

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**FENOMENA ORANG TUA MENGUNGGAH VIDEO ANAK
PADA TIKTOK**

SKRIPSI

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

MURNIATI J

NPM : 189110177
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2022**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Murniati J
NPM : 189110177
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal Ujian Skripsi : 27 Juli 2022
Judul Skripsi : Fenomena Orang Tua Mengunggah Video Anak Pada TikTok

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub dalam skripsi ini 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, 04 Juli 2022

Menyetujui:

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Pembimbing

Dr. Fatmawati, S,IP., MM

Dyah Pithaloka, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Murniati J
Tempat/Tanggal Lahir : Payakumbuh, 13 Agustus 1999
NPM : 189110177
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Alamat/No Tlp : Jl. Srikandi Perum Wadya Graha 3 / 089630271329
Judul Skripsi : Fenomena Orang Tua Mengunggah Video Anak Pada TikTok

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya Skripsi adalah asli belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akedemik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar Pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya 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 (point 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai dan atau pencabutan gelar akademik keserjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 04 Juli 2022
Yang Menyatakan,

Murniati J



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

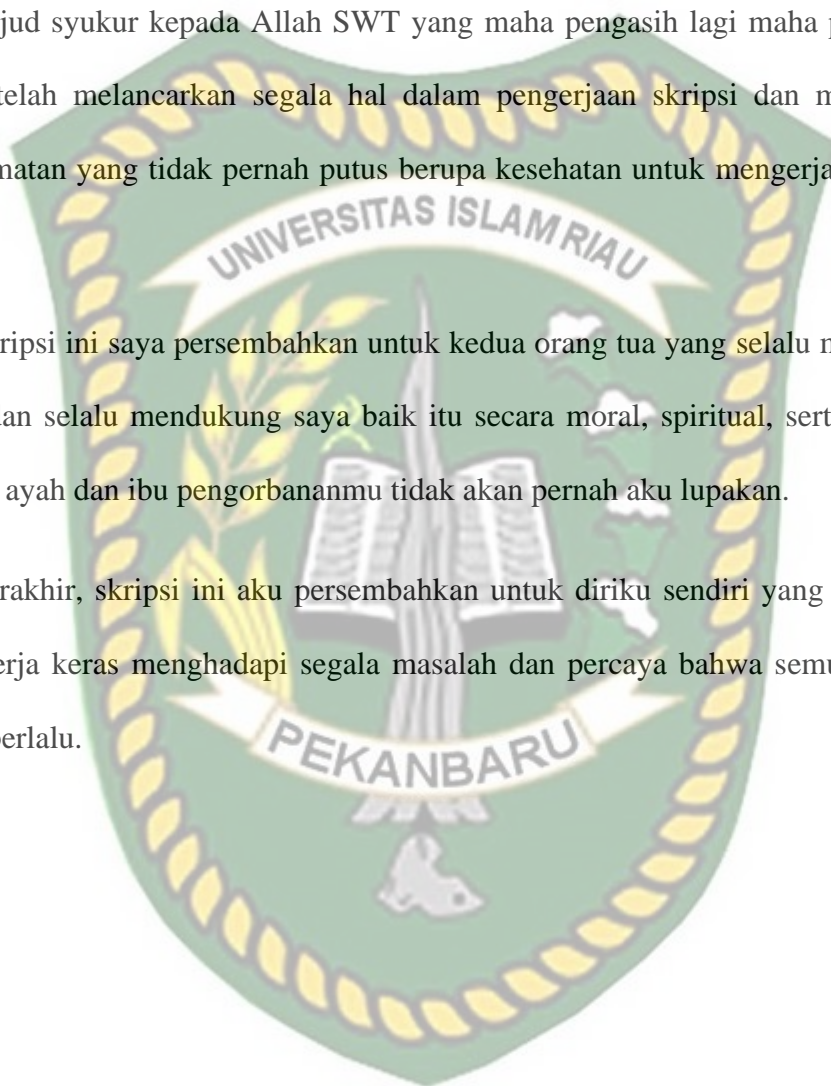
PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Sujud syukur kepada Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, yang telah melancarkan segala hal dalam pengerjaan skripsi dan memberikan kenikmatan yang tidak pernah putus berupa kesehatan untuk mengerjakan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua yang selalu menyayangi saya dan selalu mendukung saya baik itu secara moral, spiritual, serta finansial. Untuk ayah dan ibu pengorbananmu tidak akan pernah aku lupakan.

Terakhir, skripsi ini aku persembahkan untuk diriku sendiri yang selalu kuat dan kerja keras menghadapi segala masalah dan percaya bahwa semuanya pasti akan berlalu.



MOTTO

Bermimpilah yang tinggi, tapi jangan berusaha menggapai mimpi tersebut,
melainkan berusahalah melampauinya

-Anies Baswedan

Prosesnya mungkin ga mudah tapi endingnya bikin ngga berenti bilang
alhamdulillah

(MJ)



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Fenomena Orang Tua Mengunggah Video Anak Pada TikTok”. Penelitian ini ditujukan agar dapat melengkapi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana S-1 dalam bidang komunikasi.

Dalam hal ini, penulis sadar bahwa penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya dorongan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Dr. Muhd. AR Imam Riauan, M.I.Kom.
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Dr. Fatmawati, S, IP., MM.
3. Dosen Pembimbing Dyah Pithaloka, M.Si, yang sudah memberikan motivasi, ide, dan pemikiran serta menyediakan waktu saat proses penyelesaian proposal usulan penelitian ini.
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, yang telah membimbing, memberikan banyak ilmu, dan pengalaman dibidang komunikasi kepada penulis.
5. Seluruh staff dan karyawan Tata Usaha (TU) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau atas pelayanan baik yang diberikan.
6. Teristimewa untuk ayahanda Jaili Agus dan ibunda Sumarni serta Abang, dan kakak. Terimakasih atas semua doa dan dorongannya baik moril serta

materil yang sudah diberikan untuk penulis, sehingga penulis dapat mentuntaskan proposal usulan penelitian ini.

7. Tariq Nurfadillah, Sahabat dan Partner yang selalu menemani dan membantu serta bersedia mendengarkan keluh kesah penulis selama ini.
8. Teman-teman yang selalu memberikan inspirasi dan bertukar cerita semenjak semester 1 yaitu Rahmi, Vina, Mey, Nurul, dan Indah.
9. Dan Terimakasih untuk teman-teman di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau angkatan 2018.

Semoga seluruh dorongan berharga ini mendapatkan berkah dari Allah SWT. Aamiin ya Allah. Penulis sangat sadar bahwa masih adanya kekurangan dari penyusunan skripsi ini. Karena hal tersebut kritik beserta saran yang dapat mendorong penulis sebagai motivasi agar dapat menjadi berkembang dan lebih baik lagi kedepannya.

Pekanbaru, 10 Juni 2022

Penulis

Murniati J

DAFTAR ISI

Cover	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
SURAT PERNYATAAN	ii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
نبذة مختصرة	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Fokus Penelitian	11
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Kajian Literatur	13
1. Komunikasi Virtual	13
2. Media Sosial	15
3. Orang Tua.....	19
4. TikTok	20
5. Video Anak	22
6. Fenomenologi.....	24
B. Definisi Operasional	27

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	28
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan Penelitian	32
B. Subjek dan Objek Penelitian	33
1. Subjek Penelitian	33
2. Objek Penelitian	33
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
D. Sumber Data	36
E. Teknik Pengumpulan Data	36
1. Wawancara	36
2. Observasi	37
3. Dokumentasi	37
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	38
G. Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian/Profil Subjek Penelitian	41
1. Gambaran Kota Pekanbaru	41
2. Profil Subjek Penelitian	43
B. Hasil Penelitian	46
C. Pembahasan Penelitian	62
1. <i>Because Motive</i> (Motif Masa Lalu)	63
2. <i>In Order to Motive</i> (Motif Masa Yang Akan Datang)	65
BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna TikTok di Indonesia.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	25
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	29



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aplikasi Unduhan Tertinggi Periode Oktober 2021.....	3
Gambar 1.2 Akun TikTok @iranandha.....	5
Gambar 1.3 Akun TikTok @shabiraalulaadnan.....	6
Gambar 4.1 Profil TikTok @tishazenia.....	43
Gambar 4.2 Profil TikTok @jasminerajwaarisha.....	44
Gambar 4.3 Profil TikTok @adzkiya_nayla.....	45
Gambar 4.4 Profil TikTok @lathifahtadzkiyyah.....	46
Gambar 4.5 Akun TikTok @lathifahtadzakiyyah.....	49
Gambar 4.6 Akun TikTok @adzkiya-nayla.....	51
Gambar 4.7 <i>Endorsment</i> Jasmine.....	53
Gambar 4.8 Akun TikTok @tishazenia.....	54
Gambar 4.9 Akun TikTok@jasminerajwaarisha.....	58
Gambar 4.10 Komentar Negatif.....	61
Gambar 4.11 Orang Tua Eksis.....	69
Gambar 4.12 Orang Tua Sharing.....	70
Gambar 4.13 Orang Tua Memories.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : SK Pembimbing

Lampiran 2 : Plagiasi

Lampiran 3 : Daftar Pertanyaan Wawancara

Lampiran 4 : Dokumentasi Narasumber

Lampiran 5 : Biodata Penulis



ABSTRAK

Fenomena Orang Tua Mengunggah Video Anak Pada TikTok

Murniati J

189110177

Penelitian ini berjudul “Fenomena Orang Tua Mengunggah Video Anak Pada TikTok” dilatarbelakangi oleh meningkatnya pengguna TikTok selama masa pandemi khususnya orang tua yang masih muda dan memiliki anak berusia balita. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang fenomena orang tua mengunggah video anak pada TikTok. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Pekanbaru karena pada saat ini banyak orang tua yang menggunakan media sosial TikTok di Kota Pekanbaru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, dimana subjek dari penelitian ini 4 orang tua yang aktif menggunakan TikTok memiliki 1000 pengikut dan observasi terhadap akun TikTok para informan. Teori yang digunakan adalah Fenomenologi Alfred Schutz. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa motif orang tua dalam mengunggah video anak pada TikTok dibagi menjadi 2 yaitu pertama, motif karena atau motif masa lalu yang terkait dengan pengalaman tentang album video dimasa lalu dan keterbatasan teknologi seperti memori hp yang kurang. Kedua, motif alasan atau motif masa akan datang terkait dengan orang tua yang eksis, orang tua *sharing*, dan orang tua *memories*.

Kata Kunci: Fenomena, Orang Tua, Video Anak, TikTok

ABSTRACT

The Phenomenon Of Parents Uploading Children's Videos On TikTok

Murniati J

189110177

This research entitled "The Phenomenon of Parents Uploading Children's Videos on TikTok" is motivated by the increase in TikTok users during the pandemic, especially parents who are young and have toddlers. This study aims to find out about the phenomenon of parents uploading children's videos on TikTok. This research was conducted in Pekanbaru City because currently many parents use TikTok social media in Pekanbaru City. The method used in this study is a qualitative method with a phenomenological approach, where the subject of this study is 4 parents who actively use TikTok and have 1000 followers and observations of the informants' TikTok accounts. The theory used is the Phenomenology of Alfred Schutz. The results show that there are several motives for parents in uploading children's videos on TikTok which are divided into 2. First, motive because or past motives related to experiences with video albums in the past and technological limitations such as insufficient cellphone memory. Second, in order to motive or future motives to existing parents, sharing parents, and memories parents.

Keywords: Phenomenon, Parents, Children's Videos, TikTok

نبذة مختصرة

ظاهرة قيام الآباء بتحميل مقاطع فيديو للأطفال تيك توك

Murniati J

189110177

هذه الدراسة المعنونة "ظاهرة قيام الآباء بتحميل مقاطع فيديو للأطفال على" مدفوعة بزيادة عدد المستخدمين أثناء الوباء ، وخاصة الآباء الصغار الذين لديهم أطفال دون سن الخامسة. تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على ظاهرة قيام الآباء بتحميل مقاطع فيديو لأطفالهم على. تم إجراء هذا البحث في مدينة بيكانبارو لأنه في هذا الوقت يستخدم العديد من الآباء وسائل التواصل الاجتماعي في مدينة بيكانبارو. الطريقة المستخدمة في هذه الدراسة هي طريقة نوعية ذات منهج ظاهري ، حيث يكون موضوع هذه الدراسة من الآباء والأمهات الذين يستخدمون لاع بشكل نشط ويراقبون حسابات المخبرين. النظرية المستخدمة هي علم الظواهر لألفريد شوتز. تظهر النتائج أن هناك العديد من الدوافع التي تدفع الآباء إلى تحميل مقاطع الفيديو الخاصة بأطفالهم والتي تنقسم إلى أولاً ، أو بسبب أو دوافع سابقة تتعلق بتجارب مع ألبومات الفيديو في الماضي والقيود التكنولوجية مثل ذاكرة الهاتف المحمول غير الكافية. ثانيًا ، ترتبط الأسباب أو الدوافع المستقبلية بالوالدين الحاليين ومشاركة الوالدين وذكريات الوالدين.

الكلمات الرئيسية: ظاهرة ، أولياء الأمور ، فيديو للأطفال ، تيك توك

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat memiliki dampak terhadap kehidupan manusia. Khalayak dapat dengan mudah mencari informasi yang dibutuhkan dan banyak media sosial yang dapat digunakan khalayak untuk dijadikan alat untuk berkomunikasi, semua itu dapat diakses dengan mudah melalui internet. Salah satu bagian dari internet yaitu media sosial (Setiadi and Kolip, 2011:56). Media sosial membuat manusia lebih transparan dalam berkomunikasi, dan aktivitas setiap orang dengan mudah dapat diketahui orang lain, bahkan diketahui seluruh dunia. (Nurudin, 2013:8)

Menurut (Nasrullah, 2016:15) menyatakan bahwa: “media sosial ialah *Platfrom* media yang berfokus pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus iklan sosial.”

Media sosial juga merupakan wadah yang mampu menciptakan bermacam bentuk komunikasi dan berbagai macam informasi bagi kalangan khalayak. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat berkomunikasi dan berinteraksi tetapi juga, sebagai alat untuk mengekspresikan diri dan pencitraan. Fungsi dari media sosial tersebut berupa informasi untuk dibagikan ke pengguna media sosial lainnya, berbagi gambar atau foto dan bahkan video tautan. Tidak hanya informasi yang didapatkan dari media sosial, tetapi banyak khalayak mencari hiburan melalui media sosial yang ada.

Saat ini, media sosial menampilkan berbagai macam konten digital yang dengan mudah diakses oleh para penggunanya. Salah satunya yaitu konten yang berbentuk video yang memiliki durasi singkat, melihat itu banyak aplikasi yang menyediakan berbagai *fitur* yang dapat membuat dan menghasilkan video. Salah satu aplikasi yang dapat membuat dan menghasilkan video ialah TikTok. Dan fenomena yang sedang *booming* saat ini di kalangan pengguna media sosial adalah fenomena video TikTok.

Menurut (Susilowati, 2015:177) TikTok merupakan salah satu bentuk aplikasi media sosial yang diciptakan oleh perusahaan teknologi bernama *Bytemod*, sebuah perusahaan dari Singapura. TikTok merupakan salah satu aplikasi yang hadir pada tahun 2017 sampai saat ini, aplikasi TikTok banyak digemari anak-anak hingga orang dewasa. TikTok mulai populer di Indonesia dan kemajuan yang sangat pesat yakni pada tahun 2020.

TikTok juga menyediakan *fitur* pembuatan video pendek yang berdurasi dengan adanya musik yang fenomenal, percakapan-cakapan yang lagi viral saat ini dan gerakan *dance* atau tari. Pada aplikasi TikTok juga memberikan contoh gerakan video yang akan ditiru oleh pengguna sehingga memudahkan pengguna pada saat meniru gerakan musik dan pengguna TikTok dapat memilih *effect* yang lucu. TikTok tidak hanya untuk pembuatan video berdurasi tetapi TikTok juga menyediakan fitur *like* atau tombol suka, serta komentar kepada video yang telah dibagikan oleh pengguna TikTok. Dengan adanya *fitur* seperti ini membuat banyak masyarakat yang tertarik dengan aplikasi TikTok ini.

Bersumber pada data riset SensorTower periode Oktober 2021, pengunduh aplikasi TikTok menempati urutan pertama dari totalitas pengunduh aplikasi dan *App Store*, sementara itu pada *Google Play Store* pengunduh Tiktok menempati urutan ketiga.



Sumber: SensorTower, 2021

Berdasarkan gambar diatas sangat jelas bahwa aplikasi TikTok sedang menjadi aplikasi yang paling sering dikunjungi dan di unduh diseluruh dunia periode Oktober 2021 pengguna pada saat ini. Dengan lebih 57 juta pengguna baru. Menurut SensorTower negara yang pengunduh TikTok terbanyak berasal dari Douyin di China sebesar 17%, diikuti Indonesia sebanyak 12% dan disusul oleh Amerika Serikat sebesar 11%. (SensorTower.com, 2021)¹.

¹ . <https://www.hootsuite.com/id/> (Diakses pada 15 Januari 2022)

Tabel 1.1

Pengguna TikTok di Indonesia

Tahun	Jumlah
2019	29,3 juta jiwa
2020	30,7 juta jiwa
2021	87,5 juta jiwa

Sumber : Olahan Peneliti 18 Januari 2022, 15:24

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa aplikasi TikTok mengalami kenaikan pengguna setiap tahunnya. Dalam tabel diatas merupakan hasil survei Statista.com pengguna TikTok meningkat pada 2021 hal ini tentunya menjadi fenomena baru dalam media sosial. Pengguna aktif TikTok rata-rata dari kalangan perempuan dan data lain memperlihatkan orang-orang membuka TikTok sampai 12 kali bahkan lebih dalam sehari (We Are Social & Hootsuite, 2021) TikTok sudah menjadi aplikasi yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu berdasarkan hasil survei Statista.com² pengguna aplikasi TikTok peminatnya mengalami lonjakan setiap tahunnya dan TikTok menjadi aplikasi yang lagi *ngetrend* untuk saat ini.

Pada awalnya aplikasi TikTok menjadi aplikasi yang diremehkan atau kurang diminati oleh orang-orang dan bahkan pernah diblokir oleh kementerian karena dianggap terdapat berbagai macam konten yang negatif. Saat ini aplikasi TikTok menjadi aplikasi yang dapat menghasilkan pundi-pundi uang bagi penggunanya. Untuk mendapatkan pendapatan dari aplikasi TikTok pengguna harus memiliki minimal *followers* yaitu minimal 10.000 pengikut dengan jumlah

² <https://www.statista.com/> Diakses pada 21 Maret 2022

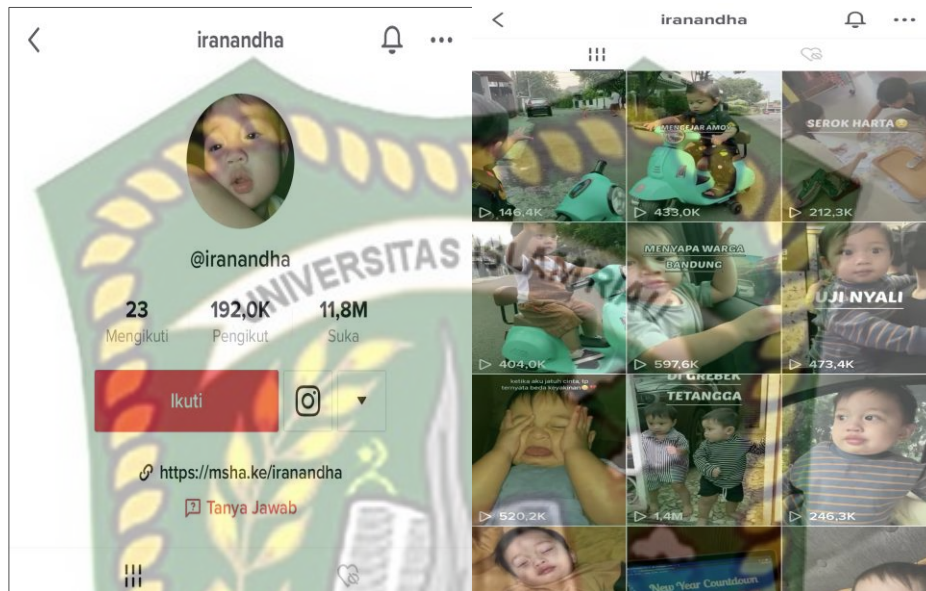
penonton 1.000 *views*.³ Pengguna dapat bergabung dengan *creator fund* yaitu bertujuan untuk mendukung kreator yang menjadikan mata pencarian melalui konten inovatif mereka.

Pada aplikasi TikTok terhadap namanya FYP singkatan dari *For You Page*, yang artinya halaman rekomendasi atau halaman awal yang dilihat oleh pengguna TikTok pada saat membuka aplikasi tersebut. FYP berisikan video yang sedang naik daun atau viral, video yang FYP bukan dipilih secara random melainkan berdasarkan jumlah penonton terbanyaknya. Untuk menghasilkan video yang FYP pengguna TikTok harus membuat video dengan musik yang populer pada saat itu, dan menggunakan *hashtag* agar pengguna TikTok lainnya dapat melihat video yang di unggah. Semakin sering video yang dibuat besar kemungkinan mendapatkan rupiah dari video tersebut.

Orang tua dan anak adalah satu ikatan dalam jiwa, tidak seorang pun dapat memisahkan anak dan orang tuanya. Perkembangan anak tergantung pada peran kedua orang tua dalam membimbing, menyayangi, dan merawat anaknya untuk tumbuh. Anak yang masih banyak belum mengerti tentang kehidupan, disinilah peran orang tua untuk mengarahkan anak memiliki kemampuan yang lebih baik.(Baharuddin, 2019:105). Tipikal orang tua yang suka membuat video tentang anak mereka biasanya orang tua eksis, orang tua yang suka *sharing* keseharian anak-anaknya, dan orang tua yang *memories* video di unggah untuk dikenang setiap saat.

³ <https://www.inews.id/techno/>. Diakses pada 22 Maret 2022

Gambar 1.2

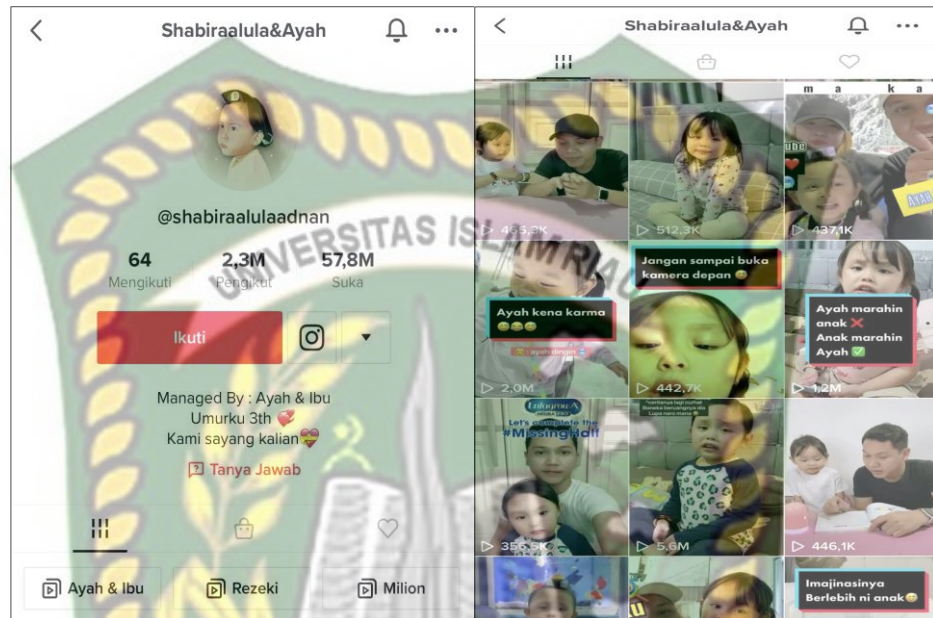
Akun TikTok @iranandha⁴

Sumber: TikTok, 2022

Pada temuan pertama, akun @iranandha yang membuat video tentang anaknya yang bernama Kavi. Kavi yang berusia 1 tahun merupakan bayi yang sangat lucu dan menggemaskan, konten pada akun ini mengunggah video Kavi liburan bersama keluarganya selain itu banyak konten yang memuat tentang Kavi bersama teman seumurannya yang bernama Ebra. Konten tersebut membuat para penonton video merasa terhibur dan dapat meningkatkan *moodbooster*. Akun TikTok @iranandha memiliki pengikut sebanyak 192 juta pengikut dan sudah aktif di tiktok semenjak tanggal 21 Maret 2021. Pada akun ini menggunakan nama orang tua sebagai akun TikTok lebih tepatnya nama si ibu.

⁴ <https://vt.tiktok.com/ZSeoXajbe/> (Diakses pada 17 Januari 2022)

Gambar 1.3

Akun TikTok @shabiraalulaadnan⁵

Sumber: TikTok, 2022

Pada temuan kedua, akun TikTok @shabiraalulaadnan mengunggah video keseharian anak dan ayah, akun ini juga memuat tingkah lucu lala, dan berisikan pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan lala membuat ayah lala kebingungan untuk menjawabnya. Pada saat ini shabira sudah menginjak usia 3 tahun. Akun TikTok @shabiraalulaadnan sudah aktif di TikTok semenjak tanggal 9 Maret 2021 dan memiliki pengikut sebanyak 2,3M. Pada akun ini menggunakan nama anak sebagai nama dari akun TikTok.

Saat ini, banyak sekali orang tua yang hobi membuat video tentang keseharian anaknya baik itu tingkah lucunya, bahkan *oufit* atau pakaian anaknya pun sudah menjadi konten bagi orang tua. Fenomena ini kadang positif di mata

⁵ <https://vt.tiktok.com/ZSeoXMNbw/> (Diakses pada 17 Januari 2022)

khalayak kadang negatif. Dan orang tua pun tentu ada motif lain dari membuat video tersebut baik itu kesenangan tersendiri atau bahkan untuk ajang pameran kepada orang lain.

Orang tua yang hobi membuat video dan mengunggah video anak pada TikTok biasanya orang tua yang memiliki usia masih muda yaitu 21-40 tahun. Orang tua yang memiliki usia muda mengerti tentang perkembangan teknologi saat ini dan lebih paham menggunakan aplikasi TikTok. Video yang di unggah berisikan video anaknya yang masih berumur balita, karena konten video anak balita lebih banyak disukai oleh pengguna TikTok. Anak yang masih balita terlihat lucu dan menarik.

Mengunggah video anak di media sosial mungkin sudah menjadi hal yang lazim pada saat ini. Faktanya tak sedikit bahaya yang terjadi pasca orang tua mengunggah video anak-anak mereka ke media sosial. Banyak sekali pihak yang tidak bertanggung jawab menggunakan video anak-anak untuk diculik karena mereka mengetahui latar belakang si anak dari unggahan video disana terlihat jelas semuanya dari nama si anak, alamat dan bahkan mereka bisa saja mengaku teman orang tua si anak. Tentu hal tersebut menjadi ketakutan tersendiri bagi orang tua yang mengunggah video anak di media sosial. Agar terhindar dari hal tersebut orang tua harus lebih bijak lagi dalam menggunakan media sosial.

Selain itu dampak positifnya orang tua dapat menjalin hubungan dengan orang tua lain dan berdiskusi seputaran perkembangan anak. Pengalaman mendidik anak pun menjadi hal yang ingin di *share* orang tua. Membantu

memotivasi orang tua lain tentang pakaian yang tepat digunakan untuk anak-anaknya. Dengan mengunggah video di media sosial orang tua bisa memiliki arsip online secara tidak langsung.

Tiktok menjadi media sosial yang diminati dari hasil observasi awal maka dari itu peneliti mengambil sampel penelitian yaitu orang tua yang akun TikToknya diikuti peneliti.

Narasumber I: (Bunda Jasmin, 2022) orang tua dari akun TikTok yang diikuti peneliti “Orang tua biasanya mengunggah video anak mereka di TikTok itu kadang untuk share kehidupan sehari-hari dan untuk video outfit pakaian gitu, kan anak kecil gemes-gemes kalau dipakaikan pakaian yang lucu”. Kamis (10/02/2022)

Narasumber II: (Bunda Adzkiya, 2022) “saya hanya hobi mengabadikan momen-momen atau tumbuh kembang anak saya melalui video, sehingga jika anak saya besar nanti dia bisa melihat video-video tersebut, kenapa saya upload di TikTok supaya bisa menambahkan filter dan musik gitu”. Minggu (13/02/2022)

Hasil observasi awal dari beberapa akun TikTok orang tua diatas sudah menggambarkan bagaimana fenomena orang tua saat ini suka mengabadikan momen tertentu dalam bentuk video, setiap orang memiliki pandangan masing-masing bagi setiap penontonnya.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz. Fenomenologi Alfred Schutz menjelaskan bahwa tindakan manusia

dimotivasi oleh dua hal. Pertama, *because motive* (motif sebab) yaitu alasan seseorang melakukan sesuatu sebagai upaya untuk menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan dimasa yang akan datang. Kedua, *in order to motive* (motif tujuan) yaitu tujuan yang ingin dicapai manusia terkait dengan tindakan yang mereka kerjakan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **Fenomena Orang Tua Mengunggah Video Anak Pada TikTok.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis dapat menetapkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Mengunggah video anak pada media sosial menjadi hal yang tren pada saat ini.
2. Banyaknya unggahan video anak di media sosial khususnya Tiktok memberikan dampak yang kurang baik.
3. Unggahan video anak pada media sosial dapat disalah gunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.
4. Mengunggah video anak pada aplikasi Tiktok menjadi salah cara dalam menyimpan kenangan atau memori masa kecil anak.
5. Melalui unggahan video anak menjadi keuntungan bagi orang tua dengan membuat anak terkenal seperti menjadi selebgram anak.
6. Motif orang tua dalam mengunggah video anak pada Tiktok.

C. Fokus Penelitian

Dari identifikasi masalah diatas, penulis dapat tetapkan fokus penelitian ini adalah untuk meneliti Fenomena Orang Tua Mengunggah Video Anak Pada TikTok serta fokus pada orang tua.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis dapat tetapkan rumusan masalah dari penelitian ini adalah: Bagaimana Fenomena Orang Tua Mengunggah Video Anak Pada TikTok ?.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Fenomena Orang Tua Mengunggah Video Anak Pada TikTok.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ialah :

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan pengetahuan dan dapat memperkaya dibidang kajian ilmu komunikasi dalam penemuan atau mengenai bagaimana Fenomena Orang Tua Mengunggah Video Anak Pada TikTok.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti lain yang ingi mengkaji dibidang yang sama yaitu Fenomena Orang Tua Mengunggah Video Anak Pada TikTok Dan bermanfaat bagi peneliti serta dapat memperoleh perbandingan sehingga memperkaya temuan-temuan.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi Virtual

Komunikasi virtual merupakan komunikasi dimana proses penyampaian dan penerimaan pesan dengan menggunakan *cyberspace* atau ruang maya yang bersifat interaktif. Komunikasi virtual adalah salah satu jalur penyaluran pesan lewat media massa yang distribusinya melalui jaringan internet, dimana cara penyajiannya bersifat luas, *up to date* (terkini), interaktif dan *two way communication* (cara berkomunikasi).

Istilah dunia maya adalah dunia yang sering disebut dengan dunia *cyberspace*, yaitu sebuah ruang yang memiliki tujuan sebagai tempat tinggal jutaan orang yang menggunakan komputer atau jaringan internet. Dunia maya ini terus berkembang dan menjadi sarana menjembatani jutaan pengguna.

(Bungin, 2006:274) dalam bukunya yang berjudul Sosiologi Komunikasi mengatakan bahwa komunikasi virtual biasanya digunakan oleh sebuah komunitas, komunitas tersebut adalah komunitas maya. Mereka memiliki kehidupan dari kelompok yang bisa disebut cukup rumit. Kelompok sosial diciptakan dari hubungan-hubungan sekunder, sehingga kelompok mereka dapat digolongkan pada kegemaran dan kebutuhan anggota masyarakat terhadap kelompok tersebut.

Komunikasi virtual sendiri merupakan bagian dari inovasi-inovasi yang terus dikembangkan pada *new media* (media baru). Munculnya media baru merupakan hasil perkembangan dan penyempurnaan dari adanya media lama sebagai pendahulunya, meskipun menurut McLuhan konten dari media baru tersebut juga sering memanfaatkan atau mengemas kembali materi dari media lama.

Penggunaan dari media lama dirasa masih memiliki banyak sekali kekurangan, sehingga manusia berinovasi untuk membuat media baru yang dalam penggunaannya tidak terbatas oleh jarak dan waktu, sekaligus bisa menjadi media interaktif. Melalui komunikasi virtual pengguna bisa memberikan *feedback* terhadap apa yang mereka lihat, baik itu dalam bentuk *comment*, *like* dan sebagainya.

Ada beberapa konsep dasar dari komunikasi virtual diantaranya sebagai berikut:

1. Dunia Maya

Istilah dunia maya muncul pertama kali untuk merujuk pada jejaring informasi luas oleh para penggunanya disebut dengan *console cowboys* koneksi langsung dengan sistem-sistem syaraf mereka.

2. Komunitas maya

Saat ini internet bukan hanya sebagai wadah untuk saluran komunikasi modern tetapi juga sebagai tempat berkumpulnya kelompok-kelompok sosial. Komunitas maya adalah komunitas

yang lebih banyak muncul di dunia komunikasi elektronik dari pada dunia nyata.

3. Interaktivitas

Interaktivitas merupakan salah satu fitur media baru yang paling banyak dibicarakan, mendapat tempat khusus di internet.

Menurut sarjana komunikasi interaktivitas merupakan komunikasi antar dua manusia.

4. *Hypertext*

Melalui *hypertext* pembaca dapat dengan cepat mengetahui lebih lanjut tentang topik atau kata-kata tertentu karena teks yang diberikan *fitur hypertext* tersebut telah tersambung dengan dokumen lain atau teks yang mengirim pengguna *link* tentang informasi yang berhubungan.

5. Multimedia

Multimedia merupakan sebuah sistem komunikasi yang menawarkan perpaduan teks, grafik, suara, video, dan animasi.

2. Media Sosial

Media sosial merupakan media *online* yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer saat ini antara lain Blog, Twitter, Facebook, Instagram dan TikTok. Media sosial membuat manusia lebih transparan dalam

berkomunikasi dan aktivitas setiap orang dengan mudah dapat diketahui orang lain, bahkan diketahui seluruh dunia. (Nurudin, 2013)

Menurut Van Dijk (2013), yang dikutip dalam (Nasrullah 2016:11) mengemukakan media sosial adalah *platform* yang menfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkerja sama, karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Menurut Meike dan Young (2012), dalam buku (Nasrullah, 2016:11) yang mendefinisikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari berbagai definisi diatas peneliti menggaris bawahi bahwa media sosial memiliki ciri khas tersendiri dalam kaitannya dengan setiap manusia yang melakukakan hubungan sosial di era perkembangan teknologi komunikasi.

Adapun karakteristik media sosial dalam buku Nasrullah (2016:16), yaitu:

a. Jaringan

Jaringan dalam bidang teknologi yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya. Jaringan dapat menghubungkan

setiap perangkat untuk terhubung satu sama lain sehingga dapat mengirim informasi ke target.

b. Informasi

Proses komunikasi memerlukan informasi kompeten sehingga mempengaruhi bagaimana sebuah informasi dapat diproses dan berjalan. Proses ini diskemakan sebagai model melalui transmisi radio dan televisi. Dalam sistem ini, komponen pertama yaitu sumber informasi atau urutan pesan yang dikomunikasikan. Komponen kedua yaitu transmitter atau media yang memindahkan pesan. Komponen ketiga yaitu *channel* yang merupakan medium dalam perjalanan pesan.

c. Arsip

Arsip merupakan informasi apapun yang telah tersimpan dapat diakses kapan pun dan menggunakan perangkat apa pun. Kehadiran media sosial memberikan akses yang luar biasa terhadap penyimpanan..

d. Interaksi

Interaksi merupakan proses yang terjadi di antara pengguna dan perangkat teknologi. Pengguna dapat berinteraksi baik di antara pengguna itu sendiri maupun dengan produser konten media.

e. Simulasi

Simulasi bahwa kesadaran yang *real* di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini disebabkan oleh imaji yang disajikan media secara terus menerus,

f. Konten oleh pengguna

Di media sosial konten sepenuhnya milik dan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.

Media sosial memiliki jenis-jenis yang dijabarkan oleh Kaplan dan Haenlein (2010) dalam (Rachmawati, 2021:46) membagi ke dalam 3 jenis *platform* yaitu:

1. *Blog* media sosial yang muncul pada perkembangan web pribadi dan *blog* merupakan media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis konten layaknya sebuah *diary*. Jadi dalam sebuah *blog* artikel-artikel yang ada adalah milik pengguna itu sendiri.
2. *Collaborative Projects* merupakan media sosial sebagai tempat untuk kerja sama dalam menuangkan kreativitas yang dimana dapat dilakukan oleh semua pengguna, contohnya Wikipedia yang memberikan akses buat seluruh pengguna.
3. *Content Communities* merupakan jenis media sosial tempat berbagi konten yang sudah dihasilkan berupa teks, foto, dan video.

3. Orang Tua

Menurut (Patmonodewo, 2003: 123) orang tua adalah guru pertama bagi anak-anaknya. Apabila anak telah masuk sekolah, orang tua adalah mitra kerja guru bagi anaknya dan orang tua merupakan guru utama yang menggunakan segala kemampuan mereka, guna keuntungan mereka sendiri, anak-anaknya, serta program yang dijalankan anak itu sendiri.. Orang tua juga harus berperan membina dan meningkatkan perkembangan anak sejak usia dini karena disini lah tahap awal dalam mengembangkan potensi anak usia dini.

Semua aktivitas orang tua selalu di pantau dan dijadikan contoh oleh anak baik dari prilaku atau kebiasaan orang tua yang baik maupun yang buruk, secara sengaja atau tidak sengaja anak akan mudah meniru baik dari apa yang mereka lihat dan dengar. Oleh sebab itu orang tua harus menjadi panutan dan teladan yang baik bagi anak. (Novita, Amirullah, and Ruslan, 2016:24)

Peran orang tua yang sangat penting dalam keluarga dan anak, menurut (Yusuf, 2009) ada 4 prinsip peran orang tua, yaitu:

a. Sebagai *modelling*

Orang tua merupakan contoh atau teladan bagi seorang anak baik dalam menjalankan nilai-nilai agama dan norma yang berlaku di masyarakat. Orang tua memiliki pengaruh yang besar dalam kehidupan anak karean tingkah laku dan cara berpikir anak mengikuti orang tuanya baik itu positif maupun negatif.

b. Sebagai *mentoring*

Orang tua merupakan *mentor* pertama bagi anak dalam menjalankan hubungan, memberikan kasih sayang, memberikan perlindungan sehingga mendorong anak untuk bersikap terbuka dan menerima pengajaran.

c. Sebagai *organizing*

Orang tua berperan sebagai mengontrol, mengatur, merencanakan dan berkerjasama dalam menyelesaikan suatu masalah.

d. Sebagai *teaching*

Orang tua berperan sebagai menciptakan jiwa kompetensi dalam diri anak, yaitu mereka mengalami tentang apa yang mereka kerjakan dan alasan mereka mengerjakan hal tersebut.

4. TikTok

Menurut (Susilowati, 2015:3) TikTok merupakan salah satu bentuk aplikasi media sosial yang diciptakan oleh perusahaan teknologi bernama *Bytemod*, sebuah perusahaan dari Singapura. TikTok merupakan salah satu aplikasi yang hadir pada tahun 2017 sampai saat ini, aplikasi TikTok banyak digemari anak-anak hingga orang dewasa. TikTok mulai populer di Indonesia dan kemajuan yang sangat pesat yakni pada tahun 2020. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan dukungan musik, yang sangat populer di kalangan banyak orang termasuk orang dewasa dan anak di bawah umur.

TikTok juga menyediakan fitur pembuatan video pendek yang berdurasi dengan adanya musik yang fenomenal, percakapan-cakapan yang lagi viral saat ini dan gerakan *dance* atau tari. Pada aplikasi TikTok juga memberikan contoh gerakan video yang akan ditiru oleh pengguna sehingga memudahkan pengguna pada saat meniru gerakan musik dan pengguna TikTok dapat memilih *effect* yang lucu.

TikTok mempunyai beberapa *fitur* yang dapat digunakan oleh penggunanya, (*trikinet.com*) yaitu:

1. Fitur Penambahan Musik

Salah satu fitur utama yang terdapat pada TikTok adalah penambahan musik. Fitur ini yang memberikan berbagai macam jenis musik dan sudah mendapatkan izin dari pencipta musik, sehingga tidak kena *copyright*.

2. Fitur *Filter* pada Video

Pengguna TikTok dapat menambahkan *filter* pada video untuk mengubah *tune* warna pada objek video

3. Fitur *Filter Stiker* dan Efek Video

TikTok menyediakan 5 kategori efek video yaitu efek *visual*, efek stiker, efek *transition*, efek *split* dan efek waktu. Sedangkan *filter* stiker memiliki beragam stiker, dengan adanya *filter* ini bertujuan untuk membuat pengguna lebih *kreatif*.

4. Filter *Voice Changer*

Merupakan fitur mengubah suara didalam video untuk menambah kreativitas dalam menciptakan konten.

5. Fitur *Filter Beautify*

Merupakan fitur membuat pengguna lebih tampan, cantik atau bahkan lebih keren, menjadikan pengguna lebih percaya diri.

6. Fitur *Filter Auto Captions*

Merupakan fitur yang menyertakan *subtitle* secara otomatis.

7. Fitur Hapus Komen dan *Blokir* Pengguna

Fitur ini digunakan untuk mencegah terjadinya *bullying* dikomentor.

8. Fitur *Live*

TikTok membatasi pengguna untuk *live*, pengguna yang memiliki minimal 1000 *followers* yang bisa *live*.

5. Video Anak

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, video adalah rekaman gambar langsung atau tampilan gambar bergerak yang disertai dengan suara. Menurut (Arsyad 2011:49) menyatakan bahwa video adalah gambar-gambar dalam bingkai, dimana bingkai demi bingkai diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga layar terlihat seperti hidup.

Video adalah suatu bentuk teknologi untuk merekam, menangkap, memproses dan mentransmisikan serta mengatur ulang gambar yang bisa bergerak. Video tersebut dapat disimpan menggunakan signal dari film,

video, televisi, video tape atau media non komputer lainnya. Setiap frame tersebut dipresentasikan menggunakan signal listrik yang disebut dengan gelombang analog atau video komposit yang telah mempunyai komponen-komponen dalam video seperti warna, penerangan dan kesingkronan dari setiap gambar nya. (Purnama, 2013:26)

Berdasarkan pengertian menurut beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa video merupakan salah satu jenis media audio-visual dan dapat menggambarkan suatu objek yang bergerak bersama-sama dengan suara alamiah atau suara yang sesuai. Video menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap.

Anak adalah anugerah terindah bagi setiap orang tua yang diberikan oleh yang maha kuasa. Kehadirannya selalu dinanti, tak hanya menambah gelar orang tua dari suami-istri menjadi ayah dan ibu bagi anak-anaknya. Anak menjadi aset yang berharga dan tumpuan harapan di dunia dan akhirat. Setiap orang tua memiliki cara masing-masing dalam menyayangi anak-anaknya. (Febrina, 2019:56)

Dalam pengertian islam, anak adalah titipan Allah SWT kepada kedua orang tua, masyarakat bangsa dan negara yang kelak akan memakmurkan dunia sebagai rahmatan *lil'alam* dan sebagai pewaris ajaran agama islam. Dapat disimpulkan setiap anak yang dilahirkan harus

diakui, diyakini, dan diamankan sebagai implementasi amalan yang diterima oleh orang tua. (Syarifuddin, 2014:162)

Video anak merupakan rekaman gambar bergerak yang memuat tentang kehidupan sehari-hari anak, seperti rekaman tingkah lucu anak, rekaman anak bahagia, rekaman anak sedih atau nangis dan rekaman anak memperagakan pakaian yang tepat sesuai umurnya. Video anak biasanya dibuat oleh orang tua dan keluarga lainnya.

6. Fenomenologi

a. Definisi Fenomenologi

Fenomenologi berasal dari kata *Phenomenon* yang merupakan kemunculan suatu objek dan peristiwa dalam persepsi seorang individu. Fenomenologi menggunakan pengalaman langsung sebagai cara untuk memahami dunia. Orang mengetahui pengalaman dengan cara menguji secara sadar melalui perasaan dan persepsi yang dimiliki orang bersangkutan. (Morissan, 2013:39)

Fenomenologi adalah Tindakan Sosial yang dilakukan melalui proses penafsiran yang dapat digunakan untuk memperjelas makna yang sesungguhnya agar mendapatkan konsep yang jelas, dengan kata lain mendasari tindakan sosial pada pengalaman makna dan kesadaran. (Kuswarno, 2009:2).

Penelitian fenomenologi adalah penelitian yang mencoba mendalami persepsi masyarakat, perspektif, dan pemahaman dari situasi tertentu atau

fenomena. Fenomenologi merupakan salah satu dari sekian banyak jenis metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk mengkaji pengalaman hidup manusia.

Fenomenologi mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna dan kesadaran. Manusia dituntut untuk saling memahami satu sama lain, dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Sehingga, ada penerimaan timbal balik pemahaman atas dasar pengalaman bersama dan atas dunia bersama. Dengan kata lain manusia adalah “aktor”. (Kuswarno, 2009:22)

Littlejohn dalam (W.Wirman, 2017:4) mengatakan bahwa fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok dari sebuah realitas. Fenomena mengacu pada kemunculan sebuah benda, peristiwa atau kondisi yang dilihat. Maka dari itu fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung.

Menurut Sokolowaki (2000) yang dikutip oleh (Sobur, 2013:9) “Fenomenologi mengasumsikan bahwa pengetahuan dapat diperoleh dengan berkonsentrasi pada fenomena yang dialami oleh orang-orang.” Menurut pandangan fenomenologi, pemahaman semacam ini sangat penting karena kita sebagai peneliti tidak akan memperoleh jawaban dari pertanyaan “berapa banyak?” atau “berapa besar?”

b. Fenomenologi Alfred Schutz

Salah satu ilmuwan sosial yang berkompeten pada perkembangan fenomenologi adalah Alfred Schutz. Schutz lah yang membawa

fenomenologi ke dalam ilmu sosial, membuat fenomenologi menjadi ciri khas bagi ilmu sosial hingga saat ini. Baginya fenomenologi adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, dan kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan itu berasal.

Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. (Kuswarno, 2009:25)

Alfred Schutz membedakan antara makna dan motif. Berarti berhubungan dengan bagaimana aktor menentukan aspek yang penting dalam kehidupan sosialnya. Makna memiliki dua jenis yaitu makna subjektif dan makna objektif. Makna subjektif adalah konstruksi realitas dimana seseorang mendefinisikan komponen realitas tertentu yang berarti baginya. Sedangkan objektif adalah himpunan makna yang ada di hidup dalam kerangka budaya secara keseluruhan yang dipahami bersama terlebih dahulu melalui kebijakan.

Sementara itu, motif mengacu pada alasan seseorang melakukan sesuatu. Schutz juga membedakan 2 tipe motif yaitu, motif sebab (*because*) dan motif tujuan (*in order to*). Motif pertama adalah pandangan retrospektif dari faktor-faktor yang menyebabkan seseorang melakukan

tindakan tertentu. Motif kedua alasan seseorang melakukan sesuatu sebagai upaya untuk menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan di masa depan. (Haryanto, 2012:102)

B. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksud menjelaskan mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam permasalahan penelitian. Sesuai dengan judul “Fenomena Orang Tua Mengunggah Video Anak Pada TikTok” maka definisi operasionalnya sebagai berikut:

1. Fenomenologi Schutz

Fenomenologi menjelaskan perilaku manusia yang dialami dalam kesadaran. Fenomenologi menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, dan kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Fenomenologi Schutz merupakan studi yang melibatkan aktivitas berpikir secara mendalam guna mendapatkan esensi dari sebuah pengalaman atas suatu fenomena yang diteliti

2. Motif

Motif adalah dorongan yang sudah terikat pada satu tujuan. Motif menunjukkan hubungan sistematis antara suatu respon dengan keadaan dorongan tertentu.

Motif mengacu pada alasan seseorang melakukan sesuatu. Schutz juga membedakan 2 tipe motif yaitu, motif sebab (*because*) dan motif tujuan (*in order to*). Motif sebab (*because*) adalah pandangan retrospektif dari faktor-faktor yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan

tertentu. Pada penelitian ini faktor yang menyebabkan orang tua mengunggah video anak di TikTok karean mengikuti *trend* pada saat ini. Motif tujuan (*in order to*) adalah alasan seseorang melakukan sesuatu sebagai upaya untuk menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan di masa depan. Tujuan dari orang tua mengunggah video anak di TikTok untuk menyimpan kenangan masa kecil anaknya.

3. Orang Tua

Orang tua adalah ibu bapak yang dikenal awal pertama oleh putra putrinya. Orang tua adalah ayah dan ibu yang bertanggung jawab atas pendidikan anak dan segala aspek kehidupan anak sejak masih kecil hingga dewasa.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan adalah penelitian yang dijadikan sebagai referensi oleh peneliti untuk memperkuat penelitian yang ada. Peneliti mengambil pokok permasalahan yang hampir sama dengan penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu yang Relevan

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Febri Rachmadi Handoyo (2021)	Fenomena Mengunggah Video TikTok di Media Sosial Instagram (Studi fenomenologi pada Pengguna Instagram di Kota Kupang)	Kuanlitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada fenomena mengunggah video TikTok dikalangan pengguna instagram di Kota Kupang sudah menjamur sejak awal munculnya Covid-19, rata-rata mereka mengunggah video TikTok di akun mereka adalah untuk mempromosikan akun TikTok mereka sehingga dikenal oleh pengguna Instagram lainnya dan menambah <i>followers</i> mereka.
2.	Siska Rahmawati (2018)	Fenomena Penggunaan Aplikasi TikTok dikalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung	Kualitatif	Hasil penelitian ini adalah bahwa motif penggunaan aplikasi TikTok dikalangan mahasiswa Universitas Pasundan Bandung ialah bermacam-macam, seperti Motif aplikasi TikTok itu sebagai hiburan dan penggunaan aplikasi TikTok sebagai pengisi waktu luang
3.	Afdal Makkuraga Putra & Annisa Febrina (2019) Vol. 3, No. 6	Fenomena Selebgram Anak: Memahami Motif Orang Tua	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa motif karena (<i>because motif</i>) dalam mengunggah foto anak di instagram yang digerakkan oleh 2 hal yaitu pengalaman tentang album foto di masa lalu dan gangguan serta ketebatasan teknologi yang dimiliki oleh para orang tua. Sedangkan motif untuk (<i>in order to motives</i>) terkait dengan 3 hal yaitu pertama

				<p>upaya yang dilakukan orang tua untuk membuat anaknya dikenal banyak orang. Kedua, sebuah tuntutan untuk berbagi momen perkembangan anak kepada saudara atau teman jauh. Ketiga, untuk mewujudkan rasa bangga dan bersyukur orang tua karena memiliki anak.</p>
--	--	--	--	---

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2022

Perbandingan

1. Pada penelitian yang dilakukan oleh **Febri Rachmadi Handoyo (2018)** persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. memiliki kesamaan yang lain yaitu sama-sama meneliti fenomena mengunggah video pada media sosial. Sedangkan perbedaan terdapat pada aplikasi media sosial yang digunakan, pada penelitian sebelumnya menggunakan media sosial instagram sedangkan peneliti menggunakan media sosial TikTok
2. Pada penelitian yang dilakukan oleh **Siska Rahmawati (2018)** persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Kesamaan lainnya yaitu sama-sama meneliti tentang fenomena dan media sosial yang diteliti sama-sama menggunakan media sosial TikTok. Sedangkan perbedaan terdapat pada subjeknya yaitu mahasiswa yang menjadikan TikTok sebagai media hiburan sedangkan penelitian ini menggunakan subjek orang tua yang memiliki anak. Perbedaan lainnya penelitian terdahulu tidak membahas fenomena.

3. Pada penelitian yang dilakukan oleh **Afdal Makkuraga Putra & Annisa Febrina (2019) Vol, 3. No.6** memiliki kesamaan yaitu sama-sama meneliti tentang fenomena orang tua dan anak, menggunakan motif tujuan dan motive alasan. Sedangkan perbedaan terdapat pada bentuk yaitu dalam bentuk jurnal.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Metode ini lebih mementingkan penghayatan dan pengertian dalam menangkap gejala (fenomenologis). Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang menghasilkan data deskriptif melalui kata-kata yang ditulis dan subjek dari penelitian yang akan diamati. Pendekatan kualitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji kondisi objek yang alamiah. (Sugiyono, 2017:8).

Penggunaan metode penelitian kualitatif digunakan peneliti untuk mendapatkan jawaban yang lebih dalam pemikiran dan hal yang dapat dirasakan peneliti sesuai dengan fenomena yang muncul dan berkembang pada saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk memahami suatu kejadian, fenomena, pengertian makna, serta mempunyai pola kehidupan manusia secara langsung maupun tidak langsung yang dapat menyeluruh. (Yusuf 2014:328)

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan penelitian fenomenologi dari Alfred Schutz. Fenomenologi Alfred Schutz menjelaskan bahwa tindakan manusia dimotivasi oleh dua hal. Pertama, *because motive* (motif sebab) yaitu alasan seseorang melakukan sesuatu sebagai upaya untuk menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan dimasa yang akan datang. Kedua, *in order to motive* (motif tujuan) yaitu tujuan yang ingin dicapai manusia terkait dengan tindakan yang mereka kerjakan.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ialah seseorang yang memberikan informasi tentang data yang di inginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Adapun kriteria jatau indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Orang tua yang memiliki dan mengelola akun TikTok dengan nama anaknya dan atau nama mereka sendiri.
2. Orang tua yang berdomisili di Kota Pekanbaru.
3. Orang tua yang sudah gabung di TikTok selama 2 bulan atau lebih dan memiliki pengikut sebanyak 1.000 *followers*/pengikut
4. Orang tua yang bersedia di wawancara oleh peneliti.
5. Orang tua yang berumur 21-40 tahun
6. Orang tua yang memiliki anak berusia balita yaitu 0-5 tahun

Pemilihan subjek penelitian diatas juga berdasarkan pertimbangan dari hasil observasi pra-penelitian, dimana peneliti melihat subjek menggunakan aplikasi TikTok.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ialah sifat keadaan atau orang yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penulis. Menurut (Sugiyono, 2014:20) menjelaskan bahwa objek di dalam riset adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan mempunyai variasi tertentu dan ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam hal ini peneliti menetapkan objek yang akan diteliti sesuai dengan permasalahan yaitu fenomena orang tua mengunggah video anak pada TikTok.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian akan dilakukan di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Waktu penelitian akan dimulai pada bulan Maret hingga April tahun 2022. Rincian waktu penelitian akan ditampilkan dalam bentuk tabel dibawah ini:



Tabel 3.1

Waktu Penelitian

NO	JENIS KEGIATAN	BULAN DAN MINGGU KE (2022)																								
		FEB				MAR				APR				MEI				JUN				JUL				KET
		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	X																				
2	Seminar UP					X																				
3	Riset						X																			
4	Penelitian Lapangan							X	X	X	X	X														
5	Pengolahan dan Analisis Data												X	X	X											
6	Konsultasi Bimbingan Skripsi															X	X	X	X	X						
7	Ujian Skripsi																				X					
8	Revisi dan Pengesahan Skripsi																				X	X				
9	Penggandaan serta Penyerahan Skripsi																							X		

 Dokumen ini adalah Arsip Milik :
 Universitas Islam Riau

D. Sumber Data

Sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini ada dua macam sumber data, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak tubuh, dan perilaku yang dilakukan subjek yang dipercaya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel dan catatan), foto-foto, video, dan lain-lain yang dapat menambah data primer.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang paling penting dari penelitian itu sendiri. Teknik pengumpulan data kualitatif terdiri dari wawancara, observasi dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah komunikasi langsung yang dilakukan oleh peneliti dan responden, komunikasi dilakukan dalam bentuk tanya jawab secara tatap muka. Menurut (Fanthoni, 2011:63) wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab secara lisan yang berlangsung satu arah, pertanyaan datang dari pihak pewawancara dan jawaban dari yang diwawancarai.

Wawancara dilakukan dengan menggunakan *in depth interview* (wawancara mendalam) serta menggunakan alat pendukung wawancara berupa alat perekam suara tujuan hasil jawaban dari informan dapat disimpan dengan jelas dan rinci.

2. Observasi

Menurut (Fantoni, 2011:62) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan, disertai dengan catatan tentang situasi atau perilaku objek sasaran. Observasi tidak hanya pengamatan yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada penelitian ini observasi dilakukan peneliti juga melihat proses pengambilan video oleh orang tua. Dimana saat pengambilan video diperlukan *briefing* pada anak.

3. Dokumentasi

Selain wawancara dan observasi peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi untuk memperkuat data-data yang telah data dengan menggunakan foto, data pribadi, yang berhubungan dengan penelitian. Dokumentasi adalah rekaman peristiwa yang lebih dekat dengan percakapan, menyangkut persoalan pribadi, dan memerlukan interpretasi yang berhubungan sangat dekat dengan konteks rekaman peristiwa tersebut. (Bungin, 2015:254)

Menurut (Moleong, 2014:160) dokumentasi adalah catatan kejadian nyata seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman, kepercayaannya. Dokumen yang akan digunakan penulis adalah foto,

gambar, serta *screenshot* video TikTok anak. Hasil dari suatu penelitian dapat dipercaya dengan adanya foto-foto proses penelitian.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Pada penelitian kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Karena keabsahan data dalam penelitian kualitatif sangatlah penting. Melalui validitas data yang *kredibilitas* (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai. Untuk memperoleh hal tersebut menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang dikenal dengan teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu sendiri, baik keperluan pengecekan atau sebagai pembanding. (Bachtiar, 2010;50). Ada beberapa triangulasi data yang umum digunakan:

a. Triangulasi Sumber

Membandingkan mengecek ulang derajat kepercayaan atau suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Misalnya membandingkan apa dikatakan umum dengan yang dikatakan pribadi, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.

b. Triangulasi Waktu

Digunakan untuk validatas data yang berkaitan dengan perusahaan suatu proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia mengalami perubahan dari waktu ke waktu.

c. Triangulasi Teori

Memanfaatkan dua teori atau lebih untuk diadu atau dipadu. Untuk itu perlu dirancang penelitian pengumpulan data dan analisis data yang lebih lengkap.

d. Triangulasi Peneliti

Menggunakan lebih dari satu peneliti dalam mengadakan observasi atau wawancara. Karena masing-masing peneliti mempunyai gaya, sikap dan persepsi yang berbeda dalam mengamati suatu fenomena maka hasil pengamatan dapat berbeda dalam mengamati fenomena yang sama.

e. Triangulasi Metode

Usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan peneliti. Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama.

Dari beberapa jenis triangulasi diatas, maka penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data triangulasi metode, karena menurut peneliti teknik ini dianggap sesuai dengan penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan dalam sub-sub, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

(Sugiyono, 2014:124) proses analisis data dapat dilakukan penelitian menggunakan 3 langkah yaitu:

1. Reduksi Data

Merupakan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

2. Penyajian Data

Merupakan penyajian data dalam kualitatif dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya.

3. Penarikan Kesimpulan

Dalam penelitian kualitatif penarikan kesimpulan merupakan langkah terakhir. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dalam mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan data dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal dan kesimpulan berupa deskripsi atau gambaran mengenai objek yang diteliti.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian/Profil Subjek Penelitian

1. Gambaran Kota Pekanbaru

Kota Pekanbaru dulu dikenal dengan nama “Senapelan” daerah tersebut terus berkembang dan menjadi permukiman baru. Pada tanggal 9 April 1689 yang berlangsung perjanjian antara kerajaan Johor dengan Belanda yang isinya pembebasan cukai dan monopoli terhadap dagangan. Perkembangan kota ini awalnya merupakan sebagai sarana transportasi dalam mendistribusikan hasil bumi dari pedalaman dan daratan tinggi yang merupakan pengaruh dari sungai Siak yang membentang di sepanjang Kota Pekanbaru. Pada abad ke-18, wilayah Senapelan di tepi sungai Siak dijadikan pasar (pekan) bagi para pedagang yang berasal dari Minangkabau. Seiring dengan perkembangan menjadi daerah permukiman yang ramai. Akhirnya menurut catatan yang dibuat oleh Imam Suhil Siak, Senapelan kemudian dikenal menjadi Pekanbaru resmi pada 21 Rajab 1204 H atau 23 Juni 1784.

Kota Pekanbaru merupakan ibu kota di provinsi Riau, Indonesia. Kota Pekanbaru ditempati dari berbagai daerah dengan suku, budaya dan agama yang berbeda-beda pada masyarakatnya. Pertumbuhan masyarakat di Pekanbaru termasuk terbanyak di Indonesia. Bersumber pada Dinas Kependudukan Catatan Sipil Kota Pekanbaru tiap tahunnya kenaikan

jumlah penduduk setiap tahunnya. Oleh karena membuat masyarakat di Pekanbaru memiliki pandangan berbeda-beda sesuai dengan diri masing-masing. Program kependudukan yang menjadi pengendalian kelahiran, menurunkan tingkat kematian bagi anak, dan memperpanjang usia dan harapan hidup.

Kota Pekanbaru disebut kota perdagangan dan jasa, dan sebagai kota dengan pertumbuhan, migrasi dan urbanisasi yang tinggi. Pekanbaru mempunyai Bandar Udara Sultan Syarif Kasim II dan terminal bus antar kota dan provinsi yaitu Bandar Raya Payung Sekaki, serta dua pelabuhan di sungai Siak yaitu Pelita Pantai dan Sungai Duku. Dengan adanya transportasi yang lengkap membuat Kota Pekanbaru menjadi Kota dagang yang berkembang pesat, hal tersebut membuat kesejahteraan masyarakatnya. Kota Pekanbaru memiliki 15 Kecamatan yang merupakan hasil dari pemekaran pada tahun 2021 dan 83 Kelurahan yang tersebar. Secara geografis Kota Pekanbaru memiliki posisi strategis berada pada jalur Lintas Timur Sumatera, terhubung dengan beberapa kota seperti Medan, Padang, dan Jambi. Dengan wilayah administratif, diapit oleh Kabupaten Siak pada bagian utara dan timur, sementara bagian barat dan selatan oleh Kabupaten Kampar. Kota ini dibelah oleh Sungai Siak yang mengalir dari barat ke timur dan berada pada ketinggian bekisar 5-50 meter diatas permukaan laut.

2. Profil Subjek Penelitian

Pada profil subjek penelitian, peneliti akan memaparkan profil dari 4 narasumber yang telah diwawancara menjadi pendukung dalam penelitian, sebelum membahas hasil lebih dalam lagi, berikut identitas subjek penelitian, sebagai berikut :

a. Informan Pertama

Nama Orang Tua	: Zeswillia
Nama Anak	: Tisha Zenia Nauren H
Usia Orang Tua	: 29 tahun
Usia Anak	: 1 tahun 10 bulan
Username TikTok	: @tishazenia_
Alamat	: Teuku Bey

Gambar 4. 1

Akun TikTok @tishazenia_



Sumber: TikTok, 2022

b. Informan Kedua

Nama Orang Tua : Shally Isaura
 Nama Anak : Jasmine Rajwa Arisha
 Usia Orang Tua : 29 tahun
 Usia Anak : 2 tahun
 Username TikTok : @jasminerajwaarisha
 Alamat : Gading Marpoyan

Gambar 4.2

Akun TikTok @jasminerajwaarisha



Sumber: TikTok, 2022

c. Informan Ketiga

Nama Orang Tua : Nursiah
 Nama Anak : Adzkiya Nayla H
 Usia Orang Tua : 28 tahun
 Usia Anak : 2 tahun 4 bulan
 Username TikTok : @adzkiya_nayla
 Alamat : Panam

Gambar 4.3

Akun TikTok @Adzkiya_nayla



Sumber: TikTok,2022

d. Informan Keempat

Nama Orang Tua : Ryosha
 Nama Anak : Lathifah Tadzkiya
 Usia Orang Tua : 30 tahun
 Usia Anak : 2 tahun 8 bulan
 Username TikTok : @lathifahtadzkiyyah
 Alamat : Marpoyan

Gambar 4.4

Akun Tiktok @lathifahadzkiyyah



Sumber: TikTok, 2022

B. Hasil Penelitian

Pada hasil penelitian ini, peneliti akan memaparkan keseluruhan data yang telah didapatkan. Hasil tersebut dari kegiatan, observasi, wawancara dan dokumentasi. Karena masing-masing peneliti memiliki cara sendiri, gaya, dan persepsi yang berbeda dalam mengamati suatu fenomena maka hasil pengamatan dapat berbeda dengan penelitian yang sama. Hasil wawancara merupakan data-data penelitian yang didapatkan peneliti dengan kegiatan tanya jawab dengan subjek. Sedang observasi merupakan data-data penelitian yang didapat dari kegiatan pengamatan terhadap subjek. Setelah menjalani proses yang panjang peneliti juga menggunakan pemeriksaan keabsahan data yaitu teknik pemeriksaan triangulasi metode, ialah penelitian dilakukan dengan menggunakan lebih dari

satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama, maka hasil penelitian dapat lebih dipaparkan dengan jelas.

Berikut adalah hasil wawancara dan observasi yang telah peneliti lakukan dengan ke empat informan mengenai Fenomena Orang Tua Mengunggah Video Anak Pada TikTok dengan kategorisasi, sebagai berikut:

1. Because Motive (Motif Masa Lalu)

a. Pengalaman album video atau memori Hp penuh

Berdasarkan pengalaman dari informan memori hp yang mereka memiliki sering penuh karena video banyak memakai memori hp maka dari itu orang tua menggunakan berbagai cara agar video anak-anak mereka dapat disimpan dan dapat dilihat dimana pun dan kapan pun.

Orang tua Lathifah menyatakan motif awal ia mengunggah video Lathifah di TikTok adalah iseng-iseng dan sebagai hiburan saja. Tetapi ia berusaha mengabadikan setiap perkembangan anaknya dan aktivitas bersama keluarga mereka. Semua video itu hanya ia simpan hp saja tetapi tidak jarang memori hpnya selalu penuh.

“Motif kakak mengunggah video Lathifah di TikTok awalnya hanya iseng-iseng aja, makanya diunggah di TikTok. Biasanya kakak selalu videoin kegiatan Lathifah sehari-hari aja, random aja dan kadang video dia pake filter yang di TikTok duyung-duyung itu loh. Semua itu ngalir aja ga settingan sama sekali videonya. Awalnya sih simpan di hp aja, tapi karna memori hp kakak ni sering penuh jadi kakak upload di story Instagram juga.“

Orang tua Lathifah mengaku pada saat membuat video dilakukan tanpa paksaan terhadap anaknya dan kadang anaknya sendiri yang minta di video in. Video diunggah dalam seminggu hanya 1 atau 2 video saja,

“Video in Lathifah ni tergantung mood dia aja, kadang kalau lagi mood dia sendiri yang minta di videoin katanya gini maa bikin video TikTok yang joget-joget tu maa. Kalau ga mood kadang kakak bujuk dulu biar dia mau bujuknya sih pakai makanan atau di ajak jalan-jalan. Kalau untuk unggah video di TikTok kadang hanya 1 kali atau 2 kali sih dalam seminggu, karena kakak termasuk yang kurang aktif juga upload video tu.”

Menurut orang tua Lathifah jumlah like dan komentar itu termasuk penting dalam menjadi pengguna aplikasi TikTok ini. Dan keuntungan menggunakan TikTok pun hanya untuk hiburan saja.

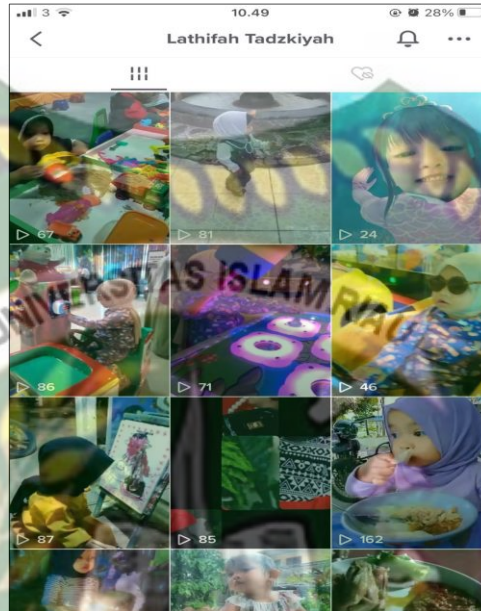
“Pentinglah biar FYP kan, kalau ga banyak like dan komentar ga FYP lah kan, karena dapat like yang banyak buat kita jadi semangat juga buat konten baru lagi dan adalah sedikit cuan. Menurut kakak keuntungan main TikTok ni hanya hiburan aja sih.”

Diketahui motif untuk atau masa akan datang orang tua Lathifah hanya untuk mengabadikan momen ia bersama anaknya semua itu dilakukan untuk mengisi waktu kosong karena ia seorang ibu rumah tangga.

“motif sebenarnya hanya untuk mengisi waktu kosong kakak aja, karna kakak kan ibu rumah tangga jadi, Lathifah ni memang banyak waktunya dihabiskan sama kakak dari pada sama ayahnya soalnya kan ayahnya kerja, karena bosan itu lah makanya kakak bermain TikTok juga sehabis selesai pekerjaan rumah semuanya baru lah kakak sibuk videoin Lathifah pas main atau tunggu ayahnya pilang kerja dulu baru kami pergi main keluar.”

Gambar 4.5

Akun TikTok @lathifahtadzakiyyah



Sumber: *Screenshot*, 2022

Berdasarkan dari hasil pengamatan, dapat diketahui akun Tiktok dengan Username Lathifah Tadzakiyyah merupakan akun TikTok yang Tidak terlalu aktif dalam mengunggah video, ia hanya mengunggah video 1 atau 2 kali dalam seminggu dan sudah memiliki pengikut lebih dari 1000 terlihat diatas pengikut sebanyak 1635 pengikut dan setiap harinya mengalami peningkatan. Dan kebanyakan video yang diunggah berisikan keseharian Lathifah. Peneliti juga menemukan jumlah yang suka dengan video Lathifah sangat banyak bahkan melebihi pengikutnya.

b. Keterbatasan Teknologi

Berdasarkan dari pernyataan orang tua Adzkiya bahwa mereka dahulu susah kali menggunakan teknologi karena mereka berasal dari daerah

sehingga membuat mereka susah dalam menggunakan teknologi. Diketahui motif orang tua Adzkiya mengunggah video di TikTok karena ia ingin keluarga dan teman-teman saya yang jauh dapat melihat perkembangan Adzkiya. Video diunggah di TikTok awalnya hanya untuk iseng-iseng saja dan belajar dari zaman kecilnya dahulu yang tidak begitu mengetahui teknologi.

“Kakak disini merantau asal kakak dari Dumai, jadi jarang jumpa keluarga gitu, pengguna TikTok pun sekarang ini sudah banyak jadi kebanyakan keluarga kakak kalau rindu dengan Adzkiya bisa lihat video-videonya di TikTok dan bisa lihat perkembangan Adzkiya juga kan terus respon mereka Adzkiya aktif ya di TikTok, pada suka. Awalnya buat video buat iseng-iseng aja yang main pun anak kan, video diunggah pun jadi kenang-kenangan gitu aja supaya dikemudian hari anak dapat melihat waktu dia kecil, karna berisikan keseharian dia juga.”

Orang tua Adzkiya menyatakan bahwa ia tidak mengunggah video di TikTok setiap harinya bahkan ia sempat sebulan lebih tidak mengunggah video anak di TikTok. Ia mengunggah pada saat momen-momen tertentu dan kesenangan tersendiri.

“kalau dibilang saya termasuk tidak sering mengunggah video Adzkiya dikarenakan kesibukan kerja bahkan kami semoat off berbulan-bulan karena sibuk. Itu pun video yang saya unggah kebanyakan video hiburan aja.”

Orang tua Adzkiya menyatakan sebelum mengenal TikTok video disimpan di hp saja dan kadang di upload di facebook, kebanyakan video di ambil oleh ayahnya karena nya termasuk yang aktif menggunakan media sosial. Dan pada saat di videoin Adzkiya senang.

“Sebelum tau TikTok ayang sering Upload di facebook, karna memori hp cepat penuh juga makanya kayak disimpan gitu di facebook tu. Ayah Adzkiya ini aktif dia dek, kebanyakan video Adzkiya ayahnya yang videoin. Videoinnya pun tergantung mood anaknya aja, pas dia gamau yaa gabisa juga yang penting pas videoin itu Adzkiya happy aja tanpa ada unsur paksaan.”

Menurut orang tau Adzkiya like dan komentar itu penting karna video diunggah hanya untuk kesenangan saja. Orang tua Adzkiya pun mengaku selama menggunakan atau mengunggah video anaknya di belum pernah menerima komentar buruk tentang anaknya. Dan ia masih senang-senang aja menggunakan aplikasi TikTok ini.

Gambar 4. 6

Akun TikTok @adzkiya_nayla



Sumber: *Screenshoot*, 2022

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, dapat diketahui akun TikTok dengan *username* Adzkiya Nayla merupakan akun TikTok yang tidak terlalu aktif dalam mengunggah video dan sudah memiliki pengikut

lebih dari 1000 terlihat diatas pengikutnya sebanyak 1257 pengikut dan setiap harinya mengalami peninngkatan. Dan kebanyakan video yang diunggah berisikan *oufit* yang dipakai oleh Adzkiya dan keseharian Adzkiya. Peneliti juga menemukan jumlah yang suka dengan video Adzkiya sangat banyak bahkan melebihi pengikutnya dan video yang diunggah pada TikTok 1 atau 2 kali dalam seminggu bahkan sempat ga aktif selama sebulan. Dari beberapa video yang diunggah pada TikTok ada yang jumlah likenya sampai ribuan sesuai dengan gambar diatas ada 3 video yang disematkan.

c. Pengaruh teman-teman yang mengenal TikTok

Alasan awal Shally Isaura menggunakan TikTok dikarenakan temannya yang berada di pulau jawa banyak juga yang menggunakan TikTok dan mereka juga memiliki anak yang seusia dengan anaknya. Maka dari itu membuat beliau termotivasi juga menggunakan TikTok untuk mengunggah video anaknya.

“Awalnya saya menggunakan TikTok itu karena teman-teman saya yang ada di jawa banyak yang menggunakan TikTok untuk mengunggah video anaknya, dan mereka pun bilang kalau pakai TikTok bisa mendapatkan penghasilan karena itu lah buat saya jadi terpacu untuk menggunakan TikTok sebagai sarana untuk mengunggah video anak saya juga. Alhamdulillah setelah menggunakan media sosial TikTok ni lah bisa menambah untuk beli pempers dan peralatan mandi Jamnine”.

Berdasarkan informasi diatas diketahui bahwa hal yang memotivasi dalam menggunakan media sosial TikTok tersebut dikarenakan dorongan

dari teman-teman yang sudah menggunakan aplikasi TikTok juga untuk bekarya.

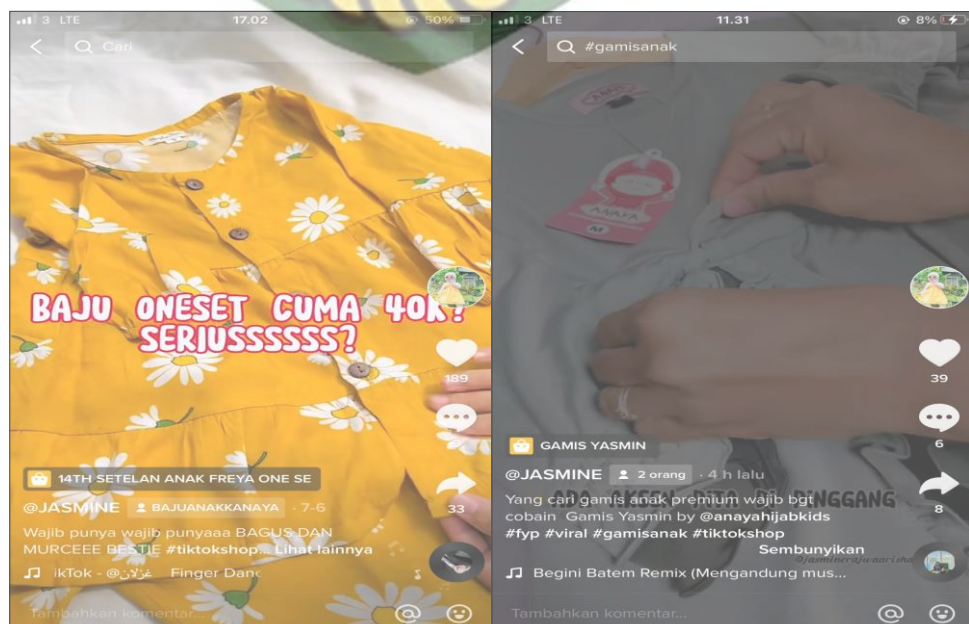
2. In Order To Motive (Masa Yang akan Datang)

a. *Endorsement*

Endorsement adalah istilah yang populer di dunia marketing, yang merupakan bentuk atau jasa di media sosial. *Endorsement* adalah taktik bisnis yang dilakukan produsen, agar produknya laris manis dibeli konsumen. Promosi dengan menggunakan *endorsement* bisa dilakukan dengan membayar atau tidak membayar sesuai dengan kesepakatan antara brand dan promotor sehingga bisa meminimalkan pengeluaran finansial. *Endorsement* dilakukan dengan pihak-pihak yang memiliki pengikut yang banyak di media sosial sehingga dapat memotivasi pengikutnya untuk membeli atau menggunakan produk yang di promosikannya.

Gambar 4.7

Endorsement Jasmine



Berdasarkan gambar diatas akun TikTok dengan *username* Jasmine mengunggah video *endors* dari beberapa *olshop* yang ada di Indonesia. Hal tersebut dilakukan karna permintaan dari pihak *endorsment* bahwa video yang dibuat harus di unggah juga di akun TikTok Jasmine. Dari video tersebut dapat dilihat pada captionnya yang menyatakan dengan lengkap tentang barang yang dipromosikan dengan tagline yang menarik penonton untuk membelikan barang yang dipromosikan. Dan gambar tersebut juga terlihat akun TikTok Jasmine tag akun yang dipromosikan sehingga dapat memudahkan pengikutnya melihat secara rinci barang apa saja yang di jual oleh pihak *olshop*. Dan orang tua Jasmine juga menambahkan musik-musik yang lagi viral yang ada pada TikTok sehingga untuk mendapat *like* dan FYP lebih mudah. *Endorsment* ini dilakukan dikarenakan penghasilan yang didapat bisa membantu ekonomi keluarga dan secara tidak langsung orang tua tidak perlu terlalu sering membelikan pakaian anak mereka. Dalam hal *endors* ini orang tua Jasmine hanya menerima *endors* pakaian anak atau hal-hal yang berhubungan dengan anak seperti, bedak, shampoo, sepatu, dan pakaian anak.

Orang tua Tisha menyatakan bahwa ia mengunggah video anak awalnya untuk kesenangan sendiri tetapi makin kesini banyak online shop yang menawari untuk bekerja sama dengan orang Tisha dan video dibuat dengan tujuan untuk mengisi waktu kosong ibu dirumah.

“Awalnya buat video terus diunggah di TikTok video lucu-lucu Tisha aja, hiburan dan lainnya. Terus semenjak pengikut Tisha meningkat ada *online shop* yang minta videonya

upload di TikTok, mulai dari situlah lebih sering mengunggah video di TikTok terus kayak jadi bisnis/*endors*. Dan video yang sering saya unggah video keseharian Tisha, *share* ootd dan lebih banyak video pakaian *endors* gitu. Semua itu dilakukan karna kami tinggal berdua ayah Tisha kerja dirumah sakit jadi waktu Tisha banyak dihabiskan dengan saya saja.”

Diketahui motif orang tua Tisha mengunggah video di TikTok karena ia ingin keluarga dan teman-teman saya yang jauh dapat melihat perkembangan Tisha. Dan reaksi mereka pun berbeda-beda. Dalam membuat video pun harus mengikuti *moodnya* Tisha.

“Kakak berasal dari Tembilahan kan lumayan jauh dari Pekanbaru kesana tu, jadi dengan adanya video Tisha di TikTok keluarga kakak dan teman-teman kakak disana dapat lihat perkembangan Tisha gitu, terus *respon* mereka kalau jumpa Tisha pas kakak pulang kampung ada yang bilang gini (Ciee *selebgram* PKU) ada juga (Hei *selebgram* Pekanbaru) jadi kayak lucu aja anak kakak dipanggil kayak gitu. Pas buat video Tisha pun dilakukan pas Tisha main tanpa ada paksaan ngalir aja gitu, video in pas dia lagi main, lagi lari-lari kan dia suka lari-lari tu terus kakak ajak ke taman biar *mood* dia *happy* gitu, karena kalau anak dipaksa pasti dia bakalan nangis”

Menurut orang tua Tisha menggunakan media sosial TikTok memiliki keuntungan yang banyak. Karena pada aplikasi TikTok menyediakan uang bagi pengguna yang aktif dan memiliki pengikut lebih dari 1000 pengikut, dan semua itu tergantung like dan komentar. Orang tua Tisha menyatakan bahwa dalam seminggu lumayan sering mengunggah video di TikTok.

“Keuntungan yang kakak rasa Tisha lebih terkenal malah kalah *followers* mama nya karena *followers* Tisha lebih banyak. Terus adalah dapat uang cukup buat beli *pempers* Tisha. Kan di TikTok sekarang semakin banyak like dan komentar kan semakin FYP kita tuu jadi dapatlah uang sedikit. Menurru kakak *like* komentar itu penting sih kan

bisa buat kita FYP. Itu pun dalam seminggu adalah 2 atau 3 kali semua itu tergantung *mood* Tisha aja.”

Orang tua Tisha mengaku bahwa selama ia mengunggah video Tisha di TikTok dia ada menerima komentar positif dan ada juga komentar negatifnya tapi kalau untuk komentar negatif dia ngambil pusing.

“Biasanya orang ngomen gini (aduuu lucu nya anaknya bun) (Tisha makin menggemaskan aja) kakak pun bacanya senyum-senyum sendiri merasa bangga aja gitu kan anak kita banyak disukai orang-orang. Tapi kakak ada juga nerima komentar negatif gitu tapi bukan di TikTok tapi di Instagram katanya kan Tisha style nya pakai hijab, terus ga kayak pakaian anak-anak. (anak-anak kecil di gayain kayak orang dewasa terus dewasa sebelum umurnya) tanggapan kakak sih kayaknya dia ga tau style sekarang deh, karena jarang sekarang anak-anak pakai pita-pita dikepala lagi do.

Gambar 4.8

Akun TikTok @tishazenia_



Sumber: *Screenshoot*, 2022

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, dapat diketahui akun TikTok dengan *username* Tisha Zenia merupakan akun TikTok yang aktif

dalam mengunggah video dan sudah memiliki pengikut lebih dari 1000 terlihat di atas pengikutnya sebanyak 1155 pengikut dan setiap harinya mengalami peningkatan. Dan kebanyakan video yang diunggah berisikan *oufit* yang dipakai oleh Tisha. Peneliti juga menemukan jumlah yang suka dengan video Tisha melebihi jumlah pengikutnya dan video yang diunggah pada TikTok 2 atau 3 kali dalam seminggu. Dari beberapa video yang diunggah pada TikTok ada yang jumlah likenya sampai ribuan sesuai dengan gambar di atas ada 3 video yang disematkan. Dari semua video yang diunggah dapat menunjukkan Tisha sering melakukan video pakaian atau video untuk endorsment yang diunggah pada TikTok. Semua video menunjukkan keadaan Tisha yang happy dalam menggunakan pakaian tertutup seperti jilbab.

Orang tua Jasmine menyatakan ia mengunggah video anak lumayan sering dalam seminggu, dikarenakan ada endorsment yang meminta untuk upload video di TikTok. Dan alasan atau motif ia menggunakan kan TikTok dahulu dan sekarang pun berbeda.

“Paling sedikit 4 atau 5 kali dalam seminggu lah upload video jasmine di TikTok, soalnya kan online shop sendiri juga yang minta di upload di TikTok. Alasannya awal kakak menggunakan aplikasi TikTok, karena perkembangan zaman jadi kita *download* sebagai hiburan, terus karna anak kita suka juga di videoin diunggahnya di TikTok sebagai sarana untuk disimpan seperti memori gitu untuk kita.

Diketahui video yang diunggah oleh orang tua Jasmine bermacam-macam dan pada saat membuat video pun dia bisa mengendalikan atau

seperti menunggu kemauan Jasmine. Respon keluarga dan teman-teman pun beragam.

“Konten yang kakak buat tentang perkembangan anak, hal yang disukai anak, pokoknya lebih keseharian anak aja sih. Kalau respon dari keluarga suka dengan video Jasmine karan untuk anak seumur dia buat video itu kan susah, jadi karna dia mau jadi kayak suatu yang wah aja gitu.”

Menurut orang tua Jasmine menggunakan media sosial TikTok memiliki keuntungan yang banyak, baik itu buat anak dan orang tuanya. Dan menurut orang Jasmine jumlah *like* dan *followers* itu penting juga karena dapat membangun *insight* yang bagus.

“Kalau keuntungan dari orang tua pertama sebagai hiburan, sebagai mengasah kreativitas orang tua juga gimana cara edit video yang bagus, mikirin konsep videonya mau kayak mana. *Like* dan *Followers* itu penting sih menurut kakak soalnya dapat membangun *insight* kita apalagi Jasmine buka endors jadi *insight* yang kita bangun tersebut online shop semakin banyak yang mau endors anak kita.”

Gambar 4.9

Akun TikTok @jasminerajwaarisha



Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, dapat diketahui akun TikTok dengan *username* Jasmine merupakan akun TikTok yang aktif dalam mengunggah video dan sudah memiliki pengikut lebih dari 6253 pengikut terlihat di atas dan setiap harinya mengalami peningkatan. Dan kebanyakan video yang diunggah berisikan *oufit* yang dipakai oleh Jasmine karena *endorment*. Peneliti juga menemukan jumlah yang suka dengan video Jasmine sangat banyak bahkan melebihi pengikutnya dan video yang diunggah pada TikTok 4 atau 5 kali dalam seminggu. Dari beberapa video yang diunggah pada TikTok ada yang jumlah likenya sampai ribuan sesuai dengan gambar di atas ada 3 video yang disematkan. . Dari semua video yang diunggah dapat menunjukkan Jasmine sering melakukan video pakaian atau video untuk *endorment* yang diunggah pada TikTok. Semua video menunjukkan keadaan Jasmine yang happy dalam menggunakan pakaian tertutup seperti jilbab.

b. Orang Tua Sharing

Orang tua yang hobi mengunggah video tentang sharing perkembangan anaknya biasanya untuk dapat berkomunikasi dengan orang tua lain dan dapat menginspirasi orang tua baru memiliki anak.

Orang tua Tisha menjelaskan:

“Selain video *Endors* ada juga video yang kakak unggah di TikTok itu yang berisikan video sharing tentang pakaian yang cocok buat anak atau mix and match pakaian yang cocok digunakan anak balita.”

Selain hanya untuk sharing pakaian anak ada juga orang tua yang hobi tentang cara membuat anak mau untuk bekerjasama pada saat video di

buat. Seperti orang tua Jasmine yang mengunggah video tentang cara buat naikin mood anaknya.

“video yang kakak unggah ada cara buat hasil video yang bagus dan cara mengatasi anak supaya mau divideoin. Kadang dia lagi *mood* buat video kadang lagi *badmood* biasanya kakak bujuk pakai mainan, makanan atau di ajak main dulu sampe *moodnya* bagus lagi. Kalau respon dari keluarga suka dengan video Jasmine karan untuk anak seumur dia buat video itu kan susah, jadi karna dia mau jadi kayak suatu yang wah aja gitu.”

Berdasarkan wawancara diatas ternyata video yang unggah orang tua di TikTok tidak hanya tentang video anak-anak sedang main, tetapi ada juga video yang memotivasi orang tua lain dalam menjaga atau memiliki anak balita.

c. Orang Tua Memories

Orang tua memories ingin menunjukkan betapa bahagianya keluarga mereka bersama anak-anaknya dan semua video memiliki cerita sendiri.

Diketahui motif untuk atau masa akan datang orang tua Adzkiya hanya untuk mengabadikan momen ia bersama anaknya semua itu dilakukan untuk mengisi waktu kosong.

“Untuk mengunggah video di TikTok ini hanya untuk mengabadikan momen bersama anak aja, terlebih kan kakak jauh dari keluarga besar jadi memang kami bertiga ayah, ibu, dan Adzkiya dan kakak selalu berusaha agar momen-momen bersama ini tersimpan dengan baik agar Adzkiya pun nanti bisa lihat ooh kayak gini masa-masa kecil aku yaa gitu.”

Orang tua jasmine menjelaskan bahwa dengan adanya membuat video TikTok ini bisa *quality time* sama keluarga.

“Dari mengunggah video di TikTok pertama anak dikenal banyak orang, dapat endors terakhir kita bisa *quality time* sama keluarga, apalagi orang tua Jasmine keduanya kerja jadi waktu libur sambil buat video itulah kami jadikan *quality time* bersama. Kegiatan membuat video ini memang kakak lakukan setiap *weekend* aja.”

Berdasarkan pernyataan orang tua diatas bahwa mereka termasuk orang yang memories dan suka mengabadikan setiap momen nya bersama keluarga kecil mereka, semua itu dilakukan agar tersimpan kenangan bersama keluarga.

Gambar 4.10

Komentar Negatif



Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Orang tua dari Jasmine menyatakan bahwa selama ia mengunggah video Jasmine di TikTok dia ada menerima komentar positif dan ada juga komentar negatifnya tapi kalau untuk komentar negatif tidak diladeninnya. Kak Shally tidak memperlihatkan komentar negatif itu secara keseluruhan

tetapi beliau hanya membuat beberapa kata saja yang dijadikan konten seperti diatas, namun rata-rata dari pengikut TikTok Jasmine memberikan semangat kepada orang tua Jasmine dan mereka malah tidak mempermasalahkan pakaian yang digunakan Jasmine maupun anak-anak selebgram saat ini terlihat dari bukti *screenshoot* dari peneliti. Orang tua Jasmine tidak mengambil pusing dengan hal tersebut mereka malah makin semangat membuat video dan di unggah pada TikTok karena masih banyak orang-orang yang menyukai video yang mereka unggah tersebut. Karena menurut beliau pakaian yang digunakan emang untuk anak-anak tetapi karena perkembangan zaman saat ini yang mengakibatkan banyak pakaian anak yang seperti orang dewasa namun hal tersebut sudah menjadi hal yang wajar pada saat ini.

C. Pembahasan Penelitian

Fenomena Orang Tua Mengunggah Video Anak Pada Aplikasi TikTok

Pada sub bab hasil pembahasan ini, peneliti akan melakukan analisis seluruh hasil dari penelitian berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Peneliti akan menguraikan serta menganalisis bagaimana hasil penelitian yang dilakukan dengan cara wawancara terhadap informan dalam penelitian ini. Pembahasan penelitian ini tidak lepas dari teori yang digunakan dalam memandu hasil penelitian yaitu teori fenomenologi Alfred Schutz guna mengetahui pengalaman dari masing-masing narasumber dan akan dianalisis dengan menggunakan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz, yang menggolongkan motif menjadi 2 bagian yaitu:

1. *Because Motive*, yaitu motif yang merujuk pada tindakan masa lalu. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya.
2. *In Order To Motive*, yaitu motif yang merujuk pada tindakan masa yang akan datang. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan.

Pertama *because motive* yang merujuk pada pengalaman di masa lalu yang berhubungan dengan sebab dari tindakan yang melatabelakangi orang tua bermain TikTok yang tentunya tidak muncul secara tiba-tiba tetapi melalui proses yang panjang dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang ada seperti sosial dan budaya sebelum akhirnya memutuskan untuk mengunggah video anak di TikTok melalui dorongan dalam diri untuk bertindak. Dan kedua *in order to motive* berkaitan dengan alasan tentang mengapa orang tua mulai bermain TikTok, yang mana hal tersebut merupakan sebuah usaha untuk menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan dimasa yang akan datang atau artinya untuk mencapai tujuan yang digambarkan sebagai maksud rencana, harapan, minat, yang diinginkan orang tua yang bermain TikTok.

1. *Because Motive* (Motif Masa Lalu)

Because motive ialah tindakan yang merujuk pada masa lalu. Orang tua yang bermain TikTok mempunyai berbagai macam alasan yang mendorong mereka untuk bermain aplikasi TikTok tersebut. Motif masa lalu menjadi alasan, motif ditemukan dari para informan adalah terkait pengalaman tentang album video di masa lalu. Sebelum muncul media

sosial seperti sekarang ini orang-orang banyak menyimpan video yang dibuat di memori *handphone* dikarenakan memori cepat sekali penuh maka orang-orang menyimpan berbagai kenangan menggunakan *flashdisk*. Dengan menggunakan alat tersebut dapat melihat kenangan kapan saja, tetapi kualitas video zaman dahulu berbeda dengan sekarang.

Selain itu tidak semua orang bisa melihat kenangan dahulu disebabkan *handphone* atau *flashdisk* tersebut hilang. Seperti orang tua Adzkiya yang menyatakan kepada peneliti bahwa dia pernah kehilangan *handphone* di jalan dan semua video-video masa ia menikah dan sampai memiliki anak semua hilang. ia mengaku dengan adanya media sosial seperti TikTok dapat membantu dan mengumpulkan berbagai macam video anaknya. Orang tua Lathifah pun menyatakan bahwa awalnya mereka hanya menyimpan semua video anak di *handphone* saja, tetapi karena memori selalu penuh jadi mereka mengunggah video di media sosial salah satu TikTok. Dengan adanya media sosial yang dapat mengunggah video memudahkan para penggunanya dalam beraktivitas atau berekspresi dengan cara mereka sendiri.

Dengan mengunggah video di TikTok dapat membantu anaknya dapat melihat masa-masa kecil mereka. Dan orang tua lain mengunggah video pada TikTok didasarkan karena tidak ingin anak mereka tidak dapat melihat kenangan masa kecil mereka. Cukup orang tua mereka saja yang tidak bisa melihat masa kecil mereka, tetapi anak harus bisa melihat masa kecil maka dari itu lah mereka membuat media sosial yang mengatas

namakan anak mereka, semua kegiatan sehari-hari anak mereka unggah di TikTok. Seperti pada orang tua Adzkiya yang mengunggah video anak di TikTok agar menjadikan arsip online atau cara untuk mengatasi memori hp yang penuh maka dari itu diunggah lah di media sosial.

Dalam penelitian narasumber juga menyatakan mereka pernah menerima hujan lebih tepatnya komentar negatif terkait konten yang diunggah pada TikTok semua itu datang dari pengikut mereka yang tidak mereka kenal. Seperti orang tua Tisha dan Jasmine pernah menerima komentar yang mengatakan bahwa pakaian yang digunakan anak mereka tidak sesuai dengan umur anak mereka. Tetapi mereka tidak ambil pusing karena masih banyak pengikut lain yang menyukai anak mereka. Karena saat ini mereka fokus ke perkembangan anak mereka saja dan menurut mereka pakaian yang dipakai anak mereka adalah *fashion*.

Bagi beberapa orang tua dalam penelitian ini seperti Nursiah dan Ryosha mengunggah video anak di TikTok didasari oleh pengalaman yang lalu yang mana memaksa mereka untuk mencari cara agar tetap bisa melihat video anak kapan saja dan dimana saja tanpa adanya gangguan ataupun keterbatasan media.

2. *In Order to Motive (Motif Masa Yang Akan Datang)*

Pada penelitian ini motif orang tua sangatlah beragam untuk ditemukan. Mengunggah video anak pada TikTok sudah menjadi kegiatan rutin yang dilakukan orang tua. Ada yang memanfaatkan hal tersebut untuk dapat dikenal oleh orang lain. Schutz juga menciptakan model tindakan

manusia yang diciptakan melalui proses yang diberi nama “tipifikasi”. Tipifikasi berlangsung sepanjang hidup manusia. Jenisnya tergantung dari orang yang membuat sehingga kita bisa mengenali perilaku, tindakan, kepribadian seseorang dan sebagainya. Jenis tipifikasi dibuat berdasarkan kesamaan tujuan, tetapi struktur yang relevan dengan objek penelitian. (Kuswarno, 2009: 38-39)

Motif lainnya didapat dari para orang tua yang mengunggah video anak sebagai keharusan untuk berbagi momen perkembangan anak kepada orang lain terutama kepada keluarga yang jauh ataupun teman-teman yang sudah lama tidak ditemui. Adapula motif kebanggaan yang dirasakan oleh orang tua Jasmine dan Tisha yang awalnya tidak menyangka sekarang sudah menjadi ibu yang mengakui bahwa mengunggah video anak sebagai wujud rasa bangga dan bersyukur atas apa yang ia miliki saat ini serta timbul rasa ingin menunjukkan ke orang-orang tentang berapa bangganya ia miliki seorang anak yang cerdas dan bisa di ajak untuk bekerja sama.

Berdasarkan hal tersebut peneliti membuat tipe identitas orang tua yang mengunggah video anak pada TikTok kedalam 3 kelompok yang memiliki kesamaan motif, yaitu orang tua eksis, orang tua *sharing*, dan orang tua memories.

a. Orang Tua Eksis

Orang tua dalam tipe pertama ini termasuk orang tua yang aktif dalam aktivitas menggunakan aplikasi TikTok, baik itu mengunggah

video anak, mengikutkan anak dalam lomba video pakaian, maupun fitur-fitur video, suara, dan stories yang ada pada aplikasi TikTok. Selain itu orang tua yang eksis juga terus-menerus menampilkan segala aktivitas anaknya di TikTok, orang tua merasa senang jika ada yang orang lain respon dari orang banyak walaupun tidak dikenal. Orang yang eksis akan selalu mengikuti perkembangan musik, hastag, efek dan fitur-fitur lain yang ada pada TikTok.

Orang tua Tisha mengunggah video anak lebih dari 2 kali dalam seminggu, ia juga menampilkan video dengan berbagai macam konsep yang berbeda-beda kebanyakan video keseharian Tisha dan endorsement dari pihak *online shop* pakaian anak. Hal tersebut menjadikan orang tua Tisha termasuk tipe orang tua yang eksis. Ia dituntut untuk mengunggah video di TikTok pada saat Tisha menggunakan pakaian/*outfit*. Orang tua Tisha juga membuatkan Tisha akun di Instagram juga memudahkan pihak *online shop* yang mengendorse anaknya.

Orang tua Jasmine juga termasuk tipe orang tua yang eksis, ia sangat aktif di media sosial TikTok dan Instagram. Ia mengunggah video di TikTok sebanyak 5 kali dalam seminggu. Dan orang tua Jasmine juga menerima *endorsement* dari pihak *online shop* pakaian anak dan video tersebut sering diunggah di TikTok. Selain video endorsment orang tua Jasmine juga mengunggah video keseharian Jasmine pada saat bermain semua video tersebut diunggah pada

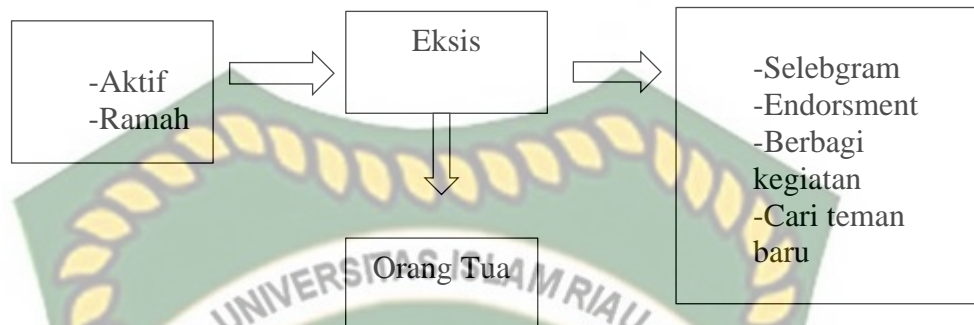
TikTok. Orang tua yang seperti termasuk tipe yang mengunggah video anak yang bagus dan menggunakan caption yang menarik dan pada saat endorsment pun menggunakan caption yang menunjukkan detail produk pakaian tersebut. Orang tua Lathifah pun termasuk orang tua yang eksis ia sering membuat video menggunakan musik yang trending di TikTok agar video yang diunggah banyak like dan FYP.

Menurut orang tua Jasmine dan Tisha saat mereka mengunggah video anak di TikTok mereka merasa was-was karena saat ini banyak sekali orang-orang menyalah gunakan video anak. Disebabkan perkembangan teknologi membuat orang-orang cerdas dalam menggunakan teknologi. Seperti mereka dapat mengedit video anak dan bahkan mereka dapat menemukan identitas si pengunggah. Anak-anak bisa diculik dan di jual bahkan bisa digunakan untuk hal-hal yang tidak diinginkan. Agar hal tersebut tidak terjadi orang tua lebih berhati-hati lagi dalam mengunggah video anak dan lebih menjaga anak dari orang-orang yang tidak dikenal.

Orang tua yang tipe ini selalu menunjukkan video-video yang bagus dengan caption yang detail dan disertai dengan hashtag-hashtag sesuai dengan caption. Caption pun berisikan ungkapan dengan cerita-cerita panjang sehingga pengikutnya pun dapat mengetahuinya, dan melalui hashtag membuat pengikutnya dapat mencari akun dengan mudah karna caption bisa digunakan oleh siapa pun.

Gambar 4.11

Orang Tua Eksis



Sumber: Olahan Peneliti, 2022

b. Orang Tua *Sharing*

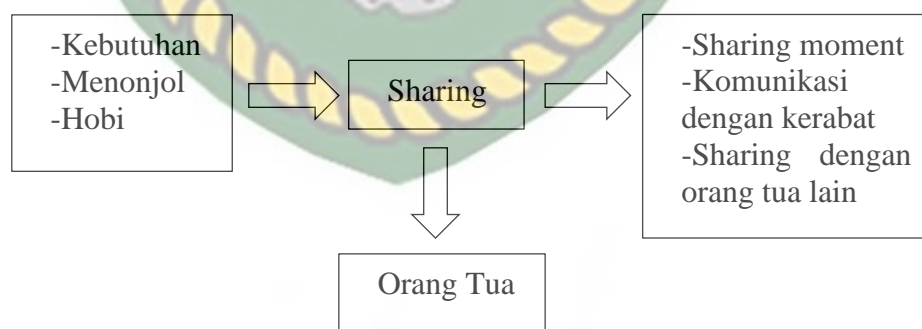
Orang tua pada tipe ini termasuk orang tua yang suka berbagi atau *sharing* kepada pengikutnya. Selain itu menurut mereka mengunggah video anak merupakan kewajiban sebagai bentuk menyebarkan seluruh kegiatan anak dan perkembangan anak. Berbagi keseharian dan kebahagiaan menunjukkan rasa bangga terhadap anaknya kepada orang lain adalah karakteristik dari tipe ini. Seperti orang tua Adzkiya yang mengunggah video anaknya di TikTok agar keluarganya di Dumai dapat Melihat Perkembangan anaknya. Disebabkan di Pekanbaru ini beliau merantau atau ngikut suami kerja otomatis jauh dari saudara, dengan adanya media sosial pada saat ini memudahkan keluarga orang tua Adzkiya dapat melihat anak mereka atau nenek kakek Adzkiya bisa melepas rindu kepada Adzkiya.

Orang tua Tisha pun demikian ia mengunggah video guna ingin menunjukkan kepada orang-orang dan keluarga yang ada di

Tembilahan. Semenjak ia mengunggah video anaknya di TikTok membuat anak mereka lebih dikenal oleh kerabat lainnya. Orang tua Tisha dan Jasmine termasuk orang tua yang hobi *sharing* tentang perkembangan anak mereka seperti makanan apa yg cocok dimakan anak balita, pakaian yang bisa digunakan anak balita atau cara *mix and match* baju anak.

Orang tua yang hobi *sharing* biasa melakukan kegiatan tersebut agar dapat berkomunikasi dengan orang tua lain yang mempunyai anak seumuran dengan anak mereka. Biasanya mereka juga sering *sharing* dengan kerabat lain agar tidak memutus tali persaudaraan. Karena melakukan *sharing* dapat membuat mereka lebih menonjol dari orang tua lainnya.

Gambar 4.12
Orang Tua Sharing



Sumber: Olahan Peneliti, 2022

c. Orang Memories

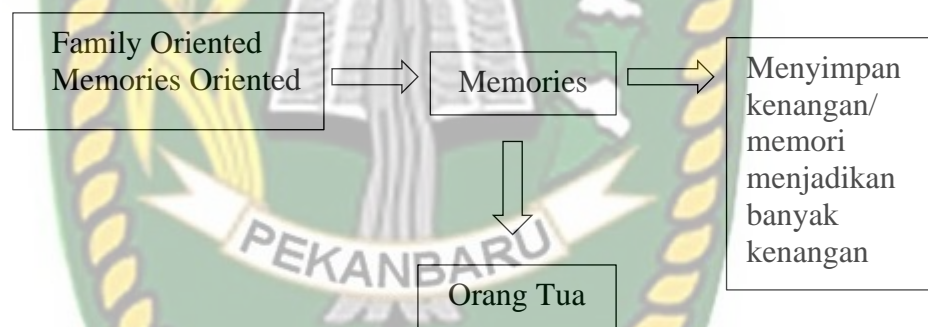
Orang tua tipe terakhir ini, orang yang memories sangat family oriental yang artinya keluarga adalah segalanya atau keluarga yang paling utama. Memori bersama keluarga terutama anak adalah kenangan yang tidak bisa dilupakan dan akan selalu di ingat. Seperti orang tua dari Adzkiya selalu mengabadikan setiap momen bersama anaknya, baik itu pada saat bermain, jalan-jalan, dan keseharian lainnya. Orang tua adzkiya mengaku kepada peneliti bahwa ia ingin anak mereka jika dewasa nanti dapat melihat kenangan masa kecil dan dapat menjadi memori jangka panjang, mereka dapat melihat video masa kecil mereka dari awal video diunggah. Mengunggah video anak seperti membuat sebuah memori yang berharga untuknya. Orang tua Lathifah pun mengaku ia selalu mengabadikan moment anak-anaknya bermain, liburan dengan keluarga atau video kepintaran anaknya.

Transformasi teknologi telah mengubah cara berpikir kita mengikuti arus. Dengan adanya *new media* seperti internet didalamnya terdapat berbagai macam aplikasi yang berguna seperti TikTok, membuat manusia dapat menyimpan video kenangan di TikTok secara tidak langsung mereka memiliki *arsip online* asalkan mereka dapat mengingat akun mereka. Dengan cara tersebut dapat menghindari memori penuh di *handphone* pada saat menyimpan, karna video-video yang dibuat sudah diunggah.

Orang tua yang tipe juga ingin menunjukkan betapa bahagianya keluarga mereka bersama anak-anaknya dan semua video diunggah memiliki cerita sendiri. Karakter orang tua yang memories ini memang lebih kearah kepada *family oriented* dan *memories oriented*. Mereka tidak mempunyai tujuan tertentu dalam mengunggah video anak semua itu murni untuk menyimpan memori bersama anak agar nanti mereka dapat melihat saat sudah dewasa.

Gambar 4.13

Orang Tua Memories



Sumber: Olahan Peneliti, 2022

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian dilakukan menggunakan teknik wawancara dan observasi peneliti dengan ke tiga narasumber sebagai subjek mengenai Fenomena Orang Tua Mengunggah Video Anak Pada TikTok, dengan menggunakan teori Fenomenologi Alfred Schutz maka ada beberapa motif orang tua dalam mengunggah video anak pada TikTok, yaitu berdasarkan motif karena atau motif masa lalu dan motif untuk atau motif masa akan datang.

1. Terkait dengan motif karena atau motif masa lalu yang digerakkan oleh dua hal, yaitu pengalaman tentang album video dimasa lalu dan keterbatasan teknologi seperti memori hp yang kurang.
2. Terkait dengan motif untuk atau motif masa akan datang ada 3 hal yaitu pertama, orang tua eksis yang berupaya menjadikan anak mereka dikenal oleh banyak orang atau menjadikan anak mereka *selebgram*. Kedua, orang tua *sharing* yang selalu berbagi *moment* anaknya kepada orang lain baik itu perkembangan anaknya, dan pakaian anak. Ketiga, orang tua memories orang tua yang yang selalu mengutamakan anaknya karena mereka merasa bangga dengan anak mereka maka dari itu timbul rasa ingin menunjukkan kepada orang-orang seberapa bangga mereka.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan yang ada, peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat berguna bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian selanjutnya. Adapun saran dari peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Melihat banyaknya kejahatan yang terjadi di media sosial saat ini, maka peneliti menyarankan untuk tidak terlalu sering memberikan informasi pribadi kepada khalayak.
2. Bagi orang tua dan konten kreator TikTok agar kedepannya lebih banyak lagi memberikan pesan informatif kepada orang tua lainnya, dan lebih bijak lagi dalam menggunakan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Arsyad, Azhar. 2011. *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fanthoni, Abdurrahmat. 2011. *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Haryanto, Sindung. 2012. *Spektrum Teori Sosial*. Yogyakarta: AR_RUZ MEDIA.
- Kuswarno, Engkus. 2009a. *Fenomenologi: Metode Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Widya Padjajaran.
- _____. 2009b. *Fenomenologi Konsepsi, Pedoman Dan Contoh Penelitian*. Cetakan Ke. Bandung: Widya Padjajaran.
- Moleong, Lexy. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Siosioteknologi*. Cetakan Ke. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Patmonodewo, S. 2003. *Pendidikan Anak Prasekolah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rachmawati, Hilda. 2021. *Komunikasi Merek Di Media Sosial & Penerapan Pada Tv Berita*. Sleman: Depublish.
- Setiadi, Elly M., and Usman Kolip. 2011. *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta Dan Gejala Permasalahan Sosial*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sobur, D. A. 2013. *Filsafat Komunikasi Tradisi Dan Metode Fenomenologi*. Bandung: Rosdakarya.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syarifuddin, Amir. 2014. *Ushul Fiqih*. Jakarta: Kencana.

Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.

JURNAL:

Bachtiar, B. S. 2010. “Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif.” *Jurnal Teknologi Pendidikan* 50.

Baharuddin, Baharuddin. 2019. “Pengaruh Komunikasi Orang Tua Terhadap Perilaku Anak Pada Min I Lamno Desa Pante Keutapang Aceh Jaya.” *Jurnal Al-Ijtima'iyah* 5(1):105. doi: 10.22373/al-ijtima'iyah.v5i1.4207.

Febrina, Annisa. 2019. “Motif Orangtua Mengunggah Foto Anak Di Instagram (Studi Fenomenologi Terhadap Orangtua Di Jabodetabek).” *Jurnal Abdi Ilmu* 12(1):55–65.

Novita, Dina, Amirullah, and Ruslan. 2016. “Peran Orang Tua Dalam Meningkatkan Perkembangan Anak Usia Dini Di Desa Air Pinang Kecamatan Simeulue Timur.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kawarganegaraan Unsyiah* 1(1):22–30.

Susilowati. 2015. “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe).” *Journal Komunikasi* 9:2.

W.Wirman, F. Yadani &. 2011. “Pengalaman Komunikasi Dan Konsep Diri Pengungsi Asal Afghanistan Di Kecamatan Rumbai.” *JOM FISIP* 4:2.

WEBSITE:

Hootsuite & We are Social. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesia Digital Report 2022*. <https://www.hootsuite.com/id/>. Diakses pada 15 Januari 2022

Inews.com. (2022). Pendapatan Pengguna Aplikasi TikTok yang aktif <https://www.inews.id/techno/>. Diakses pada 22 Maret 2022

Statista.com. (2022). *Pengguna Aplikasi TikTok di Indonesia*. <https://www.statista.com/>. Diakses pada 21 Maret 2022

TikTok. (2022). Akun TikTok @iranandha <https://vt.tiktok.com/ZSeoXajbe/>. Diakses pada 17 Januari 2022

TikTok. (2022). *Akun TikTok @shabiralulaadnan*
<https://vt.tiktok.com/ZSeoXMNbW/> Diakses pada 17 Januari 2022

Trikinet.com. (2022). Apa Itu TikToK dan Apa Saja Fiturnya?
<https://trikinet.com/post/apa-itu-tik-tok/> Diakses pada 20 Februari 2022

TikTok. (2022). *Akun TikTok @tishazenia_*
<https://vt.tiktok.com/ZSdnmCJm9/> Diakses pada 13 Mei 2022

TikTok. (2022). *Akun TikTok @jasminerajwaarisha*
<https://vt.tiktok.com/ZSdnmU2Qb/> Diakses pada 18 Mei 2022

TikTok.(2022). *Akun TikTok @adzkiya_nayla* <https://vt.tiktok.com/ZSdnmu3gW/>
 Diakses pada 20 Mei 2022

TikTok. (2022). *Akun TikTok @lathifahtadzakiyyah.*
<https://vt.tiktok.com/ZSd7NYGhh/> Diakses Pada 15 Juni 2022

