

INFLUENCER DAN KONTEN BERBAGI DI TIKTOK
(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Konten Berbagi dari Sudut
Pandang Influencer dan Followers Di Tiktok)

SKRIPSI



OLEH :

AHMAD FAHRI HUZAINI

NPM.18043010114

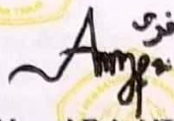
KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL 'VETERAN' JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA

2022

INFLUENCER DAN KONTEN BERBAGI DI TIKTOK

(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Konten Berbagi dari Sudut Pandang Influencer dan Followers Di Tiktok).

Disusun Oleh:



Ahmad Fahri Huzaini
18043010114

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi.

Menyetujui,

PEMBIMBING



Ade Kusuma, S.Sos.M.Med.Kom
NIP 198501082018032001

Mengetahui,

DEKAN FISIP



Dr. Drs. Ee. Gendit Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

INFLUENCER DAN KONTEN BERBAGI DI TIKTOK
(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Konten Berbagi dari Sudut Pandang Influencer dan Followers Di Tiktok).

Oleh:
Ahmad Fahri Huzaini
18043010114


Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 8 Juni 2022

Pembimbing

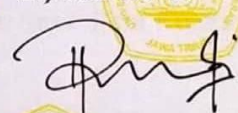

Ade Kusuma, S.Sos, M.Med.Kom
NIP 198501082018032001

Tim Penguji,

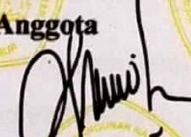
1.) Ketua


Ade Kusuma, S.Sos, M.Med.Kom
NIP 198501082018032001

2.) Sekretaris



Aulia Rahmawati, Ph.D
NPT 3 8904 130340 1

3.) Anggota


Heidy Arviani, S.Sos, M.A
NIP. 198511072018032001

Mengetahui,

DEKAN FISIP


Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“INFLUENCER DAN KONTEN BERBAGI DI TIKTOK (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Konten Berbagi dari Sudut Pandang Influencer dan Followers Di Tiktok) ”** sebagai pemenuhan persyaratan penyelesaian Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penelitian ini memerlukan banyak tenaga maupun pikiran. Peneliti dalam menyelesaikan penelitian tidak sendiri karena banyak dukungan serta doa yang diberikan kepada penulis. Dengan kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jatim.
2. Dr. Yuli Candrasari, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jatim.
3. Ade Kusuma, S.Sos,M.Med.Kom selaku dosen pembimbing skripsi peneliti yang selalu sabar, berpengetahuan dan memberikan dukungan untuk berproses.
4. Bapak Ibu dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu, motivasi serta pembelajaran yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
5. Orang tua dan kakak yang selalu mendukung segala keputusan peneliti dalam menempuh pendidikan dan apa yang dicita-citakan.
7. Rekan atau sohib peneliti sedari SMA (M. Haidzar Islam HF, Barron Atalarik) yang membantu mencari inspirasi, ide-ide, pandangan dan selalu memberikan dukungan untuk peneliti.

8. Rekan peneliti sedari awal ospek (Abizard Sakti, Dwidya Puspa) sebagai rekan dalam perjalanan masa perkuliahan.
9. Rekan tim jalan-jalan yang menemani mencari keceriaan dan kebersamaan (Shulfi, Madia, Sulton, Rijar, Waper, Farih).
10. Keluarga UPN Televisi dan teman-teman angkatan Ilmu Komunikasi 2018, terima kasih atas kebersamaan dan bantuan dalam menjalani proses perkuliahan.
11. Seluruh informan yang membantu peneliti dalam memperoleh data penelitian.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan, untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan penelitian skripsi penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan khususnya bagi peneliti.

Surabaya, 22 Juni 2022

Peneliti
A. Fahri Huzain

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAKSI	1
BAB I.....	3
PENDAHULUAN	3
1.1 Latar Belakang Masalah.....	3
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.1. Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	19
2.2 Landasan Teori.....	21
2.2.1. New Media	21
2.2.2. Media Sosial.....	25
2.2.3. TikTok sebagai media dalam konten berbagi	28
2.2.4. Budaya Populer di era digital	32
2.2.5. Influencer	33
2.2.6. Personal Social Responsibility.....	37
2.2.7. Deskriptif Kualitatif	39
2.3 Kerangka Berfikir.....	41
BAB III	42
METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian.....	43

3.3	Definisi konseptual.....	44
3.3.1.	Influencer	45
3.3.2.	Konten Berbagi	45
3.4	Subjek dan Objek Penelitian	45
3.5	Unit Analisis.....	46
3.6	Teknik Penentuan Informan	46
3.7	Teknik Pengumpulan Data	48
3.7.1.	Data Primer	48
3.7.2.	Data Sekunder	51
3.8	Teknik Analisis Data	52
BAB IV	54
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	54
4.1.1	Gambaran Akun Nurrohmanadi di Tiktok.....	54
4.1.2	Gambaran Akun Windi Wijaya di Tiktok.....	55
4.1.3	Gambaran Umum “Konten Berbagi” di Media Tiktok.....	56
4.2	Identitas Informan	57
4.2.1.	Informan Pertama.....	57
4.2.2.	Informan kedua	58
4.2.3.	Informan ketiga	58
4.2.4.	Informan keempat	59
4.2.5.	Informan kelima	59
4.3	Penyajian Data dan Analisis Data	59
4.3.1	Konten Berbagi di Media Tiktok	60
4.3.2	Tren Berbagi dan Influencer	70
4.3.3	Kegiatan Konten Berbagi Influencer dan Personal Social Responsibility.....	85
4.4	Pembahasan.....	99
BAB V	113
5.1	Kesimpulan	113
5.2	Saran.....	115
LAMPIRAN	117
Lampiran	Guide Interview Informan	117
Lampiran	Transkrip Wawancara Informan	120
DAFTAR PUSTAKA	153

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.1. Perbedaan Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2.3.2 Kerangka Berfikir	41
Tabel 4.2.3. Identitas Informan	57
Tabel 4.3.4 Data dan deskripsi postingan akun @nurrohmanaadi April 2022.....	92
Tabel 4.3.5 Data dan deskripsi postingan @windiwijayaa bulan April 2022.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Hasil pencarian kata kunci ‘berbagi’ di Media TikTok.	66
Gambar 4.2. Kegiatan berbagi di Media TikTok oleh akun @nurrohmanadi	68
Gambar 4.3. Salah satungan postingan tren berbagi oleh akun @steven.stenlyy	69
Gambar 4.4. Postingan tren berbagi di Media TikTok oleh akun @windiwijayaa.....	67
Gambar 4.5. Postingan mengenai kakek yang rumahnya roboh oleh akun @windiwijayaa	70
Gambar 4.6. Profil akun @nurrohmanadi di media Tiktok	74
Gambar 4.7. Salah satu postingan akun @nurrohmanadi tentang penjual bakpau.....	75
Gambar 4.8. Gambaran Konten berbagi di media Tiktok.....	106

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Guide Interview Informan Influencer	117
Lampiran 2. Guide Interview Informan Followers	118
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Informan 1	120
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Informan 2	128
Lampiran 5. Transkrip Wawancara Informan 3	138
Lampiran 6. Transkrip Wawancara Informan 4	145
Lampiran 7. Transkrip Wawancara Informan 5	148

ABSTRAKSI

INFLUENCER DAN KONTEN BERBAGI DI TIKTOK

(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Konten Berbagi dari Sudut Pandang Influencer dan Followers Di Tiktok).

Konten berbagi merupakan salah satu tren yang muncul di era digital saat ini melalui social media. Kegiatan dari tren berbagi ini digambarkan melalui kegiatan berbagi rezeki, berbagi kepada kebahagiaan pada orang-orang yang dilakukan berbagai kalangan, dipelopori oleh seorang yang berpengaruh yaitu influencer kepada para pengguna, konten berbagi ini diposting melalui social media, salah satunya media Tiktok. Konten berbagi ramai dibicarakan di media Tiktok dan sering masuk fyp (four your page). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan observasi, wawancara, dan metode pengumpulan data studi kepustakaan. Peneliti mewawancarai influencer yang dianggap berpengaruh dalam konten berbagi ini yaitu pada akun Tiktok @nurrohmanadi dan @windiwijayaa dan peneliti juga mewawancarai followers untuk mengetahui bagaimana pendapat mengenai konten berbagi yang dilakukan oleh para influencer tersebut. Studi ini menunjukkan bahwa konten berbagi melalui media Tiktok menjadi suatu tayangan yang disukai orang-orang untuk mendapatkan inspirasi, membuat perasaan positif dan bisa merasakan kebermanfaatan dari tayangan tersebut. Dari tayangan tersebut berdampak pada diri mereka seperti tergerak untuk ikut membantu dan membagikan informasi donasi untuk orang yang membutuhkan. Peran Influencer juga menjadi hal yang penting untuk penyaluran donasi dan menyampaikan pesan berbagi agar bisa tersampaikan dengan baik untuk bisa menginspirasi orang lain dan berbagi kebaikan. Dari konten berbagi yang dilakukan oleh influencer di media Tiktok, diketahui juga terdapat potensi untuk eksploitasi kemiskinan melalui konten berbagi melalui intensitas postingan dan penggambaran orang yang membutuhkan. Dan juga terdapat temuan mengenai hubungan personal social responsibility melalui kegiatan berbagi yang dilakukan oleh salah satu influencer.

Kata Kunci : Konten, Berbagi, Influencer, TikTok, Sosial.

ABSTRACT

Sharing content is one of the emerging trends in today's digital era through social media. The activities of this sharing trend are described through activities of sharing sustenance, sharing happiness with people carried out by various groups, spearheaded by an influential person, namely an influencer to users, this sharing content is posted through social media, one of which is Tiktok media. Shared

content is widely discussed on Tiktok media and is often entered on fyp (four your page). This study uses a qualitative descriptive approach and observations, interviews, and literature study data collection methods. Researchers interviewed influencers who are considered influential in sharing content, namely on the Tiktok accounts @nurrohmanadi and @windiwijayaa and researchers also interviewed followers to find out how they felt about sharing content made by these influencers. This study shows that content sharing through the Tiktok media is a show that people like to get inspired, create positive feelings and can feel the benefits of the show. From these impressions, they were moved to help and share donation information for people in need. The role of Influencers is also important for channeling donations and conveying sharing messages so that they can be conveyed properly to inspire others and share goodness. From the content shared by influencers on Tiktok media, it is also known that there is potential for exploitation of poverty through sharing content through the intensity of postings and depictions of people in need. And there are also findings regarding the relationship of personal social responsibility through sharing activities carried out by one of the influencers.

Keywords: Content, Sharing, Influencer, TikTok, Social.