

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh perbandingan dan referensi yang relevan. Selain itu, tujuannya adalah untuk menghindari kesan duplikasi dengan penelitian ini. Oleh karena itu, dalam tinjauan pustaka ini, peneliti menyertakan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan dalam beberapa jurnal akademik. Dalam penelitian yang berjudul “Fenomena Penggunaan Media Sosial TikTok di Kalangan Ibu Rumah Tangga” peneliti mengacu pada beberapa sumber jurnal dan skripsi terdahulu yang telah diterbitkan sebagai penunjang dan pembanding. Berikut ini adalah beberapa sumber yang digunakan:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti/Tahun/ Judul Penelitian	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nurhanifah, N. (2021). Fenomena Sensasi di Media Sosial dan Dampaknya	Fenomen ologi	Kepustakaan (<i>library research</i>)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja dapat dipengaruhi atas menggunakan media sosial dengan skema waktu menggunakan

No.	Peneliti/Tahun/ Judul Penelitian	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	terhadap Perilaku Remaja			media sosial hingga 3 sampai 10 jam sudah termasuk menebarkan sensasi seperti halnya <i>upload</i> video konten atau foto.
2.	Andre, M. F. (2019). Fenomena Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung)	Studi Fenomenologi Alfred Schutz	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa penyebab atau faktor dari generasi x dalam menggunakan Facebook sebagai media sosialnya di Kota Bandung ialah media, teratas (trending), perantara komunikasi, serta eksistensi diri dengan menebarkan update status, mencari sensasi dan hiburan, memposting foto dan

No.	Peneliti/Tahun/ Judul Penelitian	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				video, serta bertemunya dengan orang-orang lama atau baru.
3.	Sari, M. P. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau	Fenomenologi	Metode Kualitatif	Dapat disimpulkan fenomena penggunaan instagram sebagai komunikasi pembelajaran dan ini dapat dipengaruhi oleh dua motif, terutama motif masa lalu serta motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas.

No.	Peneliti/Tahun/ Judul Penelitian	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4.	Ayun, P. Q. (2015). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas	Sosial, Identitas, Interaksi Simbolik dan Ekologi Media	Kualitatif menggunakan metode fenomenologis	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa remaja menunjukkan identitas yang beragam media sosial mereka dan mereka mengungkapkan masalah pribadi di media sosial, tetapi dalam bentuk tersirat.
5.	Riyanti, A. (2010). Fenomena Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook Sebagai Ajang Penampilan Diri	Teori dramaturgi karya Erving Goffman “ <i>The presentation of self in everyday life</i> ”	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa Facebook layaknya sebuah panggung sandiwara, setiap individu berlomba-lomba menampilkan dirinya sebaik mungkin. Hal ini terlihat dari aktivitas update status dan aktivitas posting foto

No.	Peneliti/Tahun/ Judul Penelitian	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		<p>yang meliputi <i>front stage, setting, personal front, appearance, manner, backstage, impression management, dan mystification.</i></p>		<p>profil terbaik yang dilakukan Facebookers untuk menciptakan citra diri yang positif. Segala sesuatu yang ditampilkan oleh facebooker di facebook selalu yang terbaik, karena menurut facebooker facebook adalah tempat penampilan mereka di mata orang lain. Ketika facebooker menampilkan foto mereka, mereka ingin menunjukkan penampilan mereka di Facebook, sedangkan ketika facebooker menampilkan status mereka ingin menunjukkan identitas</p>

No.	Peneliti/Tahun/ Judul Penelitian	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				mereka di Facebook, dan semua itu mengarah pada penampilan mereka di Facebook.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima peneliti terdahulu sebagai acuan dan melihat perbedaan yang akan diteliti oleh peneliti yang akan dideskripsikan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian pertama milik Nur Hanifah, N. tahun 2021 yang berjudul **“Fenomena Sensasi di Media Sosial dan Dampaknya terhadap Perilaku Remaja”** menjelaskan bahwa penelitian ingin meneliti sebuah fenomena pada media sosial mengenai sensasi dan dampak terhadap perilaku anak remaja. penelitian ini menggunakan Metode penelitian berupa penelitian kepustakaan (*library research*), dengan menggunakan teori fenomenologi. adapun hasil temuan dalam penelitian ini yaitu berupa Penelitian menunjukkan bahwa perilaku remaja dapat dipengaruhi oleh penggunaan media sosial. Berdasarkan waktu penggunaan media sosial, yang mencakup aktivitas seperti mengunggah foto dan menyisipkan konten video, rentangnya adalah 3 hingga 10 jam. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial oleh remaja dapat memengaruhi perilaku mereka. Saat ini,

media sosial tidak hanya digunakan untuk berbagi informasi, tetapi juga sebagai platform untuk mencari sensasi. Pengguna media sosial pada usia antara 18-21 tahun sangat rentan terhadap fenomena sensasi, karena mendapatkan kepuasan dari tanggapan para penonton. Dalam penelitian milik Nur Hanifah, N. tahun 2021 memiliki persamaan dan perbedaan pada penelitian ini yang berjudul “ **Fenomena Penggunaan Media Sosial TikTok di Kalangan Ibu Rumah Tangga (Studi Fenomenologi Ibu Rumah Tangga Di Komplek Kejaksaan Agung Kelurahan Lebak Bulus Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan)**” yang pertama akan disebutkan dari persamaannya yaitu sama-sama menggunakan teori fenomenologi. Sedangkan perbedaannya yaitu dalam metodenya penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif sedangkan pada penelitian Nur Hanifah, N menggunakan metode penelitian kepustakaan (library research), yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka. Lalu dalam penelitian ini fokus pada penggunaan media sosial TikTok di kalangan ibu rumah tangga.

2. Dalam penelitian kedua yang berjudul “**Fenomena Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung**” yang ditulis oleh Andre, M. F. tahun 2019 menjelaskan tentang penggunaan media sosial facebook di generasi x dimana generasi x adalah orang yang usianya 39 - 55 tahun, lokasi yang dipilih oleh peneliti adalah bandung adapun persamaan dan perbedaan yang ditemukan oleh peneliti yang

akan dijabarkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini ditemukan hasil penelitian Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa pengguna media sosial Facebook di Kota Bandung dari kalangan generasi X dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut meliputi pengaruh media, media komunikasi, tren terkini, kebutuhan untuk mengekspresikan eksistensi diri melalui unggahan foto dan pembaruan status, motivasi mencari hiburan, serta keinginan untuk menjadikan platform tersebut sebagai tempat reuni. Lalu dalam penelitian berjudul **“Fenomena Penggunaan Media Sosial TikTok di Kalangan Ibu Rumah Tangga (Studi Fenomenologi Ibu Rumah Tangga Di Komplek Kejaksaan Agung Kelurahan Lebak Bulus Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan)”** menjelaskan mengenai fenomena yang terjadi di kalangan ibu rumah tangga yang menggunakan media sosial TikTok. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penggunaan metode penelitian kualitatif dan perbedaan dari kedua penelitian ini adalah pada teorinya penelitian sebelumnya menggunakan teori Studi Fenomenologi Alfred Schutz sedangkan penelitian ini menggunakan teori fenomenologi secara umum dan menggunakan metode kualitatif studi fenomenologi dengan paradigma konstruktivis.

3. Dalam penelitian ketiga berjudul **“Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau”** yang ditulis dan diteliti oleh Sari, M. P. tahun 2017 dalam penelitian ini peneliti ingin dan memiliki

tujuan mengubah perilaku manusia. dalam penggunaan media sosial yang dirujuk oleh penulis terlihat bahwa penulis fokus pada penggunaan media sosial instagram artinya ada perbedaan yang terlihat dari penelitian ini yang berjudul **“Fenomena Penggunaan Media Sosial TikTok di Kalangan Ibu Rumah Tangga (Studi Fenomenologi Ibu Rumah Tangga Di Komplek Kejaksaan Agung Kelurahan Lebak Bulus Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan)”** menjelaskan hal itu sehubungan dengan penggunaan jejaring sosial TikTok pada Ibu Rumah Tangga. Dalam penelitian ini memiliki kesamaan seperti menggunakan teori fenomenologi dan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Dalam hasil yang ditemukan oleh penulis yaitu Dapat disimpulkan bahwa fenomena penggunaan Instagram sebagai sarana komunikasi dalam pembelajaran dapat dipengaruhi oleh dua motif, terutama motivasi masa lalu serta motif harga diri dan kebutuhan pencarian identitas. Adapun kesimpulan dari penelitiannya tersebut adalah.

A. Fenomena dalam menggunakan Instagram sebagai media komunikasi pembelajaran oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial Universitas Riau dipengaruhi oleh dua motif, pertama motif masa lalu motivasi sosiologis berupa dinamika, rasa ingin tahu, nilai kebutuhan. Yang kedua motif, harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas.

B. Pengalaman komunikasi yang dirasakan oleh pengguna Instagram saat belajar berkomunikasi oleh mahasiswa FISIP Universitas Riau terbagi menjadi dua kategori, yaitu yang pertama adalah pengalaman komunikasi yang menyenangkan ketika pengguna Instagram mendapatkan teman baru melalui kegiatan belajarnya

berkomunikasi hingga dapat saling bertukar informasi dakwah dan memahami perubahan yang telah dicapai setelah mempelajari ilmu agama. Yang kedua adalah pengalaman tidak menyenangkan menerima umpan balik negatif dari posting yang dipublikasikan atau umpan balik negatif dari perubahan yang telah dilakukan, terutama saat mengubah penampilan.

C. Pemanfaatan Instagram sebagai sarana komunikasi pembelajaran agama Islam menyebabkan terjadinya perubahan sikap dan tampilan proses pembelajaran komunikasi akademik yaitu perubahan persepsi, emosi dan konsep atau mentalitas pada masyarakat.

4. Dalam penelitian keempat yang ditulis oleh Ayun, P. Q. tahun 2015 berjudul **“Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas”** Penelitian ini menggunakan penelitian fenomenologi analitik Von Eckartsberg. Dengan adanya hasil penelitian terhadap jejaring Facebook, para informan mengaku menggunakan jejaring sosial Facebook untuk kepentingan pribadi, yaitu bertujuan untuk berkomunikasi dan berhubungan dengan orang lain. Sosial, Identitas, Interaksi Simbolik dan Ekologi Media. Dalam penelitian yang

ditulis oleh Ayun, P. Q. tahun 2015 memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian terbaru yang berjudul **“Fenomena Penggunaan Media Sosial TikTok di Kalangan Ibu Rumah Tangga (Studi Fenomenologi Ibu Rumah Tangga Di Komplek Kejaksaan Agung Kelurahan Lebak Bulus Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan)”**

dalam penelitian terbaru digunakan paradigma konstruktif dan pendekatan fenomenologi beserta teorinya. Dalam penelitian terdahulu ditemukan hasil penelitian yaitu hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa remaja menunjukkan identitas yang beragam pada media sosial mereka dan mereka mengungkapkan masalah pribadi di media sosial, tetapi dalam bentuk tersirat

5. Penelitian kelima dengan judul penelitian **“Fenomena Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook Sebagai Ajang Penampilan Diri”** yang ditulis oleh Riyanti, A. tahun 2010. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Teori yang diadopsi dalam penelitian ini adalah Teori dramaturgi oleh Erving Goffman, yang dikenal dengan karyanya *"The presentation of self in everyday life"*. Teori ini mencakup konsep-konsep seperti *front stage, setting, personal front, appearance, manner, backstage, impression management, dan mystification*. Berbeda dengan penelitian berjudul **“Fenomena Penggunaan Media Sosial TikTok di Kalangan Ibu Rumah Tangga (Studi Fenomenologi Ibu Rumah Tangga Di**

Komplek Kejaksaan Agung Kelurahan Lebak Bulus Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan)” penelitian ini menggunakan metode pendekatan fenomenologis dengan teori fenomenologi dan berfokus pada ibu rumah tangga yang aktif dalam menggunakan TikTok dengan paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivis. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa Facebook dapat diibaratkan sebagai sebuah panggung sandiwara, di mana setiap individu berlomba-lomba untuk memperlihatkan dirinya dengan sebaik mungkin. Aktivitas seperti pembaruan status dan unggahan foto profil terbaik menjadi contoh nyata bagaimana pengguna Facebook berusaha menciptakan citra diri yang positif. Setiap hal yang ditampilkan oleh pengguna Facebook selalu yang terbaik, karena mereka menganggap Facebook sebagai tempat untuk memperlihatkan diri kepada orang lain. Saat mengunggah foto, pengguna ingin menunjukkan penampilan mereka di Facebook, sedangkan saat membagikan status, mereka ingin menunjukkan identitas mereka di platform tersebut. Semua ini berfokus pada cara mereka tampil di Facebook.

Unsur kebaruan dalam penelitian ini menggunakan studi topik dari Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau dan pendekatan metodologis serta teori yang berbeda pada penelitian yang sudah ada sebelumnya.

Adapun dalam penelitian ini mengangkat adanya Fenomena Media Sosial Di Kalangan Ibu Rumah Tangga (Studi Fenomenologi Ibu Rumah Tangga Di

Komplek Kejaksaan Lebak Bulus Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan). Yang diinterpretasikan menggunakan teori fenomenologi dengan pendekatan kualitatif menggunakan paradigma konstruktivis. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam, telusur online, dan studi pustaka.

2.2 Teori Fenomenologi

Fenomenologi pada dasarnya mengamati dan menganggap segala bentuk peristiwa yang menyebabkan peristiwa tersebut terjadi di dunia, terutama di dunia kesadaran. Peristiwa berasal dari kata Yunani "phainomenon" yang berarti "yang terlihat". Dalam buku Alex Sobur, *Filsafat Komunikasi Tradisi Dan Metode Fenomenologi*. Fenomenologi adalah ilmu yang membahas suatu kejadian yang disebut dengan fenomena, dari suatu kejadian yang membedakan sesuatu yang telah terjadi atau mendeskripsikan menjelaskan mengenai suatu fenomena dan tentang fenomena yang terjadi. Fenomenologi ilmu yang bisa disebut untuk menafsirkan suatu fenomena yang terjadi menurut sudut pandang orang tersebut.¹⁶

Dalam arti luas, fenomenologi adalah ilmu tentang fenomena atau segala sesuatu yang tampak. Sedangkan jika dipahami dalam arti sempit, fenomenologi adalah ilmu yang mempelajari gejala-gejala yang muncul dalam kesadaran manusia. Sedangkan menurut Kuswarno (2009), dalam istilah filsafat, fenomenologi

¹⁶ Alex Sobur. *Filsafat Komunikasi Tradisi Dan Metode Fenomenologi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014) Hlm. 16-18.

memiliki arti yang sama dengan teori dan metodologi, tetapi fenomenologi jarang digunakan dalam istilah filsafat ilmiah.¹⁷

Fenomenologi adalah ilmu tentang gejala atau apa yang tampak. Sedangkan jika dipahami dalam arti sempit, fenomenologi adalah ilmu yang mempelajari gejala-gejala yang muncul dalam kesadaran manusia. Sedangkan dalam pandangan Alfred Schutz dalam karya Kuswarno, fenomenologi memiliki pengertian cara menherti atau memahami aksi sosial dari penafsiran dengan memeriksa serta memperjelas arti yang sebenarnya, sehingga memberikan konsep kepekaan yang tersirat. Schutz mengambil pengertian Husserl yang sebenarnya, yaitu proses memahami realitas, dan memberinya makna, sehingga tercermin dalam perilaku. Dapat kita lihat bahwa setiap tingkah laku pasti memiliki motif, motif-motif tersebut tentunya memberikan tujuan dan arah pada tingkah laku manusia.¹⁸

Menurut Schutz ada enam karakteristik yang sangat mendasar dari the life world, yaitu (1) wide-awakeness, berarti adanya unsur dari kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya, (2) reality, berarti orang yakin akan eksistensi dunia, (3) dalam dunia keseharian orang-orang berinteraksi, (4) pengalaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengalaman dia sendiri, (5) dunia intersubjektif dicirikan dengan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial, dan (6) adanya perspektif waktu dalam masyarakat.¹⁹

¹⁷ Engkus Kuswarno. *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, dan contoh Penelitian* (2009) Hlm. 18

¹⁸ Engkus Kuswarno. *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, dan contoh Penelitian* (2009) Hlm.18

¹⁹ Amir Hamzah. *Metode Penelitian Fenomenologi*. (Malang: Literasi Nusantara, 2020) Hlm. 41

Selain itu, Schutz juga menekankan adanya stock of knowledge yang memfokuskan pada pengetahuan yang dimiliki seseorang, terdiri dari *knowledge of skills dan useful knowledge*. *Stock of knowledge* merujuk pada content (isi), meaning (makna), intensity (intensitas), dan duration (waktu). Fenomenologi Schutz mengkaji intersubjektivitas. Pada dasarnya studi ini adalah upaya untuk menjawab berbagai pertanyaan, seperti bagaimana mengetahui motif, keinginan, dan makna tindakan orang lain.²⁰

Fenomenologi berusaha menemukan pemahaman tentang bagaimana individu membangun arti dan gagasan penting, dalam kerangka inter-subjektif. Intersubjektivitas mengindikasikan bahwa pemahaman dan penafsiran yang kita berikan terhadap suatu hal tidak terbatas pada individu atau terpisah. Sebaliknya, pemahaman kita dipengaruhi oleh interaksi sosial dan hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi, pertukaran ide, dan pembentukan hubungan dengan sesama, kita bersama-sama membentuk persepsi dan pemahaman tentang dunia.

Oleh karena itu, fenomenologi dapat membantu mengumpulkan jenis-jenis data yang terjadi dalam suatu fenomena secara rinci, melalui berbagai metode yang diperkenalkan dengan mempertimbangkan keberadaan fenomena tersebut dalam kehidupan manusia, fenomenologi melihat pola persepsi yang jelas dalam struktur pengalaman manusia

Menurut definisi yang diberikan oleh The Oxford English Dictionary, fenomenologi dapat dijelaskan sebagai berikut: (a) ilmu mengenai fenomena yang

²⁰ Ibid. Hlm. 41

dibedakan dari eksistensi (ontologi), dan (b) bagian dari setiap ilmu yang menggambarkan dan mengklasifikasikan fenomenanya. Dengan demikian, fenomenologi merupakan disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengkategorikan fenomena, atau studi tentang fenomena secara luas. Dalam konteks ini, fenomenologi memfokuskan diri pada pemahaman tentang fenomena yang dapat diamati secara langsung, serta bagaimana fenomena tersebut muncul atau tampak bagi kita.²¹

Dan dalam buku yang berjudul Ilmu perbandingan agama di Indonesia dan Belanda: kumpulan makalah seminar, Husserl memperkenalkan beberapa konsep penting yang memiliki nilai metodologis bagi fenomenologi agama. Salah satu konsep tersebut adalah epoché dan eidetic vision. Epoché mengacu pada penundaan penilaian atau tindakan mengurung. Epoché merupakan prinsip netral dalam penelitian fenomena keagamaan yang melibatkan menanggukkan persepsi awal, penilaian normatif agama, dan sudut pandang peneliti sebagai pemeluk agama, dengan tujuan mencapai hasil penelitian yang objektif. Dengan kata lain, epoché mengharuskan peneliti untuk tidak membuat prasangka yang dapat mempengaruhi pemahaman mereka terhadap fenomena keagamaan.²²

Menurut G. Van der Leeuw seperti yang diungkapkan dalam tulisan Dalinur M Nur, fenomenologi melibatkan pencarian atau pengamatan fenomena sebagaimana yang terlihat. Terdapat tiga prinsip yang tercakup dalam konsep ini, yaitu:

²¹ Engkus Kuswarno. *Etnografi Komunikasi*. (Bandung:Widya Padjadjaran 2009) hal. 1

²² Burhanuddin Daya, H. L. Beck. *Ilmu Perbandingan Agama di Indonesia dan Belanda: Kumpulan Makalah Seminar*. (Jakarta: INIS. 1992) Hlm. 54

1. Sesuatu memiliki bentuk atau wujud yang dapat diamati.
2. Sesuatu dapat terlihat atau menjadi objek pengamatan.
3. Ketika sesuatu terlihat, hal itu diterima oleh pengamat tanpa melakukan modifikasi atau perubahan.²³

Edmund Husserl dianggap sebagai tokoh utama dalam lahirnya fenomenologi pada awal abad ke-20. Edmund Husserl adalah seorang filsuf yang berasal dari Jerman. Beliau dijuluki sebagai bapak fenomenologi. Ide atau gagasan yang digunakan menurutnya yaitu dalam memahami suatu fenomena seseorang harus menelaah atau menafsirkan fenomena yang sedang terjadi. Pokok – pokok pemikiran tentang fenomena menurut Edmund Husserl menyebutkan bahwa :

1. Fenomena mencakup pengalaman manusia baik yang bersifat fisik maupun non-fisik.
2. Konstitusi adalah proses di mana fenomena muncul dalam kesadaran atau aktivitas kesadaran yang memungkinkan realitas atau dunia nyata tampak.
3. Fenomena murni hanya dapat diamati dengan kesadaran murni. Persepsi murni mengacu pada persepsi tanpa asumsi, keyakinan dan pengetahuan yang terbentuk melalui interaksi.

²³ Dalinur M Nur. *Kegunaan Pendekatan Fenomenologi dalam Kajian Agama*. (Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Wardah Vol 16 No.2 . 2015) Hlm. 125-141

4. Proses reduksi adalah pengurangan sementara untuk menekankan bahwa tujuan utama fenomenologi adalah mengisolasi, bukan menghilangkan asumsi, keyakinan, dan pengetahuan.²⁴

Dalam sebuah artikel berjudul *Investigasi logis*. Menurut Martin Heidegger, Jean Paul Sartre, dan Maurice Merleau-Ponty menjelaskan bahwa ide asli fenomenologi dari sudut pandang eksistensialisme. Fokus eksistensialisme ialah eksplorasi kesadaran mengenai kehidupan dunia atau jalan kehidupan manusia sadar.²⁵ Menurut Turchin tahun 1977, dalam buku Michael Jibrael Rorong berbicara tentang mendeskripsikan fenomena sebagai suatu sajian yang dituliskan atau ditampilkan oleh alam semesta sebagai bagian dari ciptaan sang maha kuasa, yang dibentuk melalui atom dan molekul-molekul hal inilah yang menghadirkan fenomena sehingga tercipta gejala-gejala secara nyata dalam kehidupan manusia.²⁶

Pandangan individu dalam ranah konstruktivisme dalam pemikiran Turchin pada tahun 1977 bahwa fenomena terbentuk dalam konstruksi pemikiran manusia yang menghadirkan kesepakatan bersama dimana hal ini menunjukkan tingkat pencapaian tertinggi seorang manusia dan kesadaran diri yang berkembang lebih jauh menjadi apa adanya. sering disebut intelektual, terutama dalam pengetahuan ilmiah. Pemikiran Turchin tahun 1977 juga menjabarkan bahwa dalam memandang suatu fenomena ada aspek pengontrol yang lebih tinggi dalam tulisannya menyatakan hal ini dengan transisi yang muncul pada kesadaran seseorang yang

²⁴ Amir Hamzah. *Metode Penelitian Fenomenologi*. (Malang: Literasi Nusantara, 2020) Hlm. 48

²⁵ Engkus Kuswarno. *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, dan contoh Penelitian* (Bandung, Widya Padjadjaran, 2009) Hlm. 18

²⁶ Michael Jibrael Rorong. *Fenomenologi*. (Malang, Deepublish, 2020) Hlm. 3

dipandang sebagai bagian dari pengalaman orang tersebut, di sinilah kemunculan ilmu pengetahuan sebagai bagian dari kehidupan manusia.²⁷

Fenomenologi adalah pendekatan berpikir yang mengutamakan perhatian terhadap pengalaman subjektif manusia dan cara mereka menginterpretasikan dunia. Pendekatan ini juga menitikberatkan pada pengalaman individu terhadap objek atau tokoh dan cara mereka menginterpretasikannya dalam konteks dunia.

Menurut Stanley Deetz, terdapat tiga prinsip dasar fenomenologi, diantaranya:

1. Carilah pengetahuan dalam pengalaman sadar kita untuk memahami dunia sebagaimana kita berhubungan dengannya.
2. Arti suatu objek adalah potensi objek tersebut dalam kehidupan individu. Cara kita menghadapi segala sesuatu menentukan maknanya bagi kita.
3. Bahasa merupakan alat penghubung suatu kalimat yang memiliki arti tertentu, dimana dalam kita mengekspresikan dan mendefinisikan dunia melalui Bahasa yang kita gunakan.²⁸

Tujuan utama dari pendekatan fenomenologi adalah untuk mengamati, menjelaskan, dan memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang bagaimana seseorang mengklarifikasi dan memahami suatu fenomena, dengan tujuan menciptakan makna berdasarkan pengalaman hidup individu tersebut.²⁹ Karena pengalaman manusia memiliki interpretasi yang berbeda-beda, manusia melihat fenomena dari perspektif yang berbeda pula. Dalam konteks ini, fenomenologi

²⁷Ibid. Hlm. 43

²⁸ Stephen, W, dkk. *Theories of Human Communication* (Australia : Thomson, 2007) Hlm. 57

²⁹ Michael Jibrael Rorong. *Fenomenologi*. (Malang Deepublish, 2020) Hlm. 5

dapat memainkan peran penting dalam mengumpulkan informasi yang beragam mengenai suatu fenomena secara rinci.

Pendekatan fenomenologi memungkinkan penggunaan berbagai pendekatan untuk mengamati dan memahami fenomena tersebut secara holistik. Dalam kehidupan manusia, fenomenologi melihat dan menghargai berbagai bentuk kesadaran yang nyata dalam konteks pengalaman manusia. Dalam buku Dr. Amir Hamzah, M.A. menurut Kant dan Husserl menyatakan bahwa fenomena adalah kebenaran yang tampak di atas ingatan sadar. Husserl menyebut Fenomenologi bertujuan mencari esensial dari suatu fenomena yang sedang terjadi dengan cara membiarkan fenomenanya berbicara tanpa menggunakan prasangka. Tetapi secara umum fenomenologi dapat dilihat dengan dua sudut. Mula-mula yaitu, fenomenologi merupakan respon terhadap dominasi positivisme. Selanjutnya, fenomenologi merupakan pengkritikan terhadap konsep kritisisme yang dikemukakan oleh Immanuel Kant. Kant menggunakan istilah fenomenologi untuk merujuk pada hal-hal yang dapat diamati dalam kesadaran, sementara noumena adalah konsep realistik yang mengacu pada "das ding an sich" atau hal-hal yang berada di luar kesadaran pengamat.³⁰

Husserl mengusulkan pandangan yang berbeda mengenai proses ilmiah dibandingkan dengan para pendahulunya. Menurut Husserl, tugas fenomenologi adalah membangun karakter hubungan antara manusia dengan realitas. Bagi Husserl, realitas tidaklah terpisah dari manusia yang mengamatinya, melainkan

³⁰Amir Hamzah. *Metode Penelitian Fenomenologi*. (Malang:Literasi Nusantara, 2020) Hlm.25

merupakan bagian integral dari kesadaran manusia. Husserl juga menyatakan bahwa fenomenologi merupakan realitas itu sendiri yang muncul ketika kesadaran kita menyatu dengan realitas. Tujuan sebenarnya dari fenomenologi Husserl adalah untuk menemukan yang hakiki dengan membiarkan fenomena berbicara dengan sendirinya tanpa adanya prasangka atau penilaian yang terlebih dahulu.³¹

Secara garis besar, fenomenologi adalah suatu cara atau bentuk berpikir yang dikenal sebagai gaya berpikir tertentu. Konsep dasarnya sering dikaitkan dengan intensionalisme. Menurut Edmund Husserl, salah satu filosof fenomenologi, niat atau kesengajaan mengarahkan kesadaran dan proses reduksi. Husserl mengemukakan berbagai jenis reduksi fenomenologis, seperti reduksi editik dasar, dunia dan budaya ke dalam Lebenswelt, serta reduksi transendental. Namun, tokoh-tokoh fenomenologi lainnya, seperti Martin Heidegger dan Maurice Merleau-Ponty, menolak konsep pengurangan tersebut.

Tugas pokok fenomenologi menurut Husserl adalah untuk membentuk hubungan antara manusia dan realitas. Bagi Husserl, realitas bukanlah entitas yang terpisah secara inheren dari manusia yang mengamatinya. Realitas menampilkan dirinya dalam keberadaan manusia, atau dalam kata-kata Martin Heidegger, seorang fenomenolog lainnya: Sifat realitas membutuhkan kehadiran manusia. Filsafat fenomenologis berusaha mendapatkan pemahaman yang nyata dengan memecah semua fenomena yang terlihat menjadi hal-hal yang nyata. Upaya ini disebut untuk mencapai Esensi dari segala sesuatu.

³¹ Ibid. hal.26

Objek fenomenologis yaitu kebenaran atau tanda, atau kondisi, peristiwa, maupun objek atau realitas yang bergejala. Fenomenologi berpandangan atau meyakini bahwa semua pemikiran dan gambaran dalam pikiran manusia yang tertuju merujuk kepada suatu hal atau kondisi semacam pemikiran dan kisah yang ditujukan alias tentang sebuah kejadian dengan kesengajaan.

Dalam kerangka fenomenologi, objek dapat berupa fakta, fenomena, keadaan, peristiwa, atau objek-objek lain yang merupakan realitas yang diamati. Realitas yang diamati ini akan memberikan makna sesuai dengan petunjuk yang ada dalam realitas itu sendiri, yang berarti pemahaman yang benar terhadap realitas tersebut, bukan makna yang tidak asli atau bukan makna aslinya. Berikut disajikan tabel fenomenologi menurut para ahli sebagai berikut.

Tabel 2.2 Pokok – Pokok Pemikiran Fenomenologi

No.	Tokoh	Pemikiran Tentang Fenomena.
1.	Edmund Husserl	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fenomena meliputi semua hal yang dialami manusia baik yang bersifat fisik maupun non-fisik. 2. Konstitusi adalah proses tampaknya fenomena pada kesadaran atau aktivitas kesadaran yang memungkinkan tampaknya realitas atau dunia nyata. 3. Fenomena murni hanya terdapat dapat diamati oleh kesadaran murni. Kesadaran murni adalah kesadaran yang bebas dari asumsi, keyakinan, dan pengetahuan yang terbentuk dari proses interaksi 4. Proses reduksi adalah bracketing untuk menekankan bahwa tujuan utama fenomenologi adalah mengisolasi sementara, bukan untuk

No.	Tokoh	Pemikiran Tentang Fenomena.
		menghilangkan asumsi, keyakinan, dan pengetahuan.
2.	Martin Heidegger	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fenomena adalah apa yang menampakkan sejauh ada relasi dengan kesadaran. 2. Manusia merupakan makhluk yang mampu berefleksi terhadap keberadaannya sendiri 3. "Ada" dari manusia disebut juga eksistensi karena manusia ber-"ada"-di-dalam-dunia. 4. "Ada" adalah waktu, diartikan sebagai satu horizon yang memungkinkan pengertian tentang "ada". 5. "Ada" secara keseluruhan dapat disebut dengan <i>concern</i>. 6. Dasar pokok dari <i>concern</i> adalah temporalitas yang merupakan proses dari "ada"
3.	Jean Paul Sartr	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eksistensi ada sebelum esensi, dan benda atau objek tidak mempunyai makna tanpa keterlibatan pengalaman manusia. 2. Kesadaran tidak boleh dipandang sebagai sesuatu yang berdiri sendiri, sebab kesadaran hanya ditemukan pada orang yang berbuat. 3. Kebebasan adalah esensi manusia, manusia yang bebas selalu menciptakan dirinya, dapat mengatur, memilih dan dapat memberi makna pada realitas.
4.	Maurice Marleau-Pouny	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dunia yang dipersepsi adalah dunia yang terlintas dalam kesadaran sebelum menjadi fakta. 2. Persepsi hanya bentuk sensasi yang lahir melalui perasaan. Pemikiran merupakan salah satu bentuk perluasan perasaan atas objek yang diserap melalui persepsi atau sebagai tubuh yang bertindak atau sebagai subjek atau tubuh yang hidup. 3. Realitas adalah apa yang ditangkap, kemudian diabstraksi, dikonsepsi, dan diteorikan atau disebut lived perception yang diperoleh dari

No.	Tokoh	Pemikiran Tentang Fenomena.
		lived experience; yang terpenting dalam pengetahuan manusia adalah yang dihayati.
5.	Jaques Derrida	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada ucapan, suara menjadi metafora kebenaran dan sumber dari tuturan yang "langsung" dan hadir pada dirinya sendiri sebagai lawan dari limpahan sumber yang tak hidup dan sekunder, yakni tulisan. 2. Bahasa diakritis atau bergantung pada perbedaan-perbedaan terstruktur yang memungkinkan wilayah elemen-elemen linguistik yang terbatas untuk menandai makna-makna yang berlimpah. 3. Sebuah kata tidak mempunyai arti yang tetap. Kata sebagai signifier juga dibedakan dari konsep, ide, persepsi atau emosi yang ditunjukkan oleh kata. Sebuah teks senantiasa berkorelasi dan mempunyai konteks sehingga selalu mengandung kemungkinan arti-arti yang lain.
6.	Alfred Schutz	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perilaku individual terbentuk berdasar pada tindakan. Tindakan dapat didefinisikan sebagai makna subjektif yang berkaitan dengan individu yang lain dalam konteks perilaku sosial. 2. Terdapat berbagai ragam realitas termasuk mimpi dan ketidaknormalan, tetapi realitas yang tertinggi adalah dunia keseharian yang memiliki sifat intersubjektif. 3. Karakteristik dari the life world, yaitu (1) ada unsur kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya, (2) reality (orang yakin akan eksistensi dunia), (3) dalam dunia keseharian orang-orang berinteraksi, (4) pengalaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengalaman dia sendiri, (5) dunia intersubjektif dicirikan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial, dan (6) adanya perspektif waktu dalam masyarakat.

No.	Tokoh	Pemikiran Tentang Fenomena.
7.	Peter Berger	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konstruksi sosial atas realitas didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi di mana individu atau sekelompok individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. 2. Memusatkan pada dunia akal sehat (common sense), maka perlu memakai prinsip logis dan nonlogis. Dalam pengertian berpikir secara "kontradiksi" dan "dialektis" (tesis, antitesis, sintesis).

Lantas pada penelitian ini peneliti menggunakan teori fenomenologi menurut pemikiran Alfred Schutz, dimana peneliti ingin menemukan motif – motif pada ibu rumah tangga dalam penggunaan media sosial TikTok.

2.2.1 Fenomena

Secara etimologis, istilah fenomena berasal dari kata Yunani: *phaenesthai*, yang artinya meninggikan, mengagungkan, memperlihatkan diri. Menurut Heidegger, istilah fenomena, yang juga terbentuk dari istilah *Phaino* yang artinya membawa ke cahaya, menunjukkan dirinya sendiri, totalitas dari apa yang tampak di belakang kita dalam cahaya.

Dalam buku Moustakas, Clark. *Phenomenological Research Methods* yang dijelaskan pada penelitian Ika Fauziah tahun 2017 mengatakan bahwa, Fenomena adalah suatu tampilan objek, peristiwa,

dalam persepsi. Sesuatu yang tampil dalam kesadaran. Fenomenologi berusaha untuk bisa masuk ke dalam dunia konseptual subyek yang diteliti. Bisa berupa hasil rekaan atau kenyataan.³²

Menurut kajian Moustakas tahun 1994, dalam penelitian Hasbiansyah.O fenomena adalah segala sesuatu yang terwujud dalam kesadaran. Menurut pemahaman Husserl, fenomena adalah realitas yang terlihat, tanpa tabir atau tirai antara manusia dengan realitas itu. Fenomena adalah realitas yang terlihat oleh manusia. Pada saat yang sama, ketika berhadapan dengan fenomena ini, orang berpartisipasi dalam kesadaran mereka, dan kesadaran selalu berarti kesadaran akan kenyataan.³³

2.2.2 Motif

Motif adalah faktor atau alasan yang memotivasi seseorang untuk melakukan apa yang diinginkannya. Dikarenakan memiliki pengertian kekuatan yang dalam makhluk hidup yang mengembangkan kegiatan, atau biasanya disebut kekuatan pendorong, sehingga motif memiliki arti yang berarti bergerak yang asalnya dari Bahasa latin *movere* sedangkan dalam KBBI mengartikan motif ialah kata beda yang memiliki arti sebagai

³² Moustakas, Clark. *Phenomenological Research Methods*. (California: Sage Publications 1994) hal. 26

³³ Hasbiansyah.O . *Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi* (Mediator: Jurnal Komunikasi. 2008) Hlm. 167

pendorong.³⁴ Sehingga kegiatan dalam memotivasi seseorang untuk melakukan supaya tujuannya tercapai ialah disebut motif.

Pada manusia, motif adalah dorongan yang timbul dari kebutuhan yang ingin dipenuhi. Pada prinsipnya tema-tema pokok saling berhubungan atau berhubungan satu sama lain untuk tujuan tertentu yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Motif yang muncul pada diri seseorang menunjukkan perilakunya yang diarahkan pada tujuan pencapaian sesuatu yang diinginkan sebagai bentuk kepuasan.³⁵

Menurut Ardianto dalam penelitian Cassandra Willianti, Roswita Oktavianti: Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kepuasan Konsumen, menjelaskan bahwa ada empat motif yang mendorong seseorang dalam menggunakan media sosial di antara lainnya adalah sebagai berikut.

1) Motif Sebagai Sarana Pengetahuan.

Motif konteks media dapat berperan sebagai sumber informasi, karena media menawarkan berbagai macam informasi, fakta, dan wawasan kepada publik. Media massa seperti surat kabar, majalah, televisi dan internet memungkinkan masyarakat untuk mengetahui berita terkini, peristiwa dunia, perkembangan ilmu pengetahuan dan topik lainnya. Media juga

³⁴ <https://kbbi.web.id/motif> diakses pada 9 Juli 2023 pukul 15.39

³⁵ M. Nur Ghufroon & Rini Risnawitaq S. *Teori - teori psikologis* (Samarinda. Ar-Ruzz Media , 2012) hal. 83

memainkan peran penting dalam pendidikan dan pembelajaran melalui program televisi, program pendidikan online dan sumber daya lainnya yang dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan individu.

2) Motif Sebagai Sarana Identitas Diri.

Media massa juga dapat berperan sebagai alat identitas diri seseorang. Orang sering menggunakan media untuk mengekspresikan diri, menunjukkan minat dan preferensi mereka dan membentuk identitas mereka. Misalnya, seseorang dapat menggunakan media sosial untuk membagikan minat, hobi, atau opini mereka tentang topik tertentu. Dalam hal ini, media membantu individu membangun dan memperluas identitasnya dengan cara berinteraksi dengan orang lain dan kelompok yang memiliki minat yang sama.

3) Motif Sebagai Alat Identitas Sosial.

Media massa juga berfungsi sebagai instrumen pembentukan identitas sosial. Media massa memainkan peran penting dalam membentuk norma umum, nilai dan pandangan kelompok sosial tertentu. Misalnya, media massa seperti televisi dan radio dapat memperkuat identitas budaya, agama, atau etnis tertentu melalui program yang menekankan nilai dan tradisi kelompok tersebut. Melalui penggambarannya, media juga dapat mempengaruhi

persepsi dan stereotipe kelompok sosial tertentu. Contohnya seperti nilai-nilai yang berkaitan dengan empati sosial.

4) **Motif Media Hiburan.**

Motif media hiburan merupakan salah satu tugas utama media untuk menghadirkan hiburan dan hiburan bagi masyarakat. Media seperti film, musik, acara televisi, dan video game dirancang untuk menghibur penonton dan memberi mereka pengalaman yang menyenangkan. Media hiburan dapat berupa pelarian dari kehidupan sehari-hari, merangsang imajinasi atau menimbulkan kegembiraan dan minat terhadap karya seni dan budaya.

Singkatnya, media memiliki motif dan peran yang berbeda dalam masyarakat. Media massa dapat berperan sebagai media informasi, membantu membentuk identitas pribadi dan sosial seseorang serta memberikan hiburan dan kesenangan bagi masyarakat. Dalam konteks ini, penting untuk memahami peran media dan mengkaji secara kritis dampaknya terhadap individu dan masyarakat.³⁶

³⁶ Ardianto, Karlinah & Komala. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Cetakan Kedua. Bandung: Simbiosis. 2005) hal. 47

2.3 Media Sosial

Secara sederhana, media adalah alat atau saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi, pesan, atau konten kepada khalayak luas. Berbagai bentuk media seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, film, buku, internet, dan media sosial digunakan untuk menyampaikan informasi, pendapat, dan hiburan kepada masyarakat. Media memiliki peran penting dalam menghubungkan pembuat pesan dengan penerima pesan.

Dalam konteks komunikasi massa, media sering dikaitkan dengan sifat massanya. Artinya, media memiliki kemampuan untuk mencapai dan mempengaruhi banyak orang sekaligus. Berbagai teori komunikasi massa mengakui bahwa media memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik, mempengaruhi sikap, dan bahkan mengubah perilaku individu. Oleh karena itu, media memiliki tanggung jawab besar dalam menyajikan informasi secara akurat, objektif, dan sesuai dengan etika jurnalistik.

Penting untuk diingat bahwa pengaruh media tidak sama bagi setiap individu dan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti tingkat literasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang terhadap media. Selain itu, konteks sosial, budaya, dan politik juga dapat mempengaruhi cara seseorang memahami pesan media.

Perkembangan teknologi, terutama internet dan media sosial, telah membawa perubahan besar dalam media. Orang sekarang dapat dengan mudah mengakses dan berinteraksi dengan media melalui perangkat digital. Ini telah membuka peluang

bagi partisipasi publik yang lebih besar dalam menciptakan dan berbagi konten media.

Secara keseluruhan, media adalah alat komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Meskipun media sering dikaitkan dengan sifat massanya, pengaruhnya dapat bervariasi tergantung pada berbagai faktor. Dalam era digital yang terus berkembang, media mengalami perubahan dan transformasi yang signifikan. Media dilihat dari beberapa teori dan muncul pada komunikasi massa didefinisikan secara sederhana bahwa arti makna media cenderung dimiliki sifat massanya,

Namun, “media” disebutkan sarana yang dibersama dengan teknologi. Sedangkan sosial dari media sosial dalam teori mendekati dengan perihal sosiologi. Media berbasis internet yang disebut juga media sosial telah mengasihi banyak kesempatan untuk para pengguna supaya dapat berinteraksi dengan luas serta mempromosikan atau mengenalkan diri sehingga semakin pengguna membuat konten maka persepsi interaksi dengan orang lain semakin meningkat.³⁷

Selain itu, media sosial juga dapat diartikan sebagai sebuah situs yang dapat digunakan oleh pengguna untuk membuat web pribadi yang digunakan untuk berkomunikasi dan bertukar informasi antara pengguna yang satu dengan yang

³⁷ Carr, C, dkk. *Social Media: Defining, Developing, and Divining*. Atlantic Journal of Communication (2015) Hlm. 46–55

lainnya. Di media sosial, pengguna dapat dengan mudah dan bebas berpartisipasi dalam memberikan informasi dan berkomunikasi.³⁸

Dengan berkembangnya media sosial saat ini, media sosial sudah menjadi wadah komunikasi, hingga media sosial saat ini digunakan sebagai ajang promosi terutama pada *brand-brand* besar maupun *brand* yang baru saja ingin merintis hingga kampanye pemilihan pemimpin pun sudah mulai menggunakan media sosial karena kecepatan dalam menyebarkan berita yang tidak diragukan lagi.

Menurut Tonnies, sosial mengacu pada kata komunitas. Menurutnya, keberadaan suatu komunitas mengacu pada kesadaran anggota komunitas itu bahwa mereka adalah milik satu sama lain dan penegasan kondisi ini adalah kebersamaan yang saling bergantung satu sama lain. Komunitas baru dapat terjadi jika kebersamaan yang terjalin di antara anggota komunitas memiliki kesepakatan nilai-nilai yang lebih penting, yaitu keinginan untuk bersama.³⁹

Dua pengertian dasar media dan sosial telah dijelaskan, namun tidak mudah membuat definisi media sosial hanya berdasarkan perangkat teknologi. Pendekatan teori sosial diperlukan untuk memperjelas apa yang membedakan media sosial dengan media lain di internet sebelum menyimpulkan apa yang dimaksud dengan media sosial. Termasuk juga perlunya diskusi khusus untuk mendalami hubungan antara media dan komunitas Burton.⁴⁰

³⁸Lesmana, G. N. A. *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment (Studi: PT. XL AXIATA)*. 2017) Hlm. 10–11

³⁹ Rulli Nasrullah. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 2017) Hlm. 7

⁴⁰ Ibid. hal. 8

Adapun definisi lain dari media sosial menurut Van Dijk media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Boyd memaparkan media sosial sebagai kumpulan software yang memungkinkan seseorang atau komunitas untuk berkumpul, berbagai, berkomunikasi, dan dalam kepentingan tertentu saling bekerjasama atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna dan bukan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.⁴¹

Sedangkan menurut Mandiberg, media sosial adalah media yang memfasilitasi kolaborasi antar pengguna yang menghasilkan konten *user-generated content*. Dan hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Meike and Young memaknai kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti berbagi antar individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi dengan siapa saja tanpa ada individu tertentu.⁴²

⁴¹ Rulli Nasrullah. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media 2017) Hlm. 11

⁴² Ibid. Hlm. 11

Menurut Kaplan dan Haenlein dalam Purbohastuti mendefinisikan media sosial sebagai kumpulan aplikasi berbasis internet, berdasarkan ideologi dan teknologi untuk memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten oleh penggunanya.⁴³

Berbeda dengan pendapat sebelumnya menurut Shirky menjelaskan bahwa media sosial adalah untuk meningkatkan kemampuan penggunanya untuk berbagi, bekerja sama antar pengguna dan melakukan tindakan kolektif, yang semuanya berada di luar kerangka kelembagaan atau sosial organisasi.

Dari banyaknya definisi media sosial yang telah dijelaskan menurut para ahli maka media sosial juga dapat diartikan sebagai tempat para penggunanya dapat bersosialisasi dan beraktivitas dengan menggunakan berbagai fasilitas yang telah disediakan oleh media sosial untuk saling berkomunikasi secara tidak langsung dimanapun dan kapanpun. Para pengguna juga dapat menciptakan berbagai konten-konten untuk dikonsumsi oleh para pengguna media sosial lainnya.

A. Media sosial memiliki beberapa ciri, diantaranya:

1. Isi yang disebarluaskan bersifat tidak rahasia sehingga tidak terbatas;
2. Dapat disampaikan secara online dan hanya membutuhkan internet;
3. Kreatif dalam beraktualisasi diri dalam menggunakannya;
4. Memiliki aspek fungsional, beberapa diantaranya interaksi, status, eksis, sharing, group serta identitas.

B. Media sosial memiliki beberapa jenis macam platform, diantaranya:

⁴³ Arum Wahyuni Purbohastuti. *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi*. (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa: *Tirtayasa Ekonomika*, 2017). Hlm. 214

1. Forum dan komunikasi online.

Dibentuk untuk para pengguna dalam sebagai ukuran sehingga sebagian didonaturkan oleh pihak perusahaan melalui pesan, atau yang disebarkan berupa posting yang berisikan diskusi tentang peminatan khusus yang ada kaitannya dengan perusahaan.

2. Blogs.

Terdapat pengguna yang beragam dalam menggunakan blog karena blogspot ialah akun yang menyediakan situs web tidak berbayar dimana siapapun dapat mengupload, sharing secara bebas tidak ada limit.⁴⁴

Selain itu menurut Puntoadi dalam penelitian Desi Khamaria. Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Bekas Pada Usaha Motor Di Perawang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah mengatakan bahwa terdapat beberapa macam jenis media sosial yaitu sebagai berikut :

1. Bookmarking.

Atau yang disebut juga dengan penanda sosial memberikan akses untuk mempublikasi serta menyebarkan link dan tag yang disukai sehingga hal ini bermanfaat kepada orang-orang supaya dapat menikmati tujuan yang disukai memberikan sebuah kesempatan untuk men share link dan tag yang diminati.

2. Wiki.

⁴⁴ Khamaria. *Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Bekas Pada Usaha Motor Di Perawang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah* (2019) Hlm. 40

Sebagai situs dengan bermacam-macam manfaat yang berbeda, diantaranya menyebarkan ilmu pengetahuan, travel yang membagikan informasi fokus pada tempat-tempat tertentu.

3. Flickr.

Yahoo dinyatakan yang memiliki situs ini yang berfokus dalam image sharing dengan para ahli yang dapat berkontribusi di seluruh dunia di setiap bidang fotografi. Sehingga Flickr dimanfaatkan para penggunanya untuk foto katalog untuk produk-produk yang ingin dipasarkan.

4. *Creating opinion.*

Media sosial memberikan jalan untuk membagikan pendapatnya secara luas orang-orang di seluruh dunia, sehingga siapapun dapat menulis jurnal sebagai komentator.

5. Jejaring sosial.

Berikut beberapa jenis jejaring sosial yaitu: Facebook, Whatsapp, Line, Youtube, Twitter, dan Instagram, Telegram, TikTok, dan lain-lain⁴⁵

Makna media dan sosial diatas, dapat disimpulkan oleh penulis bahwa sesungguhnya media sosial ialah alat perantara untuk membantu dalam menyampaikan berbagai hal salah satunya informasi dari satu orang ke orang lainnya atau sekelompok orang supaya tujuan individu maupun kelompok dapat tercapai.

⁴⁵ Desi Khamaria. *Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Bekas Pada Usaha Motor Di Perawang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah* (Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2019) Hlm. 41

Lebih jelasnya lagi, yang telah diungkapkan dalam buku Media Sosial jika “perkembangan media sosial dapat diamati bagaimana ikatan individu dengan perangkat media”. Dan Van Dijk tahun 2013 mengungkapkan, bahwa platform media sosial focus pada unsur eksistensi dari pengguna sebagai aktivitas, kontribusi maupun kolaborasi karena sesungguhnya media sosial dinilai sebagai fasilitas berbentuk online yang menguatkan ikatan antara hubungan pengguna dengan hubungan sosial.⁴⁶

Medium di situs online atau internet ialah yang mempresentasikan serta berinteraksi, saling berbagi, berkomunikasi dari satu pengguna dengan pengguna lainnya, serta bekerja sama oleh para penggunanya merupakan simpulan dari media sosial sehingga membentuk hubungan sosial melalui dunia maya atau disebut “virtual.”

Pengertian di atas memberikan bukti bahwa setiap media sosial memiliki keunikan dan khasnya masing-masing serta ada hubungannya dengan manusia dalam melakukan ikatan sosial di era berkembangnya teknologi komunikasi.⁴⁷ Sehubungan dengan hal itu, platform media sosial muncul di media siber, sehingga dinyatakan bahwa hal ini tidak berbeda dengan sifat yang dimiliki media siber, diantaranya:

1. Jejaring.
2. Kabar.

⁴⁶Rulli Nasrullah. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi* (Bandung, Simbiosis Rekatama Media 2017) Hlm.8

⁴⁷ Ibid. Hlm. 15

3. Arsip.
4. Interaksi.
5. Replikasi sosial.
6. Konten oleh pengguna.

Adapun macam-macam media sosial, seperti berikut.

1. Facebook.

Facebook merupakan jejaring sosial atau sosial media yang memungkinkan para pengguna dapat menambahkan profil dengan foto, kontak, ataupun informasi. Penggunanya dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Fitur yang ditawarkan facebook sebagai situs jejaring sosial atau media sosial membuat banyak orang menggunakannya.⁴⁸

Pengguna facebook seringkali disebut facebooker. Mayoritas facebooker menggunakan facebook untuk terkoneksi dengan keluarga, relasi, dan teman-teman. Facebook menyebabkan jaringan relasi semakin luas karena penemuan-penemuan baru relasi senantiasa tercipta. Tidak hanya itu, facebook mampu membuka gerbang komunikasi sehingga kontak dapat terus dilakukan. Selain itu, facebook memiliki fasilitas newsfeed yang memudahkan facebooker mengakses informasi dengan terorganisasi dan

⁴⁸ Ulfah Nur Aini Ningrum. *Pengaruh Tautan Berita Pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya. Studi Pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang* (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, 2017) Hlm. 3

pengingatnya seperti pemberitahuan aktivitas teman facebooker lain serta pesan-pesan layaknya e-mail cukup digemari banyak facebooker.

2. Youtube.

Youtube merupakan sebuah laman yang memanfaatkan web untuk menjalankan highlight-nya, dengan adanya Youtube, seorang klien bisa memposting atau menampilkan rekaman atau gerakannya sehingga dapat dilihat dan diapresiasi oleh banyak orang. Namun, banyaknya klien Youtube, tentu saja, akan memicu persaingan yang ketat, terutama dalam hal melakukan latihan khusus. Di sinilah kita membutuhkan sebuah media yang dapat menunjukkan keunikan dalam interaksi kemajuan.⁴⁹

3. Instagram

Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaannya.⁵⁰

4. Twitter.

Twitter adalah media sosial paling populer yang digunakan dalam penyebaran informasi, Twitter adalah layanan 'microblogging', di mana

⁴⁹ Gede Lingga Ananta Kusuma Putra. *Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube* (Bali: Sekolah Tinggi Desain Bali 2019) Hlm. 260

⁵⁰ Atmoko, Bambang Dwi. *Instagram Handbook*. (Jakarta: Media Kita, 2012) Hlm.10

pengguna mendaftar secara gratis, di Indonesia pengguna aktif Twitter Indonesia mencapai 24,34 juta pengguna.⁵¹

5. Blog.

Blog adalah website yang berisi tulisan-tulisan baik itu artikel maupun jurnal harian. Dilansir dari First Site Guide, pada 1994 blog adalah website yang lebih banyak difungsikan sebagai buku harian atau diary online. Dengan blog, pemilik blog bisa membagikan berbagai macam cerita tentang kehidupan sehari-seharinya.

Blog adalah sebutan singkat dari weblog. Blog adalah website yang lebih mengacu pada jurnal online atau situs web informasi yang menampilkan informasi dalam urutan kronologis terbalik, dengan posting terbaru muncul pertama, di bagian atas. Blog adalah platform di mana seorang penulis atau sekelompok penulis berbagi pandangan mereka tentang subjek individu.⁵²

6. TikTok

Platform video pendek yang memungkinkan pengguna berimajinasi dan mengekspresikan ide secara bebas dalam bentuk video pendek. Lalu video tersebut dapat dibagikan kepada seluruh pengguna TikTok di berbagai belahan dunia.

⁵¹ Diryo, S & Akhmad H. *Efektivitas Penggunaan Sosial Media Twitter Dalam Penyebaran Informasi Dalam Pelayanan Publik, Studi Kasus Kabupaten Pematang*. (Kajian Politik Pemerintahan Vol 4 No 2, 2021). Hal. 161

⁵² <https://www.liputan6.com/hot/read/5117632/blog-adalah-semacam-website-ini-manfaat-dan-cara-mudah-membuatnya>, diakses pada 16 Agustus 2023

Sehingga media sosial disebut alat pengantar guna membantu seseorang dalam bereksistensi diri, bersosialisasi dengan banyak orang secara luas meskipun tidak bertemu secara langsung tatap muka.⁵³

2.4 Aplikasi TikTok

TikTok menempati peringkat kedua di Indonesia setelah youtube, dengan peringkat dan peminat yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan pengguna Instagram. TikTok adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna membuat atau bahkan membagikan video dengan menggunakan backsound musik yang populer. Platform ini juga memungkinkan penggunaan video klip dan video lainnya.⁵⁴

Aplikasi ini diciptakan oleh perusahaan ByDance, asal Tiongkok China yang awal kali diluncurkan memiliki durasi pendek yang Namanya Douyin. Hanya dalam 1 Tahun, sebanyak 100 juta pengguna menggunakan Douyin dan 1 miliar tayangan video pada setiap harinya. Douyin dapat membuat perluasan ke seluruh dunia dengan nama TikTok, sehingga Douyin memiliki popularitas yang tinggi.⁵⁵

TikTok ialah platform media sosial yang sedang hype dimana platform tersebut memiliki keunikan dalam menggunakan efek spesial dan menarik banyak orang

⁵³ Rulli Nasrullah. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi* (Bandung, Simbiosis Rekatama Media 2017) Hlm. 15

⁵⁴ Astrid Kusuma Rahardaya. *Studi Literatur Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Sarana Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* Hlm. 308–319.

⁵⁵ <https://www.digination.id/read/012699/wow-tiktok-aplikasi-terpopuler-di-dunia> Diakses pada 26 November 2018 Pukul. 08.30 WIB

untuk menggunakan aplikasi ini dalam membuat video pendek dengan mudah. TikTok sedang dijuluki aplikasi terpopuler dan diminati di dunia saat ini, karena memungkinkan para pengguna membuat video berdurasi 15 detik sampai 3 menit dan dapat menggunakan filter atau efek, musik, serta fitur unik dan kreatif lainnya sehingga platform TikTok saat ini disebut sebagai aplikasi yang sangat menghibur dikarenakan berbagai kalangan yang menggunakan aplikasi ini berupa video, informasi, dan lain-lain.

TikTok juga menuntun penggunaannya untuk menjadi konten kreator secara sederhana. Lalu pada akhir tahun 2017 TikTok meluncurkan logo terbaru, filter kamera dan voice changer. TikTok memiliki misi dimana ingin menjadi inspirasi para pengguna yang memiliki kreativitas tinggi sehingga TikTok bermanfaat sebagai tempat terkemuka untuk video pendek ponsel.

Di platform TikTok terdapat konten yang dibuat oleh para kreator dengan berbagai tema. Contohnya termasuk konten tentang menari, memasak, tutorial make up, menyebarkan informasi, tantangan, dan banyak lagi. TikTok digunakan oleh orang-orang dari berbagai usia, jadi sangat mungkin konten negatif ada di sana.

Para pengguna media sosial TikTok bisa mendapatkan penghasilan melalui media sosial TikTok jika akun mereka sudah didaftarkan menjadi affiliate atau viewers dan followers dengan jumlah yang banyak. Sehingga bisa menarik TikTok untuk bekerja sama dengan akun milik pribadi.

Konten negatif dapat membahayakan perkembangan mental remaja di bawah 18 tahun karena anak usia di bawah 18 tahun kemungkinannya belum stabil secara

mental. Perkembangan fisik dan mental harus meningkat dengan baik selama transisi dari anak-anak ke proses dewasa. Adapun beberapa program yang dibuat oleh TikTok diantaranya program tersebut adalah :

1. TikTok for Good. Panduan untuk memasarkan menggunakan aplikasi TikTok.
2. TikTok for Developers. Penawaran TikTok pada penerbit untuk berintergrasi dengan teknologi TikTok.
3. Effect House. Penawaran alat kreator dan sumber daya dalam desain.
4. Memasang Iklan di TikTok. Sebagai Wadah Promosi.
5. Reward TikTok. Keuntungan dari TikTok
6. TikTok Browse. Mencari sumber atau konten.
7. TikTok Embeds. Dapat memiliki link sendiri dalam membagikan video.

Selain program-programnya saja yang ditingkatkan. TikTok juga meningkatkan fitur-fitur yang digunakan juga semakin baik daripada sebelumnya. Berikut adalah fitur-fitur yang ada pada aplikasi TikTok :

1. Fitur Musik.

Fitur musik ini digunakan untuk menambahkan efek suara, seperti lagu atau instrumen nada, ke video yang dibuat di TikTok. Berikut adalah gambar dari fitur penambahan musik di TikTok.

2. Fitur Filter Pada Video.

Dalam video TikTok yang dibuat, fitur filter dapat mengubah tone warna gambar dan mengubah wajah pengguna. Dengan adanya filter pada

video TikTok membuat pengguna menjadi merasa lebih percaya diri dalam membuat video.

3. Fitur Stiker Video.

Dengan menggunakan filter ini, pengguna dapat menambahkan gambar sebagai stiker pada video. Fitur ini juga memungkinkan Anda mengedit video yang akan diunggah menjadi keadaan slow motion.

4. Reaction Video.

Seperti namanya, fitur baru di Tik Tok ini mengajak pengguna untuk berbicara dan menampilkan reaksi mereka saat menanggapi konten di klock. Tidak seperti biasanya, reaksi mereka direkam dalam video. Hasil akhirnya berupa video reaksi dalam kotak kecil yang menempa video yang digunakan. Reaksi video ini ditampilkan di profil TikTok dengan nama utama di layar. Namun, yang menarik, pengguna dapat dengan mudah mengakses.

5. Voice Effect

Voice effect ini akan mengubah suara tone dalam video yang Anda rekam atau pilih galeri. Selanjutnya, pilih efek suara. Anda dapat memilih banyak suara, termasuk suara tupai, getaran, suara elektrik, dan suara yang keras

2.4.1 Pengguna TikTok

TikTok mendapatkan miliaran pengguna hingga saat ini setelah munculnya aplikasi dan melihat jumlah penggunanya meningkat dengan

cepat. Aplikasi TikTok hampir digunakan oleh semua usia dan kelompok sosial, termasuk kalangan ibu rumah tangga. TikTok sekarang bukan hanya tempat untuk menghabiskan waktu luang, tetapi juga digunakan oleh pengguna sebagai media informasi hingga menjadi ladang bisnis. Strategi pemasaran yang dikembangkan dan didistribusikan oleh pengguna utama TikTok berfokus pada komunikasi merek dan pengawasan hubungan pengguna.

Karena media sosialnya lebih mudah diakses daripada media konvensional seperti televisi, radio, dan media cetak, TikTok dapat menjadi sarana pemasaran yang penting. Akan lebih mudah untuk mengenalkan atau memasarkan barang atau merek dengan menggunakan TikTok dalam pemasaran.

Berjalannya penggunaan aplikasi TikTok membuat para pengguna TikTok menjadi giat dalam menggunakan aplikasi TikTok. Karena saat ini ada program yang berjalan di bawah aplikasi TikTok. Banyak para pengguna TikTok yang mendapatkan jumlah pengikut hingga mencapai jutaan pengikut dalam akun pengguna, sehingga pengguna bisa menghasilkan uang melalui video – video yang di unggah.

Kreatifitas yang menjadi modal utama dalam penggunaan aplikasi TikTok, TikTok secara tidak langsung melatih dan mengembangkan kreatifitas kita. Dan menuangkan hasil dari kreatifitas tersebut menjadi video yang di upload dalam akun pribadi milik pengguna. Pengguna TikTok

yang memiliki pengikut melebihi 1000 pengikut sudah bisa menggunakan fitur live yang dimana biasanya para pengguna menggunakan fitur tersebut untuk mempromosikan barang yang mereka jual. Biasanya fitur berjualan sering disebut keranjang kuning oleh para pengguna TikTok.

2.4.2 *Content Creator*

Content creator merupakan kegiatan yang membagikan informasi dan dibentuk ke dalam sebuah video, maupun gambar dan tulisan sehingga disebut konten, kemudian dibagikan secara luas melalui aplikasi salah satunya ialah youtube. Berjalannya perkembangan zaman teknologi, keahlian khusus harus dimiliki para *content creator* karena zaman sekarang para pengguna yang disebut *content creator* menjadikan platform media sosial atau youtube menjadi ladang berbisnis.⁵⁶

Content creator memiliki tujuan yaitu menarik perhatian para followers, sehingga semakin menarik konten yang dibuatnya maka integritas audiesnya dalam menonton tayangannya juga semakin tinggi. *Content creator* sebagai aktivitas mendasari distribusi informasi dalam menggabungkan gambar, video serta tulisan yang memiliki makna konten sehingga pantas untuk disebar ke platform digital seperti Instagram, youtube, dan lain sebagainya.⁵⁷ Seiring berganti hari dan berjalannya waktu,

⁵⁶Yusti Amelia Sundawa Dan Wulan Tri Gartanti. *Fenomena Content Creator Di Era Digital.Sundawa*. (Prosiding Hubungan Masyarakat. Vol. 4 No. 2, 2018) Hal. 438

⁵⁷ Sayugi. *Pengertian Content Creator*. (Malang : Binus.ac.id, 2018) hlm. 21

memiliki keahlian khusus harus dimiliki oleh para *content creator* sehingga dapat menjadikan platform media sosial salah satunya youtube dapat dijadikan ajang profesi serta bisnis.

Pembentukan personal branding pada content creator dinilai sangat penting karena melalui personal branding content creator memiliki karakteristik nya sendiri dalam menarik minat pengguna youtube dalam menonton tayangan atau content yang disajikan oleh content creator ini sendiri. Sesuai dengan identitas dan branding yang dimilikinya untuk mencapai tujuan yang disepakati dari sebuah konten. Misalnya tujuan promosi, edukasi, informasi, atau menghibur. Kemudian disesuaikan konten tersebut dengan platform yang dipilih, setelah itu dilakukan evaluasi dalam konten yang telah ditampilkan.

2.4.3 Affiliate

Bisnis *e-commerce*, atau kombinasi merupakan proses layanan atau produk tertentu yang dikembangkan serta dijual orang penjual lainnya dan melakukan pembagian keuntungan, hal ini disebut juga Affiliate marketing. Affiliate marketing memberikan beberapa produk yang mendasari materi pemasaran seperti link affiliate, fasilitas penyelidikan, ataupun surat penjualan.

Akan tetapi bisnis e-commerce menawarkan program afiliasi sehingga adanya ikatan antara pemasaran affiliate.⁵⁸ Disebut definisi affiliate marketing oleh Pat Flynn dari Smart Passive Income, ialah suatu mekanisme negosiasi menggunakan jasa afiliasi atas suatu produk. Dinyatakan oleh perusahaan CJ. Affiliate, perusahaan pemasaran ternama asal Amerika Serikat menyatakan mekanisme promosi dari jasa maupun produk yang berasal dari pemasaran afiliasi memiliki tiga sisi, diantaranya penjual, afiliasi, dan konsumen.

Gallagher et al. mengungkapkan diklasifikasikan pemasaran afiliasi merupakan jenis periklanan secara virtual, yang dimana penjual berbagi komisi yang dihasilkan pada setiap pembeli yang mendatangi situs web perusahaan melalui konten yang dibuatnya. Afiliasi juga disebutkan kepada para penyedia konten karena mereka membagikan iklan secara online seperti spanduk maupun tulisan yang ada di situs webnya. Sehingga ketika calon pembeli mengunjungi situs tersebut dan mengklik iklannya, secara otomatis mereka langsung memasuki situs web penjual dan afiliasi yang dilacak dan disimpan di komputer calon pembeli atau pengunjung oleh cookie.

Mempunyai akun aktif pada media sosial seperti Youtube, Facebook, Instagram, TikTok, dan yang lainnya merupakan syarat untuk menjadi peserta program affiliate. Akun media sosial dan akun TikTok yang

⁵⁸ Agus Hermawan. *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga. 2012) Hlm. 212

akan didaftarkan merupakan akun pribadi bukan akun toko atau penjual. Selain itu, pastikan juga telah mengaktifkan atau mengirim nomor rekening agar bisa menerima pembayaran komisi dari TikTok Affiliate Program yang akan dicairkan setiap hari rabu oleh pihak tikok.

Apabila syarat-syarat di atas telah dipenuhi, maka peserta dapat secara langsung mendaftarkan dirinya ke program affiliate pada website yang telah disediakan. Apabila sudah berhasil, peserta hanya menunggu sampai ada produk yang dibeli oleh pembeli melalui custom link yang sudah disebarluaskan tersebut.

Apabila persyaratan di atas telah terpenuhi, maka peserta bisa langsung melakukan pendaftaran Affiliate Program di website yang telah disediakan. Jika sudah berhasil daftar Affiliate Program, peserta hanya perlu menunggu hingga ada yang membeli produk melalui custom link yang sudah dibagikan. Kemudian komisi akan otomatis dibayarkan sesuai dengan pembagiannya dari harga produk yang telah dibeli oleh pembeli yang menggunakan custom link tersebut, sehingga semakin besar harganya maka semakin besar komisinya.

2.4.4 Eksistensi

Eksistensi dimaknai sebagai suatu keberadaan, yang dimaksud adalah keberadaan Bahasa Indonesia yang disaksikan dari pengetahuan mengenai berbagai kosakata dalam bahasa Indonesia contohnya seperti

selfie, stand up, gadget, mikrofon, link, mouse, netizen, offline, contact person, online, preview. Selain dikenal di kalangan luas, berbagai kosakata tersebut juga lebih sering dipakai dibandingkan komedi tunggal, swafoto, gawai, pelantang, tetikus, daring, pranala, warganet, luring, pratayang dan narahubung. Perkembangan zaman saat ini disebut era milenial, yaitu banyaknya peningkatan dan inovasi baik dari penggunaan dan

Latar belakang generasi saat ini adalah generasi millennial atau era millennial. Era milenial ialah masa adanya peningkatan penggunaan dan kecerdasan baik secara komunikasi, teknologi digital maupun media seperti disaat ini.⁵⁹

Hidup di generasi milenial mempunyai banyak karakter yang khusus. Salah satunya saat di bangku sekolah kosakata gawai sudah digunakan dan dijadikan kebutuhan sehari-hari pada internet sehingga selalu terkoneksi pada internet supaya hal-hal baru terakses meskipun sekedar berkenalan dalam media sosial. Generasi atau era sekarang yaitu orang-orang yang lahir di tahun 1980 hingga 2000-an sehingga orang-orang menyebutnya dengan generasi milenial.

⁵⁹Nimas Permata Putri. *Eksistensi Bahasa Indonesia Pada Generasi Millennial* (Madiun, Volume 05, Nomor 1, Jun 2017) Hlm. 46

2.5 Pengertian Ibu Rumah Tangga

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ibu rumah tangga memiliki artian seorang ibu hanya menangani keluarga saja.⁶⁰ Joan mengungkapkan dalam penelitian Yustina Enggar Danieska bahwa perempuan yang sudah menikah yang disebut juga ibu rumah tangga yaitu menangani segala urusan kebutuhan dan rumah merupakan tanggung jawabnya.⁶¹

2.5.1 Ibu Rumah Tangga

Sedangkan menurut pendapat Walker dan Thompson dalam penelitian Noviyah Mumtahinnah Pada tahun 2011, mengatakan bahwa perempuan yang sudah menikah dan tidak berkarir yang disebut ibu rumah tangga mengisi waktunya dengan menangani rumah tangga setiap harinya sehingga menemui masa-masa yang sama serta tugas-tugas yang tertib dan terbiasa dilakukan. Dalam penelitian Noviyah Mumtahinnah juga mengatakan bahwa Menurut Fredian dan Maule wanita terpendang atas fungsi utamanya dalam sebuah keluarga yaitu mendidik serta membesarkan anak, menurut masyarakat beradat atau tradisional masyarakat.⁶²

⁶⁰ <https://kbbi.web.id/rumah%20tangga> diakses pada 8 Juli 2023, pukul 19.22

⁶¹ Yustina Enggar Danieska. *Gambaran Kontrol Diri Pada Ibu Rumah Tangga Dalam Penggunaan Facebook di Desa Palar Kecamatan Trucuk Kabupaten Klaten*. (Unwidha Perpustakaan Unwidha, 2020). Hlm. 2

⁶² Noviyah Mumtahinnah. *Hubungan Antara Stres Dengan Agresi Pada Ibu Rumah Tangga yang tidak bekerja.*, diakses pada 8 Juli 2023, pukul 19.53

Suasana dalam rumah tangga menjadi terjalin Bahagia dan rukun karena ibu rumah tangga sebagai pengangan rumah harus pandai dalam membagi tenaga dan waktunya untuk melaksanakan berbagai macam 1001 tugas-tugas rumah dari terbit fajar hingga terbenamnya matahari (larut malam), sehingga seluruh penghuni rumah hidup dengan akur dan saling bahu membahu dalam menangani masalah-masalah yang kemungkinan akan terjadi.⁶³

Kewajiban dalam membina anak dengan keceriaan serta kegembiraan dalam rumah adalah tugas seorang ibu. Dengan mengajarkan kegiatan positif harus diberikan dari kecil sampai beranjak dewasa merupakan ilmu yang harus dilatihkan saat membina anak sewaktu kecil, salah satu contohnya seperti disiplin belajar.

Seorang ibu berkewajiban membina anak-anaknya dengan benar dan senantiasa menebarkan kegembiraan serta keceriaan dalam rumah. Mendidik anak membiasakan dari kecil hingga dewasa agar bisa terbiasa untuk melakukan hal yang positif. misalnya disiplin belajar ditanamkan sewaktu kecil.

Sebagai contoh yaitu beribadah tepat waktu, disiplin belajar seperti dibiasakan untuk mengulang belajar yang sudah diajarkan di sekolah supaya lebih hafal dan paham, sehingga arahan tersebut membuat sang anak berada di jalan yang lurus karena terbiasa dilatih disiplin serta diberikan

⁶³ Kartono Kartini. *Psikologi Anak*. (Bandung: Mandar Maju, 2009) Hlm. 9

pemahaman akan memilih teman dan bergaul. Sosok dan didikan seorang ibu yang diberikan kepada anak-anaknya sangat dominan, sehingga apabila sifat dan tingkah lakunya baik dan sopan, maka kebiasaan ibunya itu menjadi contoh untuk anaknya sehingga anak akan mengikutinya.

Berdasarkan penjelasan menurut para ahli disimpulkan bahwa seorang Wanita yang menangi pekerjaan rumah, mengatur keperluan rumah dan berbagai kegiatan pekerjaan rumah Ibu rumah tangga merupakan definisi dari ibu rumah tangga. Makna lain dari ibu rumah tangga adalah perempuan yang sudah menikah dan tidak berkarir yang mengurus suami dan anak dirumah sehingga penentu kebahagiaan dalam keluarga dimana dapat disebut harmonis atau tidaknya tergantung dari sosok seorang ibu. Sehingga tidak berkembang atas pertumbuhan seorang anak merupakan titik tumpu ibu rumah tangga.

2.5.2 Peran dan Tugas Ibu Rumah Tangga

Tiang rumah tangga merupakan peran dan fungsi dari seorang perempuan sudah menikah dan tidak berkarir yang disebut juga ibu rumah tangga penting akan membangun dan menciptakan rumah tangga yang Sakinah, yaitu Bahagia, harmonis, dan sehat. Menjadikan rumah tangga seperti surga untuk anggota keluarganya, akan jadi saling menyayangi bagi pasangan atau suaminya. Sehingga dalam menciptakan kebahagiaan dan kedamaian disebuah keluarga memerlukan istri yang sholehah yang pandai

menjaga anak-anaknya serta suaminya, dan juga pandai merangkai suasana rumah sehingga menjadi tempat yang asri, menyenangkan, rapih, serta memikat hari seluruh anggota keluarga.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia karakter yang perlu dimainkan oleh seorang ibu rumah tangga yaitu sesuai dengan status yang dimilikinya seseorang dengan keadaan budaya dan yang dimiliki oleh seseorang.⁶⁴ Seorang Ibu mempunyai beberapa peranan, diantaranya:

1. Istri, melingkup aksi hidup yang stabil, mampu dalam menemani suami dengan rasa kasih sayang, loyalitas, kecintaan serta kesetiaan dalam setiap keadaan selama menjadi partner hidupnya.
2. Partner seks, melibatkan hal dengan hetero-seksual yang memuaskan tanpa adanya gangguan fungsi seks.
3. Ibu dan pendidik, apabila seorang ibu dapat melahirkan psikis yang baik, akan terwujudlah suasana rumah tangga menjadi berseri, dan mampu mengasahi rasa nyaman, hangat, penuh kasih sayang, bebas, serta selali menyenangkan.
4. Pengatur rumah tangga, dimana fungsi seorang istri adalah mengurus keperluan rumah dan menjadi pembagian kerja

⁶⁴Ubaid Al Faruq. *peran ganda ibu rumah tangga pada sektor ekonomi*. (Pamulang, Vol 3, No.1 2018). Hlm. 5

baginya, sedangkan suami berkerja untuk mencari nafkah dan memenuhi kebutuhan rumah tangga.

Mengurus dan mengendalikan rumah tangga, merawat rumah tangga, serta mendidik anak merupakan peran seorang Wanita yang sudah menikah yang disebut sebagai ibu rumah tangga. Peran sebagai ibu rumah tangga sudah menjadi kewajiban dan kodratnya yang harus dilaksanakan oleh seorang ibu rumah tangga. Ibu rumah tangga juga mempunyai peran utama lainnya yang dilakukan sesuai dengan fitrah, yaitu menjalani hamil, menyusui, dan inti aktifitasnya yaitu mendidik anak serta membesarkan anak.

Bekerja keras dalam membina anak serta mengawasi yang mereka lakukan dengan menanamkan dalam pikirannya atas apa saja perilaku terpuji yang wajib ditanamkan selalu merupakan tugas kewajiban para orang tua khususnya para ibu, sehingga para ibu memiliki tugas dalam mendidik dan membimbing anak-anaknya, diantaranya:

- a. Para ibu harus terbiasa mencontohkan perbuatan terpuji pada anak;
- b. Para ibu harus memberikan pemahaman kepada anak-anak mereka atas segala perbuatan buruk dan tidak terpuji yang tidak sejalan dengan kebiasaan agam dan sosial;
- c. Para ibu harus mempunyai kehormatan serta moralitas untuk anak-anak mereka sebagai ranah jalan pendidikan;

- d. Para ibu tidak terlalu manja dan berlebihan terhadap anak;
- e. Para ibu harus menanamkan rasa hormat kepada ayah mereka sebagai kepala keluarga kepada anak-anak mereka;
- f. Para ibu tidak boleh membantah suami, dikarenakan akan mewujudkan aspek saling kedengian serta kebencian;
- g. Para ibu harus menyatakan pada suami bahwa kecurangan tingkah laku anak-anak mereka karena suaminya adalah sebagai pada kepala keluarga;
- h. Para ibu harus mendorong perbuatan anti sosial agar anak-anak mereka terlindung dari hal-hal tidak baik dan terpuji;
- i. Para ibu harus menghapus ajaran yang melukai kehormatan atau menjatuhkan etika dan moral seperti buku-buku porno.
- j. Para ibu wajib menjaga kehormatannya dan tingkah laku terpuji.⁶⁵

Peneliti dapat menyimpulkan berdasarkan uraian diatas, bahwa seorang Wanita yang sudah menikah yang disebut ibu rumah tangga memiliki tugas utamanya yaitu merawat, mengurus semua tugas-tugas kerumahtanggaan, diantaranya peranan sebagai seorang istri, partner sex, ibu yang membina dan mendidik anak, mengendalikan rumah, serta partner hidup.

⁶⁵ Baqir Sharif Al-Qarashi. *Seni Mendidik Islami: Kiat-Kiat Menciptakan Generasi Unggul*. (Jakarta: Pustaka Zahra, 2003) Hlm. 66

2.5.3 Tanggung Jawab Ibu Rumah Tangga

Para ibu bertanggung jawab menyusun wilayah – wilayah mental serta sosial dalam pencapaian kesempurnaan serta pertumbuhan anak yang benar. Sejumlah kegagalan yang terjadi diakibatkan oleh pemisahan wanita dari fungsi-fungsi dasar mereka. Ibu-ibu yang sering berada di luar rumah yang hanya menyisakan sedikit waktu untuk suami serta anak-anak telah menghilangkan kebahagiaan anak, menghalangi anak dari merasakan nikmatnya kasih sayang ibu, sebab mereka menjalankan berbagai pekerjaan di luar serta meninggalkan anak di sebagian besar waktunya, oleh karena itu kita selayaknya sebagai ibu atau calon ibu kelak kita harus benar benar dan fokus untuk mengurus anak dan suami kita, jangan sampai peran kita sebagai ibu malah menjadikan anak dan suami kita terlantar atau termarginalkan demi pekerjaan kita.

2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran Menurut Sugiyono Tahun 2017 Dalam Buku Berjudul Implementasi Simple Additive Weighting (Saw) Dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Siswa Lulusan Terbaik. Mengatakan bahwa kerangka

berpikir adalah suatu alur terbentuknya sebuah cerita penelitian yang diterima dan masuk akal agar mudah dipahami oleh pembaca secara.⁶⁶

Menurut Dalman dalam bukunya yang berjudul Keterampilan Menulis mengatakan bahwa, Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta fakta, observasi, dan telaah kepustakaan.⁶⁷ Akan dijelaskan dalam kerangka pemikiran bagaimana peneliti membuat rencana penelitian ini. Peneliti berusaha untuk menjelaskan topik penelitian. Penelitian ini juga didasarkan pada pemikiran teoritis dan praktis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena pengguna media sosial TikTok di kalangan ibu rumah tangga, mengingat perkembangan pesat media sosial saat ini.

Perkembangan ini telah menyebabkan dorongan untuk ibu rumah tangga untuk mengekspresikan diri atau merasakan apa yang mereka rasakan di media sosial. Kerangka pemikiran dibuat untuk menggambarkan cara peneliti berpikir selama penelitian. Adanya kerangka pemikiran dapat memberikan peneliti dasar pemikiran untuk fokus penelitian maka akan disajikan kerangka pemikiran dalam bentuk skema. Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kerangka pemikiran adalah menjelaskan secara garis besar mengenai penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

⁶⁶ Mila Khoirotul Azkiyah, S.Kom., Suamanda Ika Novichasari, M.Kom. *Implementasi Simple Additive Weighting (Saw) Dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Siswa Lulusan Terbaik* (Klaten. Penerbit Lakeisha 2022) hal. 24

⁶⁷ Dr. H. Dalman, M.Pd. *Keterampilan Menulis - Rajawali Pers* (Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada, 2016) hal. 186

Tabel 2.3 Model Kerangka Pemikiran

