

Fenomena Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Eksistensi Diri: Studi Fenomenologi pada Karyawan di PT. Bencuan Jaya Indonesia

Tasya Azizah¹, Lina Wati², Ajeng Pradesti³

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Syekh-Yusuf, Tangerang

2001030017@students.unis.ac.id¹

ABSTRACT

The problem in this study is how to use Tiktok social media as a self-existence and the motive for its use by employees at PT. Bencuan Jaya Indonesia. The purpose is to understand how Tiktok social media is used as self-existence and to find out the reasons/motives for using Tiktok social media as self-existence for employees at PT. Bencuan Jaya Indonesia. The theory that is considered relevant in this study is the Theory of Phenomenology by Alfred Schutz's thought. The data collection method is in the form of in-depth interviews, observations, and documentation. The main informants consisted of 3 employees at PT. Bencuan Jaya Indonesia. The results of the study show that the use of Tiktok through the content it uploads as its existence on Tiktok social media, through the content it uploads can be a means of entertainment and information for its followers so that its existence can be known by the public. The main motive for use is to show talent/hobbies, fill free time as well as the motive to increase popularity and become an affiliate/content creator.

Keywords : Social Media, Tiktok Application, Self-Existence.

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana penggunaan media sosial Tiktok sebagai eksistensi diri serta motif penggunaannya oleh karyawan di PT. Bencuan Jaya Indonesia. Tujuannya adalah untuk memahami cara media sosial Tiktok digunakan sebagai eksistensi diri dan untuk mengetahui alasan/motif penggunaan media sosial Tiktok sebagai eksistensi diri pada karyawan di PT. Bencuan Jaya Indonesia tersebut. Teori yang dianggap relevan dalam penelitian ini adalah Teori Fenomenologi oleh pemikiran Alfred Schutz. Metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan utama terdiri dari 3 karyawan di PT. Bencuan Jaya Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Tiktok melalui konten yang diunggahnya sebagai eksistensi dirinya di media sosial Tiktok, melalui konten yang diunggahnya dapat menjadi sarana hiburan dan informasi bagi para pengikutnya sehingga keberadaannya dapat diketahui oleh orang banyak. Motif penggunaan utamanya adalah menunjukkan bakat / hobi, mengisi waktu kosong serta motif meningkatkan popularitas dan menjadi *affiliate / content creator*.

Kata Kunci : Media Sosial, Aplikasi Tiktok, Eksistensi Diri.

PENDAHULUAN

Tiktok, aplikasi media sosial, memungkinkan pengguna membuat video menarik dengan berbagai opsi, menunjukkan bahwa era teknologi mengalami berkembang terus menerus (Fournawati & Alamsyah, 2023). Maka dari itu, aplikasi Tiktok dijadikan untuk tempat menunjukkan kehadiran dirinya kepada semua orang di luar sana melalui berbagai konten. Fenomena penggunaan media sosial Tiktok sebagai eksistensi diri ini kini menjadi *trend* di berbagai lingkungan masyarakat, salah satunya di lingkungan karyawan. Banyak sekali karyawan dari berbagai perusahaan menggunakan aplikasi Tiktok untuk menunjukkan dirinya atau eksistensi dirinya melalui aplikasi tersebut dengan mengunggah

konten kehidupannya sehari-hari baik di kantor, dirumah bahkan saat mereka lagi liburan atau sekedar konten hiburan.

Melalui aplikasi Tiktok ini akan mudah untuk menemukan dan mempelajari hal baru bagi para pengguna akun dan pengikutnya. Dari adanya aplikasi tersebut dapat mencapai kebutuhan para penggunanya untuk mengeksistensi diri dalam mengekspresikan diri tentang kemampuannya, dan apa yang dirasakannya. Media sosial Tiktok sedang menjadi tren sebagai media sosial yang digunakan untuk mengekspresikan diri, mencari hiburan serta alasan dan tujuan lainnya.

Peneliti memilih penelitian penggunaan media sosial Tiktok sebagai eksistensi diri di kalangan karyawan, khususnya di PT. Bencuan Jaya Indonesia. Penelitian ini bertujuan memahami secara lebih mendalam bagaimana karyawan di PT. Bencuan Jaya Indonesia menggunakan media sosial Tiktok sebagai eksistensi dirinya. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi juga, peneliti berharap dapat menyoroti aspek – aspek kualitatif dan subjektif pengalaman seseorang dalam penggunaan TikTok.

METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi fenomenologi yang mendeskripsikan pengalaman kehidupan manusia tentang suatu fenomena tertentu (Cresswell, 2016 :18). Pada studi fenomenologi merupakan cara bagi peneliti untuk melihat sebuah realitas suatu peristiwa atau fenomena yang dapat ditafsirkan. Peneliti secara langsung mempelajari pemaknaan tersebut dari akun Tiktok karyawan PT. Bencuan Jaya Indonesia dalam meningkatkan eksistensi diri di media sosial Tiktok. Pada penelitian ini juga, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme yang menjelaskan berbagai macam realita terkonstruksi dari manusia sebagai fenomena yang dapat ditafsirkan. Hal ini disebabkan karena paradigma konstruktivisme berupaya dalam menemukan pemaknaan.

Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode ini bertujuan untuk mendeskripsikan suatu peristiwa dan fenomena yang dialami oleh setiap individu secara deskriptif melalui fenomena yang terjadi yaitu fenomena eksistensi diri di media sosial yang terjadi pada akun Tiktok karyawan PT. Bencuan Jaya Indonesia yaitu pada informan pemilik akun @iiiiimel, @pipit_ftrynii, dan @timtimmy_.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil

1.1 Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Eksistensi Diri

1. Lama penggunaan media sosial Tiktok

Aplikasi Tiktok merupakan media sosial yang diluncurkan pada September tahun 2016 oleh Zhang Yiming. Seiring berjalannya waktu, aplikasi Tiktok terus berkembang dengan cepat dan banyak digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia di berbagai kalangan, terkhususnya oleh karyawan di PT. Bencuan Jaya Indonesia.

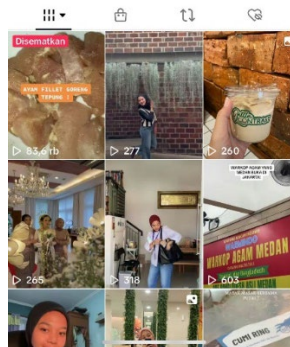
“Kayaknya aku bikin Tiktok ini udah lama deh jadi udah mungkin 2019 kayaknya 2019 gitu deh 2019 2020 udah lama cuman nggak seintens sekarang sih.” (Wawancara 13 Mei 2024).

Berdasarkan pernyataan diatas, narasumber sudah lama menggunakan aplikasi Tiktok dari 2019 sampai saat ini terhitung 5 tahun telah menggunakan aplikasi Tiktok. Berdasarkan pernyataan diatas juga, narasumber menggunakan Tiktok di awal – awal penggunaan tidak seintens atau rajin seperti penggunaan Tiktok saat ini yang dimana narasumber rajin untuk menggunakan aplikasi Tiktok tersebut.

2. Konten yang dibuat di Tiktok

Tiktok merupakan aplikasi yang menarik bagi para penggunanya untuk membuat konten. Terdapat beberapa fitur – fitur menarik di aplikasi Tiktok tersebut, sehingga para penggunanya dapat mudah untuk mengupload konten yang mereka inginkan.

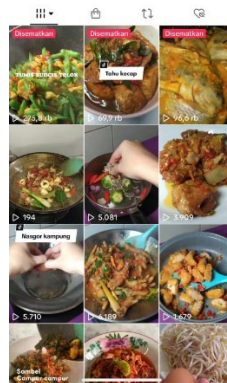
“Aku sekarang lebih ya campur – campur sih nggak yang spesifik, nah tapi kalau aku lebih sesuai mood aja sih, kalau aku misalnya lagi mood nya eh suka masak – masak gitu aku ngeuploadnya eh apa namanya konten masak gitu, Tapi kalau sekarang sih karena lagi suka lagi suka masak – masak, lebih suka bikin konten masak – masak, jadi udah beberapa kali aku upload sih soal masak masak gitu, resep masak – masak gitu.” (Wawancara 13 Mei 2024).



Gambar Konten Akun Tiktok @timtimmy_

Sumber : Screenshot Tiktok

“Aku jadinya bikin kontennya masakan resep masakan, gak cuma masakan kadang juga bikin kue ya dan aku pilih itu karena memang aku suka masak ya kan aku senang masak, jadi ya udah dari pada gabut aku luangin aja waktu kosong aku buat bikin konten masakan gitu.” (Wawancara 15 Mei 2024).

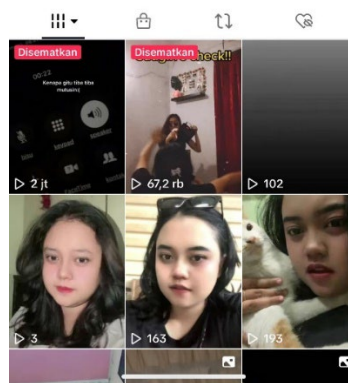


Gambar Konten Akun Tiktok @iniiiimel

Sumber : Screenshot Tiktok

Berdasarkan pernyataan dari narasumber diatas, konten yang dipilih oleh narasumber yaitu konten resep masakan dan konten membuat kue. Alasan narasumber memilih konten tersebut karena narasumber kesehariannya suka memasak sehingga narasumber suka meluangkan waktu kosongnya untuk membuat konten tersebut.

“Lebih konten yang sedang trending trending aja sih saat ini dan seterusnya, karena lebih mudah dan lebih gampang FYP apalagi sekarang sudah banyak beredar template - template yang lebih mempermudah saya untuk membuat konten.” (Wawancara 10 Mei 2024)



Gambar 4.5 Konten Akun Tiktok @pipit_ftrynii

Sumber : Screenshot Tiktok

Berdasarkan pernyataan diatas, narasumber memilih membuat konten mengikuti yang sedang *trend* saat ini, karena narasumber merasa konten tersebut lebih mudah untuk FYP ke pengguna lainnya dan narasumber merasa terbantu dengan fitur *template* di aplikasi Tiktok yang mempermudah narasumber untuk membuat konten yang diinginkan.

3. Durasi mengunggah konten di Tiktok

Penggunaan media sosial Tiktok ini sudah terjadi peningkatan setiap harinya, banyak masyarakat di seluruh dunia dari berbagai kalangan menggunakan Tiktok setiap harinya di sela – sela kegiatan yang mereka lakukan.

“Saya sering mengupload video ke sosial media itu paling sedikit kiranya itu 1x dalam seminggu namun sekali upload itu banyak, agar di antara video - video yang saya upload tersebut dapat tembus fyp di salah satunya video tersebut.” (Wawancara 10 Mei 2024).

4. Motivasi membuat konten di Tiktok

Motivasi dalam membuat konten merupakan sebuah dorongan yang dapat memberikan efek seseorang dalam membuat konten yang menarik. Mengekspresikan diri melalui konten yang menarik di media sosial khususnya

Tiktok membutuhkan sebuah motivasi dan kemampuan yang tidak dimiliki orang banyak.

“Yang memotivasi aku mengaplod konten di TikTok sih karena aku berasa kayak ya kalo punya bakat dan punya passion yang bisa aku salurkan kenapa enggak, kenapa gak aku coba gitu kan, memotivasi diri sendiri karena aku merasa wah kalo ini sesuatu hal konten yang memang positif dan memang baik gitu ya untuk bisa untuk aku share ke semua orang gitu di platform TikTok.” (Wawancara 13 Mei 2024).

5. Menggambarkan diri di aplikasi Tiktok

Menggambarkan diri media sosial Tiktok khususnya adalah hal yang penting bagi para penggunanya dalam mengekspresikan diri melalui konten – konten yang dibuat. Menggambarkan diri ingin terlihat seperti apa di media sosial melalui konten seperti menunjukkan keterampilan yang dimiliki, memberikan sebuah inspirasi dan informasi, menunjukkan pencapaian, dll. Sehingga dirinya dapat mengekspresikan diri melalui sebuah konten yang dapat menarik perhatian orang lain.

“Karena di dunia nyata aku suka masak, ya kan jadinya di dunia TikTok juga suka masak. Jadi sama sih enggak ada bedanya. Pengen lebih bermanfaat buat orang lain lebih dikenal sama orang lain yang dikenal juga enggak cuma viral tapi karena konten aku bermanfaat buat orang banyak.” (Wawancara 15 Mei 2024).

6. Respon pengguna Tiktok dan orang sekitar

Media sosial Tiktok dapat menjadikan individu berkomunikasi dengan pengguna Tiktok lainnya. Dalam sebuah konten yang dibuat dan diunggah melalui akunnya tersebut akan mendapatkan respon dari pengguna lainnya seperti respon positif atau negatif.

“Pasti ada ya komentar negatif positif itu pasti ada di dunia media sosial, kalau untuk positifnya paling kayak semangat buat kontennya ya semangat siap siap buat orang-orang yang mau belajar masak seperti itu.” (Wawancara 15 Mei 2024).

“Sangat banget mendukung apalagi ini positif banget ya jadi mendukung banget.” (Wawancara 15 Mei 2024).



Gambar Respon Pengguna Tiktok di Akun @iniiiimel
Sumber : Screenshot Tiktok

“Kalau komentar negatif sih belum ada ya, kalau komen positif sih banyak banget, misalnya suatu konten aku tuh bisa ternyata bermanfaat ke banyak orang banyak orang dan jadinya banyak yang komen.” (Wawancara 13 Mei 2024).

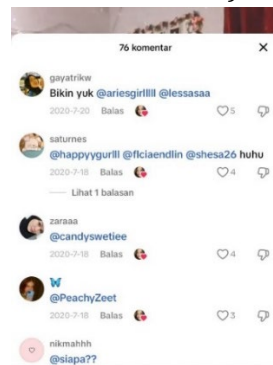
“Mendukung dan benar benar gak ada yang omongan mau keluarga atau temen “ngapain sih bikin konten ini” atau enggak ada sih mereka malah lucu kayak aku buat konten yang di mana itu aku sendiri gitu, jadi aku aktifnya aku.” (Wawancara 13 Mei 2024).



Gambar Respon Pengguna Tiktok di Akun @timtimmy_

Sumber : Screenshot Tiktok

“Untuk komentar negatif sampai sejauh ini sih gak ada tapi untuk komentar positif itu banyak.” (Wawancara 10 Mei 2024).



Gambar Respon Pengguna Tiktok di Akun @pipit_ftrynii

Sumber : Screenshot Tiktok

7. Kepuasan penggunaan aplikasi Tiktok

Aplikasi Tiktok hadir menawarkan fitur – fitur yang menarik untuk penggunaannya. Kemudahan dalam menggunakan dan mengunggah konten – konten yang dibuat untuk rasa kenyamanan bagi para penggunaannya. Banyak sekali fitur – fitur yang mendukung untuk membuat konten seperti musik, template video, dll.

“Aku merasakan kepuasan dan kenyamanan dalam menggunakan Tiktok aja aku, kayak apa yang aku upload di Tiktok gitu aku merasa ada kepuasan dan kenyamanan gitu makanya aku upload konten konten Tik Tok itu kenyamanan aku aja

gitu jadi enggak enggak yang kontennya dipaksa buat nya,” (Wawancara 13 Mei 2024).

8. Mengekspresikan diri di aplikasi Tiktok

Aplikasi Tiktok dijadikan sebagai tempat seseorang dalam mengekspresikan dirinya melalui konten dan mengunggahnya di aplikasi Tiktok, karena aplikasi Tiktok dapat menjangkau banyak orang. Mengekspresikan diri melalui sebuah konten membutuhkan kepercayaan diri yang tidak semua orang bisa.

“Cukup banyak membawa dampak positif untuk diri saya, contohnya bisa mengekspresikan diri mengisi waktu kosong sambil menghibur banyak orang dengan konten konten yang saya buat, Iya, karena dapat mengisi waktu kosong di sela sela kehidupan saya di kesibukan setelah pulang kerja dan mengisi waktu kosong di jam istirahat.” (Wawancara 10 Mei 2024).

9. Sebagai media informasi dan hiburan di aplikasi Tiktok

Selain sebagai eksistensi di media sosial Tiktok untuk eksistensinya sendiri, media sosial Tiktok juga digunakan sebagai media informasi dan hiburan oleh penggunanya.

“Mengisi waktu kosong sambil menghibur banyak orang dengan konten konten yang saya buat, dan tiktok sekarang banyak menjangkau informasi informasi ter up to date dan berita berita yang fenomenal saat ini.” (Wawancara 10 Mei 2024).

10. Strategi mendongkrak eksistensi di aplikasi Tiktok

Memiliki strategi untuk mendongkrak eksistensi diri merupakan cara seseorang agar bisa dikenal oleh banyak orang. Dimana dirinya dapat diketahui dan dikenal oleh orang lain melalui media sosial Tiktok pastinya memerlukan cara agar konten yang diunggah bisa dapat dilihat oleh banyak orang.

“Kalau aku paling dengan cara mengikuti eh yang lagi viral yang lagi sentuhan yang lagi viral terus juga update terus video video yang lagi trending gitu gitu paling itu aja sih dan juga yang paling penting upload setiap hari si itu harus konsisten itu.” (Wawancara 15 Mei 2024).

“Dengan cara mengikuti dan terus update video video tranding atau saya memikirkan bagaimana caranya agar saya menjadi pencetus trend tersebut dan jangan lupa selalu menyematkan hastag yang sedang trending saat itu. ” (Wawancara 10 Mei 2024).

11. Hambatan dalam membuat konten

Dalam membuat konten pastinya ada hambatan tersendiri yang dirasakan bagi setiap penggunanya.

“Kalo hambatan sendiri dalam membuat konten si adalah ya pastinya gitu kalo hambatan untuk itu malas nya edit untuk suatu model video itu seru aja gitu tapi pada saat apa namanya persatu udah mau bikin edit nya itu hambatan banget malas

lah mager lah jadinya mundur lah upload ya ya jadinya gitu sih.” (Wawancara 13 Mei 2024).

1.2 Motif Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Eksistensi Diri

Motif setiap informan dalam menggunakan aplikasi Tiktok juga berbeda – beda, sehingga dapat di kategorikan motif yang melatarbelakangi penggunaan aplikasi Tiktok sebagai berikut :

1. Menunjukkan Bakat / Hobi

Salah satu motif yang melatarbelakangi narasumber dalam menggunakan aplikasi Tiktok yaitu bakat / hobi. Hal ini diungkapkan oleh pemilik akun @iniiiimel sebagai berikut :

“Yang bikin aku melatarbelakangi aku sekarang punya keinginan buat konten di media sosial Tiktok tuh karena aku ngerasa di dalam diri aku tuh ada passion yang kayak buat buat konten yang dimana banyak banget sekarang tuh, eh apa namanya hits di Tiktok gitu ya misalnya, day in my life atau buat outfit of the day atau misalnya buat kaya eh apa namanya ya kaya misalnya buat klip – klip pendek atau misalnya masak – masak.” (Wawancara 13 Mei 2024).

2. Mengisi Waktu Kosong / Hiburan

Pendapat lain yang diungkapkan motif yang melatarbelakangi narasumber dalam menggunakan aplikasi Tiktok yaitu mengisi waktu kosong. Hal ini diungkapkan oleh pemilik akun @pipit_ftrynii sebagai berikut :

“Pada awalnya saya hanya mainkan aplikasi tiktok karna gabut dirumah dikarnakan bekerja pun di lakukan di rumah yang sering di sebut Work From Home waktu itu kasus covid 19 sedang melanda Indonesia pertama kali pada tahun 2020 awalnya saya coba coba namun saya mengupload video pertama itu kali saya alhamdulillah nya video tersebut itu FYP views nya tembus sampai 2jt penonton.” (Wawancara 10 Mei 2024).

3. Meningkatkan Popularitas

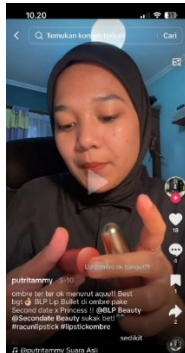
Salah satu juga motif penggunaan media sosial Tiktok adalah sebagai eksistensi diri yang dimana meningkatkan popularitas dirinya agar dilihat dan dikenal oleh orang banyak di media sosial Tiktok. Hal ini diungkapkan oleh pemilik akun @timtimmy_ sebagai berikut :

“Aplikasi TikTok ini bisa kita bisa meningkatkan ekspresi diri kita gitu loh makanya aku bilang meningkatkan eksistensi diri di dalam itu harus dengan hal yang positif hal yang baik.” Dan diungkapkan juga sebagai berikut : “menggunakan TikTok yang aku bilang tadi karena orang merasa jadi bisa viral gitu.” (Wawancara 13 Mei 2024).

4. Menjadi Affiliate / Content Creator

Motif menjadi affiliate / content creator juga diungkapkan oleh pemilik akun @timtimmy_ dalam penggunaan media sosial Tiktok sebagai berikut :

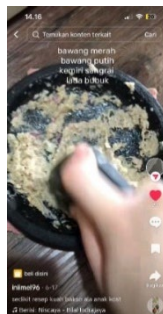
“Menurut aku kayak oh ternyata kita juga bisa menghasilkan menghasilkan uang gitu juga dari TikTok sendiri gitu kalau bisa konsisten terus kontennya kita bikin menarik gitu ya terus aku kalau gak salah kita juga bisa menghasilkan uang juga dari platform tiktok dengan ke produktifan yang kita buat.” (Wawancara 13 Mei 2024).



Gambar Akun @tmtimmy_ Sebagai Creator / Affiliate
Sumber : Screenshot Tiktok

Hal yang sama dapat diungkapkan oleh pemilik akun @iniiiimel dalam penggunaan aplikasi Tiktok sebagai *affiliate / content creator* sebagai berikut :

“Sangat amat merasakan apalagi aku juga daftar sebagai affiliate ya sangat menguntungkan buat aku sendiri karena setiap bikin video aku bisa menambahkan keranjang kuning dan itu bikin keuntungan buat diri aku sendiri seperti itu.” (Wawancara 15 Mei 2024).



Gambar 4.10 Akun @iniiiimel Sebagai Creator / Affiliate
Sumber : Screenshot Tiktok

Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh pemilik akun @pipit_ftrynii dalam penggunaan media sosial Tiktok menjadi *affiliate / content creator* sebagai berikut :

“Selain itu saya bisa mendapatkan peluang lebih di kenal banyak orang melalui media sosial saya dan juga saya mendapatkan penghasilan tambahan lewat tiktok dengan menjadi affiliate program.” (Wawancara 10 Mei 2024).



Gambar 4.11 Akun @pipit_ftrynii Sebagai Creator / Affiliate
Sumber : Screenshot Tiktok

DISKUSI

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, penulis menguraikan temuan penelitian untuk menjawab tujuan penelitian ini. Berdasarkan temuan penelitian ini dalam penggunaan media sosial Tiktok, terutama diantara para karyawan di PT. Bencuan Jaya Indonesia terdapat perbedaan dalam menggunakan media sosial Tiktok sebagai eksistensi diri dan motif yang mendasari penggunaan media sosial Tiktok.

1.1 Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Eksistensi diri

Dalam konteks penggunaan media sosial Tiktok sendiri terdapat perbedaan dalam menggunakannya untuk mengunggah sebuah konten, konten yang dibuatnya. Karyawan tersebut mengunggah konten pribadinya di akun Tiktok mereka masing – masing untuk menunjukkan eksistensinya kepada orang lain. Konten – konten yang di unggah dapat berupa konten memasak sebagai *hobi* nya, konten kegiatan harian mereka, konten *dance*, konten *makeup*, konten yang sedang viral atau tren di Tiktok.

Dalam penelitian yang dilakukan peneliti terhadap informan pemilik akun, informan menjelaskan bahwa mendapatkan komentar positif dan negatif yang sudah pernah dirasakan. Dalam penggunaan media sosial Tiktok juga, pastinya pemilik akun sangat merasa senang apabila konten yang dibuatnya mendapatkan *like* dan komentar, sehingga konten yang dibuatnya dapat dirasakan juga oleh orang melihatnya dan dapat memberikan sebuah informasi atau bermanfaat bagi yang melihatnya. Dengan adanya *like*, tanggapan atau komentar yang didapatkan bisa menjadi sebuah motivasi dalam membuat konten di media sosial Tiktok sebagai eksistensinya.

Dalam pembuatan dan pengunggahan konten di media sosia Tiktok pastinya terdapat sebuah hambatan yaitu seperti waktu yang diperlukan untuk membuat, mengedit konten yang mereka buat, karena dengan kondisi mereka yang sebagai karyawan juga harus bisa membagi waktu antara pekerjaan sebagai karyawan di kantor dan pengguna media sosial Tiktok sebagai eksistensi diri mereka.

Dalam penggunaan media sosial Tiktok sebagai eksistensi diri terdapat faktor yang mempengaruhi eksistensi, salah satunya adalah kebebasan (Schutz, 1991 : 45). Kebebasan sangat penting dalam menemukan eksistensi diri yang memiliki arti

individu memiliki kebebasan untuk memilih bagaimana untuk melakukan sebuah tindakan mengekspresikan diri di media sosial Tiktok. Karyawan dapat mendapatkan keeksistensinya sendiri karena adanya kebebasan sesuai dengan keinginan mereka.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Fenomenologi yang dikembangkan atas dasar pemikiran Alfred Schutz. Schutz sangat menekankan pada konsep intersubjektivitas. Inti dari pandangan Schutz yaitu pemahaman terhadap tindakan merupakan hal yang sangat penting dalam membentuk eksistensi sosial. Schutz (dalam Cresswell, 2016) menjelaskan bahwa Fenomenologi mempelajari bagaimana individu dalam masyarakat menciptakan pemahaman tentang dunia sehari – hari mereka melalui proses kesadaran dalam membangun makna dari interaksi dengan individu lainnya. Dimana dalam penelitian ini mengkaji bagaimana karyawan menggambarkan dunia sehari – hari, mengekspresikan dirinya di media sosial Tiktok sebagai eksistensi diri.

1.2 Motif Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Eksistensi Diri

Berdasarkan hasil temuan penelitian, terdapat dua motif penggunaan media sosial Tiktok berdasarkan pengalaman sadar dan tindakan oleh karyawan PT. Bencuan Jaya Indonesia sesuai dengan pemikiran Schutz sebagai berikut :

1. Because motive

Because motive merupakan sebuah motif tindakan yang melatarbelakangi seseorang melakukan sebuah tindakan. Pasti seseorang saat melakukannya mempunyai alasan dari masa lalu yang mendorongnya untuk melakukan sebuah tindakan tersebut. Dari hasil penelitian yang didapat, bahwa terdapat motif dari masa lalu yang mendorong informan untuk menggunakan media sosial Tiktok sebagai eksistensi diri yaitu dilatarbelakangi dengan alasan ingin menunjukkan bakat / hobi yang dimiliki.

Dari hasil temuan penelitian sebagian karyawan menggunakan media sosial Tiktok sebagai eksistensi diri untuk menunjukkan bakat / hobi seperti memasak, *makeup*, bernyanyi, dan sebagainya. Mengekspresikan diri di media sosial terutama Tiktok pastinya juga membutuhkan kemampuan yang tidak dimiliki oleh banyak orang. Konten – konten yang menarik dan beragam dapat diunggah di Tiktok sehingga dapat dilihat oleh banyak orang dan dapat merasakan pengakuan dari orang lain tentang kemampuan yang dimilikinya.

Selain itu, berdasarkan hasil temuan penelitian terdapat juga motif alasan yang melatarbelakangi karyawan dalam penggunaan media sosial sebagai eksistensi diri yaitu mengisi waktu luang / hiburan. Karyawan di PT. Bencuan Jaya Indonesia mengatakan bahwa alasan menggunakan media sosial Tiktok untuk mengisi waktu luang / hiburan mereka saat mereka tidak ada kegiatan.

2. In order to motive

In order to motive merupakan motif yang tertuju pada tindakan tersebut dimasa yang akan datang. Seseorang melakukan sebuah tindakan pasti memiliki tujuan di masa depan yang ingin dicapai. Berdasarkan hasil temuan penelitian, bahwa terdapat motif tujuan atau *in order to motive* seseorang menggunakan media

sosial Tiktok sebagai eksistensi diri yaitu meningkatkan popularitas di media sosial Tiktok.

Motif yang mendasari tujuannya dalam meningkatkan popularitasnya agar dikenal banyak orang di media sosial Tiktok merupakan tujuan karyawan tersebut menggunakan media sosial Tiktok sebagai eksistensi diri. Dimana orang lain dapat mengetahui dan mengenal tentang dirinya sehingga dapat mempengaruhi penilaian seseorang tentang dirinya. Dengan dirinya dikenal dan diketahui oleh orang banyak, hal tersebut menjadi peluang seseorang untuk mendapatkan keuntungan dari media sosial Tiktok.

Motif tujuan lainnya yang ditemukan dari hasil penelitian adalah ingin menjadi *Affiliate / Content Creator*. Menjadi *content creator / affiliate* merupakan nilai tambah untuk tetap eksis. Membuat konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga dapat memberikan manfaat atau informasi agar dapat menambah jumlah pengikutnya di akun mereka. Selain itu, terdapat juga fitur keranjang kuning. Fitur tersebut sangat dimanfaatkan oleh para *affiliate / content creator* untuk menambahkan sebuah pendapatan dari setiap konten yang mereka buat. Konten yang dibuat dapat sebuah informasi tentang sebuah produk dan penggunaanya dapat menampilkan link atau keranjang kuning. Dengan adanya fitur tersebut karyawan di PT. Bencuan Jaya Indonesia memiliki pendapat lain dari media sosial Tiktok yang dimilikinya.

KESIMPULAN

1. Variasi Penggunaan : Karyawan memiliki cara penggunaan yang berbeda-beda dalam menggunakan Tiktok serta memiliki hambatan dan strategi dalam penggunaan Tiktok seperti manajemen waktu. Hal ini menekankan pentingnya strategi yang efektif untuk mengoptimalkan penggunaan Tiktok sebagai alat eksistensi diri, dan dampak penggunaan Tiktok membuat pengguna untuk menampilkan kreativitas, mengikuti tren, dan menyediakan konten informatif, yang berkontribusi pada pengakuan, kepuasan pribadi, dan peningkatan eksistensi diri.

2. Motif : Karyawan memiliki motif berbeda dalam menggunakan Tiktok. Motif utama terbagi menjadi:

a. *Because Motive*: Untuk menampilkan bakat/hobi dan mengisi waktu luang.

b. *In Order To Motive*: Untuk meningkatkan popularitas dan menjadi *affiliate* atau *content creator*, dengan harapan meningkatkan pengakuan dan pendapatan.

Hal ini dapat memberikan pengakuan orang lain atas dirinya di media sosial Tiktok sehingga Tiktok dapat menjadi sebuah media sosial yang dapat meningkatkan eksistensi diri bagi para penggunaanya.

DAFTAR PUSTAKA

- About Bencuan*. (2022). Desember. <https://bencuan.id/about/>
- Ajeng, D., & Oktavia, R. (2018). *Motif Penggunaan Swafoto Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Dalam Akun Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Foto Swafoto Dalam Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)*. 1-9.
- Aldila Safitri, A., Rahmadhany, A., & Irwansyah, I. (2021). Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 1-9. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>
- Andriani, M. W. (2021). Studi Fenomenologi Motivasi Kebutuhan Penggunaan Tik-Tok Dalam Perkembangan Kematangan Sosial Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Ar-Rahman*, 7(1), 34. <https://doi.org/10.31602/jbkr.v7i1.4217>
- Anjanisari, H. A., Alfani, H., Baturaja, U., & Baturaja, U. (2021). *Jurnal Massa Di Kalangan Mahasiswa Universitas Baturaja The Phenomenon Of Using The Tik Tok Application As Existence Jurnal Massa Volume 02 , Nomor 02 , Desember 2021*. 02, 220-228.
- Annur, C. M. (2023). *Indonesia Punya Pengguna TikTok Terbanyak ke-2 di Dunia*. 22 November. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia>
- Azmi, M., Nugraha, W., Nur, M., Prabowo, B. W., Huda, A. K., Puruhita, T. S., Harir, A. R., Teknik, M., Universitas, I., & Yogyakarta, A. (2019). *Analisis Eksistensi Platform Bukadagang*. 5(3), 219-231.
- Cresswell, J. (2016). *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan campuran*. Edisi Keempat (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Deriyanto, D. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggal Dewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tiktok. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 2, 77-83.
- Di, B., & Palu, K. (2018). *Instagram : Media Sosial Dan Eksistensi Diri Remaja*. 5(3), 1-15.
- Dr. Muhammad Farid. (2018). *Fenomenologi Dalam Penelitian Ilmu Sosial* (M. S. Dr. Muhammad Farid (Ed.)). PrenadaMedia Group.
- Eryc. (2022). The Impact of Tik-Tok Use on Self-Expression by Generation-Z users. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.*, 6(4), 921-927. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v6i4.956>
- Febrina, R. I., Iriany, I. S., & Firdaus, F. S. (2023). Motif Penggunaan Media Sosial Tiktok Bagi Mahasiswa di Kabupaten Garut. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 9(2), 305-322.
- Ferdian, S., Wati, L., & Alamsyah, A. (2023). Analisis Framing Penulisan Pemberitaan Tragedi Kerusakan Stadion Kanjuruhan Malang di Kompas.id. *Social Science Academic*, 1(2), 549-560. <https://doi.org/10.37680/ssa.v1i2.4006>
- Frederick, B., & Krisna Maharani, A. (2021). Eksistensi Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(2), 75-83. <https://www.jurnal-lp2m.um naw.ac.id/index.php/JP2SH/article/view/986>
- Gracela, A., Cerlita, V. N., & Zulfannullah, Z. (2022). Pengaruh Insight Media Sosial Instagram Terhadap Penjualan Produk Online. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan*