

Analisis Fenomenologi Hashtag #tiktokdoyourmagic Terhadap Kesadaran Berbagi di Masyarakat

Alia Soraya¹, Tina Kartika²

Universitas Lampung

Email : ¹Alia90lampung@gmail.com, ²Akitrak76@gmail.com

Keyword :

Tiktok, sharing,
phenomenology

Abstract. This study explored Tiktok's social media which can increase public awareness and context of sharing, which can make the hashtag fyp go viral and get warm discussions from many people, especially Tiktok netizens. This article is written in the context of a large number of social media users who cause bad behavior. Therefore, the aim of this study is to provide an explanation that Tiktok social media can inspire the younger generation to not only provide important but also useful information. This study uses qualitative research methods and phenomenological theory as the basis. Based on the results of this study, the authors suggest that tiktok can be one of the social media that guides positive things to society, not only by helping to provide assistance, but also doing other things that are better to attract media users. Other societies, especially among the younger generation.

Kata kunci :

Tiktok, berbagi,
fenomenologi.

Abstrak. Studi ini mengeksplorasi media sosial Tiktok yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dan konteks berbagi, yang dapat membuat hashtag fyp menjadi viral dan mendapatkan diskusi hangat dari banyak orang, terutama para netizen Tiktok. Artikel ini ditulis dalam konteks sejumlah besar pengguna media sosial yang menyebabkan perilaku buruk. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan penjelasan bahwa media sosial Tiktok dapat menginspirasi generasi muda untuk tidak hanya memberikan informasi yang penting tetapi juga bermanfaat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan teori fenomenologi sebagai landasannya. Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menyarankan agar tiktok dapat menjadi salah satu media sosial yang memandu hal-hal positif kepada masyarakat, tidak hanya dengan membantu memberikan bantuan, tetapi juga melakukan hal-hal lain yang lebih baik untuk menarik pengguna media. Masyarakat lain, terutama di kalangan generasi muda.

DOI :

10.30595/jssh

I. PENDAHULUAN

Globalisasi telah memasuki era baru yang disebut Revolusi Industri 4.0. Klaus (Shwab, 2016) menunjukkan dalam

Revolusi Industri Keempat bahwa dunia telah melalui empat tahapan revolusioner. Revolusi Industri 4.0 sendiri dibangun sekitar tahun 2010 melalui rekayasa cerdas

dan Internet of Things sebagai pilar dari pergerakan dan koneksi manusia dan mesin. terjadi. Revolusi Industri 4.0 secara fundamental telah mengubah cara berpikir, hidup, dan berhubungan manusia satu sama lain. Era ini akan menghancurkan segala macam aktivitas manusia tidak hanya di bidang teknis, tetapi juga di bidang lain, terutama di masyarakat.

Internet merupakan salah satu pilar utama teknologi dalam perkembangan Revolusi Industri. Teknologi berkembang pesat dan memiliki fungsi yang sangat kompleks sehingga memudahkan manusia untuk mengakses atau melakukan suatu aktivitas. Peralatan yang digunakan untuk mengakses Internet juga berkembang sangat pesat. Selain komputer genggam yang sebelumnya dioperasikan secara manual, komputer yang semakin kompleks juga disebut superkomputer, yang kini telah bertransformasi menjadi ponsel pintar. Perkembangan teknologi dan informasi telah membantu mengubah dan memodernisasi kehidupan manusia. Hal ini berdampak pada perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di antara masyarakat di seluruh dunia.

Dulu, komunikasi tatap muka menggunakan perkakas tangan kini sangat mudah. Dengan bantuan komputer dan smartphone, orang dapat berkomunikasi dengan siapapun tanpa harus bertemu langsung. Sejak keberadaan manusia, media selalu menjadi bagian dari keberadaan manusia. Manusia sendiri merupakan media yang dapat menyampaikan informasi dan perasaan melalui bagian tubuh. Kemudian manusia menyadari keterbatasannya, sehingga orang mulai berpikir, sehingga orang mulai memikirkan cara-cara baru untuk menyampaikan informasi, sehingga mereka menemukan media. Media penyampai informasi tersebut juga telah berkembang dari media interpersonal menjadi media sosial.

Selain itu Tiktok banyak memberika informasi berguna seperti tutorial belajar, tutorial masak, hiburan musik, menari, mencari pasangan, membantu orang, jualan, tempat bercerita bahkan informasi informasi tentang pendidikan sudah ada di Tiktok.

Tiktok merupakan salah satu jenis media sosial dan saat ini tidak kalah dengan media sosial lain seperti Twitter dan Instagram. Media sosial ini kembali populer setelah populer pada tahun 2015 karena dianggap "alay". Media sosial Twitter kali ini kembali digunakan oleh para penggunanya, terutama dari kalangan remaja hingga dewasa, karena tren musik yang digunakan dan kreativitas pengguna membuat pengguna baru tiktok puas dengan media sosial tersebut.

Kejadian tersebut bisa saja menjadi fenomena yang viral, seperti menolong orang atau fenomena yang hanya muncul di masa sekarang. Namun informasi yang diberikan harus memiliki nilai yang penting dan menarik. Kepentingan dan daya tarik tentu saja relatif dan membutuhkan intuisi yang terlatih dengan baik. Secara teoritis ada delapan aspek penataan nilai berita, yaitu kebaruan, pengaruh, relevansi, konflik, popularitas, sentimen, ketidakwajaran, dan kedekatan. (Wendratama, 2017, 44) Peristiwa atau tindakan manusia mudah disorot, apalagi jika tindakan tersebut memiliki hal-hal positif atau hal-hal yang perlu ditiru, salah satunya adalah perilaku menolong. Saling membantu adalah tindakan yang sangat terpuji. Tampaknya Tiktok tidak lagi hanya digunakan untuk berbagi cerita dalam bentuk video pertanyaan atau acara pribadi, tetapi media sosial semacam ini juga dapat digunakan untuk saling membantu, dimulai dari hal-hal kecil, seperti ketika warga Tiktok muncul di beranda atau disebut "halaman untuk Anda". Kapanpun, mintalah bantuan mereka. , Suka dan komentar untuk

mewujudkan kepentingan pemilik akun.

Tema yang dipilih sesuai dengan penelitian ini adalah unsur mencari dan memperoleh informasi. Bagaimana informasi ini menjangkau publik yang jauh. Lantas, apakah media sosial Tiktok dapat memengaruhi penggunaannya untuk berbagi informasi? Dalam hal ini masyarakat atau masyarakat awam dapat berbagi informasi tentang peristiwa penting dan menarik yang dibagikan di media sosial (khususnya di media sosial Tiktok). Bagaimana media sosial Tiktok menangkalkan fenomena yang terjadi di dunia maya, karena pemilik akun secara tidak langsung dapat memberikan informasi kepada masyarakat luas melalui media sosial Tiktok tanpa mengetahui hal-hal atau fenomena yang sedang menyebar? Mengapa media sosial Tiktok? Apa arti hashtag "Tiktok melakukan keajaiban"? Lantas bagaimana hubungan media sosial Tiktok dan penggunaannya menyebarkan informasi? Informasi ini tidak hanya sekedar informasi, tetapi juga informasi yang membantu untuk mengambil tindakan tentunya merupakan tindakan yang sangat positif bagi banyak orang.

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah media sosial Tiktok dapat memotivasi penggunaannya untuk membantu sesama? Meski hanya dari video bersama. Lalu, untuk memahami bagaimana pengguna Tiktok beroperasi, tolong bantu dengan menyebarkan informasi yang telah mereka peroleh? Apa yang menjadi ketertarikan para netizen tersebut dalam membagikan informasi yang diterima melalui media sosial Tiktok. Penelitian ini mengadopsi teori fenomenologi. Alasan teori ini adalah bahwa ia mengasumsikan untuk memahami peristiwa dari pengalaman pribadi. Kajian ini akan membahas bagaimana seseorang dapat memberikan informasi kepada orang lain untuk saling

membantu.

Hal ini didasarkan pada fakta bahwa orang yang memberikan informasi ini melihat suatu kejadian instan dan merasa sedih, kemudian memposting informasi tersebut ke khalayak luas dan membagikannya di akun media sosial mereka, sehingga secara tidak langsung itu mengubah acara yang disajikan menjadi pengalaman mereka sendiri. Pengalaman pribadi tersebut adalah sebagai berikut. Izinkan sebagian orang menyebarkan informasi dari akun pribadinya, kemudian menyebarkan informasi tersebut melalui media sosial Tiktok, dan menarik banyak perhatian dari warganet atau netizen lain (terutama media sosial Tiktok).

Kajian proyeksi Bank Dunia yang disusun Marquez dan Dutta (2019) menunjukkan bahwa kesenjangan pembiayaan UHC di 54 negara berpenghasilan rendah serta menengah kebawah dapat direspon dengan menaikkan pajak atau cukai sebesar 50 persen dari tembakau serta minuman ringan dengan kadar gula tinggi. Ini akan menghasilkan potensi tambahan pendapatan sebesar 24,7 miliar dolar AS.

Studi Pustaka dan Kajian Teori

Menurut fenomenologi Husserl, ini adalah kombinasi antara psikologi dan logika. Fenomenologi membangun penjelasan psikologis dan menganalisis jenis aktivitas mental subjektif, pengalaman, dan perilaku sadar. Meski demikian, pemikiran Husserl masih membutuhkan penjelasan lebih lanjut, terutama dalam hal "mode kesengajaan". Awalnya, Husserl mencoba mengembangkan filsafat atau aliran filsafat radikal yang menggali akar pengetahuan dan pengalaman. Hal ini disebabkan ketidakpercayaan pada sekolah positivis. Orang percaya bahwa sekolah positivis

telah gagal menggunakan kesempatan untuk membuat hidup lebih bermakna karena mereka tidak dapat mempertimbangkan masalah nilai dan makna. Fenomenologi melepaskan diri dari subjektivisme, Subjektivisme tidak hanya berfokus pada objek yang terlihat, tetapi juga mencoba menggali makna di balik setiap gejala (Kuswarno, 2009).

Fenomenologi adalah ilmu tentang penampakan (fenomena). Dengan kata lain, semua diskusi tentang sifat dibalik hantu telah dibuang. Ilmu penampakan berarti memahami apa yang tampak dalam pengalaman objek. Tidak ada kesan kurang pengalaman, hanya dengan berfokus pada apa yang Anda lihat dalam pengalaman esensi dapat dinyatakan dengan jelas (Adian, 2010).

Fenomena ini dapat dilihat dari dua perspektif. Pertama, fenomena selalu "menunjuk ke luar" atau berhubungan dengan realitas di luar pikiran. Kedua, fenomena dari sudut pandang kesadaran kita, karena fenomenologi selalu ada dalam kesadaran kita. Karena itu, ketika mengamati fenomena, Anda harus terlebih dahulu mengamati "filter" (rasio) untuk memperoleh kesadaran murni. Donny (2005) menulis bahwa fenomenologi adalah ilmu tentang hakikat kesadaran, ilmu tentang hakikat ideal benda-benda yang berkaitan dengan kesadaran (Habiansyah, 2005).

Teori ini diadopsi karena mengasumsikan bahwa peristiwa harus dipahami berdasarkan pengalaman pribadi. Teori fenomenologi menjelaskan dan mempelajari bentuk pengalaman dari perspektif yang mengalami langsung, serta struktur pengalaman sadar individu yang juga membantu dari pengguna tiktok dan pengguna tiktok lainnya (Amelia, 2019).

Tiktok memanfaatkan celah anak muda energik yang bosan melihat selfie di media sosial seperti Instagram, namun malas

membuat video panjang di YouTube. Waktu perekaman rata-rata video Tiktok adalah 15 detik (Pengguna mahir dapat merekam 60 detik, hingga 3 menit). Tapi saya tetap merekomendasikan 15 detik untuk membiarkan banyak penggemar.

Aplikasi ini memiliki basis massa yang cukup besar, setelah video dimasukkan ke halaman "Untuk Anda" (fyp), video kami akan tersebar di India dan dunia. Tiktok memiliki algoritma misterius untuk menentukan halaman Anda (FYP). "Video into FYP" adalah impian hampir semua orang yang memainkan TikTok. Namun, kuncinya tetaplah membuat konten yang bermanfaat dan kreatif. Untuk membuat video yang menarik, kita bisa menggunakan efek, efek transisi, filter warna, filter estetika, efek suara, atau merekam suara melalui dubbing. Anda juga dapat menambahkan teks dan stiker. Tambahkan judul untuk memberikan judul / judul video dan tag terkait. Jika Anda masih tidak yakin, kami dapat menyimpan video draf sebelum dipublikasikan. Jika Anda telah memposting, Anda perlu mengevaluasi jumlah tampilan, suka, komentar, dan berbagi. Anda harus bersabar pada awalnya, tetapi ketika Anda memiliki FYP, jumlah pengikut dan tampilan akan berlipat ganda.

Tiktok juga memiliki fungsi analisis untuk video dan akun. Di akun analytics, Anda dapat melihat jumlah tampilan video, jumlah pengikut, tampilan profil, video yang sedang tren, dan perubahan harian dalam analisis pengikut hingga orang-orang menonton video tersebut. Pada saat yang sama, di bagian "Analisis Video", Anda dapat melihat jumlah tampilan, jumlah suka, jumlah komentar, jumlah pembagian, dan sumber lalu lintas (persentase tampilan halaman, pengikut, dan profil).

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode observasi, artinya alat pengumpulan data dilakukan dengan mengamati dan mencatat secara sistematis gejala yang sedang diteliti. Dalam pengertian lain, metode observasi atau biasa disebut observasi adalah kegiatan memusatkan perhatian pada objek dengan menggunakan semua panca indera. Lakukan cara ini dengan mengamati langsung objeknya, lalu catat hasil observasi tersebut di kolom komentar. Adapun objek observasi penelitian ini yaitu kesadaran sosial pengguna Tiktok saat melihat postingan dengan tag "Tiktok Do Your Magic".

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini diangkat atas dasar ketertarikan peneliti karena fenomena hashtag "Tiktok do your magic" telah turut membangkitkan aktivitas sosial yang baik bagi pengguna tiktok. Tema ini dapat dikatakan penting karena memiliki tujuan yang positif yaitu untuk menyadarkan kita begitu pentingnya saling peduli dan saling tolong-menolong membantu sesama manusia di sekitar kita, sekalipun kita tidak saling mengenal. Bahkan dengan adanya media sosial, jarak dan waktu bukan menjadi alasan lagi bagi kita untuk saling membantu karena hanya dengan sharing atau menyebarkan informasi mengenai hal untuk tolongmenolong pun kita sudah termasuk membantu orang yang membutuhkan bantuan. Selain itu, pengguna media sosial Tiktok mempunyai alasan utama untuk mengangkat tema ini, karena kebanyakan warga tiktok menggunakan caption #tiktokdoyourmagic tujuannya untuk menolong orang lain karena media sosial Tiktok juga dirasa menguasai kecepatan dalam penyebarannya.

Penulis menghadirkan sebuah peristiwa dimana pengguna tiktok tergerak dalam aktivitas sosial online sehingga banyak orang dapat terbantu, dari penelitian ini penulis memberikan beberapa "Screenshoot" postingan tentang kisah orang-orang yang belum beruntung atau kurang mampu dalam hidupnya.



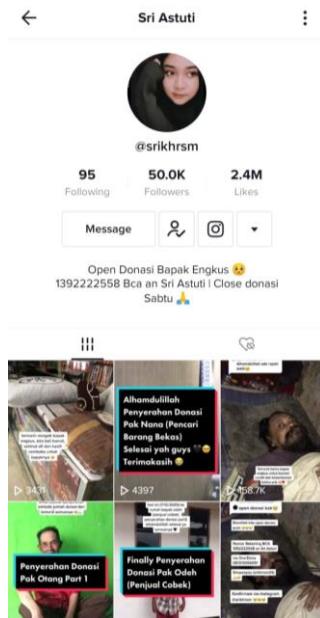
Gambar 1. Screenshoot @ Hoamzz

Postingan video yang diunggah oleh pemilik akun @Hoamzz, melakukan posting tentang seorang lelaki yang sudah lanjut usia yang usianya 83 tahun masih berjuang menjual bubur keliling untuk mencari rezeki untuk keberlangsungan hidup selanjutnya, disini ia menuliskan dengan hashtag TikTok do your Magic hal ini mengundang respon positif kepada pengguna tiktok dan banyak yang tergugah hatinya untuk membantu.

Dalam video ini, diceritakan bahwa seorang lelaki yang sudah lanjut usia berjualan setiap hari dan meminta agar para pengguna tiktok yang melihat lelaki lanjut usia ini untuk membantunya seperti membeli dagangannya, pemilik akun yang mengunggah video tersebut katakan bahwa apabila pengguna tiktok membantu lelaki lanjut usia yang menjual bubur kacang hijau ini maka akan berguna untuk kelangsungan hidupnya ke depan.

Terlihat bahwa lelaki yang sudah lanjut usia ini sudah bungkuk dan sudah saatnya untuk beristirahat di rumah saja ditambah lagi dengan kondisi kulit dan tangannya yang rentan serta keriput. Tujuan dari penggunaan video ini untuk membuat penggunaan Tik Tok dapat berpikir ulang tentang bagaimana perjuangan keras kakek yang telah lanjut usia masih semangat dalam mencari nafkah untuk menghidupi kelangsungan dan kelangsungan hidup keluarganya video ini mengundang rasa syukur dan simpati kepada pengguna tiktok agar dapat lebih memaknai kehidupan dengan saling tolong-menolong.

Video ini telah disukai oleh pengguna Tik Tok sebanyak lebih dari 170 ribu orang yang dan dan komentar hampir tiga ribu orang di mana video ini telah tersebar luas begitu cepatnya. Dengan kurun waktu yaitu satu bulan video ini ini telah oleh banyak orang.



Gambar 2. Screenshot dari akun Sri Astuti

Selain itu ada juga pemilik akun bernama Sri Astuti merupakan pemilik akun yang didalamnya adalah info-info orang yang membutuhkan dan sebagai tangan kanan untuk pengguna tiktok atau netizen tiktok untuk membantu orang-

orang yang membutuhkan melalui Akun tersebut dan disalurkan dengan oleh orang-orang yang membutuhkan yang telah unggah dalam video tersebut. Pemilik akun si Astuti ini memiliki followers terbanyak 50 ribu dan dengan jumlah like yaitu sebanyak 2,4 juta dan 95 following. Hal ini ini telah membuktikan bahwa netizen tiktok sangat memiliki jiwa sosial untuk menolong orang-orang yang membutuhkan. Dari beberapa postingan video oleh pemilik akun Sri Astuti bahwa seluruh postingannya rata-rata telah dilihat lebih dari 10 ribu viewers oleh pengguna tiktok. Artinya saat viewers, like dan comment mencapai lebih dari 500 komentar per minggu-nya maka video tersebut sudah termasuk dalam beranda tiktok atau yang disebut dengan for your page.

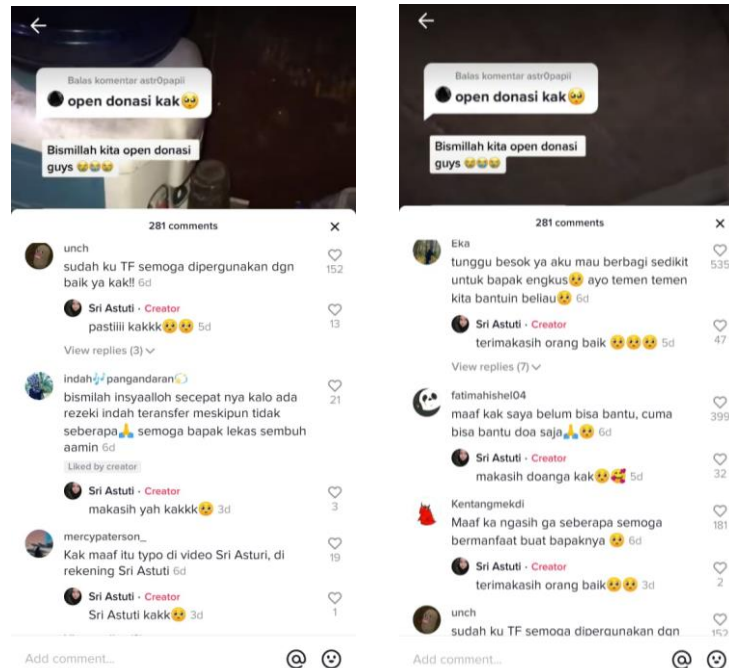


Gambar 3. Screenshot dari akun Sri Astuti

Untuk Penyaluran dana netizen Tik Tok berdonasi melalui pemilik akun tersebut, yang nantinya akan disampaikan kepada orang yang membutuhkan, maka pemilik akun Sri Astuti membuka donasi yang penyalurannya disampaikan secara langsung menuju rekening pribadi dari pemilik akun Sri Astuti dengan menggunakan Bank Swasta yaitu bank BCA. Untuk meyakinkan para pengguna

tiktok bahwa dana yang disalurkan telah digunakan dan disampaikan sebaik mungkin, maka pemilik akun Sri Astuti Mengunggah video berupa jumlah dana yang terkumpul pengalokasian dana yang telah terkumpul hingga dana tersebut sampai kepada tangan orang yang membutuhkan. Pemilik akun Sri Astuti

mengunggah tentang video unggahan tentang penyerahan donasi yang dilakukan secara transparan terhadap penyalurannya secara langsung sebagai bukti pertanggungjawaban oleh pemilik akun Sri Wahyuni kepada netizen tiktok yang telah membantu orang yang membutuhkan.



Gambar 4. Screenhoot komentar dari akun Sri Astuti (Gambar 2)

Banyak netizen Tik Tok yang telah tergerak hatinya Hal ini dapat dibutuhkan melalui kolom komentar. Dalam kolom komentar tersebut banyak respon positif yang muncul Contohnya seperti komentar dari pemilik akun @Ekaa yaitu ia berkata “tunggu besok ya aku mau berbagi sedikit untuk bapak Engkus emoticon sedih ayo teman-teman kita bantu beliau emoticon sedih”. Selain itu ada komentar dari pemilik akun @unch dia mengatakan bahwa “sudah ku TF semoga dipergunakan dengan baik ya kak”. Dan masih banyak lagi contoh komentar-komentar yang positif yang muncul dari para pengguna tiktok untuk tergerak hatinya membantu orang yang lain melalui hashtag #tiktokdoyourmagic tetapi hashtag #tiktokdoyourmagic ini sebenarnya bukan

merupakan hashtag umum untuk membantu orang yang membutuhkan tentang ekonomi, namun orang yang membutuhkan dari segi ekonomi memiliki hashtag yang berbeda-beda setiap postingannya dan berbeda pula setiap akun yang mengunggah video tentang orang yang membutuhkan.

Untuk trennya di kalangan remaja hastag #tiktokdoyourmagic lebih banyak digunakan untuk membantu orang lain mencari orang yang dicari pada unggahan video Akun tersebut, dan juga ga mempertemukan jodoh, orang yang memiliki kembaran, hingga para pengusaha online yang memanfaatkan hashtag #tiktokdoyourmagic sebagai platform untuk mereka memiliki lebih

banyak pelanggan yang kemungkinan untuk membeli produk dagangan mereka.

Data diambil menggunakan metode pengumpulan data fenomenologi. Pada penelitian ini digunakan teknik observasi yang merupakan netizen Tiktok yang menggunakan tagline Tiktok yang fenomenal #tiktokdoyourmagic dan berhasil mendapat perhatian dari netizen lainnya. Kebanyakan niat para netizen ini adalah murni karena mereka ingin membantu sesama dan dengan tujuan yang mulia pula. Namun, meski pendapat yang diperoleh dalam wawancara memiliki pandangan yang berbeda-beda dari sudut pandang masing-masing individu, tentu terdapat alasan tersendiri mengenai sebuah topik atau permasalahan yang ingin diangkat.

IV. KESIMPULAN

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa media sosial tidak hanya berdampak negatif bagi para penggunanya, yaitu Contohnya seperti media sosial tiktok merupakan media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat tidak hanya untuk sebagai ibu tetapi juga sebagai media sosial yang efektif untuk menyebarkan informasi kepada orang yang membutuhkan. Karena kreativitas yang ada pada pengguna Tiktok tersebut, dapat memunculkan #tiktokdoyourmagic. Hashtag ini mampu membuat postingan menjadi viral yang bisa ditonton oleh banyak orang dan masuk ke beranda sehingga bisa #fyp. Dari hasil penelitian bahwa pengguna tiktok menggunakan hashtag ini untuk membantu sesama manusia yang saling membutuhkan. Karena, penggunaan hashtag #tiktokdoyourmagic informasinya bisa terbilang lebih cepat.

Banyak netizen Tik Tok yang mendukung penuh atas aksi yang dilakukan oleh orang-orang yang Mengunggah video menggunakan hastag tiktok do your Magic sehingga orang-orang banyak terbantu Oma bantuan tersebut dilakukan oleh netizen Tik Tok karena murni sebagai keinginan untuk membantu sesama.

DAFTAR PUSTAKA

- Kuswarno, Engkus (2009). Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi; Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian, Bandung: Widya Padjajaran.
- Moleong, Lexy J (2004). Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono (2009). Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta.
- Adian, Donny Gahral, (2010), Pengantar Fenomenologi, Koekoesan, Depok.
- Yuniani, Amelia. (2019). Era Revolusi Industri 4.0: Peran Media Sosial Dalam Proses Pembelajaran Fisika di SMA Aceh: Universitas Samudra
- Prasetyo, Banu. Revolusi Industri 4.0 Dan Tantangan Perubahan Sosial. Surabaya: ITS.
- Habiansyah. (2005). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi.
- Fammy, Nahdah Salsabila. (2020). Fenomena Caption "Twitter, Please Do Your Magic!" Membangkitkan Netizen Untuk Menolong. Jakarta: UPN VETERAN.
- <https://www.kompasiana.com/fpurnomo/5f0708a7d541df4cc6741614/tiktok-do-your-magic> (terakhir diakses, 10 Desember 2020 22.47 WIB).