kata-kata, maka laporan penelitian akan berisi kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian data tersebut. Data berasal dari kutipan wawancara, foto, catatan dan dokumen pendukung lainnya.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang mengerti mengenai apa yang sedang diteliti. Moleong dalam (Ningsih, 2015: 70) mendefinisikan informan sebagai individu yang dapat memberikan pernyataan atau informasi mengenai permasalahan serta berperan sebagai narasumber selama kegiatan penelitian. Terdapat informan kunci (*key informant*) atau informan utama yang merupakan

seseorang atau sekelompok orang yang paling dominan mengetahui informasi perihal objek penelitian.

Untuk mendapatkan data yang menggambarkan keadaan subjek penelitian serta dapat menjawab tujuan dan permasalahan penelitian, penentuan subjek penelitian dilakukan menggunakan teknik sampling purposif. Teknik sampling purposif meliputi orang-orang yang diseleksi atas kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian untuk dijadikan sampel. Adapun kriteria informan kunci yang akan menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Remaja berusia 12 – 21 tahun di Kota Pekanbaru.
2. Pengguna media sosial TikTok.
3. Aktif/pernah membuat konten di media sosial TikTok.

Peneliti menjadikan ketiga kriteria tersebut sebagai penentuan subjek penelitian karena kebutuhan informasi yang harus didapatkan terkait penelitian ini, dan juga merupakan narasumber yang kredibel serta merupakan objek yang melakukan *self disclosure*, *hidden talent* pada media sosial TikTok. Informan kunci terdiri dari tiga orang yang dipilih sesuai dengan teknik sampling purposif yang telah peneliti paparkan di atas. Peneliti menemukan informan kunci berdasarkan ketersediaan untuk diwawancarai. Untuk keterangan lebih lanjut dapat dilihat pada tabel informan kunci (*key informan*) penelitian dibawah ini:

Tabel 3.1 Daftar Informan Penelitian

No.	Nama	Nama Pengguna TikTok	Jenis Konten TikTok
1.	Andini Novianti	@bbydini_	Beauty
2.	Fairuz Zahwa	@fairuzzahwaa	Beauty
3.	Sri Wahyu Ningsih	@Ningsih_1820	Beauty

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sifat atau nilai dari orang, objek atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono dalam Ilmi, 2018: 17). Objek penelitian dari penelitian ini adalah bagaimana pengalaman remaja dalam melakukan *self disclosure* melalui media sosial TikTok.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Pekanbaru. Hal ini dilakukan untuk dapat meneliti bagaimana pengalaman remaja dalam melakukan *self disclosure* melalui media sosial TikTok tersebut.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan penelitian ini dilakukan pada awal bulan Desember dengan berbicara secara langsung bersama informan kunci (*key informant*). Berikut adalah tabel kegiatan penelitian:

Tabel 3.2
Waktu Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	Bulan dan Minggu																												Ket
		Des				Jan				Feb				Mar				Apr				Mei								
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
1	Persiapan dan Penyusunan UP	x	x	x																										
2	Seminar UP				x																									
3	Riset					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x										
4	Pengolahan dan Analisis Data					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x										
5	Konsultasi Bimbingan Skripsi					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x										
6	Ujian Skripsi																												x	
7	Revisi dan Pengesahan Skripsi Penggandaan Serta Penyerahan																													x
8	Jilid																													x

D. Sumber Data

Menurut Lofland yang dikutip oleh Ningsih (2015: 65) sumber data utama pada penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selain itu yang lainnya merupakan data pendukung seperti dokumen dan lain-lain. Dalam hal ini jenis data dibagi kedalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis dan foto.

Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber dan jenis data, yaitu:

1. Data Primer

Merupakan data yang didapatkan dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan (Kriyantono, 2006: 147). Pada penelitian ini yang menjadi sumber data primer didapatkan dari hasil wawancara dan observasi dari pihak-pihak yang terlibat secara langsung dengan penelitian ini seperti pengguna TikTok itu sendiri.

2. Data Sekunder

Adalah data yang didapatkan dari sumber kedua atau sumber sekunder (Kriyantono, 2006: 147). Data atau informasi yang didapatkan bisa melalui studi pustaka, literatur, dokumentasi, artikel, koran, website dan lain-lain (Ningsih, 2015: 65). Pada penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah studi pustaka (jurnal, skripsi dan buku) dan juga diperoleh dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan sebelumnya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data ini merupakan instrumen riset (Kriyantono, 2006: 243). Arikunto dalam Kriyantono (2006: 244) memaparkan perangkat pengumpulan data atau instrumen riset merupakan alat bantu yang ditentukan untuk digunakan oleh peneliti pada saat mengumpulkan data sehingga aktivitas tersebut menjadi terstruktur dan dipermudah olehnya.

Alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti berfungsi agar penelitian yang dilakukan berjalan dengan akurat dan sesuai dengan yang menjadi keinginan peneliti. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan, yaitu:

1. Observasi

Kegiatan observasi atau pengamatan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk memahami lingkungan, mengamati secara langsung suatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan oleh objek tersebut. Observasi difokuskan untuk memberikan deskripsi dan penjelasan fenomena riset yang meliputi interaksi dan percakapan yang terjadi (Kriyantono, 2006: 300). Observasi yang digunakan peneliti yaitu observasi nonpartisipan.

Pada penelitian ini, peneliti lebih melakukan pengamatan nonpartisipan atau pengamatan biasa pada ‘konten’ TikTok tentang bagaimana informan kunci (*key informant*) melakukan *self disclosure*.

2. Wawancara

Menurut Esternberg yang dikutip oleh Ningsih (2015: 67) memberikan suatu pemahaman bahwasanya wawancara ialah suatu kegiatan pertemuan yang dilakukan oleh 2 orang untuk saling bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat memaknai sesuatu dalam topik tertentu. Pada penelitian ini wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam (*depth interview*), dimana pewawancara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan kunci (*key informant*) agar mendapatkan data lengkap dan mendalam.

Data yang diharapkan dapat didapatkan oleh peneliti pada wawancara ini yaitu bagaimana pengalaman informan kunci (*key informant*) dalam melakukan *self disclosure* melalui media sosial TikTok khususnya bagaimana remaja melakukan pengungkapan *hidden talent*.

3. Dokumentasi

Adanya dokumentasi diharapkan terkumpul dokumen-dokumen baik secara tertulis, gambar maupun elektronik. Dokumentasi pada penelitian ini digunakan untuk mempelajari dan mendalami berbagai dokumen yang bersangkutan dengan penelitian serta digunakan untuk mendapatkan data dan informasi pelengkap data yang diperlukan. Dokumen yang diperoleh sebagai informasi tambahan yaitu berupa *screenshot* atau teknik foto untuk mendapat

tangkapan layar dari *smartphone*. Tangkapan layar ini umumnya seperti konten-konten yang diunggah pengguna TikTok yang digunakan sebagai lampiran pada penelitian ini.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Penelitian kualitatif dapat dinyatakan absah jika mempunyai derajat keterpercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), ketergantungan (*dependability*) dan kepastian (*confirmability*). Pada penelitian ini pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sebagai bagian dari derajat keterpercayaan (*credibility*). Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu lain diluar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding data (Ningsih, 2015: 75).

Triangulasi dalam pengujian keterpercayaan ini dimaksudkan sebagai pemeriksaan data dari berbagai sumber dengan berbagai macam cara. Hal-hal yang digunakan untuk pemeriksaan dan perbandingan data itu adalah sumber, metode, peneliti dan teori. Dengan begitu terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu (Sugiyono, 2009: 126). Dalam hal ini, maka pada penelitian menggunakan triangulasi sumber yang merupakan pengumpulan data dari berbagai sumber yang tersedia, karena data yang sejenis ini akan lebih tepat kebenarannya apabila didapat oleh sumber yang ada.

G. Teknik Analisis Data

Bogdan dalam Sugiyono (2009: 88) menyatakan bahwa analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara terarah yang didapatkan dari hasil wawancara, catatan lapangan dan sumber-sumber lainnya sehingga dapat dimengerti dengan mudah dan dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data bertujuan untuk menganalisis data hasil catatan lapangan yang didapatkan dari berbagai macam sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang beragam dan dilaksanakan secara terus menerus (Ningsih, 2015: 74).

Tahapan analisis data dikutip dari Ningsih (2015: 74) menurut Miles dilaksanakan menggunakan 3 alur kegiatan yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi. Data yang didapatkan dari lapangan dilakukan analisis melalui tahapan tersebut. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan transformasi data yang didapat. Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang dapat memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Verifikasi merupakan peninjauan kembali catatan lapangan dengan cara menghubungkan dan membandingkan antara data satu dan lainnya agar dapat ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

a. Profil Informan

- 1) Andini Novianti

Gambar 4.1

Informan Kunci Andini



Sumber: *Dokumentasi Informan Kunci*, 2022

Gambar 4.1 adalah potret diri informan pada penelitian ini yang bernama Andini Novianti. Wanita 20 tahun yang akrab dipanggil Dini ini merupakan seorang mahasiswi jurusan pendidikan matematika di Universitas Islam Riau. Dini merupakan seorang mahasiswi rantau yang berasal dari Indragiri Hilir. Perjalanan yang ditempuh sekitar 4 jam menggunakan kendaraan pribadi. Selama di Pekanbaru, Dini memilih untuk kost di daerah sekitaran kampus bersama teman satu jurusannya.

Andini cukup aktif mengikuti kegiatan di perkuliahan, salah satunya bergabung dengan himpunan mahasiswa. Kegiatan diluar perkuliahan yang dilakukan Dini adalah membuat konten kecantikan seperti *makeup*, tutorial *makeup*, dan lainnya. Dini mengaku melakukan pembuatan konten tersebut disaat waktu luang dengan *mood* yang baik sehingga tidak mengganggu perkuliahannya. Ia lebih sering membuat konten di rumahnya yang berada di Indragiri Hilir daripada di kost-nya yang berada di Pekanbaru. Dikarenakan perkuliahan yang masih menggunakan sistem *online* sehingga Dini lebih memilih untuk tinggal di Indragiri Hilir dan akan kembali ke Pekanbaru saat ada kegiatan tertentu dan pelaksanaan ujian.

Perempuan 20 tahun ini dalam kesehariannya menggunakan hijab dan bergaya *stylish* mengikuti perkembangan *trend*. Dini memiliki hobi di bidang tari tradisional dan kecantikan, selain itu memiliki ketertarikan tata busana. Berawal dari sering tampil menari dan diwajibkan untuk *makeup*, akhirnya Dini mencoba belajar *makeup* hingga menjadi hobi dan mulai menunjukkan hasil *makeup*-nya di media sosial. Media sosial yang dimaksud adalah Instagram, TikTok dan Snackvideo.

Peneliti mengenal Dini sekitar lima bulan karena video yang diunggah Dini kerap *explore* di TikTok milik peneliti. Andini adalah cenderung pribadi yang sopan, terbuka dan mudah bergaul dengan orang yang baru dikenalnya sehingga memudahkan peneliti untuk mendapatkan informasi tentang dirinya terkait penelitian. Akses peneliti untuk bertemu langsung relatif sulit dikarenakan Dini tidak selalu *stay* di Pekanbaru, namun dikarenakan Dini aktif dalam kegiatan perkuliahan sehingga kerap ke Pekanbaru, kesempatan itu peneliti gunakan untuk bertemu langsung dengan Dini.

Gambar 4.2

Profil Instagram Andini



Sumber: Screenshot <https://instagram.com/andinnvt>, 18 Januari 2022

Gambar 4.2 adalah *screenshot* profil Instagram milik Andini Novianti. Dini merupakan pengguna aktif Instagram sejak tahun 2018 dan memiliki 6.993 orang pengikut dengan postingan sebanyak 177. *Feed* Instagram Dini dipenuhi oleh video kecantikan miliknya, selain itu juga terdapat postingan selfie dirinya. Konten kecantikan pertama yang diunggah Dini yaitu pada akhir tahun 2019 dan disusul dengan unggahan kedua pada pertengahan tahun 2020. Dini tidak terlalu aktif mengunggah konten kecantikan di Instagram karena tidak percaya diri dan takut diejek oleh teman-temannya yang berada di daerah asalnya.

Gambar 4.3

Profil TikTok Andini



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSe4vjpmL/> , 18 Januari 2022

Gambar 4.3 diatas merupakan *screenshot* profil TikTok milik Andini Novianti. Perempuan 20 tahun ini merupakan pengguna TikTok sejak tahun 2020. Meskipun masih terbilang baru, namun Dini sudah memiliki 23,2K pengikut dengan 384 *postingan*. Dikarenakan tidak banyak teman-teman yang menjangkaunya di TikTok, Dini dapat lebih leluasa untuk mengungkapkan talentanya di TikTok melalui konten kecantikan yang dibuatnya. Konten kecantikan pertama yang diunggah Dini yaitu bertema hari kemerdekaan. Dalam jangka waktu satu bulan, Dini dapat mengunggah 42 konten dengan jumlah *viewers* terbanyak sebesar 30,2K.

Gambar 4.4
Profil Snack Video Andini



Sumber: Screenshot <https://sck.io/w/dArguCOd> , 18 Januari 2022

Gambar 4.4 merupakan *screenshot* profil Snack Video Andini Novianti. Perempuan yang akrab disapa Dini menggunakan Snack Video sejak pertengahan tahun 2021. Ia memiliki 364 pengikut dengan 90 postingan. Snack Video digunakan Dini untuk mengunggah kembali beberapa konten yang sebelumnya telah diunggahnya melalui TikTok. Hal ini dilakukan hanya untuk hiburan dan apresiasi diri. Sama halnya dengan TikTok, karena tidak ada teman yang menjangkaunya, Dini dapat lebih berani mengunggah konten di Snack Video. Selain itu juga karena pengguna dari Snack Video masih tergolong sedikit, jadi minim mendapatkan komentar negatif.

2) Fairuz Zahwa

Gambar 4.5
Informan Kunci Fairuz



Sumber: *Dokumentasi Informan Kunci, 2022*

Gambar 4.5 merupakan potret diri informan pada penelitian ini yang bernama Fairuz Zahwa. Perempuan 21 tahun ini biasa dipanggil Fairuz dan merupakan mahasiswa aktif di Universitas Islam Riau jurusan akuntansi. Saat ini Fairuz sedang melakukan penelitian di semester tujuh. Fairuz merupakan seorang mahasiswa yang berasal dari Kota Pekanbaru yang beralamat tinggal di jalan Kampar. Sejak duduk dibangku sekolah dasar hingga perkuliahan, Fairuz menjalankannya di kota asalnya yaitu Kota Pekanbaru.

Fairuz cenderung tidak aktif pada kegiatan-kegiatan didalam perkuliahan karena sudah semester akhir. Kegiatan diluar perkuliahan yang dilakukan oleh Fairuz adalah membuat konten kecantikan seperti *makeup* yang nantinya dibagikan melalui media sosial miliknya. Fairuz Zahwa mengaku bahwa ia melakukan pembuatan konten

tersebut tidak bergantung pada kondisi perasaan atau *mood*, karena menurutnya pada saat *mood* tidak baik, dengan melakukan hal-hal yang disukai seperti *makeup-an* maka dapat mengembalikan *mood* menjadi baik kembali.

Dalam kesehariannya Fairuz selalu menggunakan hijab dan berpenampilan sederhana namun kekinian mengikuti perkembangan *trend*. Fairuz memiliki ketertarikan di bidang kecantikan. Berawal dari melihat ibunya yang sering menggunakan *makeup* sebelum berangkat kerja membuat Fairuz penasaran ingin mencoba untuk menggunakan riasan wajah tersebut. Setelah itu dengan banyaknya dukungan dari teman-teman terdekat akhirnya Fairuz berani untuk menunjukkan hasil *makeup*-nya tersebut di media sosial. Media sosial yang dipilih Fairuz adalah TikTok dan Instagram.

Peneliti mengetahui dan mengenal Fairuz baru sekitar enam bulan karena salah satu video yang diunggah Fairuz di TikTok pernah muncul di *for your page* milik peneliti. Fairuz Zahwa merupakan pribadi yang sopan, terbuka, namun butuh waktu untuk dekat dengan orang yang baru dikenalnya, selain itu Fairuz juga cukup dikenal oleh orang-orang di lingkungan fakultasnya sehingga memudahkan peneliti untuk mendapatkan informasi tentang dirinya terkait penelitian yang dilakukan peneliti. Akses peneliti untuk bertemu langsung dengan Fairuz relatif mudah dikarenakan jarak tempat tinggal yang dekat dan masih dalam satu lingkungan perkuliahan. Kesempatan itu peneliti gunakan untuk bertemu langsung dengan Fairuz.

Gambar 4.6

Profil Instagram Fairuz



Sumber: Screenshot <https://instagram.com/frzzhwaa> , 18 Januari 2022

Gambar 4.6 diatas adalah *screenshot* profil Instagram milik Fairuz Zahwa. Ia merupakan pengguna media sosial Instagram yang memiliki 584 orang pengikut dengan 11 postingan. Fairuz mengakui bahwa dirinya tidak terlalu aktif menggunakan Instagram karena ciutan penggunanya terlalu berlebihan sehingga belum siap mental untuk membagikan sesuatu di media sosial ini. *Feed* Instagram Fairuz dipenuhi oleh video kecantikan yang dibuatnya dan setiap videonya terdapat komentar-komentar dari *followers*-nya yang bersifat positif. Konten *beauty* pertama yang diunggah Fairuz dalam bentuk *reels* yaitu pada pertengahan tahun 2021.

Gambar 4.7

Profil TikTok Fairuz



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSe4ovqXk/>, 18 Januari 2022

Gambar 4.7 merupakan *screenshot* profil TikTok milik Fairuz Zahwa. Media sosial TikTok digunakan Fairuz sejak awal tahun 2021 dan saat ini sudah memiliki 1.011 pengikut dengan 88 postingan. Dikarenakan banyak fitur yang dapat digunakan pada TikTok dan netizennya bersifat random, Fairuz merasa lebih percaya diri untuk mengungkapkan talenta dirinya di media sosial ini melalui konten *beauty*. Konten *beauty* pertama yang diunggah Fairuz yaitu bertema *makeup transformation* dan telah ditonton oleh 89 orang. Dalam jangka waktu satu bulan, Fairuz dapat mengunggah 15-25 konten dengan jumlah *viewers* terbanyak sebesar 3.750.

3) Sri Wahyu Ningsih

Gambar 4.8
Informan Kunci Ningsih



Sumber: *Dokumentasi Informan Kunci, 2022*

Gambar 4.8 adalah potret diri informan pada penelitian ini yang bernama Sri Wahyu Ningsih. Kegiatan sehari-harinya bekerja sebagai *babysitter* dan pekerjaan ini sudah dilakukannya sejak awal lulus di bangku SMA pada tahun 2018. Perempuan 21 tahun ini merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Sri Wahyu Ningsih atau akrab disapa Ningsih merupakan seorang perantau yang berasal dari Bagan Batu, Rokan Hilir. Selama di Pekanbaru, ia menetap di rumah tempat ia bekerja yang berada di daerah Rumbai. Dalam waktu satu tahun Ningsih biasanya pulang ke kampung halaman dimomen tertentu seperti hari raya. Perjalanan yang ditempuh dari Pekanbaru ke Bagan Batu lebih kurang memakan waktu 4 jam.

Selain menjadi *babysitter*, kegiatan yang dilakukan Ningsih adalah membuka *online shop* yang menjual pakaian bergaya Korea dan membuat konten *beauty* seperti *makeup*. Kegiatan ini dilakukan Ningsih saat istirahat kerja di malam hari sehingga tidak mengganggu pekerjaan utamanya. Ia biasanya membuat konten *makeup* di balik pintu kamarnya dengan peralatan seadanya dan tanpa persiapan. Berkat kerja keras serta dukungan dari *employer*-nya, saat ini Ningsih dapat menjalankan studi di Universitas Terbuka, semester pertama dengan jurusan manajemen.

Dalam kesehariannya Ningsih mengenakan hijab dan berpenampilan ala Korean *fashion*. Ia memiliki hobi menonton web *series*, selain itu juga memiliki ketertarikan di bidang kecantikan dan busana. Berawal dari orangtua yang memiliki salon kecantikan di Bagan Batu dan kerap merias pengantin dengan model tidak berubah, akhirnya Ningsih tertarik belajar *makeup* dan ingin mengembangkan *makeup* tradisional menjadi *makeup modern*. Selain itu ia juga ingin membuktikan bahwa ia memiliki kemampuan *makeup*. Hasil riasan wajah ini ditunjukkannya melalui media sosial Instagram dan TikTok miliknya.

Peneliti mengetahui Ningsih baru sekitar dua bulan melalui perantara *key informan* lain. Ningsih merupakan pribadi yang sopan, terbuka, apa adanya dan gampang bergaul sehingga memudahkan peneliti mendapatkan informasi. Terdapat kesulitan dan kemudahan dalam mengakses Ningsih. Dikarenakan ia bekerja setiap hari dan tidak bisa bertemu selain ditempat ia bekerja membuat peneliti sulit untuk bertemu dengannya. Namun dikarenakan jarak tempat ia bekerja tidak jauh dari rumah peneliti maka kesempatan itu peneliti gunakan untuk bertemu langsung dengan Ningsih.

Gambar 4.9

Profil Instagram Ningsih



Sumber: Screenshot https://instagram.com/ningsih_1820 , 18 Januari 2022

Gambar 4.9 adalah *screenshot* profil Instagram milik Sri Wahyu Ningsih. Ia menggunakan media sosial Instagram sejak tahun 2018 dan saat ini mempunyai 2.728 *followers* dengan 521 postingan. Laman Instagram milik Ningsih ini dipenuhi oleh video dan foto kecantikan, namun tidak jarang perempuan 21 tahun ini mengunggah foto dan video yang bersifat *endorse* dan kolaborasi dengan *content creator* lainnya. Konten *beauty* pertama yang diunggah Ningsih yaitu pada November 2020. Ningsih menggunakan Instagram untuk *personal branding* dan portofolio sehingga konten yang diunggahnya melalui Instagram terbatas.

Gambar 4.10

Profil TikTok Ningsih



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSeV1RLK6/>, 22 Januari 2022

Gambar 4.10 diatas merupakan *screenshot* profil TikTok milik Sri Wahyu Ningsih. Tahun 2021 merupakan awal Ningsih menggunakan media sosial TikTok. Masih terbilang baru namun Ningsih sudah memiliki 404 postingan dengan 4.081 *followers*. Konten yang diunggah Ningsih tidak hanya bersifat *beauty* saja namun kerap membagikan tutorial-tutorial *fashion* seperti *hijab life hack*. Konten *beauty* pertama yang diunggah yaitu bertema *Wonderland* Indonesia dengan menampilkan beberapa pakaian adat di Indonesia. Dalam jangka waktu satu bulan Ningsih dapat mengunggah 66 konten dengan jumlah *viewers* terbanyak sebesar 185,5K.

Tabel 4.1
Rekapitulasi Data Informan Kunci

No.	Nama	Usia	Status	Pekerjaan	Media Sosial
1.	Andini Novianti	20 tahun	Mahasiswa	Belum Bekerja	Instagram, TikTok, Snack Video
2.	Fairuz Zahwa	21 tahun	Mahasiswa	Belum Bekerja	Instagram, TikTok
3.	Sri Wahyu Ningsih	21 tahun	Mahasiswa	<i>Babysitter</i>	Instagram, TikTok

B. Hasil Penelitian

a. Pengalaman Pengungkapan Talenta Diri Informan di TikTok

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti, berikut pengalaman pengungkapan talenta diri informan di media sosial TikTok yang terbagi menjadi 3 kategori yaitu TikTok sebagai media pengungkapan talenta diri, topik konten di TikTok dan *feedback* pengungkapan talenta diri di TikTok.

1) TikTok Sebagai Media Pengungkapan Talenta Diri

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti secara langsung bersama Andini Novianti pada tanggal 11 Januari 2022, Andini memberikan pernyataan bahwa:

“Mengunggah konten di TikTok karena peluangnya tuh lebih besar dibandingkan Instagram. Kalau di TikTok tuh kita tuh kayak lebih bebas gitu, terus kayak kalau nggak ada batasan, terserah kita mau nge-post kayak berapa konten terserah kita.” (Andini, 11 Januari 2022)

Senada dengan pernyataan Andini diatas, informan lainnya yaitu Fairuz juga memberikan keterangan bahwa:

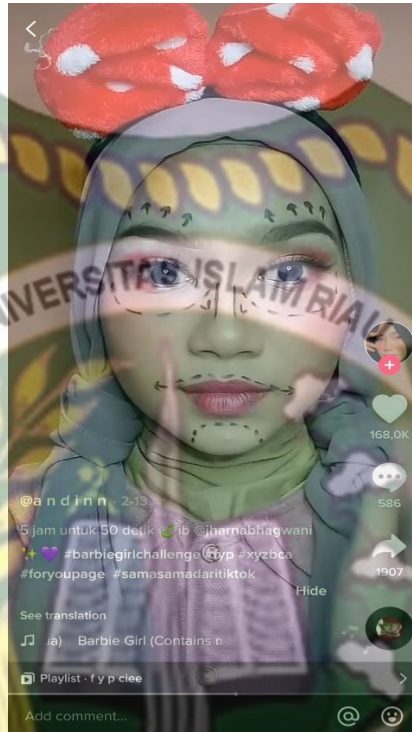
“Memilih unggah konten di TikTok karena awalnya aku mikir nggak ada teman real life yang aku kenal di TikTok dan aku ngerasa di TikTok netizen lebih baik-baik daripada di Instagram. Kalau menurut aku TikTok tuh salah satu wadah untuk menyalurkan hobi dan untuk have fun dan karena adanya TikTok aku jadi bisa lebih pede lagi gitu loh sama hasil makeup aku. Karena awalnya aku tuh insecure kali sama makeup aku dan aku malu untuk up sesuatu ke sosmed.” (Fairuz, 11 Januari 2022)

Selain itu informan pada penelitian ini yang bernama Ningsih juga menuturkan penjelasan yang selaras bahwa:

“Unggah konten di TikTok yang pertama seru, terus yang kedua walaupun kata orang susah untuk fyp gitu kan tapi kayak gampang aja sih, banyak video-video nggak jelas tapi fyp gitu, jadi kayak oh semoga ini aku beruntung nih, merasa tertantang gitu, terus yang ketiga fitur-fiturnya banyak dan seru-seru juga sih, jadi menarik gitu. Sudah pasti aku ngarepin banyak yang nonton, banyak yang ngelike, banyak yang ngeshare juga.” (Ningsih, 7 Januari 2022)

Melihat beberapa jawaban wawancara diatas, masing-masing informan mempunyai pengalaman yang berbeda-beda dalam menggunakan TikTok sebagai media pengungkapan talenta diri. Selain dilakukannya wawancara, pada penelitian ini peneliti juga melakukan observasi atau pengamatan. Hal ini dilakukan untuk membuktikan pembenaran dan penguatan hasil wawancara. Untuk melihat hasil observasi peneliti mengenai TikTok sebagai media pengungkapan talenta diri telah peneliti jabarkan pada gambar dibawah.

Gambar 4.11
Konten TikTok Andini



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdRnX3bm/?k=1> , 19 Maret 2022

Gambar 4.11 adalah *screenshot* salah satu konten TikTok milik Andini. Saat wawancara, Andini menyatakan bahwa TikTok memberikan peluang, kebebasan dan tidak adanya batasan. Gambar 4.11 menggambarkan Andini sedang mengekspresikan diri dengan merias wajahnya mengikuti *trend barbie girl challenge*. Berdasarkan *caption* pada video yang berdurasi 50 detik tersebut, untuk membuat konten *trend barbie girl challenge* Andini membutuhkan waktu 5 jam. Karena kesungguhannya dalam membuat konten, video ini berhasil tampil pada *for your pages* pengguna TikTok lain dan mendapatkan 168,0K *likes* dengan jumlah tayangan sebanyak 1,2M.

Gambar 4.12
Konten TikTok Fairuz



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdRWPkQ/?k=1>, 19 Maret 2022

Gambar 4.12 adalah tampilan tangkapan layar salah satu konten TikTok milik Fairuz. Pada saat wawancara, Fairuz mengungkapkan bahwa sebelumnya tidak ada teman-nya yang mengetahui keberadaannya di TikTok sehingga ia dapat lebih percaya diri untuk *upload* konten di TikTok. Dalam mengakses konten milik Fairuz di TikTok, peneliti melihat bahwa video-video yang diunggah oleh Fairuz memperlihatkan keberanian dan kepercayaan dirinya dalam mengungkapkan hasil *makeup*-nya. Hal ini dapat dilihat juga pada tampilan teks Gambar 4.12 yang menjelaskan bahwa ia tetap membuat konten *makeup* walaupun tidak ada yang menyukainya.

Gambar 4.13
Konten TikTok Ningsih



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSd8aYWXN/?k=1>, 19 Maret 2022

Gambar 4.13 adalah *screenshot* salah satu konten *makeup* Ningsih pada media sosial TikTok-nya. Pada saat wawancara, Ningsih mengatakan bahwa dengan dirinya mengungkapkan talenta diri di TikTok, ia berharap agar videonya tersebut banyak yang nonton, *likes*, dan *share*. Gambar 4.13 merupakan salah satu konten dengan tayangan terbanyak yaitu 748,7K mendapat *likes* sebanyak 70,7K dan telah di *share* 822 kali. Video yang berdurasi 1 menit ini memperlihatkan Ningsih menggunakan fitur-fitur yang telah disediakan TikTok seperti penggunaan filter, musik, tagar, transisi dan link pembelian produk. Hal ini senada dengan pernyataan wawancara yang telah dilakukan.

2) Topik Konten di TikTok

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan, ketiga informan ini memiliki kesamaan yaitu membuat konten kecantikan dan mengikuti perkembangan *trend* yang ada di media sosial TikTok.

Hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Andini mengatakan bahwa:

“Topiknya kayak makeup, perbeauty-an, biasanya itu kayak 17 Agustus kan kemarin itu ikut ngonten, terus kayak hari kartini juga ikut. Kayak lebih mengeksplor diri karena lebih random jadi lebih berani. Tergantung mood, kalau mood nya baik tuh baru bikin konten. Kalau nggak baik tuh kayak nanti hasilnya tuh kayak nggak sesuai ekspektasi gitu loh” (Andini, 11 Januari 2022)

Selanjutnya pernyataan Fairuz yang mengatakan bahwa:

“Apa yang lagi trend aku buat sih khususnya dalam dunia makeup, tapi yang joget nggak ya. Karena setiap aku up konten tuh ada aja yang bilang makeup-nya bagus, cantik, jadi makin pede gitu. Kadang dalam hati aku bilang gini iya ya dilihat-lihat lumayan juga ni makeup. Salah satu cara biar aku nggak insecure. Terus ada juga yang minta tutorialnya padahal aku juga merasa masih banyak kurangnya gitu. Padahal masih banyak content creator makeup yang lain yang lebih bagus tapi mereka malah minta tutorialnya aku” (Fairuz, 11 Januari 2022)

Sementara itu informan lainnya, Ningsih menuturkan bahwa:

“Salah satunya makeup ya, kayak tutorial makeup atau kayak tips-tips atau juga kayak transisi-transisi gitu aku sih. Sejauh ini aku ngikutin kayak kemarin hari pahlawan ya aku ngikutin tuh di bulan November kemarin. Pastinya topik yang dibuat ngelihat dari yang lain sih lebih banyak kayak dari idola aku yang di TikTok tuh banyak sih yang followers nya udah sampai M dan udah centang biru juga aku sering lihat dari situ sih kebanyakan” (Ningsih, 7 Januari 2022)

Untuk membuktikan hasil wawancara, peneliti melakukan observasi. Setelah dilakukan observasi ternyata pernyataan oleh ketiga *key informant* sesuai dengan pemaparan hasil wawancara. Hal ini dapat dilihat pada keterangan gambar dibawah ini.

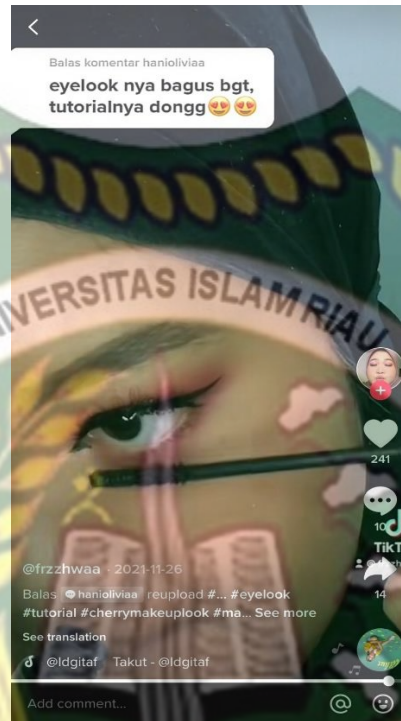
Gambar 4.14
Konten TikTok 17 Agustus Andini



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdJ5Geq2/?k=1> , 12 Maret 2022

Gambar 4.14 memperlihatkan *screenshot* salah satu konten *beauty* yang terdapat pada akun TikTok Andini @bbydini_. Pada Gambar 4.14 memperlihatkan Andini yang sedang mengikuti salah satu *trend* pada TikTok yaitu *trend* 17 Agustus. Dalam hal ini Andini ikut serta dengan membuat video *makeup* bernuansa hari kemerdekaan dan telah disukai oleh 63.3K orang. Hal ini sejalan dengan pemaparan Andini bahwa pada saat 17 Agustus ia berkontribusi dalam pembuatan konten.

Gambar 4.15
Konten TikTok Tutorial Fairuz



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdJ59vgV/?k=1> , 12 Maret 2022

Gambar 4.15 menampilkan *screenshot* salah satu konten kecantikan yang terdapat pada TikTok Fairuz. Dalam video tersebut memperlihatkan Fairuz sedang memberikan tutorial *makeup* mata yang di *request* melalui komentar. Setelah pengamatan di TikTok Fairuz, terdapat beberapa komentar yang meminta Fairuz untuk membuat tutorial *makeup* dan ia sering kali memberikan balasan komentar tersebut menggunakan video. Hal ini sejalan dengan pernyataan Fairuz pada saat wawancara:

“Terus ada juga yang minta tutorialnya padahal aku juga merasa masih banyak kurangnya gitu. Padahal masih banyak content creator makeup yang lain yang lebih bagus tapi mereka malah minta tutorialnya aku”

Gambar 4.16
Konten TikTok Hari Pahlawan Ningsih



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdJ57EhU/?k=1> , 12 Maret 2022

Gambar 4.16 diatas merupakan *screenshot* salah konten kecantikan yang terdapat pada akun TikTok perempuan 21 tahun ini. Pada video tersebut menggambarkan Ningsih yang sedang berkolaborasi bersama 9 *content creator* lainnya dari berbagai kota di Indonesia dengan membuat konten bertema “Wonderland Indonesia” sebagai bentuk merayakan hari pahlawan. Video tersebut menampilkan keberagaman pakaian adat dan tarian tradisional di Indonesia serta diiringi lagu-lagu nasional. Hal ini senada dengan pernyataan Ningsih bahwa ia mengikuti *trend-trend* pada TikTok seperti berkontribusi membuat video untuk menyambut hari pahlawan.

3) **Feedback Pengungkapan Talenta Diri di TikTok**

Peneliti melakukan wawancara bersama Fairuz pada tanggal 11 Januari 2022, adapun hasil wawancara dengan Fairuz mendapatkan hasil:

“Komentar negatif di TikTok sih alhamdulillah nggak ada. Banyak komentar positif, saling support gitu, makanya aku bilang di TikTok orangnya pada baik banget. Pernah diajak buat video bareng sama anak-anak yang suka buat konten kecantikan, lihat di TikTok terus tukaran nomor whatsapp terus nanti ada grupnya, grup support gitu jadi kalau upload video harus saling like, komen dan share” (Fairuz, 11 Januari 2022)

Senada dengan hasil wawancara bersama Fairuz yang tidak mendapatkan komentar negatif, informan lainnya yaitu Ningsih juga demikian, berikut hasil wawancara bersama Ningsih yang mendapatkan hasil:

“Untuk komentar negatif belum ada sejauh ini. Feedback positif kayak penggemar, kedua dukungan support-support dari teman-teman, habis itu kayak saling berbagi ilmu. Pernah dari TikTok pindah ke Instagram, lanjut ke wa, terus pernah juga collab sama teman beberapa” (Ningsih, 7 Januari 2022)

Berbeda dengan Fairuz dan Ningsih, informan lainnya yaitu Andini memberikan pernyataan yang berbeda yaitu:

“Pernah dibilang kayak Popo Barbie, waktu itu kan kak makeup Dini tuh kan kayak bold banget terus dibilang mirip Popo, terus kan dibalas kayak video gitu kayak sindiran, cuma sampai disitu aja nggak ada dilanjutin. Terus kan ada kayak orang tuh mau ngehujat tapi dia itu sendiri nggak tau kalau dia tuh kan Dini stalking juga kan yang ngehujat tuh, dia di TikTok terbuka tapi di Instagram tuh dia kayak ukhti-ukhti gitu, terus Dini balas Dini screenshot semuanya, cuma buat apa dibaca-baca terus kayak bikin sakit hati terus akhirnya kita ngedown terus dibiarkan aja sih kalau yang negatif. Kalau positif nya kayak dibalas komentarnya atau di like gitu setidaknya menghargai, komentar bagus terus nanti mampir ke konten aku. Pernah sih kayak kolaborasi gitu, nggak sering sih tapi ada beberapa. Ada collab sama follow-followan gitu sih. Kalau ada lagu yang ngebooming gitu kan terus diajak collab gitu.” (Andini, 11 Januari 2022)

Dapat terlihat pada hasil wawancara diatas, masing-masing informan memiliki pengalaman yang berbeda-beda pada saat mendapatkan *feedback* atas konten yang dibuatnya. Selain melakukan wawancara kepada ketiga informan, peneliti juga melakukan pengamatan secara non-partisipan. Hasil pengamatan peneliti adalah pernyataan seluruh informan pada penelitian ini senada dengan pemaparan hasil wawancara diatas. Dalam hal ini dapat dinyatakan dari konten-konten yang diunggah pada akun media sosial TikTok milik mereka dan dapat dilihat pada keterangan gambar dibawah.

Gambar 4.17

Feedback Positif Konten TikTok Fairuz



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdJauLwf/?k=1> , 12 Maret 2022

Gambar 4.17 memperlihatkan *screenshot* salah satu konten *makeup* yang terdapat pada akun TikTok Fairuz @Fairuzzahwaa. Pada video tersebut menampilkan Fairuz yang sedang memberikan tutorial *makeup* kepada *followers*-nya. Terdapat sebanyak 70 komentar pada video *makeup* ini seperti yang tertera pada Gambar 4.17. Pada setiap komentar yang ada, Fairuz terlihat memberi respon balasan dan memberikan *like*. Dalam video ini tidak terdapat komentar-komentar yang bersifat negatif. Hal ini selaras dengan pernyataan yang dilontarkan oleh Fairuz bahwa tidak terdapat komentar negatif di konten TikTok-nya.

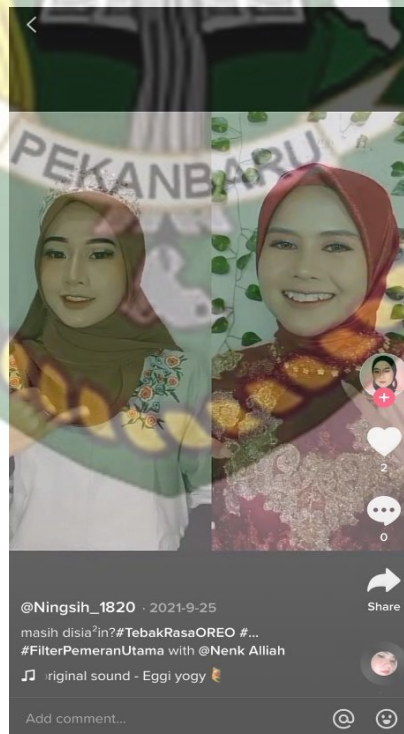
Gambar 4.18
Feedback Positif Konten TikTok Ningsih



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdJaAv7w/?k=1>, 12 Maret 2022

Gambar 4.18 diatas menampilkan tangkapan layar yang diambil peneliti pada salah satu video *makeup* milik Ningsih pada media sosial TikTok. Video yang berdurasi 3 menit ini menampilkan Ningsih sedang melakukan *makeup* dengan transisi yang mengikuti *beat music*. Pada video ini tidak terdapat komentar yang bersifat negatif. Terdapat 175 komentar yang berisi tentang pujian dan meminta dukungan sesama *content creator*. Hal ini senada dengan pernyataan Ningsih pada saat wawancara bahwa *feedback* positif yang ia dapatkan seperti *support-support* dari teman-nya dan ia tidak mendapat komentar yang bersifat negatif.

Gambar 4.19
Konten Kolaborasi TikTok Ningsih



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdJa5V7R/?k=1>, 12 Maret 2022

Gambar 4.19 diatas menggambarkan *screenshot* salah satu konten kolaborasi yang terdapat pada akun TikTok @Ningsih_18200. Dalam video tersebut terlihat bahwa Ningsih bersama seorang temannya @Nenk_Alliah yang juga merupakan seorang *content creator* sedang melakukan pembuatan konten *makeup* secara virtual dengan tempo transisi bergantian sesuai ketukan musik yang dipilih. Video yang berdurasi 1 menit ini telah ditayangkan sebanyak 40 kali. Hal ini sejalan dengan pernyataan Ningsih pada saat wawancara bersama peneliti bahwa ia pernah melakukan kolaborasi bersama temannya.

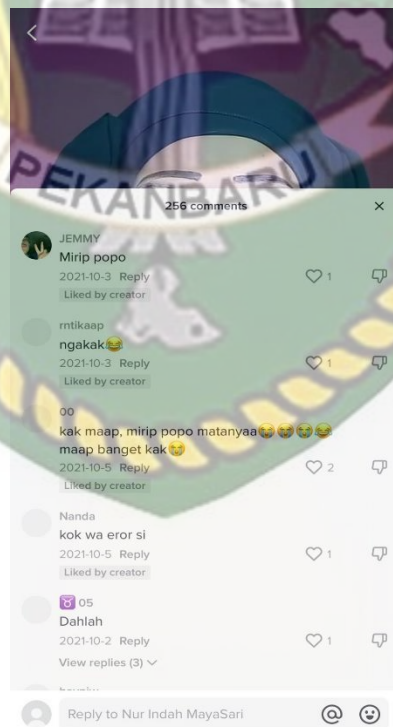
Gambar 4.20
Feedback Positif Konten TikTok Andini



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdJmHtps/?k=1>, 12 Maret 2022

Gambar 4.20 merupakan tampilan tangkapan layar yang peneliti dapatkan dari salah satu konten milik Andini di akun TikTok-nya. Pada video tersebut menampilkan Andini yang sedang memberikan tutorial *makeup* kepada *followers*-nya. Terdapat 586 komentar yang didominasi oleh komentar-komentar positif seperti memuji hasil *makeup* Andini dan memberitahu bahwa video tersebut tampil di *for your pages* milik pengguna lainnya. Dapat terlihat pada Gambar 4.20 bahwa Andini menyukai komentar-komentar tersebut sebagai tanda ia menghargai komentar yang diberikan. Hal ini senada dengan pemaparan Andini pada saat wawancara bersama peneliti.

Gambar 4.21
Feedback Negatif Konten TikTok Andini



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdJmCCrJ/?k=1>, 12 Maret 2022

Gambar 4.21 adalah *screenshot* komentar negatif yang terdapat di salah satu konten TikTok Andini. Video tersebut menggambarkan Andini sedang merias wajahnya seperti karakter di *squid game*. Kolom komentar video ini dipenuhi oleh banyaknya komentar negatif seperti dimiripkan dengan pengguna TikTok lain yaitu Popo Barbie dan tidak sedikit yang menilai bahwa hasil *makeup* Andini tidak sesuai ekspektasi mereka. Selain komentar negatif, terdapat komentar positif seperti memuji hasil *makeup* Andini. Hal ini senada dengan pemaparan Andini pada saat wawancara bahwa ia pernah mendapatkan komentar negatif atas konten yang diunggahnya.

b. Pemaknaan Pengungkapan Talenta Diri Informan di TikTok

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi yang telah peneliti lakukan, berikut pemaknaan pengungkapan talenta diri informan di TikTok yang terdiri dari 3 kategori yaitu makna TikTok oleh informan, makna konten oleh informan dan makna *feedback* oleh informan.

1) Makna TikTok oleh Informan

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Andini, diperoleh informasi mengenai makna TikTok bahwa:

“TikTok itu sebagai media hiburan, kadang lucu-lucu aja video orang di TikTok tuh kak, terus juga sebagai media informasi sih kak, mau beli ini cari dulu review-nya di TikTok biasanya banyak gitu. Kalau pengungkap kekesalan diri iya juga kak, kayak lagi kesal sama siapa gitu kan dibuat konten, itu banyak juga viewers-nya, banyak netizen yang kepo” (Andini, 11 Januari 2022)

Tidak jauh berbeda dengan Andini, sementara itu dari hasil wawancara bersama Fairuz mengatakan bahwa:

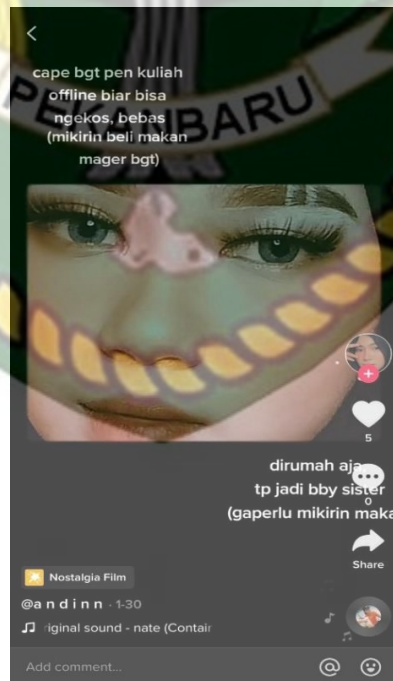
“Makna TikTok tuh apa ya, media pengisi kegabutan kalau aku. Aku kalau gabut gitu pasti larinya ke TikTok, lihat-lihat video orang, nanti terinspirasi mau buat juga. Terus kalau di TikTok aku kan orangnya random gitu, followers-nya, jadi makna TikTok bisa juga sih sebagai tempat curhat, mengutarakan unek-unek. Di fyp juga banyak sih yang suka-suka curhat gitu aku lihat” (Fairuz, 11 Januari 2022)

Hal senada juga diucapkan oleh Ningsih yang memberikan argumennya:

“TikTok itu pertama hiburan. Lagi bosan, sedih, kadang lagi capek ya lihat TikTok. Dan kalau sekarang TikTok bukan hiburan aja buat aku, tapi jadi sumber pemasukan juga” (Ningsih, 7 Januari 2022)

Sesuai dengan pendapat diatas bahwa makna TikTok adalah sebagai media hiburan, media informasi, sarana pengungkap kekesalan, dan sarana untuk mengisi waktu luang.

Gambar 4.22
Konten TikTok Andini



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdNLEt9X/>, 29 Maret 2022

Dalam melakukan observasi, peneliti melihat Andini sesekali membuat konten yang mengungkapkan kegelisahan diri terhadap individu lain ataupun dirinya sendiri. Salah satunya dapat dilihat pada Gambar 4.22 dimana merupakan *screenshot* kegelisahan diri Andini yang dituangkan di TikTok-nya. Saat peneliti melakukan eksplorasi lebih dalam, Andini menegaskan tidak memiliki tujuan membuat konten seperti Gambar 4.22, ia hanya mengekspresikan kekesalan dirinya terhadap masalah yang dialaminya dan tidak ada keinginan untuk menyinggung atau merugikan pihak lain. Selain itu pengungkapan ini hanya dilakukannya pada TikTok saja.

Gambar 4.23
Konten TikTok Fairuz



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdNLGKof/>, 29 Maret 2022

Dapat dilihat pada gambar 4.23 Fairuz menggunakan TikTok-nya sebagai tempat mengutarakan kegelisahan diri. Perempuan 21 tahun ini mengemas ungkapan tersebut melalui konten *makeup* yang berputar 60 detik. Pada putaran pertama Fairuz memberi coretan di wajahnya yang berisi ungkapan negatif yang diterima dirinya dan putaran selanjutnya menampilkan transisi riasan wajah yang mengartikan kepercayaan diri dan menerima kekurangan tersebut. Konten ini tidak seluruhnya berasal dari ide Fairuz melainkan sebelumnya sudah ada yang membuatnya. Hal ini dapat dibuktikan dari *caption* yang terdapat pada gambar yaitu *ib* atau *inspiration by*.

Gambar 4.24
Konten TikTok Ningsih



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdNLwYde/>, 29 Maret 2022

Gambar 4.24 adalah *screenshot* salah satu konten yang terdapat pada media sosial TikTok Ningsih. Pada saat wawancara Ningsih mengatakan bahwa saat ini TikTok merupakan sumber pemasukannya. Hal ini dapat dibuktikan dengan Gambar 4.24 diatas yang menjelaskan Ningsih melakukan pembuatan konten komersial. Saat mengeksplor lebih dalam, peneliti mendapat informasi bahwa konten komersial hanya mendapat produknya saja, sedangkan untuk konten yang *explore* akan dihargai Rp300.000/video. Selain itu terdapat fitur lainnya sebagai sumber pemasukan di TikTok seperti TikTok *shop* yang terhubung dengan Shopee *affiliate* dan *live* TikTok.

2) Makna Konten oleh Informan

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Andini mendapatkan hasil:

“Mungkin kepercayaan diri ya kak karena buat konten gitu Dini jadi percaya diri. Kalau di dunia nyata belum berani sih kak. Dini jadi makin percaya diri juga karna di beberapa video Dini gitu ada yang mintain tutorialnya kak, nggak tutorial makeup aja kak kayak transisi juga” (Andini, 11 Januari 2022)

Menurut keterangan dari informan lainnya, Fairuz memberikan pernyataan yang mengatakan bahwa:

“Kalau aku untuk saat ini itu aja, untuk kalau misalnya gabut ya mau ngapain lagi ya buat konten lah daripada gak ngapa-ngapain kan. Aku sekarang cukup pede sama hasil makeup aku karena aku self love, aku selalu berusaha gak dengar kata netizen biar aku gak insecure” (Fairuz, 11 Januari 2022)

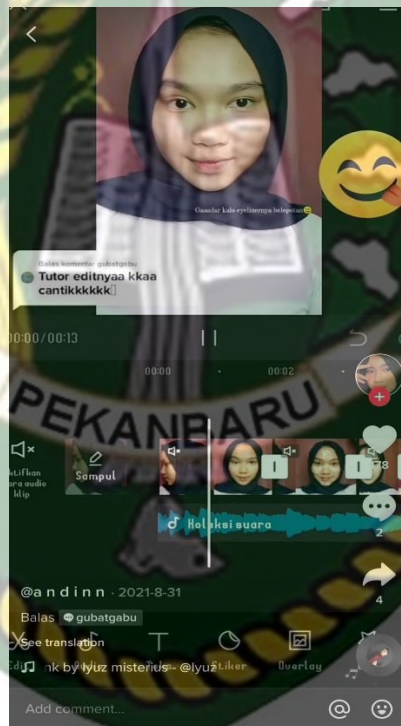
Selain itu Ningsih juga menuturkan penjelasan yang selaras bahwa:

“Kalau di aku sih media mengekspresikan diri ya satu, yang kedua isi waktu luang” (Ningsih, 7 Januari 2022)

Melihat hasil wawancara diatas, konten dimaknai sebagai kepercayaan diri, pengisi waktu luang dan pengekspresian diri. Untuk membuktikan *valid*-nya hasil wawancara diatas, peneliti juga melakukan observasi dan mendapatkan keterangan yang sama dengan wawancara yang telah dilakukan. Hal ini dapat dilihat pada keterangan gambar.

Gambar 4.25

Konten TikTok Andini



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdNN5yG5/>, 29 Maret 2022

Gambar 4.25 adalah *screenshot* salah satu konten yang terdapat pada akun media sosial TikTok perempuan yang akrab disapa Andini. Berbeda dengan informan lainnya dan senada dengan pernyataan Andini, peneliti menemukan konten di media

sosial TikTok miliknya yang bukan merupakan video tutorial *makeup* melainkan video tutorial transisi *makeup*. Pada video tersebut Andini menjelaskan secara rinci dari awal hingga akhir dengan menggunakan salah satu fitur yang terdapat pada TikTok yaitu *voice over* tentang bagaimana ia melakukan pengeditan video yang akan di unggah beserta pengaturan komposisi gambarnya. Video ini telah di *share* sebanyak 4 kali.

Gambar 4.26
Konten TikTok Fairuz



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdNNhT4Q/>, 29 Maret 2022

Gambar 4.26 adalah *screenshot* salah satu konten pada media sosial TikTok Fairuz Zahwa. Dalam video tersebut memperlihatkan keahlian Fairuz dalam merias wajah. Video yang berjalan 40 detik ini diunggah oleh Fairuz dengan menambahkan *hashtag* sebagai pendukung videonya tersebut dapat *explore* atau tampil pada *for your pages* milik pengguna TikTok lainnya. Selain itu pada bagian *caption* video tersebut Fairuz memaparkan kalimat “Gilak cantik kali aku woyy”. Setelah peneliti lakukan wawancara lebih dalam, hal tersebut dilakukan oleh Fairuz sebagai bentuk kepercayaan diri dalam membuat konten dan usaha untuk tidak mendengarkan netizen.

Gambar 4.27
Konten TikTok Ningsih



Sumber: *Screenshot* <https://vt.tiktok.com/ZSdNN9PmT/>, 29 Maret 2022

Gambar 4.27 diatas merupakan tangkapan layar salah satu konten yang terdapat pada media sosial TikTok milik Sri Wahyu Ningsih. Perempuan dengan *followers* TikTok 10,5K ini memaknai konten sebagai media untuk mengekspresikan diri dan mengisi waktu luang. Peneliti melihat pada akun TikTok-nya, Ningsih sering kali menggunakan fitur teks dan *caption* pada video yang diunggahnya dengan memberikan deskripsi mengenai sesuatu hal, salah satunya seperti Gambar 4.27 “Memulai dengan semangat, berkhayal bakalan banyak yang nonton dan suka”. Sehingga menurutnya hal ini merupakan contoh dari pengekspresian diri yang dilakukan secara tertulis.

3) Makna *Feedback* oleh Informan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan secara langsung oleh peneliti bersama Andini pada tanggal 11 Januari 2022 tentang makna *feedback*, pernyataan yang diberikan Andini adalah:

“Makna-nya tuh orang-orang berarti suka dengan apa yang Dini buat, makeup gitu kan. Dini udah bisa kasih sedikit kebahagiaan ke orang yang suka sama konten-konten Dini walaupun masih banyak juga yang gak sesuai dengan ekspektasi-nya Dini kak, bukan ekspektasi mereka ya kak. Ekspektasi mereka udah Dini penuhi, tapi ekspektasi Dini nya sendiri gak terpenuhi gitu loh kak” (Andini, 11 Januari 2022)

Selain itu pada wawancara peneliti dengan Fairuz, terdapat beberapa pemaknaan yang diberikan Fairuz mengenai *feedback*:

“Gini bisa jadi orang yang muji aku cuma basa-basi aja. Kalau aku makna nya untuk evaluasi diri ya mikirnya kaya gitu, pas lewat video aku daripada gak ada yang komen kan kasihan yaudah lah komen aja gitu. Ada juga yang pernah komen kasihan kakaknya udah capek-capek makeup tapi gak ada yang komen,

ini aku komen. Iya sih gak apa-apa, tapi jangan bilang kayak gitu bilang sejujur-jujurnya” (Fairuz, 11 Januari 2022)

Berbeda dengan pernyataan yang dilontarkan Fairuz, sementara itu Ningsih memberikan keterangan bahwa:

“Kalau buat aku sih sejauh ini alhamdulillah bertahap kan, kalau dulu itu makeup aku gak sebagus sekarang ya dan alhamdulillah nya sih gak pernah dapat hujatan yang begitu-begitu banget. Kalau dulu kan kayak makeup itu masih berserak-serak gitu dan alhamdulillah nya teman-teman aku yang komen, likes gitu kan gak pernah yang ngehujat gitu lah istilahnya, dia bilang bagus nih tapi mereka nanti ada yang tiba-tiba ngedm kurang-kurangnya. Jadi feedback-nya lebih motivasi lah ya buat semangat, maknanya ya kak orang lain senang aku juga senang” (Ningsih, 7 Januari 2022)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa setiap informan memberikan pemaknaan yang berbeda-beda mengenai *feedback*. Untuk mendapatkan pembuktian terhadap informasi yang diberikan informan melalui hasil wawancara diatas, peneliti melakukan observasi atau pengamatan melalui konten yang terdapat pada media sosial TikTok. Setelah dilakukannya observasi ternyata keterangan oleh ketiga *key informant* sesuai dengan pemaparan hasil wawancara. Hal ini dapat dilihat pada gambar dibawah.

Gambar 4.28
Konten TikTok Andini



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSd2eNr4E/>, 31 Maret 2022

Gambar 4.28 adalah tampilan tangkapan layar salah satu konten kecantikan di TikTok Andini. Perempuan dengan *followers* 25,2K ini memaknai *feedback* sebagai tanda netizen menyukai karya yang dilakukannya. Peneliti dapat melihat pada beberapa konten Andini terdapat banyak *likes* dan komentar yang membangun. Video bernuansa merah putih ini merupakan koleksi video dengan *likes* terbanyak kedua yaitu 74,6K setelah *barbie challenge* yang terdapat pada Gambar 4.11 yaitu mendapatkan *likes* sebanyak 168,0K. Selain itu Andini mendapatkan 566 komentar yang didominasi oleh komentar positif dan video ini telah dibagikan sebanyak 1992 kali pada Whatsapp.

Gambar 4.29

Konten TikTok Fairuz



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSd2eNoBK/>, 31 Maret 2022

Gambar 4.29 adalah *screenshot* laman komentar yang terdapat pada salah satu konten kecantikan di akun media sosial TikTok milik Fairuz Zahwa. Terlihat bahwa pada setiap komentar yang ada Fairuz hanya memberikan tanda suka tanpa memberikan respon. Pada gambar tersebut memperlihatkan komentar-komentar bersifat tidak mendukung yang diberikan kepada Fairuz atas hasil *makeup*-nya. Hal inilah yang membuat Fairuz memaknai *feedback* sebagai bentuk dugaan bahwa netizen memberikan komentar atas karya yang dibuat olehnya hanya sebatas kasihan karena tidak ada yang memberikan komentar.

Gambar 4.30
Konten TikTok Ningsih



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSd2hxkeV/>, 31 Maret 2022

Gambar 4.30 merupakan *screenshot* salah satu konten yang terdapat pada TikTok Ningsih. Saat wawancara bersama peneliti, Ningsih memaknai *feedback* sebagai motivasi untuk semangat dan menurutnya jika individu lain bahagia maka ia juga bahagia. Gambar diatas merupakan salah satu konten kecantikan milik Ningsih dengan komentar terbanyak yaitu 300. Peneliti tidak menemukan komentar yang bersifat negatif pada setiap konten Ningsih. Selain itu juga di laman komentar tersebut peneliti melihat bentuk pemaknaan bahagia yang disampaikan oleh Ningsih seperti ia tidak menyangka bahwa video yang dibuatnya akan ramai dilihat dan diberi komentar

c. **Dimensi Self Disclosure**

1) **Ukuran atau Jumlah**

Berdasarkan wawancara peneliti bersama Andini, ia mengatakan bahwa:

“Pakai TikTok-nya tuh udah lama, cuma kayak baru booming itu baru tahun kemarin 2021. Mulainya tuh tergantung mood sih, mulainya tuh kalau kayak ada waktu luang gitu kak, nggak ada jadwalnya. Lumayan minimal tuh 3 kali seminggu. Nggak ada jadwalnya sih, cuma sekali ngonten tuh bikin banyak konten gitu.” (Andini, 11 Januari 2022)

Berbeda dengan pernyataan Andini diatas, Fairuz yang baru aktif menggunakan TikTok pada 2021 awalnya hanya sebagai penikmat konten pengguna lainnya saja.

Berikut pernyataan yang dilontarkan oleh Fairuz adalah:

“Aku mulai main TikTok tuh awal tahun deh kalau nggak salah, tapi cuma ya lihat-lihat video orang aja. Terus pas mulai mencoba buat konten di TikTok tuh bulan-bulan Maret kalau nggak salah, itupun take nya juga seadanya aja. Mulai aktif sebulan setelahnya deh kayaknya. Aku biasanya up nya sore atau malam sih diatas jam 6 lah sore. Kalau setiap hari sih nggak, tapi dalam seminggu itu pasti ada sih yang di up ke TikTok nya.” (Fairuz, 11 Januari 2022)

Jika Andini dan Fairuz menggunakan media sosial TikTok di tahun 2021, Ningsih ternyata lebih dahulu menggunakan TikTok sehingga memiliki pengalaman yang lebih banyak. Pada saat wawancara bersama peneliti Ningsih menegaskan bahwa:

“Kalau gunain TikTok aku udah dari SMA, cuma pernah punya satu akun TikTok tapi lupa kata sandinya, padahal itu udah banyak banget followers-nya, jadi baru bikin 3 bulan ini kan ada yang video aku masuk fyp tuh, dari yang aku followers-nya cuma 200, sekarang udah jadi 4000 gitu karena masuk fyp itu. Jadi baru 3 bulan sih yang ramai-ramainya ini. Tapi kalau punya TikTok-nya itu udah dari SMA. Kalau buat TikTok ya tiap hari sih, benar-benar tiap hari, kayak video niatnya itu paling cuma 2 hari, tapi kalau yang nggak niatnya gitu cuma gabut-gabut doang itu sih tiap hari ada konten, tiap hari pasti ada. Buat konten di TikTok sebagai bentuk aku nyalurin hobi aku, yang kedua

nunjukkan ke orang kalau ini aku bisa nih dalam konten makeup ini aku bisa makeup loh” (Ningsih, 7 Januari 2022)

Selain melakukan wawancara, peneliti juga melakukan observasi non-partisipan. Ternyata setelah dilihat, pernyataan yang dituturkan oleh ketiga *key informant* selaras dengan pemaparan hasil wawancara diatas. Hal ini dapat dibuktikan dari konten-konten yang diunggah oleh ketiga *key informant* pada akun media sosial milik mereka.

Gambar 4.31
Konten TikTok Andini



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdRnXDwF/?k=1> , 17 Juni 2022

Gambar 4.31 adalah *screenshot* salah satu konten yang terdapat pada media sosial TikTok milik Andini Novianti dengan *username* @bbydini_ . Video tersebut diunggah Andini pada awal tahun 2021 dan menggambarkan dirinya sedang memberikan tutorial *makeup hack eyeliner* pakai selotip. Video ini berhasil memenuhi *explore* atau *for your pages* milik pengguna TikTok lainnya sehingga sudah ditonton sebanyak 193 kali. Menurut pernyataan Andini, video ini merupakan konten pertama miliknya yang berhasil tampil di *for your pages*. Dalam kurun waktu 1 bulan, Andini dapat mengunggah konten di media sosial TikTok miliknya sebanyak 15-30 video.

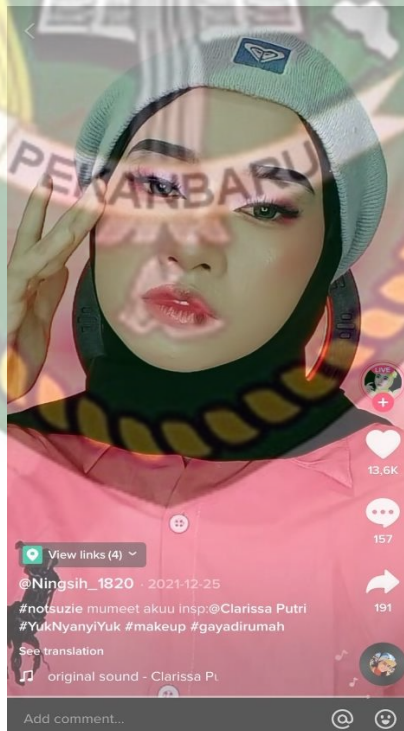
Gambar 4.32
Konten TikTok Fairuz



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdRWetrh/?k=1> , 17 Juni 2022

Gambar 4.32 adalah tampilan tangkapan layar salah satu konten TikTok milik Fairuz Zahwa dengan *username* @fairuzzahwaa. Selaras dengan pemaparan Fairuz bahwa ia mulai aktif membuat konten di TikTok satu bulan setelah bulan Maret. Hal ini dapat dibuktikan dari Gambar 4.32. Pada gambar terlihat bahwa video tersebut diunggah Fairuz pada bulan April, selain itu juga Fairuz menyatakan melalui *caption* bahwa video tersebut merupakan kali pertama ia membuat transisi *makeup*. Video ini telah ditonton sebanyak 104 kali. Dalam kurun waktu 1 bulan Fairuz dapat mengunggah konten di media sosial TikTok miliknya sebanyak 15-24 video.

Gambar 4.33
Konten TikTok Ningsih



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdRnWDuE/?k=1>, 17 Juni 2022

Gambar 4.33 adalah *screenshot* salah satu konten kecantikan Sri Wahyu Ningsih yang terdapat pada akun media sosial TikTok miliknya. Perempuan yang akrab dipanggil Ningsih ini mengaku bahwa dirinya sudah sejak lama menggunakan media sosial TikTok. Gambar 4.33 menggambarkan suatu video *makeup inspiration* yang dibuat oleh Ningsih dan telah ditonton sebanyak 188,3K kali. Video dengan jumlah *likes* sebanyak 13,6K ini diunggah Ningsih pada akhir tahun 2021 dan berhasil tampil di *explore* atau *for your pages* milik pengguna TikTok lainnya. Dalam waktu 1 bulan, Ningsih dapat mengunggah konten di TikTok miliknya sebanyak 25-27 video.

2) Tujuan atau Maksud

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti secara langsung bersama Andini Novianti pada tanggal 11 Januari 2022, Andini memberikan pernyataan bahwa:

“Mengunggah konten di TikTok karena peluangnya tuh lebih besar dibandingkan Instagram. Kalau di TikTok tuh kita tuh kayak lebih bebas gitu, terus kayak kalau nggak ada batasan, terserah kita mau nge-post kayak berapa konten terserah kita.” (Andini, 11 Januari 2022)

Senada dengan pernyataan Andini diatas, informan lainnya yaitu Fairuz juga memberikan keterangan bahwa:

“Memilih unggah konten di TikTok karena awalnya aku mikir nggak ada teman real life yang aku kenal di TikTok dan aku ngerasa di TikTok netizen lebih baik-baik daripada di Instagram. Kalau menurut aku TikTok tuh salah satu wadah untuk menyalurkan hobi dan untuk have fun dan karena adanya TikTok aku jadi bisa lebih pede lagi gitu loh sama hasil makeup aku. Karena awalnya aku tuh insecure kali sama makeup aku dan aku malu untuk up sesuatu ke sosmed.” (Fairuz, 11 Januari 2022)

Selain itu informan pada penelitian ini yang bernama Ningsih juga menuturkan penjelasan yang selaras bahwa:

“Unggah konten di TikTok yang pertama seru, terus yang kedua walaupun kata orang susah untuk fyp gitu kan tapi kayak gampang aja sih, banyak video-video nggak jelas tapi fyp gitu, jadi kayak oh semoga ini aku beruntung nih, merasa tertantang gitu, terus yang ketiga fitur-fiturnya banyak dan seru-seru juga sih, jadi menarik gitu. Sudah pasti aku ngarepin banyak yang nonton, banyak yang ngelike, banyak yang ngeshare juga.” (Ningsih, 7 Januari 2022)

Melihat beberapa jawaban wawancara diatas, masing-masing informan mempunyai pengalaman yang berbeda-beda dalam menggunakan TikTok sebagai media pengungkapan talenta diri. Selain dilakukannya wawancara, pada penelitian ini peneliti juga melakukan observasi atau pengamatan.

Gambar 4.34

Konten TikTok Andini



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSd7sSEk1/?k=1>, 17 Juni 2022

Gambar 4.34 adalah *screenshot* salah satu konten TikTok milik Andini. Saat wawancara, Andini menyatakan bahwa TikTok memberikan peluang, kebebasan dan tidak adanya batasan. Gambar 4.34 menggambarkan Andini sedang mengekspresikan diri dengan merias wajahnya mengikuti *recreate makeup challenge*. Karena kesungguhannya dalam membuat konten, video ini berhasil tampil pada *for your pages* pengguna TikTok lain dan mendapatkan tanda suka 280 dengan jumlah tayangan sebanyak 3610.

Gambar 4.35

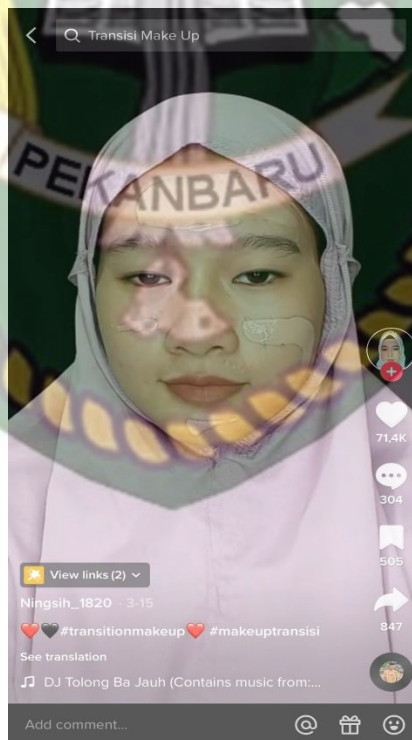
Konten TikTok Fairuz



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSd7sPbyx/?k=1>, 17 Juni 2022

Gambar 4.35 adalah tampilan tangkapan layar salah satu konten TikTok milik Fairuz. Pada saat wawancara, Fairuz mengungkapkan bahwa sebelumnya tidak ada teman-nya yang mengetahui keberadaannya di TikTok sehingga ia dapat lebih percaya diri untuk *upload* konten di TikTok. Dalam mengakses konten milik Fairuz di TikTok, peneliti melihat bahwa video-video yang diunggah oleh Fairuz memperlihatkan keberanian dan kepercayaan dirinya dalam mengungkapkan hasil *makeup*-nya. Hal ini dapat dilihat juga pada tampilan teks Gambar 4.35 yang menjelaskan bahwa ia tetap membuat konten *makeup* walaupun diejek cantiknya karena *makeup* saja.

Gambar 4.36
Konten TikTok Ningsih



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSd7syCr1/?k=1>, 17 Juni 2022

Gambar 4.36 adalah *screenshot* salah satu konten *makeup* Ningsih pada media sosial TikTok-nya. Pada saat wawancara, Ningsih mengatakan bahwa dengan dirinya mengungkapkan talenta diri di TikTok, ia berharap agar videonya tersebut banyak yang nonton, *likes*, dan *share*. Gambar 4.36 merupakan salah satu konten dengan tayangan terbanyak yaitu 763,3K mendapat *likes* sebanyak 71,4K dan telah di *share* 847 kali. Video yang berdurasi 1 menit ini memperlihatkan Ningsih menggunakan fitur-fitur yang telah disediakan TikTok seperti penggunaan filter, musik, tagar, transisi dan link pembelian produk. Hal ini senada dengan pernyataan wawancara yang telah dilakukan.

3) Valensi

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan, ketiga informan ini memiliki kesamaan yaitu membuat konten kecantikan dan mengikuti perkembangan *trend* yang ada di media sosial TikTok.

Hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Andini mengatakan bahwa:

“Topiknya kayak makeup, perbeauty-an, biasanya itu kayak 17 Agustus kan kemarin itu ikut ngonten, terus kayak hari kartini juga ikut. Kayak lebih mengeksplor diri karena lebih random jadi lebih berani. Tergantung mood, kalau mood nya baik tuh baru bikin konten. Kalau nggak baik tuh kayak nanti hasilnya tuh kayak nggak sesuai ekspektasi gitu loh” (Andini, 11 Januari 2022)

Selanjutnya pernyataan Fairuz yang mengatakan bahwa:

“Apa yang lagi trend aku buat sih khususnya dalam dunia makeup, tapi yang joget nggak ya. Karena setiap aku up konten tuh ada aja yang bilang makeup-nya bagus, cantik, jadi makin pede gitu. Kadang dalam hati aku bilang gini iya ya dilihat-lihat lumayan juga ni makeup. Salah satu cara biar aku nggak insecure. Terus ada juga yang minta tutorialnya padahal aku juga merasa masih banyak kurangnya gitu. Padahal masih banyak content creator makeup

yang lain yang lebih bagus tapi mereka malah minta tutorialnya aku” (Fairuz, 11 Januari 2022)

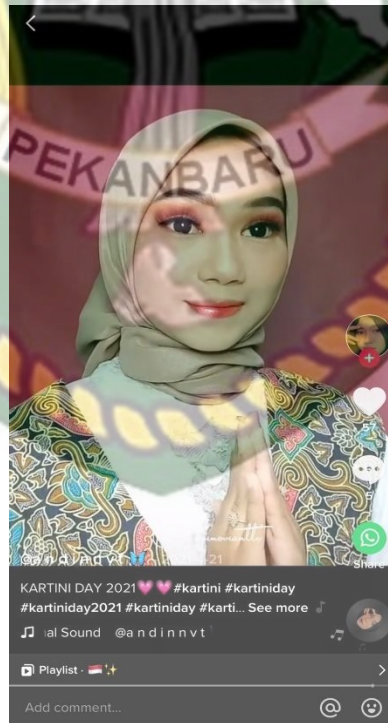
Sementara itu informan lainnya, Ningsih menuturkan bahwa:

“Salah satunya makeup ya, kayak tutorial makeup atau kayak tips-tips atau juga kayak transisi-transisi gitu aku sih. Sejauh ini aku ngikutin kayak kemarin hari pahlawan ya aku ngikutin tuh di bulan November kemarin. Pasti topik yang dibuat ngelihat dari yang lain sih lebih banyak kayak dari idola aku yang di TikTok tuh banyak sih yang followers nya udah sampai M dan udah centang biru juga aku sering lihat dari situ sih kebanyakan” (Ningsih, 7 Januari 2022)

Untuk membuktikan hasil wawancara, peneliti melakukan observasi. Setelah dilakukan observasi ternyata pernyataan oleh ketiga *key informant* sesuai dengan pemaparan hasil wawancara. Hal ini dapat dilihat pada keterangan gambar dibawah ini.

Gambar 4.37

Konten TikTok Hari Kartini Andini



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdJ59Gs6/?k=1> , 17 Juni 2022

Gambar 4.37 menampilkan tangkapan layar yang diambil peneliti pada salah satu konten kecantikan milik Andini pada media sosial TikTok. Video berdurasi 1 menit ini menampilkan Andini sedang melakukan salah *trend* make-up yaitu berpenampilan seperti Ibu Kartini pada Hari Kartini tahun 2021. Hal ini senada dengan pernyataan Andini bahwa topik konten yang terdapat pada media sosial TikTok-nya adalah tentang *makeup* seperti 17 Agustus dan hari Kartini.

Gambar 4.38
Konten TikTok Tutorial Fairuz



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSd7smKPP/?k=1> , 17 Juni 2022

Gambar 4.38 menampilkan *screenshot* salah satu konten kecantikan yang terdapat pada TikTok Fairuz. Dalam video tersebut memperlihatkan Fairuz sedang memberikan tutorial *makeup* yang di *request* melalui kolom komentar. Setelah pengamatan di TikTok Fairuz, terdapat beberapa komentar yang meminta Fairuz untuk membuat tutorial *makeup* dan dapat terlihat pada *caption* yang bertuliskan “Yang pada minta tutorial, ini termasuk vid tutorial gak ya?”.

Gambar 4.39
Konten TikTok Tutorial Ningsih



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSdJ57Y6K/?k=1> , 17 Juni 2022

Pada saat wawancara bersama Ningsih, ia mengatakan bahwa topik konten yang dibuatnya pada media sosial TikTok seperti tutorial *makeup*, *tips-tips* atau transisi. Untuk membuktikan kebenaran hasil wawancara tersebut, peneliti melakukan observasi yang dilakukan pada akun TikTok milik Ningsih @Ningsih_1820. Gambar 4.39 diatas merupakan tangkapan layar yang peneliti dapatkan dari salah satu konten di akun TikTok Ningsih. Ternyata hasil observasi peneliti dengan hasil wawancara selaras. Hal ini dapat dibuktikan pada Gambar 4.39 yang memperlihatkan Ningsih sedang membuat tutorial *makeup* yang di *request* oleh salah satu *followers*-nya.

4) **Kecermatan dan Kejujuran**

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Andini mendapatkan hasil:

“Mungkin kepercayaan diri ya kak karena buat konten gitu Dini jadi percaya diri. Kalau di dunia nyata belum berani sih kak. Dini jadi makin percaya diri juga karna di beberapa video Dini gitu ada yang mintain tutorialnya kak, nggak tutorial makeup aja kak kayak transisi juga” (Andini, 11 Januari 2022)

Menurut keterangan dari informan lainnya, Fairuz memberikan pernyataan yang mengatakan bahwa:

“Kalau aku untuk saat ini itu aja, untuk kalau misalnya gabut ya mau ngapain lagi ya buat konten lah daripada gak ngapa-ngapain kan. Aku sekarang cukup pede sama hasil makeup aku karena aku self love, aku selalu berusaha gak dengar kata netizen biar aku gak insecure” (Fairuz, 11 Januari 2022)

Selain itu Ningsih juga menuturkan penjelasan yang selaras bahwa:

“Kalau di aku sih media mengekspresikan diri ya satu, yang kedua isi waktu luang” (Ningsih, 7 Januari 2022)

Melihat hasil wawancara diatas, konten dimaknai sebagai kepercayaan diri, pengisi waktu luang dan pengekspresian diri. Untuk membuktikan *valid*-nya hasil wawancara diatas, peneliti juga melakukan observasi dan mendapatkan keterangan yang sama dengan wawancara yang telah dilakukan. Hal ini dapat dilihat pada keterangan gambar.

Gambar 4.40

Konten TikTok Andini



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSd7G89mA/?k=1> , 17 Juni 2022

Gambar 4.40 adalah *screenshot* salah satu konten yang terdapat pada akun media sosial TikTok perempuan yang akrab disapa Andini. Berbeda dengan informan lainnya dan senada dengan pernyataan Andini, peneliti menemukan konten di media

sosial TikTok miliknya yang merupakan video tutorial *makeup*. Pada video tersebut Andini menjelaskan secara rinci dari awal hingga akhir cara pembuatan *makeup* yang sebelumnya telah di unggahnya pada media sosial TikTok. Video yang berjalan 60 detik ini mendapatkan tanda suka sebanyak 5 kali dengan tayangan sebanyak 88 kali dan terdapat 1 komentar yang mendukung hasil *makeup* Andini tersebut.

Gambar 4.41
Konten TikTok Fairuz



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSd7GYP45/?k=1>, 17 Juni 2022

Gambar 4.41 adalah *screenshot* salah satu konten pada media sosial TikTok Fairuz Zahwa. Dalam video tersebut memperlihatkan keahlian Fairuz dalam merias

wajah. Video yang berjalan 40 detik ini diunggah oleh Fairuz dengan menambahkan *hashtag* sebagai pendukung videonya tersebut dapat *explore* atau tampil pada *for your pages* milik pengguna TikTok lainnya. Selain itu pada bagian *caption* video tersebut Fairuz memaparkan kalimat “Bagus kan warna bibir akuu”. Setelah peneliti lakukan wawancara lebih dalam, hal tersebut dilakukan oleh Fairuz sebagai bentuk kepercayaan diri dalam membuat konten dan usaha untuk tidak mendengarkan netizen.

Gambar 4.42
Konten TikTok Ningsih



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSd7G29Qv/?k=1>, 17 Juni 2022

Gambar 4.42 diatas merupakan tangkapan layar salah satu konten yang terdapat pada media sosial TikTok milik Sri Wahyu Ningsih. Perempuan dengan *followers* TikTok 10,5K ini memaknai konten sebagai media untuk mengekspresikan diri dan mengisi waktu luang. Peneliti melihat pada akun TikTok-nya, Ningsih sering kali menggunakan fitur teks dan *caption* pada video yang diunggahnya dengan memberikan deskripsi mengenai sesuatu hal, salah satunya seperti Gambar 4.42 “*Im independent woman, but this words make me*”. Sehingga menurutnya hal ini merupakan contoh dari pengekspresian diri yang dilakukan secara tertulis.

5) Keintiman

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan secara langsung oleh peneliti bersama Andini pada tanggal 11 Januari 2022 tentang makna *feedback*, pernyataan yang diberikan Andini adalah:

“Makna-nya tuh orang-orang berarti suka dengan apa yang Dini buat, makeup gitu kan. Dini udah bisa kasih sedikit kebahagiaan ke orang yang suka sama konten-konten Dini walaupun masih banyak juga yang gak sesuai dengan ekspektasi-nya Dini kak, bukan ekspektasi mereka ya kak. Ekspektasi mereka udah Dini penuhi, tapi ekspektasi Dini nya sendiri gak terpenuhi gitu loh kak” (Andini, 11 Januari 2022)

Selain itu pada wawancara peneliti dengan Fairuz, terdapat beberapa pemaknaan yang diberikan Fairuz mengenai *feedback*:

“Gini bisa jadi orang yang muji aku cuma basa-basi aja. Kalau aku makna nya untuk evaluasi diri ya mikirnya kaya gitu, pas lewat video aku daripada gak ada yang komen kan kasihan yaudah lah komen aja gitu. Ada juga yang pernah komen kasihan kakaknya udah capek-capek makeup tapi gak ada yang komen

ini aku komen. Iya sih gak apa-apa, tapi jangan bilang kayak gitu bilang sejujur-jujurnya” (Fairuz, 11 Januari 2022)

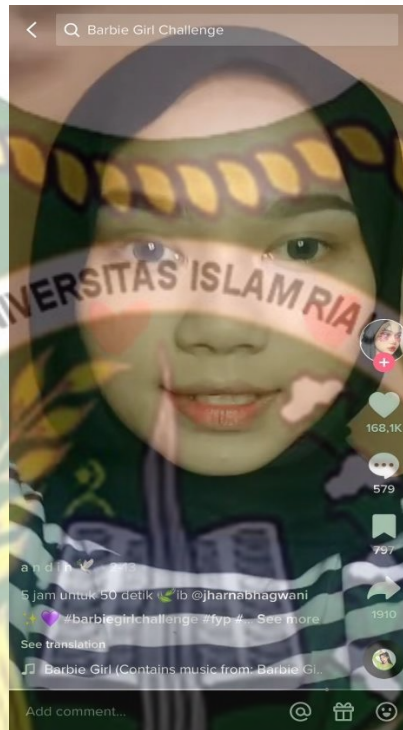
Berbeda dengan pernyataan yang dilontarkan Fairuz, sementara itu Ningsih memberikan keterangan bahwa:

“Kalau buat aku sih sejauh ini alhamdulillah bertahap kan, kalau dulu itu makeup aku gak sebagus sekarang ya dan alhamdulillah nya sih gak pernah dapat hujatan yang begitu-begitu banget. Kalau dulu kan kayak makeup itu masih berserak-serak gitu dan alhamdulillah nya teman-teman aku yang komen, likes gitu kan gak pernah yang ngehujat gitu lah istilahnya, dia bilang bagus nih tapi mereka nanti ada yang tiba-tiba ngedm kurang-kuranginya. Jadi feedback-nya lebih motivasi lah ya buat semangat, maknanya ya kak orang lain senang aku juga senang” (Ningsih, 7 Januari 2022)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa setiap informan memberikan pemaknaan yang berbeda-beda mengenai *feedback*. Untuk mendapatkan pembuktian terhadap informasi yang diberikan informan melalui hasil wawancara diatas, peneliti melakukan observasi atau pengamatan melalui konten yang terdapat pada media sosial TikTok. Setelah dilakukannya observasi ternyata keterangan oleh ketiga *key informant* sesuai dengan pemaparan hasil wawancara. Hal ini dapat dilihat pada gambar dibawah.

Gambar 4.43

Konten TikTok Andini



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSd7GJ5MV/?k=1> , 17 Juni 2022

Gambar 4.43 adalah tampilan tangkapan layar salah satu konten kecantikan di TikTok Andini. Perempuan dengan *followers* 25,2K ini memaknai *feedback* sebagai tanda netizen menyukai karya yang dilakukannya. Peneliti dapat melihat pada beberapa konten Andini terdapat banyak *likes* dan komentar yang membangun. Video berjenis tantangan ini merupakan koleksi video dengan *likes* terbanyak pertama yaitu sebanyak 168,1K. Selain itu Andini mendapatkan 579 komentar atas konten yang dibuatnya tersebut dan didominasi oleh komentar positif. Video ini telah dibagikan sebanyak 1910 kali pada Whatsapp dan disimpan sebanyak 797 kali.

Gambar 4.44

Konten Tik Tok Fairuz



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSd7GAxMA/?k=1>, 17 Juni 2022

Gambar 4.44 adalah *screenshot* laman komentar yang terdapat pada salah satu konten kecantikan di akun media sosial TikTok milik Fairuz Zahwa. Terlihat bahwa pada setiap komentar yang ada Fairuz hanya memberikan tanda suka tanpa memberikan respon. Pada gambar tersebut memperlihatkan komentar-komentar bersifat mendukung yang diberikan kepada Fairuz atas hasil *makeup*-nya. Seperti yang dapat terlihat pada Gambar 4.44, *followers* dari TikTok memberikan komentar memuji hasil *makeup* Fairuz, dan memberikan semangat untuk berkarya.

Gambar 4.45
Konten TikTok Ningsih



Sumber: Screenshot <https://vt.tiktok.com/ZSd7GdkGj/?k=1> , 17 Juni 2022

Gambar 4.45 merupakan *screenshot* salah satu konten yang terdapat pada TikTok Ningsih. Saat wawancara bersama peneliti, Ningsih memaknai *feedback* sebagai motivasi untuk semangat dan menurutnya jika individu lain bahagia maka ia juga bahagia. Gambar 4.45 diatas merupakan salah satu konten kecantikan milik Ningsih dengan komentar terbanyak kedua yaitu 169. Peneliti tidak menemukan komentar yang bersifat negatif pada setiap konten Ningsih. Selain itu juga di laman komentar tersebut peneliti melihat bentuk pemaknaan bahagia yang disampaikan oleh Ningsih seperti “Ditinggal ngehalu udah rame aja”.

C. Pembahasan Penelitian

Setiap orang tentu memiliki talenta diri yang ingin diungkapkan dan memiliki cara tersendiri untuk mengungkapkan talenta tersebut. Ada yang memilih untuk mengungkapkannya di media sosial atau tanpa menggunakan media. TikTok digambarkan sebagai aplikasi pembuat video singkat yang terdapat efek untuk menarik perhatian pengguna (Malimbe, 2021: 14). Media sosial ini memberikan berbagai fitur menarik dan kesempatan konten dilihat pengguna lainnya sehingga dapat mendorong pengguna-nya mengembangkan kreativitas dan mengeksplorasi *hidden talent*.

Keberadaan media sosial TikTok menjadi salah satu platform yang diminati sekarang ini (Bayu, 2021: 67). Dengan tidak adanya batasan untuk mengakses konten pengguna lainnya, sesama pengguna media sosial ini dapat saling menunjukkan kreativitas hingga berkolaborasi. Banyaknya fitur pada TikTok dapat membuat penggunanya rela mengabdikan waktu bermain TikTok sebagai penghilang rasa bosan, sarana hiburan, sarana mendapatkan dan membagikan informasi. Selain itu pengalaman informan dalam menggunakan media sosial TikTok diantaranya karena pada media sosial TikTok dapat menjadi wadah untuk menyalurkan hobi dan percaya diri untuk menunjukkan *hidden talent* di publik.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, informan memberikan pernyataan hampir serupa ketika memaknai TikTok seperti memaknai TikTok sebagai media hiburan, informasi pengungkap kekesalan, pengisi waktu luang sumber pemasukan karena setiap konten kecantikan yang dibuat akan mendapatkan keuntungan materil.

Self disclosure diartikan sebagai sarana berbagi informasi diri individu ke individu lainnya (Widiyastuti, 2016: 2). Dimensi pertama *self disclosure* adalah ukuran atau jumlah. Dalam hal ini dinyatakan seberapa sering informan tersebut melakukan pengungkapan diri melalui pembuatan konten pada TikTok dan seberapa sering mengakses TikTok. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, informan pada penelitian memiliki waktu yang berbeda-beda dalam mengakses TikTok namun dapat dikatakan mulai menunjukkan *hidden talent*-nya melalui pembuatan konten kecantikan dimulai pada tahun 2021.

Dimensi kedua *self disclosure* adalah tujuan atau maksud. Dalam melakukan pengungkapan *hidden talent* individu akan secara sadar melakukan apa yang ingin ditunjukkan sehingga dapat mengkondisikan yang ingin diungkapkan. Penggunaan TikTok dapat mempengaruhi perilaku penggunanya dalam mengungkapkan *hidden talent*. Pengguna TikTok tentunya memiliki alasan dan tujuan yang mendorongnya untuk berani mengungkapkan talenta dirinya melalui konten yang diunggah. Diantaranya berdasarkan wawancara informan lebih nyaman mengunggah konten di TikTok dikarenakan jangkauan netizen tidak merupakan orang-orang di lingkungan sekitar atau bersifat anonim.

Pengungkapan diri oleh ketiga informan penelitian ini dilakukan tidak secara menyeluruh, adanya filter terhadap pengungkapan *hidden talent* di TikTok yang tidak dapat diungkapkan pada media sosial lainnya. Berdasarkan hasil wawancara bersama peneliti, hal ini terjadi karena tidak percaya diri (*insecure*), menampilkan sisi lain dari individu tersebut sampai dengan perbedaan perlakuan netizen.

Di era sekarang *self disclosure* sering kali dilakukan pada pembuatan konten yaitu bagaimana individu melakukan dan menunjukkan kreativitas dirinya di lingkungan yang tidak diketahui. Sehingga dapat dikatakan bahwa seseorang akan menentukan *self disclosure* yang dilakukannya saat pembuatan konten dalam rangka menunjukkan talenta dirinya. Suatu tayangan memiliki pengaruh atau dampak pada perilaku *content creator* maupun khalayaknya. Pada media sosial TikTok terdapat banyak sekali ragam jenis konten yang dapat diikuti oleh pengguna-nya.

Konten diartikan sebagai informasi yang disampaikan melalui berbagai media seperti media baru yang berupa tulisan, gambar, audio atau video (Mahmudah, 2020: 4). Terdapat berbagai macam konten di TikTok yang didasarkan oleh *trend-trend* yang ada. Pengguna TikTok yang didominasi oleh anak-anak milenial sangat mengikuti perkembangan *trend* yang ada seperti salah satunya kecantikan (Hasiholan, 2020: 76). Konten TikTok dengan topik yang populer dan menarik dapat memberikan kesan kepada *audience* untuk berkunjung dan menyukai konten yang telah *creator* buat. Pengalaman informan dalam membuat konten di media sosial TikTok memiliki kesamaan yaitu mengenai kecantikan. Adapun konten yang dibuat adalah *makeup*, transisi *makeup*, tutorial *makeup* sampai dengan mengikuti *trend-trend* kecantikan yang ada seperti hari kemerdekaan, hari Kartini, hari pahlawan, dan lain-lain.

Dimensi ketiga *self disclosure* adalah valensi yang dapat digambarkan seperti konten TikTok yang diunggah cenderung sebagai pengungkapan yang bersifat positif atau negatif. Informan pada penelitian ini memiliki *hidden talent* di bidang kecantikan yaitu tata rias. Sebelum melakukan pembuatan konten terlebih dahulu melihat referensi

trend-trend yang sedang berjalan ataupun akan berjalan sehingga tetap mengikuti *trend* seperti halnya konten-konten *makeup* menyambut hari besar kemerdekaan, hari Kartini, hari pahlawan dan lain-lain. Konten kecantikan yang dibuat oleh *beauty creator* menjadi salah satu inspirasi informan dalam membuat konten-konten *makeup* seperti tutorial *makeup* hingga transisi *makeup*. Sehingga seluruh informan melakukan pembuatan konten yang merupakan pengungkapan bersifat positif karena dapat memberikan informasi dan inspirasi kepada pengguna lainnya.

Pada media sosial TikTok untuk mendapatkan kesempatan konten dilihat oleh pengguna lainnya, seorang *content creator* harus meluangkan waktunya untuk membuat konten semenarik mungkin dan sedang ramai dibicarakan sehingga konten tersebut dapat *trending* dan menduduki *for your pages*. Hal ini didasarkan oleh bagaimana individu tersebut memaknai konten yang dilandasi oleh dimensi keempat *self disclosure* yaitu kecermatan dan kejujuran. Dimensi ini dapat digambarkan seperti seberapa jujur pengungkapan diri yang dilakukan oleh informan pada media sosial TikTok yang ditentukan dari kemampuan informan tersebut mengenal dirinya sendiri.

Sebagai *beauty creator*, dalam memaknai konten setiap informan pada penelitian ini memberikan pernyataan yang berbeda-beda seperti memberikan pemaknaan konten sebagai kepercayaan diri karena di kehidupan nyata belum berani untuk menunjukkan *hidden talent*-nya. Selain itu mendeskripsikan diri dengan *self love* dan memaknai konten sebagai pengisi waktu jika tidak ada kegiatan hingga memberikan makna konten sebagai media pengekspresian diri.

Setiap individu yang melakukan pengungkapan diri tentu mengharapkan *feedback* atau umpan balik. *Feedback* merupakan suatu tanggapan yang diberikan oleh komunikator kepada komunikator. Dengan adanya umpan balik ini maka akan terciptanya komunikasi dua arah yang baik. Namun *feedback* tidak hanya bersifat positif, terdapat 2 jenis *feedback* lainnya yaitu *feedback* negatif dan *feedback* netral (Suherman dalam Khanifa, 2020: 3). Pada penelitian ini peneliti menemukan 2 *feedback* yang terjadi yaitu *feedback* positif dan *feedback* negatif. Dalam hal ini *feedback* pada TikTok dapat diartikan sebagai tanggapan dari *followers* kepada *creator*.

Dimensi kelima *self disclosure* adalah keintiman. Seseorang dapat *sharing* hal intim biasanya hanya kepada individu-individu yang dikenal baik dan memiliki keterikatan yang dekat (Ningsih, 2015: 109). Dalam hal ini informan mengungkapkan *hidden talent*-nya dimana *followers* dari TikTok mereka bukan merupakan orang-orang terdekat namun karena itulah informan menjadi lebih leluasa dalam mengungkapkan *hidden talent*-nya dan dapat menerima *feedback-feedback* yang diberikan.

Feedback yang diterima informan saat mengungkapkan talenta diri di TikTok tidak hanya bersifat mendukung, salah satu informan mengaku pernah mendapatkan *feedback* negatif. *Feedback* negatif yang diterima akan membuat *content creator* merasa tidak percaya diri atas konten yang dibuatnya. *Feedback* positif yang diberikan oleh komunikator atau dalam penelitian ini sebagai netizen akan memberikan pengaruh yang positif pula bagi komunikator atau *content creator* seperti merasa individu lain menyukai konten yang dibuatnya. Namun hal ini tergantung individu tersebut memaknai *feedback* yang diberikan.

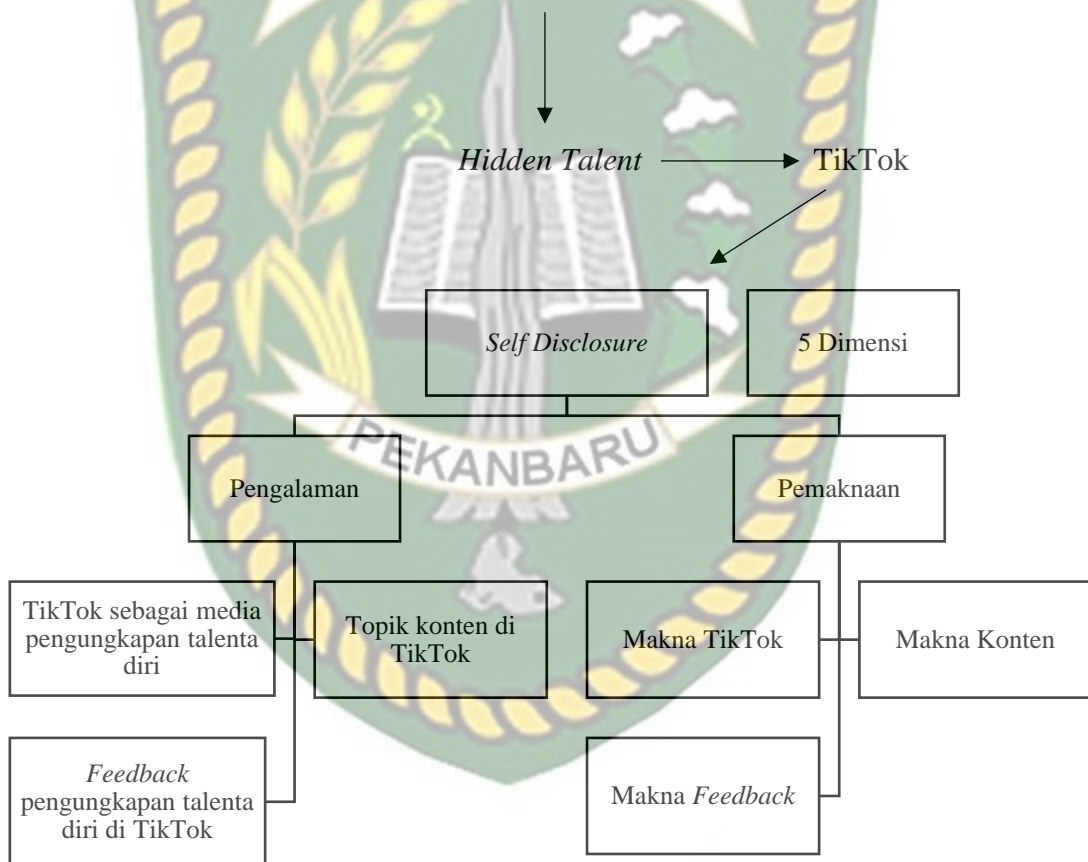
Pemaknaan *feedback* oleh informan mengandung arti evaluasi diri ketika tidak mendapatkan komentar ataupun mendapat komentar negatif, selain itu juga menjadi kesenangan diri informan karena mendapatkan respon atas usahanya dalam membuat konten. Selain itu berdasarkan pengalamannya ketiga informan mendapatkan *feedback* positif atas pengungkapan *hidden talent*-nya di TikTok melalui konten kecantikan yang dibuat antara lain seperti dukungan hingga ajakan kolaborasi antar sesama *beauty creator* dan *feedback* negatif seperti hujatan dan ejekan.



Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan oleh peneliti, berikut digambarkan model hasil penelitian:

Gambar 4.46
Model Hasil Penelitian

Self Disclosure: Hidden Talent Remaja Melalui Media Sosial TikTok
Di Kota Pekanbaru



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan mengenai judul “*Self Disclosure: Hidden Talent* Remaja Melalui TikTok Di Kota Pekanbaru” yang peneliti uraikan mendapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengalaman informan dalam menggunakan TikTok sebagai media *hidden talent* ditemukan 3 kategori yaitu TikTok sebagai media pengungkapan talenta diri, topik konten di TikTok dan *feedback* pengungkapan talenta diri di TikTok.
2. Makna yang ditemukan melalui penelitian tersebut adalah:
 - a. Makna TikTok sebagai media hiburan, media informasi, sarana pengungkap kekesalan dan sarana untuk mengisi waktu luang.
 - b. Makna konten sebagai kepercayaan diri, pengekspresian diri dan pengisi waktu luang.
 - c. Makna *feedback* sebagai tanda bahwa individu lain menyukai konten yang dibuat, pemenuhan ekspektasi individu lain dan evaluasi diri.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti ingin menyampaikan masukan kepada seluruh informan untuk memanfaatkan media sosial lainnya sebagai media untuk pengungkapan *hidden talent*.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Ahmad Sihabudin, R. W. (2012). *Komunikasi Antar Manusia*. Serang: Pustaka Getok Tular.
- Alex Sobur, D. M. (2020). *Filsafat Komunikasi Tradisi, Teori dan Metode Penelitian Fenomenologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia Edisi Kelima*. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Fatmawati. (2021). *Kampanye Politik Sebuah Pendekatan Fenomenologi*. Jawa Tengah: Amerta Media.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rachmat Kriyantono, P. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

JURNAL:

- Adawiyah, D. P. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2): 135-148.
- Ade Rosdiana, N. (2021). Dampak Aplikasi TikTok Dalam Proses Sosial Di Kalangan Remaja Rabadompu Timur. *Edu Sociata Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 100-109.
- Adil Dimas Andrian, J. E. (2021). Motif Masyarakat Indonesia Menggunakan Aplikasi TikTok Selama Masa Pandemi Covid-19. *E-Komunikasi*, 9(5).
- Adrian Mailoor, J. S. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Snapchat Terhadap Pengungkapan Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *e-journal Acta Diurna*, VI(1).
- Andina, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Fitur Instagram Stories Terhadap Pengungkapan Diri Siswa SMP N 1 Sidoharjo.

- Anggi Aldila Safitri, A. R. (2021). Penerapan Teori Penetrasi Sosial Pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri Melalui TikTok Terhadap Penilaian Sosial.
- Armylia Malimbe, F. W. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Online TikTok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 1 (1).
- Astrid Faidlatul Habibah, F. S. (2021). Pengaplikasian Teori Penetrasi Sosial pada Aplikasi Online Dating. *Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 44-53.
- Chariswardana Bayu Dewa, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12 (1).
- Fitriani, A. (2015). Penetrasi Sosial dalam Pernikahan Beda Budaya. *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, 37-50.
- Ilmi, D. N. (2018). Instagram Sebagai Media Dakwah Era Milenial: Studi Deskriptif Pesan Dakwah Dalam Caption Instagram @felixsiauw Periode Mei-Juli 2017. *Digital Library Uinsgd*, 1-19.
- Marisa Oktaviana, Z. A. (2021). Budaya Komunikasi Virtual di Twitter dan TikTok: Perluasan Makna Kata Estetik. *Satwika*, 5(2): 173-186.
- Mutiara Zaskya, A. B. (2021). Twitter Sebagai Media Mengungkapkan Diri Pada Kalangan Milenial . *E-Journal Unsrat*.
- Neng Dewi Kurnia, R. C. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di UPT Perpustakaan Itenas. *Edulib*, 8(1).
- Ningsih, W. (2015). Self Disclosure Pada Media Sosial (Studi Deskriptif Pada Media Sosial Anonim LegaTalk).
- Prayogo, F. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media TikTok Terhadap Penyebaran Informasi Berita Covid-19 (Studi Kasus Perilaku Remaja Desa Tanjunganom Kabupaten Purworejo). *Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 2(4).
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2): 212-231.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *E-Journal BSI*.

Siti Muslichatul Mahmudah, M. R. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2 (1).

Togi Prima Hasiholan, R. P. (2020). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5 (2).

Widiyastuti, A. (2016). Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self Disclosure Pada Pengguna Facebook.

SKRIPSI:

Fibrianingrum, N. (2021). Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Kesadaran Masyarakat Kota Medan Mengikuti Program Vaksinasi Covid-19. *Skripsi*, 19-23.

Mansyah, B. (2017). Fenomena Berita Hoax Media Sosial (Facebook) Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta Tahun 2017. *Skripsi*.

Marini, R. (2019). Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah. *Skripsi*.

Septiyan Wisnu Nugroho, J. S. (2014). Anti Korupsi Dalam Iklan Rokok Media Kampus dan Sumber Informasi (Studi Deskriptif Kuantitatif Efektivitas Media Kampus www.pabelanonline.com Sebagai Sumber Informasi Bagi Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Skripsi Thesis*, 1-32.

Khanifa, F. A. (2020). Keefektifan Pemberian Immediate Positive Feedback Dan Netral Feedback Terhadap Peningkatan Konsep Diri Dalam Belajar Matematika. *Skripsi*.

WAWANCARA

Ningsih, Sri Wahyu. (2022, Januari 7). *Personal interview*.

Novianti, Andini. (2022, Januari 11). *Personal interview*.

Zahwa, Fairuz. (2022, Januari 11). *Personal interview*.