

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Temuan dari analisis menunjukkan bahwa popularitas di TikTok tidak muncul secara acak. Popularitas yang terjadi terbentuk melalui gabungan antara kreativitas kreator, partisipasi audiens, dan struktur algoritmik *platform*. Video *SOFAREMIX 2024* menunjukkan bahwa konten viral tidak hanya bersifat informatif atau menghibur, tetapi juga merepresentasikan siapa yang dianggap relevan dalam wacana publik digital. Figur-figur seperti Kak Kev, Mursid, Bagas Dribble, Kak Gem hingga fenomena seperti “peringatan darurat” menunjukkan bahwa mikroselebriti dan narasi-narasi populer dibangun dari proses interaksi kolektif, pengulangan simbolik, dan pengaruh kuat dari sistem distribusi visibilitas yang dimiliki TikTok.

Peran TikTok tidak sebatas sebagai media sosial biasa, melainkan sebagai institusi yang turut mengatur nilai dan perhatian publik. *Platform* ini menciptakan medan sosial baru di mana relasi kuasa bekerja secara halus melalui algoritma dan gagasan bahwa siapa pun bisa berhasil asal cukup kreatif dan konsisten. Meskipun tampak memberi ruang bagi semua orang, dalam praktiknya TikTok juga memperpanjang kekuasaan media arus utama, memungkinkan kapitalisme media tetap bertahan melalui kerja digital para pengguna. Keseluruhan dinamika ini menunjukkan bahwa popularitas digital adalah hasil dari konstruksi sosial dan

teknologis yang kompleks, dan TikTok adalah salah satu aktor utama dalam membentuk lanskap tersebut di era sekarang.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dan analisis dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan baik untuk pengembangan kajian akademik selanjutnya maupun untuk pihak-pihak yang terlibat dalam ekosistem media digital.

1) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena popularitas di media sosial tidak hanya bergantung pada kreator atau isi konten, tetapi juga pada struktur teknologi platform dan dinamika sosial penggunaannya. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian berikutnya dapat lebih memperluas objek kajian, misalnya dengan membandingkan antara platform (TikTok, Instagram, YouTube Shorts) atau menggali lebih dalam aspek ekonomi digital seperti monetisasi, agensi kreator, dan kerja digital (digital labour) yang lebih terukur. Penggunaan pendekatan multidisipliner seperti media studies, sosiologi digital, atau ekonomi politik media juga dapat memperkaya analisis.

2) Bagi Kreator Konten dan Pengguna Media Sosial

Melalui hasil analisis, dapat dipahami bahwa keterlibatan audiens dan algoritma sangat berperan dalam membentuk popularitas. Para kreator disarankan untuk memahami dinamika tersebut secara kritis bahwa popularitas bukan semata-mata soal kreativitas, tetapi juga bagaimana memanfaatkan sistem distribusi dan tren sosial secara strategis. Di sisi lain, pengguna media sosial juga perlu

menyadari bahwa keterlibatan mereka (dalam bentuk komentar, share, atau duplikasi konten) bukan hanya bersifat pasif atau hiburan, tetapi merupakan bagian dari ekosistem produksi budaya yang lebih besar.

3) Bagi Institusi Pendidikan dan Pemerintah

Melihat pengaruh besar TikTok dalam membentuk opini, nilai, dan identitas digital generasi muda, penting bagi institusi pendidikan untuk mulai memperkenalkan literasi media yang lebih kontekstual dengan fenomena media sosial saat ini. Pemerintah dan pembuat kebijakan juga perlu mempertimbangkan ruang media sosial sebagai bagian dari ruang publik digital yang memerlukan perhatian dalam hal regulasi algoritma, transparansi platform, serta perlindungan terhadap kerja digital pengguna agar tercipta ekosistem yang lebih adil dan berkelanjutan.

