



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Harap Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

No. 6795/KOM-D/SD-S1/2024

ANALISIS KONTEN TIKTOK @SASHFIR PADA *LIFESTYLE* GENERASI Z (STUDI DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2020 UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU)



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

VERLIYANI ARISTA

NIM.12040322809

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2024**

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

ANALISIS KONTEN TIKTOK @SASHFIR PADA LIFESTYLE GENERASI Z (STUDI DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2020 UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU)

Disusun oleh :

VERLIYANI ARISTA
NIM. 12040322809

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 27 Mei 2024

Mengetahui
Pembimbing



Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 19691118 199603 2 001

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 00



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Verliyani Arista
NIM : 12040322809
Judul : Analisis Konten Tiktok @Sashfir Pada Lifestyle Generasi Z (Studi Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Uin Sultan Syarif Kasim Riau)

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 19 Juni 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 24 Juni 2024

Dekan,

Prof. Imron Rosidi, S.Pd, MA., Ph.D
NIP.19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua Penguji I,

Dr. Toni Hartono, S.Ag, M.Si
NIP. 19780605 200701 1 024

Penguji III,

Julis Suriani, S.Sos.M.I.Kom
NIK/130 417 019

Sekretaris/ Penguji II,

Mustafa, S.Sos., M.I.Kom
NIP.19810816 202321 1 012

Penguji IV,

Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc. Sc
NIP. 19761212 200312 1 004

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : VERLIYANI ARISTA
NIM : 12040322809
Judul : ANALISIS TERPAAN KONTEN TIKTOK TERHADAP LIFESTYLE
GENERASI Z (STUDI DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
ANGKATAN 2020 UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU)

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 6 Desember 2023

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 6 Desember 2023

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Dr. Nurdin, M.A.
NIP. 19660620 200604 1 015

Penguji II,

Rusyda Fauzana, M.A.
NIP. 19840504 201903 2 011

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Verliyani Arista

NIM : 12040322809

Tempat/ Tgl. Lahir : Bukittinggi, 22 Maret 2002

Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* :

**Analisis Konten Tiktok @Sashfir Pada Lifestyle Generasi Z
(Studi Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Uin Sultan
Syarif Kasim Riau)**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 3 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Verliyani Arista

NIM : 12040322809

**pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 26 Mei 2024

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : VERLIYANI ARISTA

NIM : 12040322809

Judul Skripsi : "ANALISIS KONTEN TIKTOK @SASHFIR PADA LIFESTYLE GENERASI Z (STUDI DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2020 UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU)"

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,

Dra. Atjih Sukaesih, M. Si
NIP. 19691118 199603 2 001

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

ABSTRAK

Nama : Verliyani Arista
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian : Analisis Konten TikTok @Sashfir Pada *Lifestyle* Generasi Z (Studi Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UIN Suska Riau).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Fenomena yang sedang terjadi saat ini sangat dipengaruhi oleh adanya teknologi informasi dan media *online*. Semakin berkembangnya media *online*, semakin memudahkan masyarakat dalam mengakses apapun termasuk tren *fashion* dan *lifestyle* saat ini. Dari situlah muncul sebuah kebutuhan untuk tampil *up to date* mengikuti gaya tren *fashion* terbaru. Salah satu *content creator* yang aktif dalam mengupload *fashion lifestyle* nya di TikTok adalah Sashfir merupakan salah satu konten kreator yang sedang ramai dibicarakan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif serta pendekatan analisis resepsi. Analisis resepsi berkaitan dengan studi mengenai makna, produksi serta pengalaman Khalayak akan kaitannya berinteraksi melalui teks media. Peneliti melakukan wawancara dengan informan dan mengategorikan interpretasi mereka ke dalam tiga posisi dalam analisis resepsi, yaitu Dominan, Negosiasi, dan Oposisi. Dalam penelitian ini *audiens* diwakili oleh 10 (sepuluh) informan yang memiliki latar belakang yang berbeda serta mengetahui dan pernah menonton konten Sashfir di TikTok. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat 4 informan berada pada posisi Dominan. Dan 6 Informan berada pada posisi negosiasi. Setelah menganalisis hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa posisi pembacaan Khalayak berada pada posisi Negosiasi. Kemudian diikuti dengan posisi Dominan terhadap konten TikTok Sashfir. Dalam penelitian ini, tidak ada informan yang berada pada posisi oposisi.

Kata Kunci : Analisis Resepsi, Konten, TikTok, Sashfir, *Lifestyle*



- Hal-hal yang Diingat Undang-Undang.
 1. Mencegah dan mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Verliyani Arista
Study Program : Communication Science
Title of Research : Content Analysis of TikTok @Sashfir on Lifestyle Generation Z (Study Among Communication Science Students Communication Science Students Class of 2020 UIN Suska Riau).

This research is motivated by the phenomenon that is currently happening is strongly influenced by information technology and online media. The development of online media makes it easier for people to access anything including current fashion and lifestyle trends. From there, a need arises to look up to date following the latest fashion trends. One of the content creators who is active in uploading his fashion lifestyle on TikTok is Sashfir, who is one of the content creators who is being discussed. In this study, researchers used qualitative research with a descriptive research type and a reception analysis approach. Reception analysis deals with the study of the meaning, production and experience of audiences in relation to interacting through media texts. The researcher conducted interviews with informants and categorized their interpretations into three positions in reception analysis, namely Dominant, Negotiated, and Oppositional. In this study, the audience is represented by 10 (ten) informants who have different backgrounds and know and have watched Sashfir's content on TikTok. Based on the research conducted, there are 4 informants in the Dominant position. And 6 informants are in a negotiation position. After analyzing the results of the study, it can be concluded that the audience's reading position is in the Negotiation position. Then followed by the Dominant position towards Sashfir's TikTok content. In this study, there are no informants who are in the opposition position.

Keywords: Reception Analysis, Content, TikTok, Sashfir, Lifestyle

KATA PENGANTAR



- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga menjadi sumber kekuatan utama bagi penulis untuk menuliskan huruf demi huruf dalam skripsi ini. Sholawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada sulihauladana umat manusia yakni Nabi Muhammad Shallahu Alaihi Wasallam yang telah membawa umat manusia keluar dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan menjadi contoh dengan berakhlak mulia.

Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul "**Analisis Konten Tiktok @Sashfir pada Lifestyle Generasi Z**" penulisan skripsi ini diperuntukkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Broadcasting, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Teristimewa kepada orang tua Ayahanda M.Nijar dan Ibunda Misnar yang telah merawat, membesarkan, membimbing, dan selalu memberikan semangat dengan penuh pengorbanan baik secara moril maupun materil serta kepada kakak dan abang, yang selalu memberikan doa yang tiada putusnya untuk penulis dapat mewujudkan cita-cita penulis hingga menjadi seorang sarjana. Pengorbanan kedua orang tua dengan kesabaran, ketabahan, kasih sayang, doa serta dukungan untuk keberhasilan penulis hingga saat ini, untuk itu skripsi ini dipersembahkan untuk kedua orang tua yang penulis sayangi.

Dalam penulisan Skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kelemahan dan kekurangan yang disebabkan keterbatasan dan pengalaman penulis. Namun banyak pihak yang mendorong dan memberikan motivasi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati dan penuh dengan rasa hormat penulis mengucapkan kepada :

Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc.,Ph.D selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku PLT Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Bapak Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku pembimbing dalam menyelesaikan skripsi ini, yang telah mengajarkan dan membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik.
12. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si, selaku Penasehat Akademik peneliti selama proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
13. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas ilmu yang Bapak dan Ibu berikan, semoga menjadi bekal bagi penulis dan menjadi ladang pahala bagi Bapak dan Ibu sekalian.
14. Kepada seluruh informan yang telah memberikan izin untuk penulis melakukan penelitian serta kesediaannya meluangkan waktu untuk penelitian ini.
15. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, Papa dan Mama yang telah banyak sekali memberikan dukungan, doa, cinta kasih, materi dan segalanya kepada penulis. Terimakasih untuk segala hal luar biasa yang mungkin tidak mampu penulis jabarkan satu persatu dengan kata-kata dan mungkin juga tidak bisa penulis ganti. Dan maaf jika penulis belum bisa menjadi anak yang berbakti.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

16. Untuk kak eet, kak egi dan bang nicky, terimakasih telah memberikan support, dukungan, materi dan doa dan segala bentuk dukungan kepada penulis, maaf jika penulis belum bisa menjadi adik yang sempurna.
17. Kepada roommate tercinta Gina yang selalu senantiasa menemani penulis di segala suka dan duka, selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis. Terimakasih untuk Gina yang tak terhingga semoga kita sukses ya.
18. Kepada sahabat-sahabat tercinta Annurul, Yola, Hani yang memberikan kebahagiaan dan juga dukungan, motivasi dan canda tawa dalam pengerjaan skripsi ini kalian luar biasa.
19. Kepada teman-teman yang telah berproses bersama selama perkuliahan, Yolan, Wulan, dan Tasya, berbagai pengalaman yang telah kita lalui. Teruntuk kepada Yolanda terimakasih telah selalu setia menemani penulis bimbingan kesana kemari dan memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikannya sampai akhir.
20. Untuk sahabat-sahabat ku yang terpisah jarak Fadila, Cici, Febby dan Emily. Terimakasih telah selalu memberikan motivasi, semoga persahabatan kita awet selamanya.
21. Terakhir, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada diri sendiri dan bangga karena telah berusaha hingga akhirnya bisa sampai pada tahap ini. We give blood, sweat and tears for this. Terimakasih telah berjuang, bertahan, kuat dan percaya kepada diri sendiri. Mari kita lanjutkan perjuangan selanjutnya.

Penulis sangat menyadari penuh bahwa dalam skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran membangun agar peneliti bisa memperbaikinya untuk lebih sempurna kedepannya. Semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat dan berguna untuk banyak pihak.

Pekanbaru, 27 Mei 2024
Penulis

VERLIYANI ARISTA
NIM.12040322809



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Kegunaan Penelitian	8
1.7 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Analisis	15
2.2.2 Konten	16
2.2.3 Media Sosial	17
2.2.4 Tiktok	21
2.2.5 Lifestyle	24
2.2.6 Generasi Z	26
2.2.7 Teori Resepsi	28
2.3 Konsep Operasional	30
2.4 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian	33
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.3 Sumber Data Penelitian	34
3.4 Informan Penelitian	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37



1. Dilengkapi dengan daftar pustaka dan lampiran.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

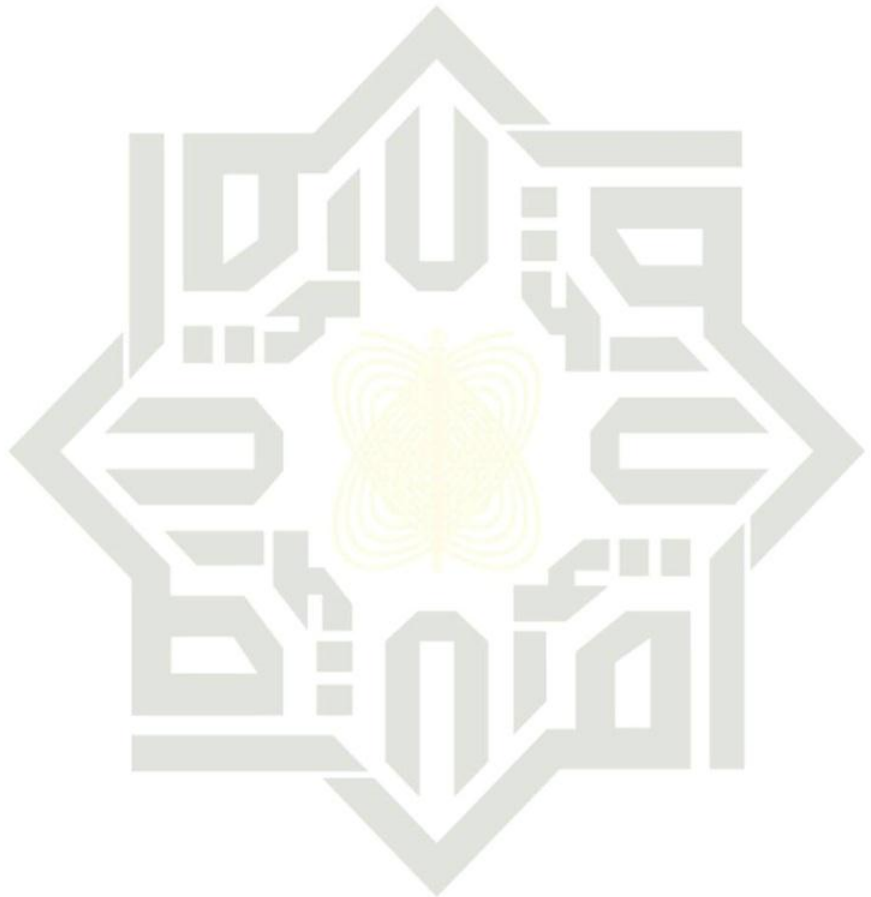
3.6	Validitas Data.....	38
3.7	Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV GAMBARAN UMUM.....		40
4.1	Gambaran Umum Tiktok	40
4.2	Profil Sashfir	43
4.3	Gambaran Umum TikTok @Sashfir	44
4.4	Gambaran Umum Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau	55
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA		58
5.1	Hasil Penelitian	59
5.1.1	Analisis Konten Tiktok @Sashfir.....	59
5.1.2	Pemaknaan khalayak mengenai Konten TikTok Sashfir.....	66
5.1.2.1	Pengetahuan Tentang Konten TikTok Sashfir	66
5.1.2.2	Pemaknaan khalayak tentang <i>lifestyle</i>	68
5.1.2.3	Pemaknaan khalayak terhadap konten TikTok Sashfir pada Lifestyle Generasi Z.....	71
5.2	Pembahasan	74
BAB VI PENUTUP		79
6.1	Kesimpulan.....	79
6.2	Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data dan Tren Pengguna Internet dan media sosial pada tahun	1
Gambar 1.2	Data penggunaan aplikasi TikTok di Indonesia	4
Gambar 1.3	Profil akun @Sashfir	6
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1	Logo TikTok.....	42
Gambar 4.2	Profil TikTok @Sashfir	44
Gambar 4.3	Konten video tiktok @Sashfir	45
Gambar 4.4	Konten Video TikTok @Sashfir.....	46
Gambar 4.5	Konten video tiktok @Sashfir	47
Gambar 4.6	Konten video tiktok @Sashfir	48
Gambar 4.7	Konten video tiktok @Sashfir	49
Gambar 4.8	Konten video tiktok @Sashfir	50
Gambar 4.9	Konten video tiktok @Sashfir	51
Gambar 4.10	Konten video tiktok @Sashfir	52
Gambar 4.11	Konten video tiktok @Sashfir	53
Gambar 4.12	Konten video tiktok @Sashfir	54
Gambar 4.13	Logo Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau	55
Gambar 5.1	Konten Outfit Of The Day.....	59
Gambar 5.2	Konten Tutorial Hijab.....	61
Gambar 5.3	Konten Make Up	62
Gambar 5.4	Konten Bantu Pilih Frame Kacamata Baru	63
Gambar 5.5	Konten Photoshoot Lafiye edisi warna terbaru skiv rou dan skiv tie.....	65

DAFTAR TABEL

Table 3.1	Informan Penelitian.....	35
-----------	--------------------------	----



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diliindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

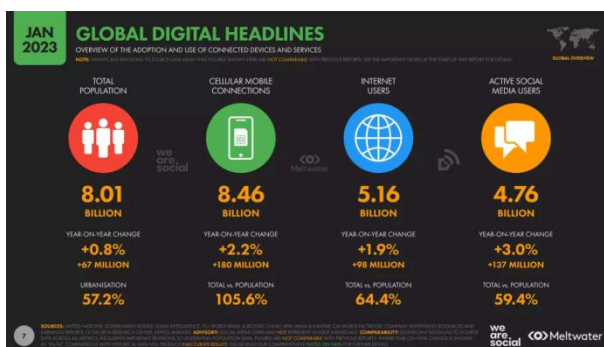


BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin maju dan juga disertai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang turut berkembang. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menjadikan internet sebagai alat komunikasi utama yang diminati oleh masyarakat. Penggunaan internet di Indonesia memiliki beberapa alasan yaitu, sebanyak 80,1% menggunakan internet untuk menemukan informasi, 72,9% menggunakan internet untuk menemukan ide-ide baru dan inspirasi, 68,5% menggunakan internet untuk berhubungan dengan teman dan keluarga, 63,4% menggunakan internet untuk mengisi waktu luang, 61,4% menggunakan internet untuk mengikuti berita dan kejadian terkini, dan 58,8% menggunakan internet untuk menonton video, tv, dan film.¹

Indonesia merupakan negara dengan jumlah terbesar di dunia, semakin mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam penggunaan teknologi digital. Data terbaru yang diterbitkan oleh Datareportal.com pada laporan “Digital 2023 Indonesia” menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat secara signifikan, dan diperkirakan akan terus berkembang hingga mencapai 215 juta pengguna pada tahun 2023.



Gambar 1. 1 Data dan Tren Pengguna Internet dan media sosial pada tahun
Sumber: Datareportal.com

Total Populasi (jumlah penduduk): 8,01 Milyar (naik 67 juta jiwa atau 0,8% dari tahun 2022). Perangkat mobile yang terhubung: 8,46 milyar (naik 180 juta atau 2,2% dari tahun 2022). Pengguna Internet: 5,16 milyar (naik 98 juta atau 1,9% dari tahun 2022). Pengguna Media Sosial Aktif: 4,76 milyar

¹Yovita Nathania and Diana Amalia, “Analisis Penerimaan Generasi Z Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Dalam Konten ‘How Much I Spend In A Day’ Pada Akun TikTok @Skincareans,” *JIIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 9 (September 2, 2023): 6817–25, <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i9.2830>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(naik 137 juta atau 3% dari tahun 2022). (sumber : weare.social dan hootsuite).²

Perkembangan media saat ini mempunyai pengaruh terhadap kehidupan bermasyarakat untuk saling berkomunikasi dan terhubung. Salah satu jenis perkembangan dari media komunikasi yang cukup pesat adalah media sosial. Fungsi utama dari media sosial adalah untuk memudahkan orang atau khalayak untuk berkomunikasi tanpa batas ruang dan waktu dalam memberikan informasi dari belahan dunia manapun. Saat ini banyak berbagai media sosial dengan berbagai karakter dan kelebihan masing-masing, seperti Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, LinkedIn, Google+ dan lain sebagainya.³

Media sosial saat ini digunakan kebanyakan mahasiswa untuk melepas lelah dari tugas yang menumpuk. Tak hanya itu, biasanya mereka menjadikan media sosial sebagai pelarian agar terhindar dari stress. Mereka bisa mencurahkan ekspresi dan keseharian mereka melalui media sosial. Kebanyakan mahasiswa menggunakan platform TikTok karena banyak fitur yang dapat digunakan di aplikasi ini. Mereka bisa mendapatkan informasi berita terbaru, referensi gaya hidup, tempat jual beli produk sehari hari, serta sebagai tempat mengikuti kegiatan yang sedang ngetren saat ini. Melihat dari hal tersebut, pastinya TikTok memiliki dampak baik dan buruk bagi mahasiswa. TikTok dapat mempengaruhi seseorang untuk mengikuti gaya hidup yang sedang ngetrend di kalangan gen Z.⁴

Munculnya TikTok sebagai salah satu media sosial yang paling sering digunakan cukup mengejutkan. Sebab, TikTok belum lama beredar di masyarakat, tepatnya pada 2016. TikTok merupakan aplikasi jejaring sosial dengan menampilkan konten berdurasi 15-60 detik. Dalam video tersebut, dapat dimasukkan musik sebagai pelengkap sehingga video tersebut mendapat perhatian khalayak. Aplikasi TikTok awalnya dianggap tidak elegan karena diperuntukkan bagi orang-orang yang ingin berjoget ria.

²“Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2023 | Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara/Fasilitator Digital Marketing, Internet Marketing, SEO, Technopreneur Dan Bisnis Digital,” accessed February 17, 2024, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>.

³Nathania and Amalia, “Analisis Penerimaan Generasi Z Terhadap Gaya Hidup Hedonis di Dalam Konten ‘How Much I Spend In A Day’ Pada Akun TikTok @Skincareans.”

⁴Zuhairina Firdaus et al., “Pengaruh Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa PGSD Universitas Muria Kudus,” *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENDIDIKAN, BAHASA, SASTRA, SENI, DAN BUDAYA* 2, no. 2 (November 22, 2023): 70–79, <https://doi.org/10.55606/mateandrau.v2i2.1408>.



Namun pada perkembangannya, pengguna TikTok banyak juga memanfaatkan aplikasi ini sebagai media Edukasi dan Aktivisme Gen Z.⁵

Generasi Z adalah generasi yang dari lahir berinteraksi dengan kemajuan teknologi. Pengasuhan mereka bahkan banyak dibantu oleh teknologi dan internet. Terlahir antara tahun 1995 sampai 2012, mereka tidak sempat merasakan kehidupan tanpa teknologi dan internet. Keberadaan teknologi dan internet menjadi elemen penting dari kehidupan dan keseharian mereka. Bagi Generasi Z teknologi dan internet merupakan sesuatu hal yang harus ada, bukan merupakan sebuah inovasi seperti pandangan generasi lainnya. Kemajuan teknologi dan pesatnya arus informasi melalui internet telah mempengaruhi kehidupan Generasi Z. Mereka terbiasa berkomunikasi dengan menggunakan gadget yang mereka miliki, melihat informasi tentang berbagai hal dari dunia luar melalui internet, bermain game dan bahkan berbelanja melalui satu benda yang ada di dalam genggamannya yaitu smartphone (gadget).⁶

TikTok saat ini menjadi tempat bagi para *content creator* untuk menciptakan beragam video, mulai dari video tutorial masak, *dancer cover*, *beauty and fashion*, *lifestyle*, rekomendasi barang, hingga konten edukasi kesehatan dan pendidikan. TikTok lebih disukai oleh Generasi Z karena karakteristik TikTok yang belum pernah dimiliki oleh media sosial lainnya, seperti video yang diunduh oleh TikTok memiliki “*watermark*” sebagai nama pengguna akun TikTok untuk membedakannya dari aplikasi lain. Aplikasi TikTok ini tidak dikonsumsi oleh Gen Z hanya untuk hiburan semata melainkan sebagai tanda bahwa menggunakan aplikasi TikTok ini akan disebut sebagai anak yang kekinian.⁷

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁵ Ramdani Bur, Fitria Ayuningtyas, and Munadhil Abdul Muqsith, “Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Informasi Baru Generasi Z,” *Jurnal Komunikasi Nusantara* 5, no. 2 (December 7, 2023): 189–98, <https://doi.org/10.33366/jkn.v5i2.260>.

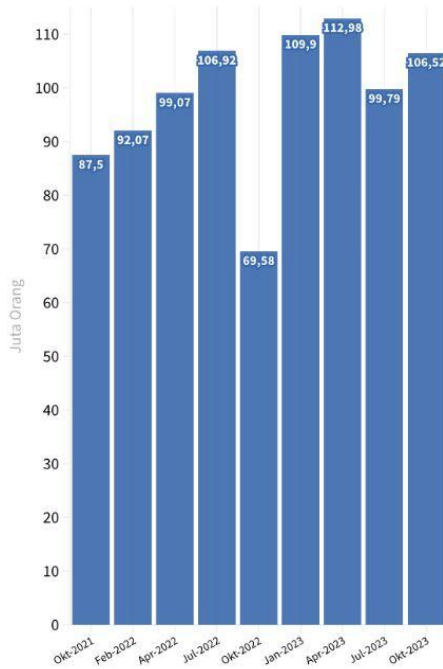
⁶ Lasti Yossi Hastini, Rahmi Fahmi, and Hendra Lukito, “Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi Dapat Meningkatkan Literasi Manusia Pada Generasi Z Di Indonesia?,” *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)* 10, no. 1 (February 11, 2020): 12–28, <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>.

⁷ Nathania and Amalia, “Analisis Penerimaan Generasi Z Terhadap Gaya Hidup Hedonis Dalam Konten ‘How Much I Spend In A Day’ Pada Akun TikTok @Skincareans.”



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



Gambar 1. 2 Data penggunaan aplikasi TikTok di Indonesia
sumber : we are social

Aplikasi TikTok merupakan aplikasi media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat berusia 18 tahun ke atas, seperti mahasiswa, dan rata-rata sebagian besar orang berusia 18 tahun ke atas memiliki akun TikTok. Hal ini didukung oleh data Datareportal.com yang menunjukkan rata-rata usia pengguna aplikasi TikTok di Indonesia adalah 18 tahun ke atas dengan persentase sebesar 51,1%. Aplikasi TikTok tidak memiliki batasan waktu dan ruang sehingga dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa aplikasi TikTok memberikan pengaruh yang besar terhadap kehidupan masyarakat, terutama gaya hidup mereka.⁸

Fenomena yang sedang terjadi saat ini sangat dipengaruhi oleh adanya teknologi informasi dan media *online*. Semakin berkembangnya media *online* saat ini, semakin memudahkan masyarakat dalam mengakses apapun termasuk tren *fashion* dan *lifestyle* saat ini. Dari situlah muncul sebuah kebutuhan untuk tampil *up to date* mengikuti gaya tren *fashion* terbaru.⁹

⁸ Siti Cholilah Sinaga and Mailin Mailin, "Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Perubahan Gaya Hidup dan Pola Pikir Masyarakat di Silau Bayu Kecamatan Gunung Maligas," *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 17, no. 5 (September 24, 2023): 3426, <https://doi.org/10.35931/aq.v17i5.2744>.

⁹ Muchammad Saifuddin and Ni'matur Rahmayanti, "Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di Thriftshop Online Instagram," *Cakrawala Management Business Journal* 4, no. 2 (2021): 847–68. Hal 849



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gaya hidup berubah seiring dengan majunya teknologi dan Tiktok merupakan aplikasi yang sangat mendukung perubahan gaya hidup yang sangat berkaitan erat dengan perubahan jaman dan teknologi. Tiktok sangat mendukung melakukan segala aktifitas yang mempengaruhi gaya hidup baik di media sosial maupun dalam keadaan nyatanya.¹⁰ Gaya hidup tidak terlepas dari hal gaya berbusana yang dimana mendukung untuk seseorang terus menerus mengikuti perubahan gaya busana yang ada agar menjadikan seseorang tersebut untuk selalu *up to date* terhadap *fashion*.¹¹

Fashion adalah salah satu industri di mana pemasaran *influencer* telah dipertimbangkan secara luas dalam beberapa tahun terakhir. *Fashion influencer* adalah kepribadian dengan pengikut dalam jumlah besar di media sosial yang menghasilkan konten *fashion* dan memiliki kekuatan untuk membujuk opini pengikut dan perilaku pembelian.¹²

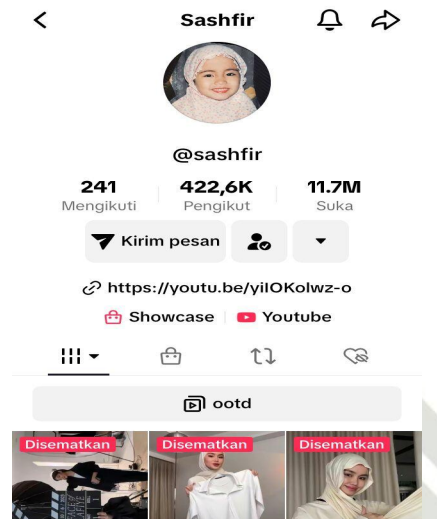
Salah satu *content creator* yang aktif dalam mengupload *fashion lifestyle*nya di TikTok adalah Fira Assegaf atau yang dikenal Sashfir merupakan salah satu konten kreator yang sedang ramai di perbincangkan. Sashfir adalah seorang *influencer* di media sosial dan juga *content creator* yang memiliki 422,6 ribu pengikut dan jumlah like 11,7 juta di TikTok. Sashfir adalah seorang yang modis dan dia adalah panutan bagi para hijabers Indonesia yang ingin tampil trendi. Hal ini karena Fira selalu berpakaian rapi dan mengunggah apa yang dia kenakan untuk menginspirasi orang lain. Fira juga merupakan pemilik dari brand Lafiyee yang merupakan *clothing line* dengan gaya minimalis yang mengadaptasi *fashion style* ala Malaysia. Sashfir adalah sosok yang diikuti oleh para wanita Indonesia untuk meningkatkan penampilan mereka.¹³

Firdaus et al., "Pengaruh Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa PGSD Universitas Muria Kudus."

Alliza Nur Shadrina, Muhammad Anwar Fathoni, and Tati Handayani, "PENGARUH TREND FASHION, GAYA HIDUP, DAN BRAND IMAGE TERHADAP PREFERENSI FASHION HIJAB," *Journal of Islamic Economics (JoIE)* 1, no. 2 (December 8, 2021), <https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3224>.

Firda Dwi Rahmawati and Tirton Nefianto, "Analisis Fashion Influencer Berkontribusi Dalam Purchase Intention Konsumen Tiktokshop," *Dinamika Publik: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Bisnis* 1, no. 4 (September 11, 2023): 132–51, <https://doi.org/10.59061/dinamikapublik.v1i4.425>.

"Top 10 Female Indonesian Influencers in 2024," accessed February 17, 2024, <https://www.insg.co/en/female-influencers-indonesia/>.



Gambar 1.3 Profil akun @Sashfir

Sumber: Akun TikTok @Sashfir

Awal mula Sashfir menggunakan aplikasi TikTok yaitu pada tahun 2020. Sejak saat itu Firaal mulai aktif mengupload videonya ke TikTok. Firaal merupakan *Lifestyle* Tiktokers karena konten-konten yang diunggahnya merupakan konten tentang tutorial makeup, tutorial hijabnya, ootd atau pakaian apa yang akan dikenakannya dan juga membagikan kegiatan sehari-harinya.

Interaksi yang terjadi pada postingan akun Sashfir banyak orang tertarik untuk meniru bagaimana cara dia berpakaian dari konten yang diunggahnya. Dalam sebuah konten, *audience* atau khalayak memiliki latar belakang yang berbeda. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti resepsi khalayak terhadap konten Sashfir, yaitu bagaimana khalayak memaknai *lifestyle fashion* yang ditampilkan dalam konten TikTok @Sashfir.

Resepsi khalayak merupakan pemberian makna khalayak dalam konten tersebut. Dalam penggunaan analisis resepsi khalayak ini, nanti akan mengacu pada pesan yang disampaikan melalui media yang dapat diinterpretasikan secara berbeda oleh individu yang menerimanya. Karena memiliki latar belakang yang berbeda-beda dari penerimaan pesan tersebut. Sehingga pesan tersebut ditangkap dan dapat ditafsirkan secara berbeda oleh khalayak. Untuk memperoleh reaksi penerimaan, pemahaman dan interpretasi *audience*, peneliti akan melakukan wawancara mendalam kepada informan agar memperoleh jawaban dari permasalahan penelitian.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Konten TikTok @Sashfir pada Lifestyle Generasi Z”. Karena peneliti melihat gaya hidup mahasiswa yang lebih banyak dipengaruhi oleh

media sosial Tiktok yang dijadikan kebutuhan oleh para mahasiswa bukan lagi sebagai hiburan atau alat komunikasi saja tetapi lebih dari itu. Dan peneliti menjadikan Mahasiswi Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau sebagai subjek penelitian karena sesuai dengan riset penggunaan Media sosial TikTok di Indonesia di dominasi oleh Generasi Z dengan rentang usia 16-24 Tahun. Dan tentu saja hal ini sesuai dengan usia mahasiswi di UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Penegasan Istilah

1. Analisis

Analisis adalah upaya sistematis untuk mempelajari tentang pokok persoalan penelitian dengan memilah atau menguraikan komponen informasi yang telah dikumpulkan kedalam unit-unit analisis¹⁴. Dalam KBBI analisis adalah penyelidikan terhadap sebuah peristiwa seperti karangan, perbuatan dan sebagainya untuk mengetahui kejadian yang sebenarnya. Dalam konteks penelitian ini analisis dimaksud adalah melakukan penyelidikan terhadap akun tiktok @Sashfir.

2. Konten

Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan dan lain-lain (Simarmata 2011). Menurut KBBI, konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik.

3. Tiktok

Tiktok adalah aplikasi pembuatan video kreatif yang dibuat pada September 2016 oleh perusahaan bernama ByteDance yang berasal dari Tiongkok, China. TikTok mulai viral pada tahun 2018 di Indonesia, dan bahkan terpilih menjadi aplikasi terbaik di *Google Play Store*¹⁵.

4. Lifestyle

Lifestyle adalah adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Menurut Minor dan Mowen (2002), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana

Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2008).hal 70

Dwi Putri Robiatul Adawiyah, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang," *Jurnal Komunikasi* 14, no. 2 (October 23, 2020): 139-48, <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>.

membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu.¹⁶
© Fokus penelitian pada lifestyle ini yaitu cara berpakaian.

5. Generasi Z

Generasi Z Menurut Penelitian Stillman (2017) mengemukakan generasi Z adalah generasi kerja terbaru, lahir antara tahun 1995 sampai 2012, disebut juga generasi net atau generasi internet. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan Generasi Z di Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2020.

3. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti generasi Z pada mahasiswa jurusan ilmu komunikasi angkatan 2020 di UIN Suska Riau.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Analisis Konten Tiktok @Sashfir pada Lifestyle Generasi Z Pada Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau angkatan 2020?”

5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis Konten Tiktok @Sashfir pada Lifestyle Generasi Z Pada Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau angkatan 2020?”

6. Kegunaan Penelitian

Penulis semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan memiliki manfaat baik secara teoretis maupun praktis.

Manfaat Teoritis

Sebagai sumbangsih dari segi akademik bagi perkembangan khususnya Ilmu Komunikasi dan Ilmu Media Sosial. Persyaratan penulis sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi. Dapat memberikan referensi dan masukan bagi mahasiswa, dosen dan civitas akademika.

¹⁶ Metha Nilarisma Dewi, “Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle), Harga, Promosi Terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (Destination) Studi Kasus Pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya,” *Jurnal Strategi Pemasaran* (Journal:eArticle, Universitas Kristen Petra, 2015), <https://www.neliti.com/id/publications/134538/>.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang.
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Manfaat praktis

Sebagai sumbangsih pemikiran dan pertimbangan bagi mahasiswa Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau untuk memahami penggunaan aplikasi tiktok dan bagaimana pengaruhnya terhadap penggunaan aplikasi tersebut serta dapat memberikan wawasan tentang perilaku dan sikap demografis ini. Bukan untuk membuat keributan tentang diri kita sendiri. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak lain yang melakukan penelitian serupa.

Sistematika Penulisan

Sistem penulisan yang diusulkan dalam penyusunan skripsi ini adalah untuk memberikan gambaran pokok permasalahan yang tercakup dalam uraian singkat setiap bab. Sistematika penulis ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori yang mendasari pembahasan secara detail dan digunakan sebagai dasar untuk menganalisis, turunan hasil-hasil penelitian terdahulu, dan informasi lain yang membentuk kerangka teori yang berguna dalam penyusunan penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode yang dipilih untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang ada, populasi dan sampel, data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, dan pengukurannya, analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Menjelaskan gambaran umum lokasi penelitian.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB VI: PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran dan keterbatasan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Peneliti tidak menemukan penelitian yang berjudul sama dengan judul penulis. Namun penulis dalam memperbanyak beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu berupa jurnal terkait penelitian yang dilakukan penulis.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rizka Fadhilatil Ummi, Anang Anas Azhar dan Abdul Rasyid yang berjudul¹⁷ **“Analisis Isi Konten Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Kekinian Di Instagram @Fuji_An”**

Penelitian ini membahas tentang bagaimana hasil dari konten gaya hidup remaja dalam mengimitasi budaya kekinian di Instagram. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perubahan gaya hidup remaja dalam mengimitasi budaya kekinian di Instagram apakah berdampak positif atau negatif. Penelitian ini menggunakan teori analisis konten dan menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu wawancara mendalam dan observasi dengan remaja didesa Bandar Setia yang terdiri dari 10 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan. Remaja di desa Bandar Setia dalam mengimitasi budaya kekinian di Instagram dilakukan secukupnya saja. Budaya tersebut juga lebih menghasilkan dampak positif bagi mereka seperti terlihat rapi dan menarik untuk dilihat.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Yohana Noni Bulele dan Tony Wibowo yang berjudul¹⁸ **“Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok”**

Penelitian ini bertujuan terungkap memberikan informasi mengenai aplikasi yang sedang diminati oleh banyak anak muda, terutama kaum milenial, dan manfaat yang diperoleh dari penggunaannya yaitu aplikasi

¹⁷“Analisis Isi Konten Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Kekinian Di Instagram @Fuji_An | Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu,” October 26, 2023, <https://gudangjurnal.com/index.php/gjmi/article/view/113>.

¹⁸Yohana Noni Bulele, “ANALISIS FENOMENA SOSIAL MEDIA DAN KAUM MILENIAL: STUDI KASUS TIKTOK,” *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology* 1, no. 1 (November 11, 2020): 565–72.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TikTok. Metode penelitian yang digunakan studi pustaka dan wawancara, serta meta analisis digunakan untuk melakukan analisis secara komprehensif terhadap beberapa analisis dari berbagai hasil penelitian mengenai topik yang telah dipilih dan mempermudah proses penelitian. Hasil penelitian ini mengemukakan sebuah informasi mengenai manfaat aplikasi TikTok yang bisa dirasakan tidak hanya bagi anak muda tetapi juga semua kalangan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ilfiyasari dan Ruth Mei Ulina Malau yang berjudul¹⁹ **“Analisis Resepsi Viewers Mengenai Konten Gaya Hidup Konsumtif Pada Kanal Youtube Rans Entertainment”**

Penelitian ini menganalisis bagaimana pemaknaan viewers mengenai unsur gaya hidup konsumtif pada kanal YouTube Rans Entertainment. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis resepsi dari Stuart Hall. Analisis resepsi khalayak yaitu memahami proses dalam penciptaan makna (making meaning process) yang dilakukan oleh khalayak saat mengkonsumsi media. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui posisi khalayak menurut tiga posisi pembacaan milik Stuart Hall terhadap konten gaya hidup konsumtif dalam kanal YouTube Rans Entertainment. Penelitian ini didukung dengan teori encoding-decoding Stuart Hall. Teori encoding-decoding adalah proses khalayak dalam mengkonsumsi dan memproduksi makna dalam proses penerimaan mengenai konten media massa yang telah dikonsumsinya.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Miranda Febriyana Sari, M.Ali Wafa, M.Agus Humaidi yang berjudul²⁰ **“Mahasiswa Sebagai Digital Native Yang Menggunakan Media Sosial Tiktok Menjadi Gaya Hidup”**

Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui dampak media sosial tiktok terhadap gaya hidup mahasiswa sebagai digital native. 2) untuk mengetahui hal yang melatar belakangi mahasiswa menjadikan media sosial Tiktok sebagai gaya hidup. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik yang digunakan dalam penelitian adalah observasi dan wawancara yang dilakukan secara daring (online) karena

¹⁹ Ilfiyasari Ilfiyasari and Ruth Mei Ulina Malau, “Analisis Resepsi Viewers Mengenai Konten Gaya Hidup Konsumtif Pada Kanal Youtube Rans Entertainment,” *eProceedings of Management* 8, no. 2 (2021), <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/viewFile/14832/14609>.

²⁰ Miranda Febriyana Sari, “Mahasiswa Sebagai Digital Native Yang Menggunakan Media Sosial Tiktok Menjadi Gaya Hidup” (PhD Thesis, Universitas Islam Kalimantan MAB, 2020), <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/3432/>.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian dilakukan ditengah adanya pandemi covid. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai generasi digital native sangat merasakan dampak penggunaan media sosial TikTok dalam mempengaruhi gaya hidup. Generasi ini khususnya mahasiswa merasakan kekurangan, kelebihan, dampak positif dan negative saat menggunakan media sosial TikTok dalam mengikuti ataupun memenuhi gaya hidup.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Ramdani Bur, Fitria Ayuningtyas dan Munadhil Abdul Muqsith²¹ yang berjudul **“Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Informasi Baru Generasi Z”** Penelitian ini ingin bertujuan untuk mengetahui bagaimana TikTok menjadi media Informatif kalangan Generasi Z. Era Informasi, teknologi dan internet mempermudah orang melakukan pencarian informasi. Berbagi informasi begitu mudah di akses melalui website ataupun berbagai platfom media sosial. Salah satu rising star yang meningkat penggunaannya adalah Aplikasi TikTok. Dalam penelitian peneliti ini menjelaskan bagaimana fenomena penggunaan aplikasi TikTok sebagai media informasi baru Generasi Z di studi kasusnya di Kelurahan Lagoa, Jakarta Utara. Metode penelitian adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukan TikTok muncul menjadi media informasi baru yang populer di kalangan masyarakat, dengan pengguna yang memanfaatkannya untuk berbagi pengetahuan, wawasan, dan informasi dalam berbagai bidang. Aplikasi TikTok memberikan dampak yang sangat tinggi kepada masyarakat. Sangat tinggi yang dimaksud dalam penelitian ini, informasi yang didapat dari aplikasi TikTok membuat masyarakat yakin untuk bertindak setelah terpapar sebuah informasi yang menarik menurut mereka.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Yovita Nathania dan Diana Amalia yang berjudul²² **“Analisis Penerimaan Generasi Z Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Dalam Konten “How Much I Spend In A Day” Pada Akun Tiktok @Skincareans”** Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerimaan anak muda generasi Z terhadap gaya hidup

²¹ Ramdani Bur, Fitria Ayuningtyas, and Munadhil Abdul Muqsith, “Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Informasi Baru Generasi Z,” *Jurnal Komunikasi Nusantara* 5, no. 2 (2023): 189–98.

²² Nathania and Amalia, “Analisis Penerimaan Generasi Z Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Dalam Konten ‘How Much I Spend In A Day’ Pada Akun TikTok @Skincareans.”(2023).



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hedonisme dalam konten “*How Much I Spend In a Day*” pada akun TikTok @skincareans. Pada tayangan video ini *content creator* TikTok menunjukkan aktivitas kesehariannya dan juga menyertakan bukti nota atas pembelian lengkap dengan nominal yang dikeluarkan pada satu hari tersebut. Hal ini menarik untuk diteliti untuk mengetahui bagaimana anak muda generasi z khususnya perempuan memaknai pesan yang ada dalam tayangan video tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi analisis resepsi. Jumlah informan sebanyak 8 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dari *Focus Group Discussion (FGD)* dan *In Dept Interview* (wawancara mendalam). Penelitian ini menggunakan teori encoding-decoding Stuart Hall yang mana pembuat pesan menciptakan pesan dengan makna tertentu yang diharapkan dapat diterima oleh khalayak namun khayalak dapat memaknai pesan tersebut sesuai dengan pengalaman mereka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan penerimaan diantara para informan. Penerimaan anak muda generasi Z terhadap gaya hidup hedonisme dalam konten “*How Much I Spend In a Day*” pada akun TikTok @skincareans memiliki pemaknaan yang berbeda-beda. Aspek-aspek yang disajikan dalam video tersebut tidak sepenuhnya disetujui oleh para informan. Interpretasi tersebut berasal dari pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh dari kehidupan sehari-hari.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Florentina Fahriza Kusuma, Ido Prijana Hadi, & Daniel Budiana²³ yang berjudul “**Analisis Resepsi Khalayak Mengenai Konten ‘This Trap’ Pada Akun Tiktok @Eunicetjoaa**”. Penelitian ini menggali lebih dalam penerimaan khalayak mengenai konten *thirst trap* akun TikTok @eunicetjoaa menggunakan metode analisis resepsi. Metode yang digunakan adalah analisis resepsi, dengan memilih informan/narasumber sebagai sumber data utama dalam penelitian ini. Unit analisis dalam penelitian skripsi ini adalah individu yang menonton video *thirst trap* pada akun media sosial TikTok @eunicetjoaa. Video TikTok yang ditonton oleh narasumber adalah video-video yang memiliki unsur *thirst trap* di dalamnya. Adapun konsep-konsep utama yang dipakai yaitu konsep resepsi, media sosial, dan *thirst trap*. Alasan konsep-konsep tersebut yang dipilih adalah karena fokus tujuan dari penelitian ini ialah mencari penerimaan/resepsi khalayak mengenai konten *thirst trap* pada suatu media sosial.

Florentina Fahriza Kusuma, Ido Prijana Hadi, and Daniel Budiana, “Analisis Resepsi Khalayak Mengenai Konten ‘Thirst Trap’ pada Akun TikTok @eunicetjoaa” 10 (2022).



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Shevina Alana Devanty dan Ririn Puspita Tutiasri yang berjudul²⁴ **“TikTok Sebagai Media Pengungkapan Diri Melalui Konten ‘He Is A 10 But Dan She Is A 10 But’”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis resepsi khalayak terhadap pengungkapan diri pada konten *“He is a 10 but”* dan *“She is a 10 but”* yang ada pada media sosial TikTok. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Proses pengumpulan data dilakukan melalui kegiatan wawancara secara mendalam (*In-depth Interview*). Pencarian informan dilakukan melalui kolom komentar unggahan *“He is a 10 but”* dan *“She is a 10 but”* di TikTok. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa pengungkapan diri yang dilakukan pembuat konten melalui konten TikTok berupa penyampaian opini dan pengalaman yang dimiliki individu, memberikan penilaian terhadap lawan jenis, dan menyampaikan terkait nilai atau idealisasi tertentu yang dimiliki.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Humaira Kamilah, Yanto Dan Sapta Sari yang berjudul²⁵ **“Fenomena Gaya Hidup Ala Selebgram Pada Mahasiswa Di Instagram”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya hidup Selebgram (Selebriti di Instagram) pada mahasiswa di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan penelitian ini menggunakan teori klasifikasi gaya hidup menurut David Chaney (2007), yang terdiri dari beberapa gaya hidup yaitu, *lifestyle industry* iklan gaya hidup, hubungan masyarakat dan jurnalisme gaya hidup, gaya hidup independen dan gaya hidup hedonis *lifestyle*. Penelitian ini dilakukan dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan studi dokumentasi. teknik pengumpulan data. Subjek dalam penelitian ini adalah 5 orang mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Dyva Claretta, Alfinatul Fauziah, Amalia Nurul Hikmah, dan Novenda Bunga Aziizah yang berjudul²⁶ **“Analisis Resepsi Mahasiswa Tentang Konten Dalam Akun Tiktok @Rizkyrn_”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana

Shevina Alana Devanty and Ririn Puspita Tutiasri, “TikTok sebagai Media Pengungkapan Diri melalui Konten ‘He is a 10 But’ dan ‘She is a 10 But,’” *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 7 (July 2, 2023): 4973–79, <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i7.2388>.

Humaira Kamilah and Sapta Sari, “FENOMENA GAYA HIDUP ALA SELEBGRAM PADA MAHASISWA DI INSTAGRAM,” 2020.

Dyva Claretta et al., “ANALISIS RESEPSI MAHASISWA TENTANG KONTEN DALAM AKUN TIKTOK @rizkyrn_,” *Jurnal Socia Logica* 1, no. 2 (December 8, 2022): 52–60, <https://doi.org/10.572349/socialogica.v1i2.147>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penerimaan yang diperoleh penonton mengenai konten yang membawa nama baik UPN “Veteran” Jawa Timur pada akun tiktok @rizkyrn_. Metode penelitian kualitatif dan studi analisis resepsi teori encoding-decoding milik Stuart Hall digunakan dalam penelitian ini, yang bisa membantu peneliti dalam menganalisis perbedaan penerimaan pemaknaan informan terhadap konten dari akun TikTok @rizkyrn_. Dalam mengumpulkan data dilakukan 2 teknik, yakni wawancara mendalam serta dokumentasi. Hasil penelitian ini membuktikan adanya perbedaan penerimaan pemaknaan informan dalam memahami video tersebut. Sebanyak 2 informan masuk ke dalam posisi dominant hegemonic yaitu mengakui, menerima serta setuju secara penuh terhadap isi konten, 4 informan lain berada di kategori negotiated reading yaitu menyetujui dan menerima isi konten tetapi dengan beberapa hal yang perlu dipertimbangkan, serta tidak ada informan yang menempati posisi oppositional reading, yaitu menolak secara penuh isi konten tersebut.

2 Landasan Teori

2.2.1 Analisis

Menurut Sugiyono (2019) analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain yang dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain.²⁷

Soejadi (1997:107) mendefinisikan analisis sebagai berikut: Analisis adalah rangkaian kegiatan berpikir logis, rasional, sistematis, dan objektif melalui penerapan metodologi atau teknik ilmiah, untuk menghasilkan kajian, kajian, pemaparan, rincian, pemecahan suatu objek atau sasaran. untuk tampil sebagai salah satu putaran lengkap komponen menjadi sub-komponen yang lebih kecil.²⁸

The Liang Gie (1989: 26) menjelaskan analisis sebagai berikut: Analisis adalah keseluruhan perubahan pikiran yang mengkaji keseluruhan persuasi, paragraf-paragraf bagian-bagian suatu putaran untuk mengetahui apa ciri-ciri setiap bagian, ciri-cirinya. Hubungan satu sama lain dan paralel mereka secara keseluruhan. Pada awal penyelenggaraan analisis, beliau mengatakan bahwa jelas dalam pengertian analisis logis (analisis dengan

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2019, n.d.).

²⁸ Soejadi, *Analisis Manajemen Modern* (Jakarta: Haji Masagung, 1997).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berpikir menurut logika) untuk membedakan dengan analisis dalam ilmu alam atau kimia (analisis fisika atau kimia).²⁹

Dapat disimpulkan dari pemaparan diatas bahwa analisis adalah rangkaian suatu proses menguraikan, mencari dan menyusun secara sistematis data atau informasi yang diperoleh dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang dibutuhkan dan membuat kesimpulan, sehingga menghasilkan sebuah pemaparan atau rincian yang mudah dipahami.

2.2.2 Konten

Konten atau isi adalah sesuatu yang dianggap esensial di era digital ini. Konten diasumsikan sebagai “manusia” yang berbicara kepada target konsumen mengenai sebuah produk yang dipasarkan. Sementara itu platform media seperti *blog*, *social-media*, *online video*, dan lainnya berperan sebagai alat distribusi konten itu sendiri.³⁰

Berikut ini jenis-jenis konten media *online*. Secara garis besar, konten media *online* terdiri dari teks, gambar (visual), suara (audio).

a. Teks

Teks yaitu konten berupa tulisan yang berisi ulasan, kajian, analisis, deskripsi, definisi, pengertian.

b. Gambar

Ada ungkapan satu gambar bernilai 1000 kata (*a picture is worth a thousand words*). Instagram populer karena mewajibkan status update berupa foto atau video. Konten gambar paling disukai pengguna media sosial.

c. Infografis

Infografis adalah representasi visual informasi, data atau ilmu pengetahuan secara grafis. Grafik ini memperlihatkan informasi rumit dengan singkat dan jelas, seperti pada papan, peta, jurnalisme, penulisan teknis, dan pendidikan.

d. Meme

Meme adalah gambar lucu berisi sindiran atau kritik. Meme sangat populer di kalangan pengguna internet yang lebih muda. Meme sering berupa video dan gambar dengan teks lucu yang biasanya menjadi viral.

²⁹ The Liang Gie, *Pengantar Ilmu Administrasi Manajemen* (Jakarta : Gunung agung: Ensiklopedia Administrasi, 1998).

³⁰ REZKI DJUNAID, “PENERAPAN SINEMATOGRAFI DALAM KONTEN YOUTUBE PADA CHANNEL ADRIAN WARDHANA,” accessed February 20, 2024, <https://coe.ac.uk/download/pdf/287062134.pdf>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Video

Video, Cenderung berdurasi beberapa menit, memungkinkan penjelasan singkat tentang apa pun yang ingin dijelaskan oleh videografer. Ini bisa berdasarkan humor atau pembelajaran, dan sangat bagus untuk dinikmati semua orang

f. Podcast

Biasanya tersedia dalam seri tempat Anda dapat berlangganan, mereka adalah file audio yang tersedia untuk didengarkan.

g. Tautan, link

Cara yang dapat diakses bagi pembaca untuk menjangkau situs / blog lain yang Anda sukai atau rekomendasikan.

h. Game

Setiap orang memiliki kesempatan untuk mengalami ini. Game online tersedia di pencarian Google sederhana dan bahkan di Facebook.

i. Qr Code

QR Code (Quick Response Code) adalah barcode dua dimensi yang dapat menyimpan data. Kode QR dapat dipindai pada ponsel Anda untuk memunculkan penawaran atau tautan ke produk / situs web.

Jenis-Jenis Konten Yang Paling Banyak Diminati. Berikut ini jenis jenis konten media online yang paling banyak diminati pengguna internet: Hiburan 21 (Entertainment), Liburan /Traveling, Video Viral, Meme, Inspirasi, Motivasi, Gambar Indah, Quote (Kutipan), Kisah Menyentuh (Human Interest), Tips & Trik, Video Tutorial, Polling.

2.2.3 Media Sosial

Pengertian Media sosial

Media Sosial adalah media online yang memungkinkan penggunanya dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Pendapat lainnya adalah bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial, dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.³¹

Van Dijk mendefinisikan media sosial adalah platform media yang berfokus pada kehadiran pengguna dan mendukung aktivitas dan

Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia," *Publiciana* 9, no. 1 (2016): 140–57.hal 142



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Statel Islamic University of Sultan Syarif Qasim Riau

kolaborasi mereka. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai perantara yang mempererat hubungan antar pengguna.³²

Media sosial merupakan sekumpulan platform digital berbasis internet yang dibangun diatas ideologi yang tinggi guna membagikan konten, foto, video, ataupun tulisan diantara penggunanya. Tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk berkomunikasi dan berinteraksi, kini media sosial juga hadir sebagai alat menjalankan (mempromosikan) sebuah bisnis guna menghasilkan laba semaksimal mungkin.³³

Secara garis besar kriteria perilaku terhadap media dapat diukur dengan :

- a) Durasi, adalah rentang waktu suatu acara atau program berlangsung. Durasi menjadi istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan jumlah waktu ketika melakukan kegiatan dalam waktu yang bersamaan.
- b) Frekuensi, adalah standar perhitungan berapa kali kejadian berulang dalam kurun waktu tertentu.
- c) Orientasi, adalah pemeriksaan berita atau informasi yang menimbulkan sensasi agar menarik perhatian khalayak.
- d) Akses Media, merupakan sebuah kemampuan untuk memanfaatkan hak untuk memperoleh sesuatu dengan menggunakan wilayah-wilayah yang sudah ditentukan tanpa terjadi konflik.
- e) Kontrol Media, merupakan kegiatan pemeriksaan, pemantauan, dan pengendalian sesuatu untuk mencegah sesuatu yang menyimpang.

Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial tidak jauh beda dengan media siber (cyber media) di karenakan media sosial merupakan salah satu platform media cyber. Namun demikian, menurut Nasrullah media sosial memiliki karakteristik khusus yaitu:

a) Jaringan

Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan perangkat keras dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini di perlukan karena komunikasi dapat terjadi apabila antar perangkat keras terhubung ke dalam sebuah jaringan.

Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi," *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika* 16, no. 2 (2016), <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khatulistiwa/issue/archive/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055>.

Deru R. Indika and Cindy Jovita, "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen," *Jurnal Bisnis Terapan* 1, no. 01 (2017): 25–32.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Informasi

Informasi adalah bagian penting di media sosial karena pengguna media sosial mekreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten dan membuat interaksi berdasarkan informasi.

c) Arsip

Bagi pengguna media sosial arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan dapat diakses menggunakan perangkat manapun.

d) Interaksi

Media sosial tidak hanya memperluas pertemanan dan pengikut, tetapi juga membentuk jaringan pengguna yang harus dibangun melalui interaksi pengguna.

e) Simulasi Sosial

Media sosial memiliki ciri khas sebagai media interaksi sosial di dunia maya, media sosial memiliki keunikan dan pola tersendiri, yang sering kali berbeda dan tidak ditemukan dalam kehidupan masyarakat yang sebenarnya.

f) Konten Oleh Pengguna

Konten sepenuhnya dimiliki dan didasarkan pada kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC adalah hubungan simbiosis dalam budaya media baru yang memberi pengguna kesempatan dan kebebasan untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama yang hanya menjadi objek atau sasaran pasif bagi pemirsa untuk menyebarkan berita.³⁴

Jenis Media Sosial

Menurut Kaplan dan Hanlein, ada enam jenis media sosial yang dapat dikategorikan sebagai berikut :

a) Proyek Kolaborasi

Situs web ini memungkinkan pengguna untuk mengubah, menambah, atau menghapus konten di situs web ini

b) Blog dan Microblog

Pengguna lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat atau curahan hati atau kritik-kritik lainnya, seperti Twitter

Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi."



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

c) Konten

Media sosial yang penggunaannya dapat berbagi apa saja, termasuk video, foto, musik, dokumen, file yang dapat dibagikan orang lain. Misalnya Youtube, Flickr, Slideshare dan Instagram

d) Situs jejaring sosial

Merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh orang-orang yang ingin berinteraksi dengan orang lain. Media sosial ini memungkinkan anda untuk berbagi apa yang orang lain dapat bagikan dan dianggap sebagai aktivitas interaksi sosial. Media sosial ini memungkinkan individu untuk menulis informasi tentang diri mereka, perasaan mereka, dan aktivitas yang dilakukan. Misalnya, Facebook, Twitter, Myspace

e) Virtual Game World

Merupakan media umum yang menciptakan seseorang individu yang terbentuk pada lingkungan 3D (game online) dan muncul dan berinteraksi menggunakan personalisasi bentuk Avatar yang diinginkan. Virtual game world memungkinkan pengguna sebagai apapun yang diinginkan sebagaimana dirinya menempatkan diri. Avatar yang dipilih bisa berupa penyihir, pemburu naga, perampok atau tokoh-tokoh lain yang diinginkan sang pengguna

f) Virtual Sosial World

Ini adalah media sosial yang sedikit berlawanan dengan dunia game virtual dimana pengguna melihat diri mereka sendiri dengan avatar kehidupan nyata. Pengguna menggunakan lingkungan 3D untuk berinteraksi dengan pengguna lain dengan membuat kehidupan mereka terlihat benar-benar asli di dunia nyata, terutama di gunakan untuk E-Commerce. Misalnya, Ebay, Alibaba.³⁵

Peran dan Fungsi Media Sosial

- a) Kesederhanaan, artinya media sosial sangat sederhana karena mudah diakses oleh masyarakat awam tanpa memiliki dasar Teknologi Informasi (TI) sekalipun. Media sosial dapat diakses hanya dengan menggunakan komputer, smartpone, dan koneksi internet.

Indonesian Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) Membangun Hubungan Sosial, artinya media sosial menawarkan kesempatan tak tertandingi untuk berinteraksi dan membangun hubungan. Berkomunikasi di media sosial mendapatkan umpan balik secara langsung karena dilakukan secara dua arah.
- c) Jangkauan Global, artinya media sosial memungkinkan untuk mengirimkan pesan ke lebih banyak pengguna dan mengkomunikasikan informasi dalam waktu yang cepat.
- d) Terukur, artinya pengiriman pesan dapat terukur dengan sistem pelacakan yang mudah. Sehingga pengguna media langsung dapat mengetahui efektifitas isi pesan.³⁶

Dampak dari Media sosial

Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan para penggunanya untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih murah. Selain itu media sosial juga memberikan dampak negatif yaitu menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya, interaksi secara tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet, menimbulkan konflik, masalah privasi, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain.³⁷

2.2.4 Tiktok

TikTok merupakan salah satu aplikasi yang paling populer dan diminati di dunia. TikTok memungkinkan penggunanya untuk membuat video berdurasi panjang disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Aplikasi ini diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok, China, ByteDance pertama meluncurkan aplikasi yang bernama Douyin. Hanya dalam waktu 1 tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap hari. Popularitas Douyin yang tinggi membuatnya melakukan perluasan ke luar China dengan nama TikTok. Menurut laporan dari Sensor Tower, aplikasi ini diunduh 700 juta kali sepanjang tahun 2019. Hal ini membuat Tik Tok dapat mengungguli sebagian aplikasi yang berada dibawah naungan

³⁶ I. Gede Dharman Gunawan, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pendidikan Agama Hindu," *Bawi Ayah: Jurnal Pendidikan Agama Dan Budaya Hindu* 8, no. 2 (2017): 16–27.
³⁷ Ahmad Rafiq, "Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat," *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 3, no. 1 (2020): 18–29.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Facebook Inc. aplikasi ini menempati peringkat ke dua setelah Whatsapp yang memiliki 1,5 miliar pengunduh.³⁸

Menurut Rahmawati TikTok adalah aplikasi video musik dan jejaring sosial resmi dari China yang telah mendongkrak industri digital di Indonesia. TikTok mengubah ponsel pengguna menjadi studio berjalan. Media sosial ini menawarkan efek khusus yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang dapat dengan mudah membuat video keren.³⁹

Di Indonesia pada tahun 2018 aplikasi Tiktok dinobatkan sebagai aplikasi terbaik di Playstore yang dimiliki oleh Google. Tidak hanya itu, TikTok juga menjadi kategori aplikasi paling menghibur. Pada Juli 2018 aplikasi buatan China itu sempat diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) di pertengahan 2018, alasannya karena adanya konten-konten yang negatif. Pemblokiran pada aplikasi ini hanya berlangsung seminggu, mulai 3-10 Juli 2018.⁴⁰

Selain alasan konten “negatif” keamanan data juga menjadi salah satu pemicu pemblokiran aplikasi TikTok. Namun, menurut Head of Communications TikTok Indonesia, Cathrine Siswoyo, mereka selalu memperbarui keamanan dan memprioritaskan data privacy pengguna secara resmi. Aplikasi ini dijadikan sebagai ajang eksistensi diri dan sumber informasi. Kini pemanfaatan aplikasi Tiktok sudah berkembang menjadi salah satu media pers, kini tidak sedikit berita atau informasi yang beredar di Tiktok baik dalam bentuk tulisan maupun dalam bentuk rekaman video.⁴¹

Aplikasi Tik Tok bisa menjadi budaya populer di Indonesia, karena beberapa alasan, yakni :

1. Video Pendek yang dekat dengan realitas dan situasi umum Video dan musik yang berdurasi pendek yang dibuat oleh creator memiliki kedekatan realitas masyarakat, dan dibalut dengan hiburan, sains, dan fashion sebagai konten utama sehingga mudah menarik perhatian audiens.
2. Layanan Video Pendek yang sederhana Di Tik Tok, kreator bebas membuat konten video pendek (dari 15 detik bahkan 1 menit),

³⁸ Adawiyah, “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang.”

³⁹ Siska Rahmawati, “Fenomena Pengguna Aplikasi Tik Tok Dikalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung” (PhD Thesis, Perpustakaan, 2018), <http://repository.unpas.ac.id/34239/>.

⁴⁰ Adawiyah, “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang.”

⁴¹ Bulele, “ANALISIS FENOMENA SOSIAL MEDIA DAN KAUM MILENIAL.”



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

disini kreator bisa membuat konten mulai dari lagu pilihan yang sudah ada layanan "pencarian" dan lagu pilihan ini. layanan ini juga menawarkan kemudahan dengan mengklasifikasikan lagu-lagu yang ada dari genre hingga klasifikasi yang sedang tren. Jika kreator tidak mengetahui nama lagu yang akan digunakan, kreator dapat memilih langsung nama lagu dari kreator video lain yang menggunakannya, sehingga meminimalkan proses pembuatan konten yang rumit di masa lalu.

3. Antar Muka Aplikasi yang Friendly Dari semua layanan (fitur) yang memanjakan kreator dan penikmatnya, belum maksimal penggunaannya tanpa tampilan antarmuka yang sederhana dan user friendly, TikTok menawarkan kemudahan tersebut sehingga pengguna TikTok dapat memilih antarmuka musiknya sendiri, menambahkan efek khusus, misalnya kecantikan dan gerakan lambat, lalu buat video pendek dari musik favorit pengguna.
4. Tingkat Produksi yang canggih TikTok dapat dengan mudah menjadi populer karena menerapkan fungsi untuk mendorong konten yang dihasilkan tepat dengan preferensi dan kebutuhan pengguna, hal ini dapat diterapkan karena teknologi yang digunakan cukup mumpuni, sehingga video yang disajikan di beranda relevan kepada para pengguna.
5. Kebebasan untuk Pengguna Aplikasi TikTok menawarkan kebebasan penggunaannya sesuai dengan teori komunikasi, yaitu membantu mengekspresikan diri seseorang dan mengabadikan kehidupan yang baik adalah tujuan dari keberadaan video tersebut (Mancini dan Hallin, 2012). Setelah Anda masuk ke beranda TikTok, ini adalah konten yang direkomendasikan untuk pemirsa TikTok. Pengguna seluler dapat beralih atau menggesek dengan bebas. Konten dasar yang membahas tren saat ini. Pengguna TikTok yang kebanyakan kaum milenial sangatlah mengikuti trend yang sedang berlaku saat ini, mulai dari trend kebugaran, interpretasi emosional, pemandangan indah, kecantikan dan gerakan fisik yang mewakili trend mode saat ini.
6. Efek Selebriti Semakin banyak selebriti Indonesia yang menggunakan aplikasi TikTok, membuat banyak orang mengikutinya. Jika pada tahun 2017 hanya sedikit selebriti Indonesia yang menggunakan TikTok, kini banyak selebriti yang membuat akun TikTok sendiri dan mempostingnya di media sosial



- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lainnya. bahkan sekarang banyak orang yang tiba-tiba terkenal karena bermain Tiktok, yang biasa disebut sebagai Seleb Tiktok.⁴²

2.2.5 Lifestyle

Teori Gaya Hidup adalah gagasan kehidupan bahwa tidak semua orang hidup dengan cara yang sama. setiap orang memiliki cara hidup yang unik. Telah dijelaskan bahwa ada lebih banyak risiko yang terkait dengan gaya hidup tertentu dari pada gaya hidup lainnya. Gaya hidup seseorang adalah pola hidupnya yang tercermin dalam aktivitas, minat dan gagasannya tentang cara membelanjakan uang dan menggunakan waktunya. Cara mereka berpakaian, tempat bersantai, rutinitas, dan lain-lain mencerminkan gaya hidup mereka. Tidak diragukan lagi bahwa setiap orang memiliki sudut pandang, minat, atau rutinitas sehari-hari yang unik. Akibatnya, perbedaan-perbedaan ini berfungsi sebagai dasar untuk klasifikasi atau pengelompokan gaya hidup.⁴³

Gaya hidup adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup secara luas diidentifikasi sebagai bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan mereka (minat), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka (pendapat). Gaya hidup dapat dipahami sebagai karakteristik seseorang dalam sudut pandang yang jelas, yang menunjukkan sistem nilai, serta sikap terhadap diri sendiri dan lingkungannya. Gaya hidup adalah kombinasi dan totalitas cara, prosedural, kebiasaan, pilihan, dan objek yang mendukungnya, dalam praktik berdasarkan sistem nilai atau sistem kepercayaan tertentu.

Gaya hidup seseorang adalah pola hidupnya yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan gagasannya tentang cara membelanjakan uang dan menggunakan waktunya. Cara mereka berpakaian, tempat bersantai, rutinitas, dan lain-lain mencerminkan gaya hidup mereka. Tidak diragukan lagi bahwa setiap orang memiliki sudut pandang, minat, atau rutinitas sehari-

Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami, and Umaimah Wahid, "Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19" *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (2020): 70–80.hal 75

"Analisis Isi Konten Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Kekinian Di Instagram." @Fuji_An | Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu."



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

hari yang unik. Akibatnya, perbedaan-perbedaan ini berfungsi sebagai dasar untuk klasifikasi atau pengelompokan gaya hidup.⁴⁴

Menurut Kotler dan Keller, indikator *Lifestyle* yaitu :

1. Aktivitas (*Activity*)

Perilaku konsumen untuk mengidentifikasi apa yang mereka kerjakan atau lakukan, bagaimana mereka menghabiskan waktu atau uang mereka dan apa yang mereka beli.

2. Ketertarikan (*Interest*)

Memfokuskan pada preferensi dan prioritas konsumen dalam mengambil keputusan.

3. Pendapat (*Opinion*)

Perasaan dan pandangan mengenai topik-topik peristiwa lokal, moral, dunia, ekonomi, sosial dan tren yang sedang trending. *Opinion* merupakan pendapat dari setiap konsumen yang berasal dari pribadi mereka sendiri.⁴⁵

Menurut Alinda Mahdiyan, (2019) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor internal yaitu :

- 1) Sikap: Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek;
- 2) Pengalaman dan pengamatan: Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek;
- 3) Kepribadian: Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu;
- 4) Konsep diri: menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek
- 5) Motif: Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestige. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestige itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis;

⁴⁴“Analisis Isi Konten Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Kekinian Di Instagram @Fuji_An | Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu.”hal 82

⁴⁵Vivi Endah Sari, “Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api),” *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul* 7, no. 4 (November 30, 2019): 474, <https://doi.org/10.54144/jadbis.v7i4.2863>. hal 478



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6) Persepsi: Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

Lifestyle memiliki banyak bentuknya, salah satunya yaitu *lifestyle fashion*. *Fashion* berasal dari bahasa Latin, *factio*, yang artinya membuat atau melakukan. Karena itu, arti kata asli *fashion* mengacu pada kegiatan; *fashion* merupakan sesuatu yang dilakukan seseorang. Polhemus dan Procter menunjukkan bahwa dalam masyarakat kontemporer Barat, istilah *fashion* sering digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya dan busana. *Fashion* menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian. Benda-benda seperti baju dan aksesoris yang dikenakan bukanlah sekedar penutup tubuh dan hiasan, lebih dari itu juga menjadi sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi.⁴⁶

Fashion kemudian dihubungkan secara langsung dengan usaha untuk mencapai kebahagiaan dan mengekspresikan diri mereka melalui penampilan luar seperti pakaian. Sejalan dengan itu, pakaian ditafsirkan sebagai cerminan status budaya, ekonomi, dan sosial seseorang. Pakaian berperan sebagai "perantara antara seseorang dan dunia sosial di sekelilingnya", dan nilai-nilainya diinterpretasikan sebagai "terikat erat dengan diri sendiri" dan membentuk "inti identitas pribadi seseorang". Dengan kata lain, dalam situasi tertentu, orang menggunakan *fashion* untuk membedakan diri dari orang lain, untuk menonjolkan nilai-nilai pribadi, dan untuk menyatu dengan orang lain dalam upaya mengikuti norma-norma kelompok.⁴⁷

2.2.6 Generasi Z

Schmidt (2000) mengatakan bahwa generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompok berdasarkan tahun lahir, umur, lokasi dan peristiwa dalam kehidupan sekelompok individu yang memiliki pengaruh signifikan pada fase pertumbuhan. Dalam teori generasi, Codrington et al. (2004) mengemukakan bahwa generasi manusia terbagi menjadi 5 berdasarkan tahun kelahirannya, yaitu: generasi baby boomer yang lahir tahun 1946-1964, generasi X yang lahir tahun 1965-1980, generasi Y yang lahir tahun 1981-1994,

Retno Hendariningrum and M Edy Susilo, "FASHION DAN GAYA HIDUP: IDENTITAS DAN KOMUNIKASI," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6 (2008). Hal 26

Yanshu Sun and Steve Guo, "Predicting Fashion Involvement by Media Use, Social Comparison, and Lifestyle: An Interaction Model," *International Journal of Communication* 11 (2017): 2



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

sering juga disebut dengan generasi milenial. generasi Z lahir 1995-2010 disebut juga Generation, generasi Net, generasi internet dan generasi alpha lahir 2011-2025. Kelima generasi tersebut memiliki perbedaan dalam perkembangan kepribadian.

Penelitian Stillman (2017) menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan generasi kerja terbaru, lahir antara tahun 1995 dan 2012, disebut juga net Generation atau internet Generation. Berdasarkan penelitian ini, Generasi Z berbeda dengan Generasi Y dari generasi milenial. Dalam bukunya Stillman (2017) menjelaskan perbedaannya, salah satu perbedaan antara Gen Y dan Gen Z adalah Generasi Z sudah menguasai teknologi dengan cara yang lebih maju, memiliki pemikiran yang lebih terbuka dan tidak benar-benar disini, dan kurang peduli dengan norma.

Menurut Noordiono (2016), generasi Z merupakan generasi yang mengenal teknologi dan internet sedini mungkin, generasi yang haus akan teknologi. Teknologi baru tersebut adalah air tawar yang harus segera diminum untuk merasakan manfaatnya. Generasi Z atau yang lebih dikenal dengan generasi digital tumbuh dan berkembang dengan ketergantungan pada teknologi dan berbagai jenis alat bantu teknologi. Akses yang lebih mudah, memudahkan semua orang untuk menjelajahi dunia maya. Mahasiswa yang tergolong generasi Z tidak menyukai proses, umumnya tidak sabar dan lebih menyukai barang yang instan. Noordiono (2016) mengatakan generasi ini memiliki intuisi yang kuat terhadap teknologi, tanpa melihat panduan mereka akan mengerti bagaimana menggunakan sesuatu. Selalu terhubung adalah logo generasi ini, dimanapun dan kapanpun Anda perlu terhubung ke Internet.⁴⁸

Menurut studi yang dilakukan oleh McKinsey (2018), ada 4 pengelompokan Generasi Z, yaitu:

1. *The Undefined ID* Generasi Z menghargai ekspresi setiap individu tanpa memberikan label khusus. Pencarian identitas membuat Gen Z sangat terbuka untuk memahami keunikan masing-masing individu.
2. *The Communaholic* Gen Z dikatakan sebagai generasi yang sangat inklusif dan tertarik untuk berpartisipasi dalam komunitas yang

⁴⁸ Gabriella Chandra Haryanto, "PERBEDAAN PENGGUNAAN INTERNET, MEDIA SOSIAL, DAN PERSEPSI PADA DUNIA KERJA MENURUT TAHUN KELAHIRAN GENERASI Z (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta)" (PhD Thesis, UAJY, 2019), <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/20854>.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- berbeda, serta menggunakan kemajuan teknologi untuk memperluas manfaat yang ingin mereka berikan.
3. *The Dialoguer* Gen Z sebagai generasi yang percaya bahwa komunikasi sangat penting dalam penyelesaian masalah dan perubahan datang melalui adanya dialog. Selain itu, Gen Z terbuka akan pemikiran tiap orang yang berbeda-beda dan suka berinteraksi dengan orang maupun kelompok yang beragam.
 4. *The Realistic* Generasi Z adalah generasi yang biasanya lebih realistis dan analitis dalam mengambil keputusan dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Gen Z adalah generasi yang menikmati kemandirian dalam belajar dan mencari informasi, yang membuat mereka senang bisa mengendalikan keputusannya sendiri. Generasi Z memahami pentingnya stabilitas keuangan di masa depan. Hal ini sesuai dengan penelitian Boomers yang menunjukkan bahwa generasi Milenial adalah generasi yang cenderung lebih idealis, terutama dalam urusan pekerjaan.⁴⁹

2.2.7 Teori Resepsi

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori Resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Teori resepsi adalah teori yang mementingkan tanggapan khalayak terhadap suatu teks, contohnya tanggapan umum yang bersifat penafsiran dan penilaian terhadap teks yang terdapat dalam waktu tertentu. Pesan-pesan yang tersalurkan melalui media, merupakan gabungan berbagai tanda yang kompleks, dimana sebuah “*preferred reading*” sudah ditentukan, tetapi masih memiliki potensi diterima oleh khalayak dengan cara yang berbeda, dari bagaimana pesan itu dikirimkan.⁵⁰

Encoding merujuk pada proses produksi teks media yang meliputi aktivitas media dalam membuat pesan komunikasi yang meliputi aktivitas media dalam membuat pesan komunikasi yang spesifik melalui kode-kode bahasa, sedangkan *decoding* merujuk pada proses penerjemahan kode-kode tersebut oleh khalayak untuk menemukan makna dari teks. Kegiatan penerimaan pesan (*decoding*) secara lebih lanjut dapat kita pahami sebagai aktivitas menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan-pesan fisik kedalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima pesan. Pemakanan pesan bergantung pada

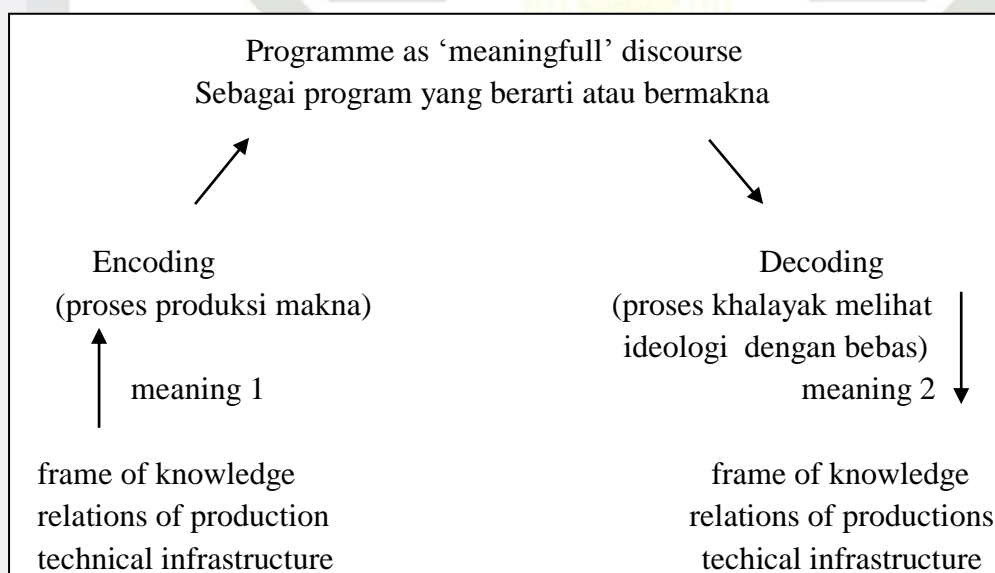
Galih Sakitri, “Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!,” in *Forum Manajemen*, vol. 35, 2021, 1–10, <https://journal.prasetiyamulya.ac.id/journal/index.php/FM/article/view/596>.
Setyo Eka Rofi and Wiwid Noor Rakhmad, “Analisis Resepsi Pada Channel YouTube Gaming Imiti Hime,” *Interaksi Online* 8, no. 4 (2020): 75–82.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

latar belakang budaya dan pengalaman hidup *audience* masing-masing. Melihat perbedaan karakter dan konteks sosial budaya dari *audience* mempengaruhi bagaimana mereka memaknai sebuah tes komunikasi.⁵¹

1. Menurut Hall, terdapat tiga hipotesis yang dapat dimiliki oleh khalayak dalam memaknai isi media, antara lain: Posisi hegemonik-dominan (*dominant-hegemonic reading*): pembaca sejalan dengan kode-kode program (yang didalamnya terkandung nilai-nilai, sikap, keyakinan dan asumsi) dan secara penuh menerima makna yang diberikan dan dikehendaki oleh pembuat program.
2. Posisi yang dinegosiasikan (*negotiated reading*): pembaca dalam batasbatas tertentu sejalan dengan kode-kode program dan pada dasarnya menerima makna yang diberikan oleh pembuat program, namun mengubahnya sedemikian rupa sehingga mencerminkan posisi dan minat pribadinya.
3. Posisi oposisional (*oppositional reading*): pembaca tidak sejalan dengan kode-kode program dan menolak makna pembacaan yang diberikan, dan kemudian menentukan alternatif sendiri dalam menginterpretasikan atau memaknai pesan.⁵²



Gambar 2.1

Diagram Sirkulasi Makna Stuart Hall (dalam Storey, 2007: 12)

Widya Pujarama and Ika Rizki Yustisia, *Aplikasi Metode Analisis Resepsi untuk Penelitian Gender dan Media: untuk Peneliti Pemula dan Mahasiswa S-1* (Universitas Brawijaya Press, 2020). Hal 46

Rofi and Rakhmad, "Analisis Resepsi Pada Channel YouTube Gaming 'Kimi Hime.'"



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Analisis resepsi menggunakan konsep khalayak aktif, yaitu konsep yang menempatkan khalayak sebagai pembaca pesan yang aktif. Khalayak memiliki kekuasaan untuk memproduksi serta mereproduksi makna yang ada dalam sebuah konten yang mereka konsumsi. Teori analisis resepsi lebih mengutamakan tanggapan pembaca terhadap teks media tersebut. Makna dalam teks media bersifat terbuka atau polisemi (beragam), bahkan pembaca dapat memberikan tanggapan yang berlawanan dengan pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat teks media. Menggunakan teori encoding-decoding dari Stuart Hall, peneliti ingin mengetahui bagaimana penerimaan pesan oleh pembaca serta bagaimana korelasi antara tanggapan pembaca dengan latar belakang mereka. *Encoding* merupakan produksi makna dan pesan dari pembuat konten media, sedangkan *decoding* merupakan produksi makna dan pesan dari khalayak terhadap isi dari konten yang mereka konsumsi.⁵³

3 Konsep Operasional

Penelitian ini menggunakan teori analisis resepsi dari Stuart Hall yang dikembangkan sebagai konsep operasional sebagai berikut :

Menurut teori ini yaitu studi penerimaan pesan atau resepsi ini berbasis pada khalayak yang memusatkan perhatian kepada bagaimana macam anggota khalayak memaknai pesan. Konsep dasar pada teori resepsi ini adalah proses *encoding* dan *decoding*. *Encoding* merupakan proses memberikan makna pada suatu kode, dan *Decoding* adalah proses memaknai pesan yang telah disampaikan oleh khalayak melalui media.⁵⁴

Penelitian ini berfokus pada proses *decoding* oleh generasi Z yang merupakan mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2020 di UIN Suska Riau yang merupakan *followers* akun TikTok @Sashfir dalam menanggapi informasi dan pesan yang disampaikan melalui konten-konten *Lifestyle* akun @Sashfir.

Dalam proses decoding terhadap pesan media, khalayak memiliki tiga pola pemikiran yaitu :

- 1) Dominant Hegemonic Position

⁵³ Hiyasari Ilfiyasaki and Ruth Mei Ulina Malau, "Analisis Resepsi Viewers Mengenai Konten Gaya Hidup Konsumtif Pada Kanal Youtube Rans Entertainment," *eProceedings of Management* 8, no. 2 (2021), Hal 3.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/viewFile/14832/14609>

⁵⁴ Refly Andika Berahim, Mayasari Mayasari, and Rastri Kusumaningrum, "ANALISIS RESEPSI PENGIKUT AKUN TIKTOK@ PODCASTKESELAJE DALAM PENGGUNAAN BAHASA JAKSEL," *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 9, no. 10 (2022): 3989–95.

The media produce the message, the masses consume it. The audience reading coincide with preferred reading”, dalam konteks ini, subjek penelitian (khalayak) memaknai isi pesan iklan sesuai dan sama persis dengan apa yang diharapkan oleh produsen iklan.

2) Negotiated Position

“The Audience asimilates the leading ideology in general but opposes its application in specific case”. Dalam posisi ini, khalayak sebenarnya memahami apa yang didefinisikan atau yang disampaikan dalam pesan tersebut. Dalam arti, di beberapa hal sejalan dengan pesan tersebut, namun dalam kasus tertentu berbeda yang tidak sesuai dengan minatnya.

3) Oppositional Position

Dalam konteks oppositional position, pada dasarnya khalayak mengerti makna yang disampaikan dalam iklan namun, disisi lain ia mempunyai pemahaman yang berbeda, dalam arti, khalayak membuat pandangan alternatif sendiri di dalam memaknai pesan iklan tersebut.⁵⁵

Penggunaan teori resepsi ini akan membantu peneliti dalam mengklasifikasikan para audiensnya apakah termasuk kedalam kategori dominant Hagemonic position, negotiated position, atau oppositional position.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

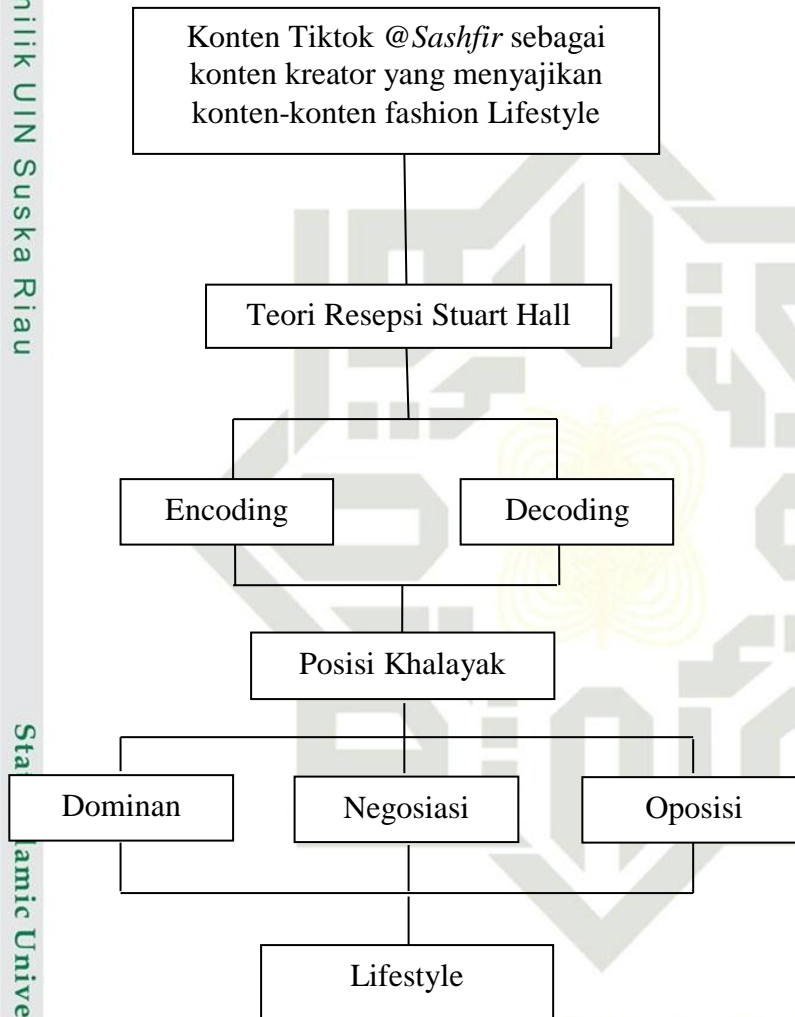
⁵⁵ Rosita Indah Utami and Aan Herdiana, “Pemaknaan Pendengar Terhadap Iklan Testimoni Nutrisi Herbal Nariyah Di Radio Kasihku FM Bumiayu Dalam Teori Resepsi Stuart Hall,” *Saharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu* 3, no. 2 (2021): 509–20.



2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran disini, peneliti coba memanifestasikan skema yang nantinya membahas dan menganalisis hasil yang diharapkan dan yang ditemukan di dalam penelitian.

Tabel Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Penulis 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Sta amic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Metodologi adalah teknik prosedur yang mengacu pada cara berpikir umum atau lebih kompleks dengan ide-ide teoritis dalam kajian suatu penelitian. Dengan pengertian lain, metodologi penelitian adalah cara untuk menciptakan sesuatu, menemukan, mengembangkan kebenaran secara sistematis, logis dan diuji secara empiris dengan metode ilmiah.⁵⁶

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan tipe deskriptif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menggali fenomena sedalam mungkin melalui pengumpulan data yang sedalam-dalamnya. Jika data yang terkumpul sudah dalam, maka tidak perlu mencari informasi lebih lanjut karena yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah kedalaman (kualitas) data tersebut.⁵⁷ Metode penelitian deskriptif kualitatif, penelitian ini lebih menekankan kepada interpretasi dari penelitian berdasarkan teori-teori yang ada. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan.⁵⁸

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif serta pendekatan analisis resepsi. Analisis resepsi berkaitan dengan studi mengenai makna, produksi serta pengalaman khalayak akan kaitannya berinteraksi melalui teks media. Khalayak memainkan peran aktif dalam memaknai teks media. Hal tersebut dapat terlihat pada model *encoding-decoding* Stuart Hall yang merupakan dasar dari analisis resepsi. Peristiwa yang serupa dapat disampaikan atau diterjemahkan lebih dari satu cara dan pesan selalu mengandung lebih dari satu potensi pembacaan. Hall memiliki pendapat mengenai teori *encoding* serta *decoding* yang sebagai proses audiens dalam mengkonsumsi serta memproduksi makna dalam rangka proses penerimaan konten media yang dikonsumsinya.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Grasindo, 2010), [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=dSpAlXuGUCUC&oi=fnd&pg=PA2&dq=R+Rac o,+Metode+Penelitian+Kualitatif,+ed.+oleh+Arita+\(Jakarta:+PT+Grasindo,+2010\)&ots=_AObD CGKOX&sig=YSSmwR5KScPKQCSRMTsk0PJWApk](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=dSpAlXuGUCUC&oi=fnd&pg=PA2&dq=R+Rac o,+Metode+Penelitian+Kualitatif,+ed.+oleh+Arita+(Jakarta:+PT+Grasindo,+2010)&ots=_AObD CGKOX&sig=YSSmwR5KScPKQCSRMTsk0PJWApk). Hal 1

Rachmat Kriyantono M.Si S. Sos, *Teknik Praktis Riset komunikasi* (Prenada Media, 2014).hal 67

Ruslan Rosady, *Metode Penelitian : PR Dan Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006). Hal 213



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dipilih secara khusus untuk mengumpulkan data yang diperlukan bagi penelitian. Pemilihan lokasi harus mempertimbangkan daya tarik, keunikan, dan relevansi dengan topik penelitian yang dipilih.⁵⁹ Waktu penelitian mulai dilaksanakan sejak bulan September 2023 sampai dengan bulan Mei 2024.

Penelitian ini tidak memiliki lokasi yang tetap, dikarenakan penelitian ini bersifat analisis. Penelitian ini dilaksanakan terhadap pengguna media tiktok khususnya pada mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2020 di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang menggunakan aplikasi tiktok secara aktif sebagai media sosial dan memfollow akun TikTiknya Sashfir.

3.3 Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini ada dua jenis data yang dikumpulkan yaitu data primer dan data sekunder.

- 1) Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti, dalam pengumpulan data primer peneliti menggunakan observasi dan wawancara untuk memperoleh data secara langsung.⁶⁰
- 2) Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang ada, yang diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, laporan, website dan sebagainya.⁶¹

3.4 Informan Penelitian

Dalam metode kualitatif, sampel bahasa yang bertujuan berarti spesifik dengan maksud dan tujuan penelitian, sehingga dalam analisis kualitatif istilah sampel tidak digunakan. Dalam penelitian ini tidak ditunjukkan adanya penambahan atau representasi, melainkan informasi, kredibilitas dan sumber informasi yang diminta oleh informan atau partisipan.

Teknik pemilihan informan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini melibatkan orang-orang dengan latar belakang tertentu atau seleksi khusus berdasarkan kriteria tertentu yang terbukti konsisten dengan tujuan penelitian.

Adapun kualifikasi dalam pemilihan informan adalah

⁵⁹ Muhammad Hasan et al., "METODE PENELITIAN KUALITATIF," *Penerbit Tahta Media*, 2023, <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/182>.

⁶⁰ Sandu Siyoto and Muhammad Ali Sodik, *DASAR METODOLOGI PENELITIAN* (Literasi Media Publishing, 2015).

⁶¹ Siyoto and Sodik.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Mahasiswi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Suska Riau angkatan 2020
2. Pengguna Tiktok yang aktif menonton konten video, membagikan konten video dan bahkan membuat konten video di Tiktok
3. Mengetahui akun beserta konten video Tiktok dari akun @Sashfir
4. Atau menjadi followers dari akun tiktok @Sashfir

Berikut ini adalah profil Generasi Z yang menjadi informan yang merupakan mahasiswi aktif Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau:

Tabel 3. 1 Informan Penelitian

No	Nama	Usia	Alasan memilih Informan
Informan 1	Yolanda Febri	22	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui dan memfollow akun TikTok Sashfir - Menjadikan Sashfir sebagai inspirasi fashionnya
Informan 2	Nur Ainun Fajrina	21	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui dan memfollow akun TikTok Sashfir - Sashfir sering memberikan tips tentang cara mix and match pakaian
Informan 3	Putri Hasanah	22	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui dan memfollow akun TikTok Sashfir - Sashfir sering memberikan update tentang produk fashion terbaru
Informan 4	Wulan Kurnia Putri	23	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui dan memfollow akun TikTok Sashfir - Sashfir terkenal dengan kreativitasnya dalam



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			membuat konten fashion di TikTok yang menginspirasi dan informatif
Informan 5	Viny Shifa Nursadrina	21	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui dan memfollow akun TikTok Sashfir - Konten TikTok Sashfir sangat menginspirasi dalam hal fashion dan lifestyle
Informan 6	Wulan Salsabilla	23	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui dan memfollow akun TikTok Sashfir - Sashfir memiliki gaya dan ciri khas tersendiri dalam berpakaian
Informan 7	Amelia Ezar	22	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui dan memfollow akun TikTok Sashfir - Selain konten fashion Sashfir juga memberikan tips seputar kecantikan dan gaya hidup
Informan 8	Tasya Yuliana	22	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui dan memfollow akun TikTok Sashfir - Sashfir dengan cara berpakaian yang selalu terlihat elegan
Informan 9	Lola Herlina	22	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui dan memfollow akun TikTok Sashfir - Sashfir identik dengan fashion yang berwarna netral dengan kesan timeless
Informan 10	Alda Tirana Putri	22	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui dan memfollow akun



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			TikTok Sashfir - Fashion Sashfir yang terlihat elegan tanpa terlalu berlebihan
--	--	--	---

Sumber: Olahan Peneliti

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akurat dan menjawab rumusan masalah yang diteliti peneliti, peneliti menggunakan berbagai teknik pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁶²

Teknik wawancara yang digunakan peneliti adalah teknik wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang pewacaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Peneliti menggunakan jenis wawancara ini bertujuan mencari jawaban terhadap hipotesis, untuk itu pertanyaan-pertanyaan disusun dengan rapi dan ketat.⁶³

Wawancara ini ditujukan kepada subjek penelitian dengan kriteria yang sudah ditentukan dan berdasarkan panduan wawancara yang sudah disiapkan untuk memperoleh data secara lengkap. Dalam penelitian ini informan atau Subjek penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan Subjek berdasarkan pada tujuan tertentu yang meliputi orang-orang terpilih berdasarkan kriteria tertentu.⁶⁴ Dalam hal ini pengumpulan data melalui wawancara dilakukan terhadap mahasiswi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau angkatan 2020 yang menjadi *followers* dari TikTok @Sashfir.

⁶² Hardani M.Si et al., *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 2020. Hal 137

⁶³ Albi Anggito Setiawan Johan, *Metodologi penelitian kualitatif* (CV Jejak (Jejak Publishers, 2018). Hal 85

⁶⁴ Dan V. Sd Negeri, "Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta. Azwar, 2011, *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Boedihardjo, 2014. *Pemeliharaan Kesehatan Gigi Keluarga*. Universitas Press," accessed May 13, 2024, <http://repository.poltekkes-denpasar.ac.id/id/eprint/10948>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan terhadap suatu objek dengan sistematika fenomena yang dipelajari atau dipelajari. Pengamatan dapat dilakukan secara instan atau dapat juga dilakukan berulang-ulang.⁶⁵ Dalam observasi ada dua komponen yang terlibat, yaitu pengamat atau yang lebih dikenal dengan istilah mengamati. Mengenai observasi dalam penelitian ini, data yang peneliti peroleh dari mahasiswa Universitas Negeri Sultan Syarif, Riau, Kota Pekanbaru.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyalin data atau arsip yang tersedia dari wawancara atau instansi yang terkait dengan penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa pengambilan foto oleh penulis untuk memperkuat hasil penelitian.⁶⁶ Dokumentasi disini berupa literatur, *screen capture* atau gambar. Dalam penelitian ini, dokumentasi ini berupa *capture* dari konten-konten TikTok @Sashfir dan gambar dokumentasi dari wawancara yang dilakukan peneliti dengan *followers* akun TikTok @Sashfir.

2.6 Validitas Data

Data yang dikumpulkan bukan berupa data numerik, melainkan data hasil wawancara, dokumentasi, catatan lapangan dan dokumen resmi yang berkaitan dengan penelitian. Tujuan penelitian kualitatif ini diharapkan dapat menggambarkan realitas empiris dibalik fenomena secara mendalam, detail dan menyeluruh yang terjadi pada fenomena Analisis konten TikTok @Sashfir pada lifestyle generasi Z di UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada penelitian ini uji pemeriksa keabsahan data yang dilakukan adalah triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Peneliti akan melakukan pengumpulan data yang diperoleh dari hasil wawancara, kemudian data tersebut ditanyakan kembali

⁶⁵ Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2013)

⁶⁶ Sugiyono. (Bandung: Alfabeta, 2013), Hal 240



kepada informan lainnya yang masih terkait. Kemudian, data tersebut dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan.⁶⁷

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang diterapkan oleh peneliti adalah analisis data deskriptif kualitatif, di mana data yang dianalisis terdiri dari kata-kata yang diperoleh melalui wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi.⁶⁸

Pada teknik analisis data ini peneliti menggunakan teknik analisis data menurut Miles dan Huberman adalah sebagai berikut, yaitu dengan melakukan reduksi, kemudian penyajian (*display*), dilanjutkan penarikan kesimpulan dan verifikasi data.⁶⁹

1. Data reduksi, yaitu bagian dari proses analisis data untuk mempertegas, memperpendek, membuat focus, membuang hal yang tidak penting dan mengatur data sehingga dapat mengambil kesimpulan.
2. Data Display, yaitu susunan informasi yang memungkinkan dapat ditariknya suatu kesimpulan, sehingga mempermudah untuk memahami apa yang terjadi.
3. Kesimpulan, yaitu suatu kesimpulan yang diverifikasi dengan cara melihat dan mempertanyakan kembali secara sepiantas pada catatan lapangan untuk memperoleh pemahaman yang lebih tepat

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁶⁷ Sugiyono, Rakhmat Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), n.d.).
⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Hal 132-142

BAB IV GAMBARAN UMUM

Gambaran Umum Tiktok 1. Sejarah Singkat Tiktok

Tiktok merupakan salah satu aplikasi yang berasal dari China dengan nama lain yaitu Douyin. Aplikasi ini tidak bisa di gunakan di negara lain kecuali China dengan induk perusahaan bernama ByteDance. Douyin merupakan salah satu aplikasi yang dapat membagikan video pendek dengan durasi 15 detik kepada seluruh penggunanya. Aplikasi ini dapat meraup keuntungan yang cukup besar di China dengan jumlah pengguna mencapai 100 juta orang dalam waktu setahun. Namun, Douyin tidak terlalu dikenal oleh masyarakat China sehingga perusahaan menggantikan nama aplikasi ini menjadi TikTok. Dengan bergantinya nama, perusahaan ByteDance memiliki ide yang cukup besar yaitu memperkenalkan aplikasi ini kepada Dunia. Aplikasi TikTok sudah dikenal sejak tahun 2016, namun TikTok popularitasnya meningkat pada tahun 2019 dengan jumlah unduhan di Google Playstore telah mencapai 500 juta pengguna aktif di seluruh dunia. Namun, aplikasi ini banyak ditentang di berbagai negara seperti India dan Amerika Serikat sehingga perusahaan yang mengeluarkan aplikasi mencapai kerugian pada angka 84 Triliun miliar.⁷⁰

Tiktok mulai viral di Indonesia pada tahun 2018, akan tetapi pada awal kemunculannya di Indonesia tiktok banyak mendapat celaan di rakyat Indonesia terlebih lagi pengguna Tiktok pada saat itu. Penyebabnya karena dianggap berisi video yang aneh, bahkan Kementerian Komunikasi dan Informatika sempat memblokir aplikasi Tiktok di Indonesia karena dianggap tidak mendidik⁷¹

Pada tahun 2020 Tiktok kembali Viral di Indonesia, namun kali ini berbeda pada awal kemunculannya, pada saat ini Tiktok menjadi salah satu media sosial yang sangat populer di Indonesia. Awal kepopuleran Tiktok di Indonesia dimulai pada masa pandemi, pada masa pandemi orang-orang dipaksa untuk tetap berada dirumah. Hal ini membuat banyak orang merasa bosan dan butuh sebuah hiburan, pada saat itu Tiktok hadir sebagai media hiburan penghilang rasa bosan saat berada di

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

admin, "Sejarah Singkat Aplikasi Tik Tok Yang Mendunia," *Pranata Printing* (blog), August 27, 2020, <https://www.pranataprinting.com/sejarah-singkat-aplikasi-tik-tok-yang-mendunia>, 2024, 1ss18QacAEN.

"Ini Asal Muasal TikTok yang Kini Mendunia," kumparan, accessed February 26, <https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-yang-kini-mendunia>



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rumah. Hal itu dibuktikan dengan terjadinya lonjakan jumlah pengguna Tiktok di Indonesia sebanyak 20% selama pandemi terjadi. Konten yang digemari adalah video edukasi yang berisi berbagai tips and trick dan juga life hack.⁷²

Popularitas Tiktok diprediksi akan semakin meningkat di tingkat global. Hasil dari pembuatan video Tiktok yang dibuat oleh pengguna bisa dengan mudah dibagikan ke berbagai macam platform media sosial lainnya, sehingga memungkinkan setiap penggunanya untuk bisa saling bertukar konten. Kemudian melalui penggunaan Tiktok pengguna mendapatkan wadah informasi dan ilmu dengan melihat video yang berisi pengetahuan dunia dan juga bisa menjadi hiburan bagi setiap pengguna yang sedang mengalami tekanan.⁷³

2. Pendiri TikTok

Zhang Yiming adalah pendiri perusahaan teknologi asal Cina, ByteDance, induk perusahaan aplikasi TikTok. Zhang menempuh pendidikan di Jurusan Software Engineering, Universitas Nankai, di Tianjian. Kisah Zhang Yiming Mendirikan TikTok berawal dari kariernya sebagai insinyur di platform jejaring sosial Fanfou yang diciptakan Wang Xing. Zhang mendirikan ByteDance pada tahun 2012. Pada tahun 2014 ia mengarahkan perusahaannya mengembangkan beberapa produk video yang banyak disukai pengguna. Lebih dari 600 juta pengguna membuat konten video di Douyin setiap hari.

Setelah meraih kesuksesan besar di Cina, pada 2017 ByteDance meluncurkan aplikasi video pendek internasional yang diberi nama TikTok. Tiktok baru dibangun pada 2017, ketika Bytedance mengakuisisi aplikasi berbagai video populer Musical.ly yang digabungkan dengan TikTok pada 2018. Popularitas TikTok semakin meningkat pesat selama pandemi. Aplikasi ini telah diunduh lebih dari 3,5 miliar kali.⁷⁴

⁷² Techfor Id, "The Rise Of TikTok : Masa Keemasan TikTok Selama Masa Pandemi |," *TechForId* (blog), August 14, 2020, <https://www.techfor.id/the-rise-of-tiktok-masa-keemasan-tiktok-selama-masa-pandemi/>.

⁷³ "TikTok Diprediksi Jadi Medsos Terbesar Ketiga Pada 2022," accessed February 26, 2024, <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/03/08070077/tiktok-diprediksi-jadi-medsos-terbesar-ketiga-pada-2022>.

⁷⁴ Tempo, "Profil Zhang Yiming, Sosok Pendiri TikTok Yang Akan Bergabung Dengan GoTo," *Tempo*, December 10, 2023, <https://koran.tempo.co/read/ekonomi-dan-bisnis/48052/profil-zhang-yiming-sosok-pendiri-tiktok-yang-akan-bergabung-dengan-goto>.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Logo TikTok

© **Hak cipta milik UIN Suska Riau**

Pada awalnya Logo asli TikTok dimulai dengan bentuk “d” sederhana yang menyerupai not musik. Pada tahun 2016 logo tersebut mengalami perubahan desain. Pada tahun 2017 ditambah dengan nama aplikasi tersebut yang terdiri dari dua kata terpisah Tik Tok. Pada tahun 2018 merek tersebut meninjau kembali font tersebut dan membuat tanda kata TikTok yang masih digunakan hingga saat ini.



Gambar 4. 1 Logo TikTok
Sumber: seeklogo.com

4. Fitur Tiktok

1) Musik Video

TikTok merupakan platform video musik yang memungkinkan penggunanya membagikan video yang diiringi musik. Ini artinya, fitur penambahan musik ke video adalah fitur utama yang dimiliki oleh TikTok dan kini semakin banyak pilihan musiknya.

2) Fitur Live

Ini merupakan fitur terbaru dari TikTok yang memungkinkan penggunanya melakukan siaran langsung dan disaksikan oleh pengikutnya. Namun, untuk bisa menggunakan fitur live ini, akun pengguna harus memiliki minimal 1000 followers

3) Filter Video

Fitur selanjutnya yang bisa digunakan oleh pengguna TikTok yaitu filter video. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengubah tone warna pada video dan menyesuaikan rona sesuai dengan objek yang ada pada video.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

4) Filter Beauty

Fitur ini diperuntukkan bagi pengguna yang ingin tampil lebih percaya diri di setiap video. Filter Beauty bisa membuat wajah pengguna terlihat jauh lebih cantik dengan adanya pengaturan bentuk wajah, warna mata, dan memperhalus wajah.

5) Stiker dan Efek Video

TikTok menyediakan 5 kategori efek yang bebas digunakan oleh pengguna. Kategori efek tersebut antara lain efek stiker, efek visual, efek transisi, efek split, dan waktu. Adanya fitur ini bisa membuat video terkesan lebih unik dan kreatif.

6) Voice Changer

Kini TikTok dilengkapi dengan fitur pengubah suara atau voice changer yang memungkinkan pengguna mengubah suara mereka menjadi lebih unik. Cara penggunaan fitur ini juga sangat mudah, yaitu dengan merekam suara atau memilih dari file di smartphone pengguna

7) Auto

Fitur ini memungkinkan pengguna TikTok untuk membuat konten dan menambahkan subtitle pada konten tersebut secara otomatis. Fitur ini tentu memudahkan semua orang untuk mengakses video, khususnya bagi orang yang memiliki gangguan pendengaran.⁷⁵

4.2 Profil Sashfir

Firaa Assegaf atau yang lebih dikenal Sashfir merupakan seorang selebgram dan juga wirausahawan di bidang fashion, yaitu Lafiye. Firaa lahir pada 4 Agustus 1997 dan merupakan lulusan LaSalle College dengan mengambil program studi Fotografi. Minat Firaa terhadap fotografi dan fashion membawanya menjadi wirausahawan sekaligus influencer di platform instagram dan TikTok dengan username @Sashfir. Selain itu Firaa juga membuka studio fotografi Light by Rust (@lightbyrust) dengan interior vintage dan classy. Firaa merupakan sosok yang multitalenta, karena selain fotografi ia juga menjadi influencer, blogger, dan wirausahawan.⁷⁶

⁷⁵ Laili Ira, "Mengenal TikTok, Aplikasi Media Sosial Yang Populer Di Dunia," Tempo, November 23, 2023, <https://bisnis.tempo.co/read/1800546/mengenal-tiktok-aplikasi-media-sosial-yang-populer-di-dunia>.

⁷⁶ "Akilla KWU | PDF," accessed February 26, 2024, <https://www.scribd.com/document/543129789/Akilla-KWU>.



4.3 Gambaran Umum TikTok @Sashfir

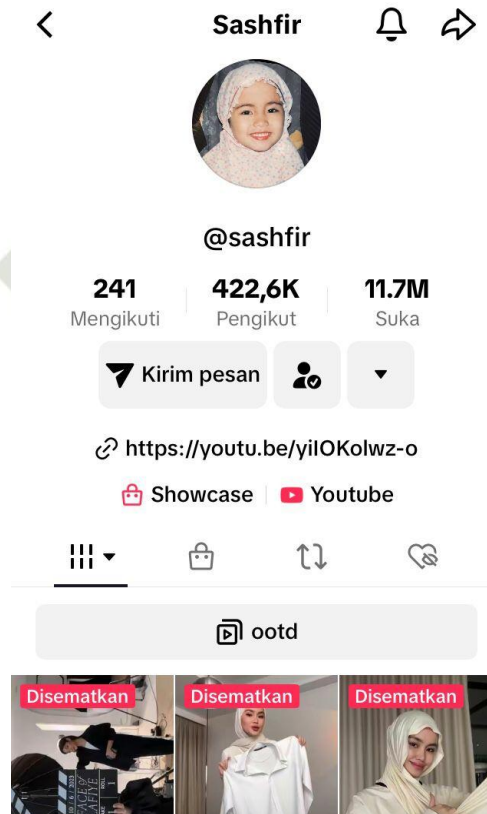
© Akun @Sashfir atau nama lengkap Fira Assegaf merupakan seorang selebgram sekaligus fotografer. Gadis keturunan Arab ini sejak lama menjadi sorotan netizen karena keahliannya dalam memotret. Selain hobi fotografi, Fira juga aktif dalam dunia blog. Ia menulis seputar fotografi, style, beauty, travel, dan tips yang bisa dilihat dalam blog pribadinya (sumber : muslimahdaily.com). Di kalangan anak muda, fashion-nya bisa menjadi kiblat dari banyak muslimah tanah air. Bahkan hingga mancanegara. Sashfir juga aktif mengupload content di media sosial TikTok. Hingga pada tanggal 10 Januari 2024 jumlah pengikut akun TikTok @Sashfir mencapai 422,6 ribu pengikut dengan jumlah total like sebanyak 11,7 juta likes.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4. 2 Profil TikTok @Sashfir

Sumber: TikTok akun @sashfir

Konten yang diupload oleh Sashfir memang bermacam ragam seperti hiburan, lifestyle, ootd, makeup dan sebagainya. Disini peneliti memilih konten secara acak yang diupload oleh Sashfir berdasarkan *views* dan jumlah *like* terbanyak. Setelah melakukan riset terhadap konten-konten @Sashfir,



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peneliti mengambil 10 konten yang di upload oleh Fira pada tahun 2023 dan 2024.

Adapun 10 konten tersebut diantaranya :

1. Konten Mix and match look dari brand Ecinos



Gambar 4. 3 Konten video tiktok @Sashfir

Sumber: TikTok akun @Sashfir

Link Video Konten : <https://vt.tiktok.com/ZSNKwmRBn/>

keterangan

: Mau sering sering bikin video bahas outfit deh, kali ini aku rekomen @ecinos, mulai dari celana, rok, kemeja sampai knit bagus semua dengan kualitas yang ga pernah mengecewakan, terutama celananya aku sampe udah punya 6 saking sukanya

Konten yang berjudul Mix and match look dari brand Ecinos ini adalah konten yang menampilkan tentang menstyling beberapa item untuk menghasilkan sebuah look yang keren. Dalam video tersebut Fira bergantian pakaian untuk melihat look dari berbagai macam item dari sebuah brand pakaian lokal yaitu Ecinos. Dengan menampilkan fashion yang simpel



- Hak Cipta milik UIN Suska Riau
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

namun tetap terlihat stylist dan elegan. Konten tersebut di upload pada tanggal 11 November 2023 dan memperoleh 1,1 juta tayangan dengan jumlah like 103 ribu suka dan 299 komentar.⁷⁷

2. Konten Tutorial Hijab Square



Gambar 4.4 Konten Video TikTok @Sashfir
Sumber: Tiktok akun @Sashfir

Link Video Konten : <https://vt.tiktok.com/ZSNKwDume/>

Keterangan : Replying to @Rasheeka Nurshifa ini yaa! aku pakai Lafiye Square Scarf yang terbaru #LafiyeSquare #LafiyeLuaFold #LafiyeSegiempat

Konten yang berjudul tutorial hijab square ini menampilkan tentang bagaimana Firaa menstyling hijab square nya. Firaa menggunakan Hijab dari brand nya sendiri yang bernama Lafiye. Dalam video ini Firaa menampilkan tutorial memakai hijab yang simpel tapi tetap terlihat *uptodate* dan Konten ini di upload pada tanggal 24 Oktober 2023 dan memperoleh 2,5 juta tayangan dengan jumlah like 239,3 ribu dan 1157 komentar pada akun TikToknya.⁷⁸

⁷⁷ "Sashfir (@sashfir)," TikTok, accessed January 14, 2024, <https://www.tiktok.com/@sashfir>.

⁷⁸ "Sashfir (@sashfir)."



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Konten *Eyeliners* tutorial!



Gambar 4.5 Konten video tiktok @Sashfir

Sumber: TikTok akun @Sashfir

Link Video Konten : <https://vt.tiktok.com/ZSYdBnTL1/>

Peterangan : eyeliner tutorial

Konten ini berisikan tentang bagaimana cara mendapatkan look eyeliner seperti Sashfir. Fira juga mengatakan eyeliner itu tergantung mata, sebaiknya kita mempelajari dulu bagaimana bentuk mata kita agar bisa membuat eyeliner yang pas dan cocok. Dan fira juga memberikan tips untuk menggunakan tip eyeliner yang lancip. Konten ini di upload pada tanggal 9 September 2023 dan memperoleh 2,6 juta tayangan dengan jumlah like 178,2 ribu dan 501 komentar pada akun TikTiknya

UIN SUSKA RIAU



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4. Konten Pilihkan Frame Kacamata baru



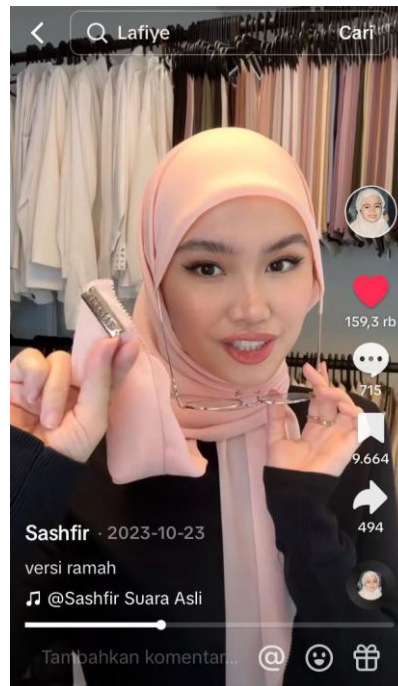
Gambar 4. 6 Konten video tiktok @Sashfir
 Sumber: TikTok akun @Sashfir

Link Video Konten : <https://vt.tiktok.com/ZSYdAQLQJ/>
 Keterangan : jadinya aku milih kacamata yang ini #chopard

Konten ini berisikan tentang Sashfir yang beberapa waktu lalu meminta pilihkan frame kacamata baca baru nya kepada viewers. Dimana like tertinggi jatuh kepada versace, tetapi setelah banyak pertimbangan akhirnya Sashfir memilih chopard yang memiliki detail yang cantik dan elegan. Konten ini di upload pada tanggal 17 Agustus 2023 dan memperoleh 2,3 juta tayangan dengan jumlah like 197 ribu dan 433 komentar pada akun TikToknya.

UIN SUSKA RIAU

5. Konten *Using Lafiye lua fold square scarf*



Gambar 4. 7 Konten video tiktok @Sashfir

Sumber: TikTok akun @Sashfir

Link Video Konten : <https://vt.tiktok.com/ZSYdAng19/>

Keterangan : versi ramah

Konten ini berisikan tentang Sashfir yang menyampaikan perbedaan *impression* orang-orang terhadapnya jika dia memakai *square scarf* dan *pashmina*. *Look* nya yang kelihatan jauh lebih muda dan ramah jika menggunakan *square scarf* dibandingkan menggunakan *pashmina*. Dan Sashfir menggunakan brand hijabnya sendiri yaitu Lafiye *lua fold square scarf* in Pleasant. Konten ini diupload pada tanggal 23 Oktober 2023 dan memperoleh 1,7 juta tayangan dengan jumlah like 159,3 ribu dan 715 komentar pada akun TikToknya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Konten *Unboxing* Makeup Charlotte Tilbury



Gambar 4. 8 Konten video tiktok @Sashfir
 Sumber: TikTok akun @Sashfir

Link Video Konten : <https://vt.tiktok.com/ZSYdUgwHH/>

Peterangan : -

Konten ini berisikan tentang Sashfir yang meng unboxing makeup yang baru saja dibelinya dari brand Charlotte Tilbury, sekaligus mencoba produk-produk tersebut. Konten ini di upload pada tanggal 26 Desember 2023 dan memperoleh 1,5 juta tayangan dengan jumlah like 139,1 ribu dan 571 komentar pada akun TikToknya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Konten Outfit Hari ini untuk pergi ke *Event*



Gambar 4. 9 Konten video tiktok @Sashfir

Sumber: TikTok akun @Sashfir

Link Video Konten :

https://www.tiktok.com/@sashfir/video/7325974176727076101?is_from_webapp=1&sender_device=pc

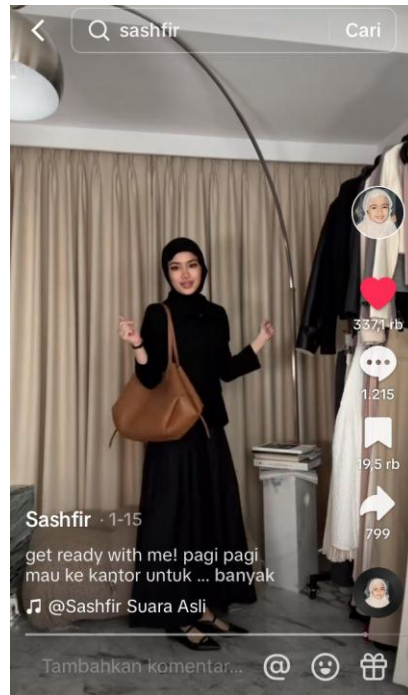
Keterangan : -

Konten ini memeparagakan bagaimana Sashfir memilih pakaian yang akan digunakannya untuk acara hari ini. Dan juga memberikan tips bagaimana kelihatan rapi dan nyaman saat menggunakan *outer* atau *cardigan*. Konten ini di upload pada tanggal 20 Januari 2024 dan memperoleh 1,2 juta tayangan dengan jumlah like 101,8 ribu dan 403 komentar pada akun TikToknya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Konten *Get Ready With me!*



Gambar 4. 10 Konten video tiktok @Sashfir

Sumber: TikTok akun @Sashfir

Link Video Konten :

https://www.tiktok.com/@sashfir/video/7324100982617459973?is_from_webapp=1&sender_device=pc

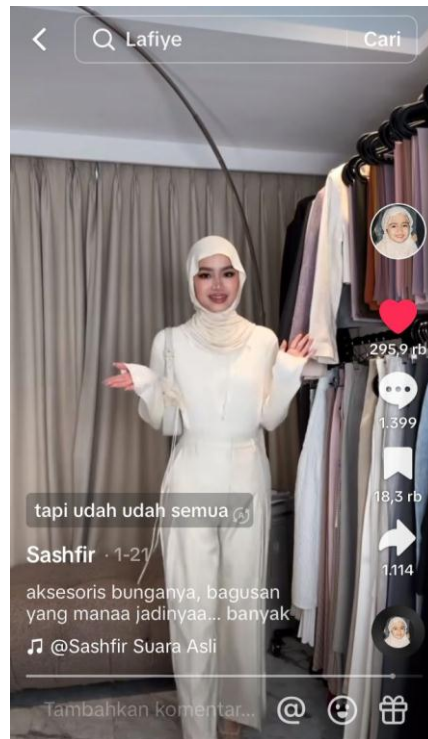
Keterangan : get ready with me! pagi pagi mau ke kantor untuk photoshoot... disini aku pakai Lafiye skiv rou hijab, skivvy manset atasan lengan panjang dan legging, biar aku nyaman motret seharian

Konten ini berisikan tentang Fira yang bersiap-siap untuk pergi ke kantor dan baju apa yang akan digunakannya hari ini. Dari hijab hingga sepatu dan juga aksesoris. Dan fira juga memberikan tips jika menggunakan *look* yang polos untuk menambahkan aksesoris untuk menaikan *look* kalian. Konten ini di upload pada tanggal 15 Januari 2024 dan memperoleh 3,4 juta tayangan dengan jumlah like 337,3 ribu dan 1215 komentar pada akun Tik Toknya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Konten Tema Outfit Hari ini



Gambar 4. 11Konten video tiktok @Sashfir

Sumber: TikTok aku @Sashfir

Link Video Konten :

https://www.tiktok.com/@sashfir/video/7326335435494591749?is_from_webapp=1&sender_device=pc

Keterangan : aksesoris bunganya, bagusan yang manaa jadinyaa dicelana atau ditas? #LafiyeSkivRou in cream, celana #hiantjenxjosephineanni , baju #uniqlo, manset tencel pastinya dari #Lafiye

Konten yang berjudul Tema Outfit apa hari ini berisikan Firaal yang ingin menunjukkan penampilan *clean look* dengan menggunakan produk hijabnya sendiri yaitu Lafiye Skiv rou yang berwarna *cream* dan bagaimana dia memadukan aksesoris hingga sepatunya agar menjadi sebuah *look* yang *clean* dari Firaal. Konten ini di upload pada tanggal 21 Januari 2024 dan memperoleh 2,9 juta tayangan dengan jumlah like 296,4 ribu dan 1402 komentar pada akun TikToknya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Konten *Photoshoot* Lafiye edisi warna terbaru skiv rou dan skiv tie



Gambar 4. 12 Konten video tiktok @Sashfir

Sumber: TikTok aku @Sashfir

Link Video Konten :

https://www.tiktok.com/@sashfir/video/7329893708751490309?is_from_webapp=1&sender_device=pc

Keterangan : Photoshoot Lafiye edisi warna terbaru skiv rou dan skiv tie, siapa nih yang udah punya

Konten ini berisikan tentang kegiatan yang dilakukan Fira di brand hijab miliknya sendiri yaitu Lafiye, salah satunya sebagai *photographer* dan juga sebagai editor karena Fira mengambil jurusan fotografi saat dimasa kuliah dahulu. Dan tema pemotretan kali ini selain meluncurkan warna scarf terbaru lafiye juga menyoroti perempuan yang menginspirasi sebagai model catalognya. Konten ini di upload pada tanggal 30 Januari 2024 dan memperoleh 3,1 juta tayangan dengan jumlah like 414,4 ribu dan 1397 komentar pada akun TikToknya.



4.4

Gambaran Umum Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4. 13 Logo Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Sumber: Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau

1. Sejarah Singkat Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau⁷⁹

Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau adalah dari Institut Agama Islam Negeri Suthan Syarif Qasim (IAIN Susqa), didirikan pada tanggal 19 September 1970 berdasarkan surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia no. 194 tahun 1970. Ketika didirikan, IAIN Susqa hanya terdiri dari tiga fakultas, yaitu fakultas Tarbiah, Fakultas Syariah, dan Fakultas Ushuluddin. Namun sejak 1998/1999, IAIN Susqa telah mengembangkan diri dengan membuka Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, meskipun secara yuridis formal baru lahir pada tahun akademik 1998/1999, tetapi secara historis fakultas ini telah berusia hampir seperempat abad.

Kemudian pada tahun akademik 1996/1997 telah pula dilakukan peninjauan dan konsultasi kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung dalam rangka mempersiapkan dan memperluas jurusan pada Fakultas Dakwah yang akan didirikan, yang kemudian menghasilkan kesepakatan kerjasama antara IAIN Susqa Riau dengan Unpad yang direalisasikan dalam bentuk penandatanganan naskah kesepakatan berupa Memorandum of Understanding (MoU) pada bulan Januari 1998 dengan nomor : IN/13/R/HM.01/164/1998 dan 684//706/1998 dan pelaksanaan teknisnya dipercayakan pada fakultas

⁷⁹“Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau,” Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau, accessed February 26, 2024, <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/>.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ushuluddin (pengasuh Ilmu Dakwah) dan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung.

Sebagai tindak lanjut dari MoU tersebut adalah disepakatinya pembukaan Program Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi dan Diploma Tiga (D3) Dakwah dan Ilmu Komunikasi, untuk melengkapi jurusan yang sudah ada (PMI) dan (BPI) pada Fakultas Dakwah yang akan didirikan.⁸⁰ Saat ini jurusan Ilmu Komunikasi memiliki 3 konsentrasi yang terdiri dari *Public Relations*, *Broadcasting* dan *Jurnalistic*.

2. Visi, Misi dan Tujuan Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Adapun Visi, misi dan tujuan Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau adalah :

a) Visi

Terwujudnya program studi yang unggul, inovatif, dan kolaboratif dalam keilmuan komunikasi di Asia pada tahun 2025

b) Misi

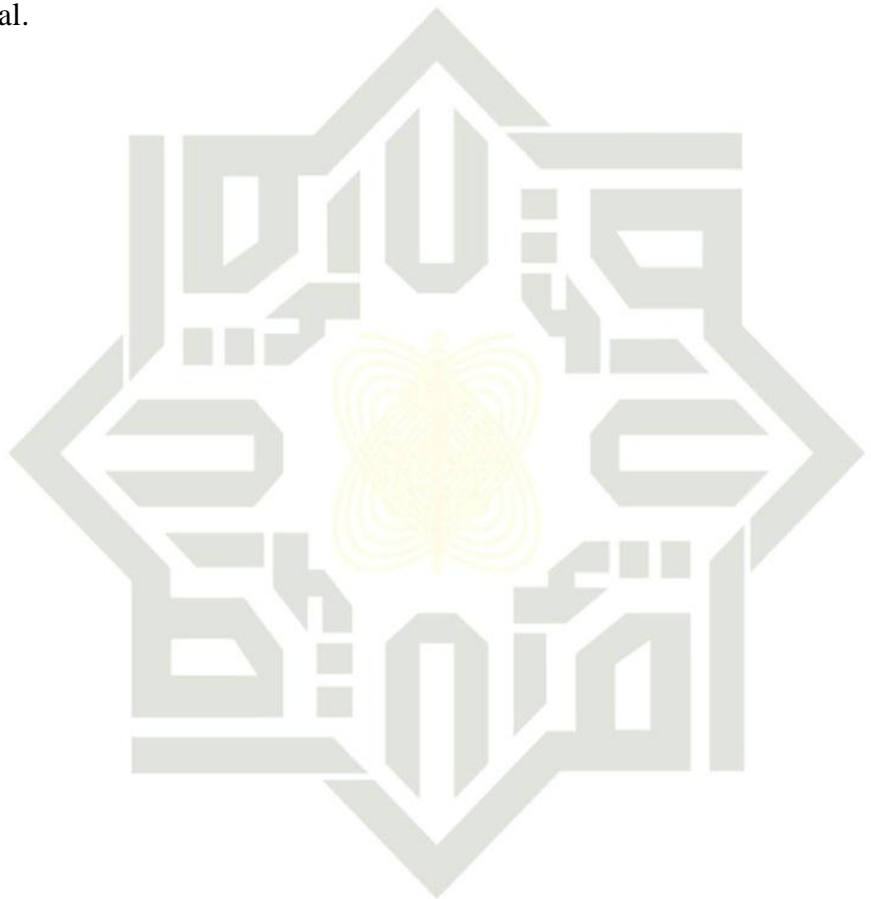
- Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran keilmuan komunikasi untuk melahirkan sumber daya manusia yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan global serta memiliki integritas pribadi sebagai sarjana muslim.
- Menyelenggarakan penelitian berbasis publikasi untuk pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni bidang komunikasi.
- Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berbasis keilmuan komunikasi yang bermanfaat bagi kemanusiaan.
- Menyelenggarakan kerjasama dengan lembaga-lembaga terkait dalam dan luar negeri.
- Menyelenggarakan tata kelola program studi yang baik (good department governance) serta adaptif dengan sistem dan teknologi digital.

c) Tujuan

- Menghasilkan lulusan yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan global serta memiliki integritas pribadi sebagai sarjana muslim.

⁸⁰“Sejarah,” *Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau* (blog), accessed February 26, 2024, <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/profil/sejarah/>.

- Menghasilkan penelitian berbasis publikasi nasional atau internasional dalam bidang ilmu komunikasi.
- Menghasilkan pengabdian kepada masyarakat berbasis keilmuan dakwah dan komunikasi yang bermanfaat bagi kemanusiaan.
- Menghasilkan kerja sama dengan lembaga-lembaga terkait dalam dan luar negeri.
- Menghasilkan tata kelola program studi yang baik (good department governance) serta adaptif dengan sistem dan teknologi digital.



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

BAB VI PENUTUP

Kesimpulan

Firaa Assegaf atau yang lebih dikenal Sashfir merupakan seorang konten kreator asal Indonesia yang dikenal luas di platform TikTok. Memiliki latar belakang dalam bidang komunikasi dan *fashion*, Sashfir memulai kariernya di media sosial pada awal tahun 2020. Dengan minat besar pada kecantikan, mode, dan *lifestyle*, Sashfir berhasil menarik perhatian generasi muda, khususnya generasi Z, dengan konten yang informatif, inspiratif, dan penuh gaya. Awal mula Sashfir menggunakan aplikasi TikTok yaitu pada tahun 2020. Sejak saat itu Sashfir mulai aktif mengupload videonya ke TikTok. Konten yang diunggah oleh Sashfir merupakan konten-konten *lifestyle* seperti ootd atau outfit yang dikenakannya, tutorial makeup, tutorial hijab dan juga kegiatan sehari-harinya. Interaksi yang terjadi pada konten yang di unggahnya banyak menarik perhatian dari khalayak, untuk meniru bagaimana cara dia berpakaian, dan *fashion lifestyle* nya. Dalam sebuah konten, *audience* (khalayak) memiliki pandangan dan latar belakang yang berbeda.

Oleh karena itu, teori analisis respsi dirasa paling tepat untuk digunakan dalam penelitian ini, karena teori analisis resepsi memfokuskan pada proses bagaimana audiens memaknai pesan media serta responnya, dan bagaimana audiens menginterpretasikan pesan media yang dikelompokkan menjadi 3 (tiga) yaitu, Pemaknaan Dominan, Pemaknaan Negosiasi, dan Pemaknaan Oposisi.

Dalam penelitian ini audiens diwakili oleh 10 (sepuluh) informan yang memiliki latar belakang yang berbeda serta mengetahui dan pernah menonton konten Sashfir di TikTok.

Setelah melakukan penelitian “Analisis Konten TikTok Sashfir Pada Lifestyle Generasi Z (Studi di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UIN Suska Riau). Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat 4 informan berada pada posisi Dominan. Dan 6 Informan berada pada posisi negosiasi. Setelah menganalisis hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa posisi pembacaan khalayak berada pada posisi Negosiasi. Kemudian diikuti dengan posisi Dominan terhadap konten TikTok Sashfir. Dalam penelitian ini, tidak ada informan yang berada pada posisi oposisi. Secara umum informan sepakat dengan isi pesan yang disampaikan, namun disisi lain terdapat beberapa bagian pesan yang tidak sejalan dengan pandangan informan. Hal ini menunjukkan bahwa konten-konten TikTok Sashfir berhasil mendominasi atau mempengaruhi audiens terhadap lifestyle-nya.



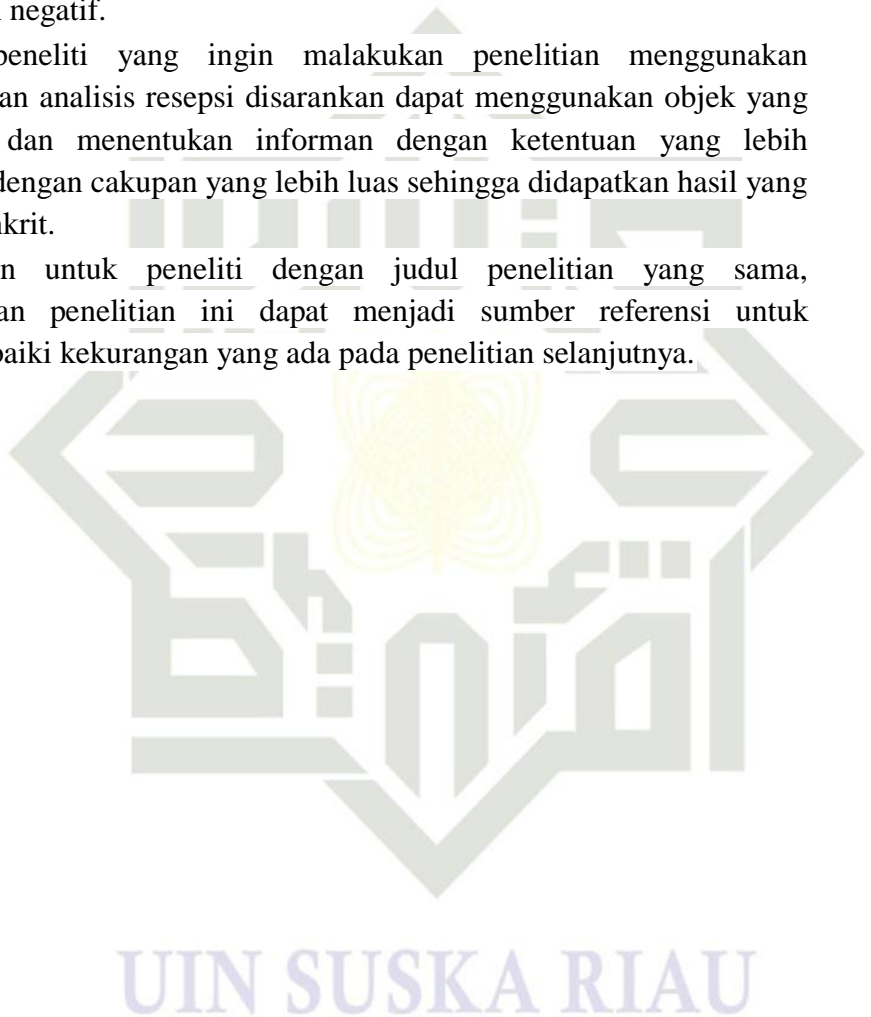
6.2 Saran

- Setelah melakukan penelitian tentang “*Analisis Konten TikTok Sashfir Pada Lifestyle Generasi Z (Studi di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UIN Suska Riau)*”, :
1. Mahasiswa diharapkan dapat lebih selektif dalam menyerap informasi dan tren yang berkembang di TikTok.
 2. Mengkritisi konten yang ada serta tetap menjaga jati diri dan nilai-nilai positif dalam kehidupan sehari-hari sangat penting untuk menghindari pengaruh negatif.
 3. Untuk peneliti yang ingin melakukan penelitian menggunakan pendekatan analisis resepsi disarankan dapat menggunakan objek yang berbeda dan menentukan informan dengan ketentuan yang lebih spesifik dengan cakupan yang lebih luas sehingga didapatkan hasil yang lebih konkrit.
 4. Kemudian untuk peneliti dengan judul penelitian yang sama, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber referensi untuk memperbaiki kekurangan yang ada pada penelitian selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hal ini adalah milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





DAFTAR PUSTAKA

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © 2023 UIN Suska Riau
- Wahyuni, Dwi Putri Robiatul. “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang.” *Jurnal Komunikasi* 14, no. 2 (October 23, 2020): 135–48. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>.
- Admin. “Sejarah Singkat Aplikasi Tik Tok Yang Mendunia.” *Pranata Printing* (blog), August 27, 2020. <https://www.pranataprinting.com/sejarah-singkat-aplikasi-tik-tok-yang-mendunia/>.
- Akilla. “KWU | PDF.” Accessed February 26, 2024. <https://www.scribd.com/document/543129789/Akilla-KWU>.
- Analisis Isi Konten Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Kekinian Di Instagram @Fuji_An | Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu,” October 26, 2023. <https://gudangjurnal.com/index.php/gjmi/article/view/113>.
- Berahim, Refly Andika, Mayasari Mayasari, and Rastri Kusumaningrum. “Analisis Resepsi Pengikut Akun Tiktok@ Podcastkeselaje Dalam Penggunaan Bahasa Jaksel.” *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 9, no. 10 (2022): 3989–95.
- Dulele, Yohana Noni. “Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok.” *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology* 1, no. 1 (November 11, 2020): 565–72.
- Sur, Ramdani, Fitria Ayuningtyas, and Munadhil Abdul Muqstih. “Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Informasi Baru Generasi Z.” *Jurnal Komunikasi Nusantara* 5, no. 2 (2023): 189–98.
- . “Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Informasi Baru Generasi Z.” *Jurnal Komunikasi Nusantara* 5, no. 2 (December 7, 2023): 189–98. <https://doi.org/10.33366/jkn.v5i2.260>.
- Nahyong Anang Sugeng. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia.” *Publiciana* 9, no. 1 (2016): 140–57.
- Claretta Dyva, Alfinatul Fauziah, Amalia Nurul Hikmah, and Novenda Bunga Aziizah. “Analisis Resepsi Mahasiswa Tentang Konten Dalam Akun Tiktok @rizkym_.” *Jurnal Socia Logica* 1, no. 2 (December 8, 2022): 52–60. <https://doi.org/10.572349/sociallogica.v1i2.147>.
- Devanty, Shevina Alana, and Ririn Puspita Tutiasri. “TikTok sebagai Media Pengungkapan Diri melalui Konten ‘He is a 10 But’ dan ‘She is a 10 But.’” *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 7 (July 2, 2023): 4973–79. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i7.2388>.
- Dewi, Metha Nilarisma. “Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle), Harga, Promosi Terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (Destination) Studi Kasus Pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya.” *Jurnal Strategi Pemasaran*. Journal:eArticle, Universitas Kristen Petra, 2015. <https://www.neliti.com/id/publications/134538/>.
- Firdaus, Zuhairina, Shela Ayu Nadyarta, Moh Hadanil Atqo, Sekar Dwi Ardianti, and Nur Fajrie. “Pengaruh Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa PGSD Universitas Muria Kudus.” *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya* 2, no. 2



(November 22, 2023): 70–79.
<https://doi.org/10.55606/mateandrau.v2i2.1408>.

The Liang. *Pengantar Ilmu Administrasi Manajemen*. Jakarta : Gunung Agung: Ensiklopedia Administrasi, 1998.

Gunawan, I. Gede Dharman. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pendidikan Agama Hindu.” *Bawi Ayah: Jurnal Pendidikan Agama Dan Budaya Hindu* 8, no. 2 (2017): 16–27.

Hayanto, Gabriella Chandra. “Perbedaan Penggunaan Internet, Media Sosial, Dan Persepsi Pada Dunia Kerja Menurut Tahun Kelahiran Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta).” PhD Thesis, UAJY, 2019. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/20854>.

Hasan, Muhammad, Tuti Khairani Harahap, Syahrial Hasibuan, Iesyah Rodliyah, Sitti Zuhaerah Thalbah, Cecep Ucu Rakhman, Paskalina Widiastuti Ratnaningsih, et al. “Metode Penelitian Kualitatif.” *Penerbit Tahta Media*, 2023. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/182>.

Hasiholan, Togi Prima, Rezki Pratami, and Umaimah Wahid. “Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19.” *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (2020): 70–80.

Hastini, Lasti Yossi, Rahmi Fahmi, and Hendra Lukito. “Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi Dapat Meningkatkan Literasi Manusia Pada Generasi Z Di Indonesia?” *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)* 10, no. 1 (February 11, 2020): 12–28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>.

Hendariningrum, Retno, and M Edy Susilo. “Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6 (2008).

Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2023 | Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara/Fasilitator Digital Marketing, Internet Marketing, SEO, Technopreneur Dan Bisnis Digital.” Accessed February 17, 2024. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>.

Idi, Techfor. “The Rise Of TikTok : Masa Keemasan TikTok Selama Masa Pandemi |.” *TechForID* (blog), August 14, 2020. <https://www.techfor.id/the-rise-of-tiktok-masa-keemasan-tiktok-selama-masa-pandemi/>.

Ilfiyasaki, Ilfiyasaki, and Ruth Mei Ulina Malau. “Analisis Resepsi Viewers Mengenai Konten Gaya Hidup Konsumtif Pada Kanal Youtube Rans Entertainment.” *eProceedings of Management* 8, no. 2 (2021). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/viewFile/14832/14609>.

Indika, Deru R., and Cindy Jovita. “Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Bisnis Terapan* 1, no. 01 (2017): 25–32.

Ira, Laili. “Mengenal TikTok, Aplikasi Media Sosial Yang Populer Di Dunia.” *Pempro*, November 23, 2023.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagai atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hal-Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Melarang mengutip sebagian atau seluruhnya karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

- <https://bisnis.tempo.co/read/1800546/mengenal-tiktok-aplikasi-media-sosial-yang-populer-di-dunia>.
- Kamilah, Humaira, and Sapta Sari. "Fenomena Gaya Hidup Ala Selebgram Pada Mahasiswa Di Instagram," 2020.
- Kumparan. "Ini Asal Muasal TikTok yang Kini Mendunia." Accessed February 26, 2024. <https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-yang-kini-mendunia-1ss18QadAEN>.
- Kusuma, Florentina Fahriza, Ido Prijana Hadi, and Daniel Budiana. "Analisis Resepsi Khalayak Mengenai Konten 'Thirst Trap' pada Akun TikTok @eunicetjoaa" 10 (2022).
- M. Si, Hardani, Jumari Ustiaty, Helmina Andriani, ria istiqomah, Dhika Sukmana, Roushandy Fardani, nur auliya, and Evi Utami. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 2020.
- M. Si, Rachmat Kriyantono, S. Sos. *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Prenada Media, 2014.
- Nathania, Yovita, and Diana Amalia. "Analisis Penerimaan Generasi Z Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Dalam Konten 'How Much I Spend In A Day' Pada Akun TikTok @Skincareans." *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 9 (September 2, 2023): 6817–25. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i9.2830>.
- Negeri, Iv Dan V. Sd. "Arikunto, S. 2013. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta. Azwar, 2011, Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Boedihardjo, 2014. Pemeliharaan Kesehatan Gigi Keluarga. University Press." Accessed May 13, 2024. <http://repository.poltekkes-denpasar.ac.id/id/eprint/10948>.
- Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau. "Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau." Accessed February 26, 2024. <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/>.
- Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau. "Sejarah." Accessed February 26, 2024. <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/profil/sejarah/>.
- Rujarama, Widya, and Ika Rizki Yustisia. *Aplikasi Metode Analisis Resepsi untuk Penelitian Gender dan Media: untuk Peneliti Pemula dan Mahasiswa S-1*. Universitas Brawijaya Press, 2020.
- Rafiq, Ahmad. "Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat." *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 3, no. 1 (2020): 18–29.
- Rahmawati, Firda Dwi, and Tirton Nefianto. "Analisis Fashion Influencer Berkontribusi Dalam Purchase Intention Konsumen Tiktokshop." *Dinamika Publik: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Bisnis* 1, no. 4 (September 11, 2023): 132–51. <https://doi.org/10.59061/dinamikapublik.v1i4.425>.
- Rahmawati, Siska. "Fenomena Pengguna Aplikasi Tik Tok Dikalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung." PhD Thesis, Perpustakaan, 2018. <http://repository.unpas.ac.id/34239/>.



- Rakhmat Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005)., n.d.
- Rohi, Setyo Eka, and Wiwid Noor Rakhmad. "Analisis Resepsi Pada Channel YouTube Gaming 'Kimi Hime.'" *Interaksi Online* 8, no. 4 (2020): 75–82.
- Rosady Ruslan. *Metode Penelitian: PR Dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Ruhammad, Muchammad, and Ni'matur Rahmayanti. "Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di Thriftshop Online Instagram." *Cakrawala Management Business Journal* 4, no. 2 (2021): 847–68.
- Saifanah, Nazjar, Dimas Mega Nanda, and Tohiruddin Tohiruddin. "Trend Fashion Di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya." In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 1:32–38, 2022. <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/download/37/24>.
- Sakitri, Galih. "Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!" In *Forum Manajemen*, 35:1–10, 2021. <https://journal.prasetiyamulya.ac.id/journal/index.php/FM/article/view/596>
- Sari, Miranda Febriyana. "Mahasiswa Sebagai Digital Native Yang Menggunakan Media Sosial Tiktok Menjadi Gaya Hidup." PhD Thesis, Universitas Islam Kalimantan MAB, 2020. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/3432/>.
- Sari, Vivi Endah. "Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api)." *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul* 7, no. 4 (November 30, 2019): 474. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v7i4.2863>.
- Setiawan, Conny R. *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo, 2010. [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=dSpAlXuGUCUC&oi=fnd&pg=PA2&dq=R+Raco,+Metode+Penelitian+Kualitatif,+ed.+oleh+Arita+\(Jakarta:+PT+Grasindo,+2010\)&ots=_AObDCGKOX&sig=YSSmwr5KScPKQCSRmTsk0PJWApk](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=dSpAlXuGUCUC&oi=fnd&pg=PA2&dq=R+Raco,+Metode+Penelitian+Kualitatif,+ed.+oleh+Arita+(Jakarta:+PT+Grasindo,+2010)&ots=_AObDCGKOX&sig=YSSmwr5KScPKQCSRmTsk0PJWApk).
- Setiadi, Ahmad. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi." *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika* 16, no. 2 (2016). <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/khatulistiwa/issue/archive/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055>.
- Setiawan, Albi Anggito, Johan. *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.
- Shadrina, Alliza Nur, Muhammad Anwar Fathoni, and Tati Handayani. "Pengaruh Trendfashion, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab." *Journal of Islamic Economics (JoIE)* 1, no. 2 (December 8, 2021). <https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3224>.
- Sinaga, Siti Cholilah, and Mailin Mailin. "Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Perubahan Gaya Hidup dan Pola Pikir Masyarakat di Silau Bayu Kecamatan Gunung Maligas." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Hak cipta dilindungi undang-undang.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Kemasyarakatan 17, no. 5 (September 24, 2023): 3426. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i5.2744>.

Soto, Sandu, and Muhammad Ali Sodik. *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Literasi Media Publishing, 2015.

“SK-Kode-Etik-Mahasiswa-UIN-Suska-Riau-2016.Pdf.” Accessed May 19, 2024. <https://feis.uin-suska.ac.id/wp-content/uploads/2021/08/SK-Kode-Etik-Mahasiswa-UIN-Suska-Riau-2016.pdf>.

Sojadi. *Analisis Manajemen Modern*. Jakarta: Haji Masagung, 1997.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019, n.d.

Sugiyono, Dr. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Sun, Yanshu, and Steve Guo. “Predicting Fashion Involvement by Media Use, Social Comparison, and Lifestyle: An Interaction Model.” *International Journal of Communication* 11 (2017): 24.

Tempo. “Profil Zhang Yiming, Sosok Pendiri TikTok Yang Akan Bergabung Dengan GoTo.” *Tempo*, December 10, 2023. <https://koran.tempo.co/read/ekonomi-dan-bisnis/486052/profil-zhang-yiming-sosok-pendiri-tiktok-yang-akan-bergabung-dengan-goto>.

TikTok. “Sashfir (@sashfir).” Accessed January 14, 2024. <https://www.tiktok.com/@sashfir>.

TikTok Diprediksi Jadi Medsos Terbesar Ketiga Pada 2022.” Accessed February 26, 2024. <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/03/08070077/tiktok-diprediksi-jadi-medsos-terbesar-ketiga-pada-2022>.

Top 10 Female Indonesian Influencers in 2024.” Accessed February 17, 2024. <https://www.insg.co/en/female-influencers-indonesia/>.

Utami, Rosita Indah, and Aan Herdiana. “Pemaknaan Pendengar Terhadap Iklan Testimoni Nutrisi Herbal Nariyah Di Radio Kasihku FM Bumiayu Dalam Teori Resepsi Stuart Hall.” *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu* 3, no. 2 (2021): 509–20.

Zed, Mastika. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2008.

DOKUMENTASI WAWANCARA PENELITIAN

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Wawancara dengan Informan
Yolanda Febrina (22 maret 2024)**



**Wawancara dengan informan
Putri Hasanah (25 Maret 2024)**



**Wawancara dengan informan
Nur Ainun Fajrina (27 Maret 2024)**



**Wawancara dengan informan
Wulan Salsabila (27 Maret 2024)**



**Wawancara dengan Viny Shifa
Nursadrina (28 Maret 20204)**



**Wawancara dengan informan
Tasya Yuliana (29 Maret 2024)**

Wawancara dengan informan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



Wulan Kurnia Putri (1 April 2024)

Wawancara dengan Informan



Amelia Ezar (2 April 2024)



Wawancara dengan Informan
Lola Herlina (4 April 2024)



Wawancara dengan Informan
Alda Tirana Putri (4 April 2024)

LAMPIRAN II

Transkrip Wawancara

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

menyebutkan sumber:

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Pertanyaan Wawancara

1. Sejak kapan kamu menggunakan tiktok?
2. Berapa waktu yang kamu habiskan dalam menggunakan media sosial TikTok dalam sehari?
3. Apa tujuan kamu menggunakan aplikasi TikTok?
4. Apakah kamu mengetahui dan memahami apa itu lifestyle?
5. Apakah fashion lifestyle penting bagi anda? Alasan
6. apa yang membuat kamu tertarik untuk mengikuti akun tiktok @Sashfir?
7. Bagaimana pandangan informan mengenai konten-konten tiktok yang di unggah oleh @Sashfir?
8. Apakah konten tiktok @Sashfir memberikan pengaruh terhadap fashion lifestyle anda?
9. Dampak seperti apa kira kira yang anda dapatkan setelah melihat konten-konten tiktok dari @Sashfir?
10. Apakah konten yang di upload oleh sashfir di media sosial tiktok nya sudah sesuai dengan yang anda harapkan?
11. Apakah anda mencoba mengikuti tren yang anda lihat di Tiktok?
12. Menurut anda apa dampak positif penggunaan tiktok dalam kehidupan sehari- hari dan dampak negatifnya?

Transkrip Wawancara

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Pertanyaan wawancara

Informan 1, Yolanda Febri

1. Sejak kapan kamu menggunakan tiktok?
:Sejak tahun 2019
2. Berapa waktu yang kamu habiskan dalam menggunakan media sosial tiktok dalam sehari?
: Lebih kurang 2-3 jam
3. Apa tujuan kamu menggunakan aplikasi tiktok?
: Untuk mencari hiburan, media edukasi, sarana informasi.
1. Apakah kamu mengetahui dan memahami apa itu lifestyle?
: yaa, saya mengetahui lifestyle itu apa. Menurut saya lifestyle adalah gaya hidup bagi seorang manusia yang bisa berubah sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhannya.
5. Apakah fashion lifestyle penting bagi anda?
: yaa sangat penting, karna lifestyle menjadi salah satu penunjang penampilan bagi diri saya, dan dengan lifestyle yang benar saya merasa lebih percaya diri dalam berpakaian.
6. Apa yang membuat kamu tertarik untuk mengikuti akun tiktok @Sashfir?
: karna menurut saya akun tiktok sashfir sedikit banyaknya menginfluence kehidupan saya.
7. Bagaimana pandangan informan mengenai konten-konten tiktok yang di unggah oleh @Sashfir?
: Sejauh ini konten konten tiktok sashfir sangat bagus dan banyak yang saya jadikan role model saya, tetapi mungkin sedikit kurang di durasi saja.
8. Apakah konten tiktok @Sashfir memberikan pengaruh terhadap fashion lifestyle anda? alasan
: yaa, sedikit banyaknya. Karna saya melihat cara berpakaian Sashfir dan menjadikan hal itu cocok atau tidak di lifesytle saya.
9. Dampak seperti apa yang anda dapatkan setelah melihat konten-konten tiktok dari @Sashfir?
: cara berpakaian, cara berhijab, macth atau tidaknya dengan warna pakaian, cocok atau tidaknya dengan bentuk tubuh dll.
10. Apakah konten yang di upload oleh sashfir di media sosial tiktok nya sudah sesuai dengan yang anda harapkan?
: ya ada yg sudah , dan ada yg belum, tentunya seorang selebgram juga punya kekurangan dan menurut saya kadang ada bbrp dari konten sashfir yg tidak sesuai dengan diri saya.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Apakah anda mencoba mengikuti tren yang anda lihat di Tiktok?

: Sebagian iya, jika saya mood. saya mengikuti tren tergantung mood saya. Manusia hanya bisa berencana, Iya atau Tidak tergantung Mood.

12. Menurut anda apa dampak positif penggunaan tiktok dalam kehidupan sehari-hari dan dampak negatifnya?

: Dampak Positifnya, banyak edukasi dan informasi yg bisa kita dapat di tiktok, tiktok juga bisa menjadi media hiburan disaat kita sedang kalut atau pusing terhadap sesuatu. Sedangkan dampak Negatifnya, banyak informasi yang disebar kadang tidak sesuai dengan realitanya, contohnya berita hoax, bullying, ujaran kebencian yang dilakukan oleh orang-orang yang tak bertanggung jawab. Sebenarnya, menurut saya setiap hal didunia ini akan ada sisi positif dan sisi negatifnya. begitupun dengan Sosial Media. Bagaikan 2 mata pisau, jika tak pandai pandai dan tak bijak dalam menggunakannya maka kita akan terluka dari kedua sisinya.

Informan 2 Nur Ainun Fajrina

1. Sejak kapan kamu menggunakan tiktok?

: Awal tahun 2020 masa pandemi

2. Berapa waktu yang kamu habiskan dalam menggunakan media sosial tiktok dalam sehari?

: Dalam sehari saya bisa menggunakan aplikasi tiktok minimal 2-3 jam

3. Apa tujuan kamu menggunakan aplikasi tiktok?

: Sebagai media hiburan dan juga mencari referensi atau informasi

4. Apakah kamu mengetahui dan memahami apa itu lifestyle?

: Ya saya tau dan cukup memahami tentang lifestyle. Lifestyle atau secara umum gaya hidup menurut saya lifestyle itu adalah acuan hidup seperti untuk memilih pakaian seperti apa, tren terbaru dan lain-lain.

5. Apakah fashion lifestyle penting bagi anda?

: Ya sangat penting, dengan pengetahuan saya tentang fashion lifestyle membuat saya lebih percaya diri, meningkatkan mood dan juga menjadikan ciri khas bagi diri saya.

6. Apa yang membuat kamu tertarik untuk mengikuti akun tiktok @Sashfir?

: saya menyukai taste fashion yang dibagikan sashfir pada media sosialnya.

7. Bagaimana pandangan informan mengenai konten-konten tiktok yang diunggah oleh @Sashfir?

: Pandangan saya mengenai konten sashfir sangat menarik, informatif terutama bagi wanita-wanita yang muslimah.

8. Apakah konten tiktok @Sashfir memberikan pengaruh terhadap fashion lifestyle anda? alasan



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

: Ya sangat berpengaruh, melalui konten-kontennya membuat saya menemukan dan bisa menentukan gaya fashion yg sesuai dengan selera saya.

9. Dampak seperti apa yang anda dapatkan setelah melihat konten-konten tiktok dari @Sashfir?

: Dampaknya sangat positif, seperti saya mendapatkan referensi tentang model pakaian apa yg akan saya pakai. Dan mengetahui bagaimana sikap dan sifat wanita yang berwawasan.

10. Apakah konten yang di upload oleh sashfir di media sosial tiktoknya sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

: Ya sangat sesuai. Karena kontennya sangat informatif dan cocok untuk para wanita yg mencari referensi tentang lifestyle.

11. Apakah anda mencoba mengikuti tren yang anda lihat di Tiktok?

: Tidak terlalu, karena saya menyesuaikan apakah trend tersebut sesuai dengan keadaan saya dan keinginan saya

12. Menurut anda apa dampak positif penggunaan tiktok dalam kehidupan sehari-hari dan dampak negatifnya?

: dampak positifnya yaitu menambah wawasan, pengetahuan dan informasi yang up to date. Dan dampak negatifnya ya menyita banyak waktu.

Informan 3, Putri Hasanah

1. Sejak kapan kamu menggunakan tiktok?

: sekitar tahun 2021

2. Berapa waktu yang kamu habiskan dalam menggunakan media sosial tiktok dalam sehari?

: Sekitar 3-4 jam

3. Apa tujuan kamu menggunakan aplikasi tiktok?

: Sebagai hiburan, mencari inspirasi outfit, makeup, dan tips kehidupan

4. Apakah kamu mengetahui dan memahami apa itu lifestyle?

: ya, lifestyle adalah gaya hidup. menurut saya lifestyle menentukan bagaimana kita menjalani hidup, lifestyle setiap orang tentunya juga berbeda-beda dan bisa berpengaruh dari lingkungan ia sendiri.

5. Apakah fashion lifestyle penting bagi anda?

: ya, karena fashion merupakan kunci dari penampilan kita. seperti yg kita tahu bahwa penampilan sangat penting terlebih bagi saya seorang mahasiswa konsentrasi Public Relations tentunya dituntut untuk berpenampilan rapi dan menarik.

6. Apa yang membuat kamu tertarik untuk mengikuti akun tiktok @Sashfir?

: saya menyukai taste fashion yang dibagikan sashfir pada media sosialnya.

7. Bagaimana pandangan informan mengenai konten-konten tiktok yang di unggah oleh @Sashfir?



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

: menarik, sebagian besar konten yang ia bagikan mengenai fashion dimana salah satu alasan saya menggunakan tiktok adalah untuk mencari inspirasi seperti fashion.

8. Apakah konten tiktok @Sashfir memberikan pengaruh terhadap fashion lifestyle anda? alasan

: iya, karena terkadang saat saya bingung ingin memakai baju apa saat akan bepergian saya membuka akun tiktok sashfir untuk mencari inspirasi atau bahkan hanya sekedar melihat tutorial hijab yang pernah ia bagikan

9. Dampak seperti apa yang anda dapatkan setelah melihat konten-konten tiktok dari @Sashfir?

: perlahan gaya pakaian saya mengikuti cara berpakaian sashfir dan saya juga menjadi tertarik untuk menjadi wanita seperti sashfir yg bukan hanya cantik namun juga pintar dan mandiri..

10. Apakah konten yang di upload oleh sashfir di media sosial tiktok nya sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

: iya, karena sejak awal saya mengikuti akun sashfir tujuan saya memang menjadikannya sebagai salah satu kiblat fashion saya. dengan konten yang ia upload di akun tiktoknya saat tentu saja sesuai dengan apa yg saya harapkan.

11. Apakah anda mencoba mengikuti tren yang anda lihat di Tiktok?

: terkadang iya.

12. Menurut anda apa dampak positif penggunaan tiktok dalam kehidupan sehari-hari dan dampak negatifnya?

: untuk dampak positif sebenarnya sangat banyak yg bisa kita pelajari dari tiktok, bisa mengenai lifestyle, self development, dan banyak lagi. namun untuk dampak negatif menurut saya lebih banyak orang yang fomo (fear of missing out) dimana banyak orang yg melakukan sesuatu hanya karena takut ketinggalan, bukan dari hatinya sendiri.

Informan 4, Wulan Kurnia Putri

1. Sejak kapan kamu menggunakan tiktok?

: Sekitar tahun 2020

2. Berapa waktu yang kamu habiskan dalam menggunakan media sosial tiktok dalam sehari?

: tidak menentu, kadang 3 jam atau terkadang bisa 5 jam dalam sehari.

3. Apa tujuan kamu menggunakan aplikasi tiktok?

: hiburan serta tempat mencari informasi apapun yang ingin di cari pada saat itu.

4. Apakah kamu mengetahui dan memahami apa itu lifestyle?



: iyaa, menurut aku Lifestyle mencakup cara kita memilih untuk menjalani hidup kita, termasuk pilihan makanan, aktivitas fisik, dan cara kita berhubungan dengan orang lain.

5. Apakah fashion lifestyle penting bagi anda?
: Penting ya menurut ku karena tampilan look itu sebagai cerminan dari diri kita menurut ku, apalagi kebanyakan orang-orang sekarang menilai orang itu yang pertama dari penampilannya ya, jadi menurut ku fashion lifestyle itu sangat penting sih.
6. Apa yang membuat kamu tertarik untuk mengikuti akun tiktok @Sashfir?
: Aku tertarik mengikuti Sashfir karena banyak tips yang berguna membuat terinspirasi, tapi terkadang sometime ada fashionnya yang kurang cocok dengan selera aku.
7. Bagaimana pandangan informan mengenai konten-konten tiktok yang di unggah oleh @Sashfir?
: Saya mendapatkan banyak informasi bermanfaat dari kontennya, namun ada kalanya saya merasa tipsnya agak terlalu mewah untuk gaya hidup saya.
8. Apakah konten tiktok @Sashfir memberikan pengaruh terhadap fashion lifestyle anda? alasan
: Sedikit banyaknya memberikan pengaruh kepada fashion lifestyle saya, konten Sashfir memang memberikan banyak inspirasi tentang fashion, tetapi saya hanya menerapkan beberapa gaya yang menurut saya cocok dengan kepribadian dan yang sesuai dengan budget aku aja sih.
9. Dampak seperti apa yang anda dapatkan setelah melihat konten-konten tiktok dari @Sashfir?
: Jadi miskin soalnya kalo lihat konten-konten Sashfir jadi keracunan terus untuk pengen beli barang-barang yang dipake sama dia.
10. Apakah konten yang di upload oleh sashfir di media sosial tiktok nya sudah sesuai dengan yang anda harapkan?
: Sesuai tapi ada yang juga tidak sesuai, karena beberapa konten yang ditampilkan oleh Sashfir dalam akun TikTolnya kebanyakan gaya hidupnya yang mewah dan luxury gitu yaa..
11. Apakah anda mencoba mengikuti tren yang anda lihat di Tiktok?
: gasemuaa sihh, yang membuat ku tertarik aja.
12. Menurut anda apa dampak positif penggunaan tiktok dalam kehidupan sehari-hari dan dampak negatifnya?
: untuk dampak positif sebenarnya banyak mulai dari mendapatkan informasi dan inspirasi yang uptodate dan juga sebagai media edukasi. Kalo dampak negatifnya ya membuat kita jadi malas dan mager dan juga kurangnya berinteraksi sosial dan membuat kita menjadi lupa waktu.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Informan 5, Viny Shifa Nursadrina

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Sejak kapan kamu menggunakan tiktok?
: aku buka akun tiktok tahun 2020
2. Berapa waktu yang kamu habiskan dalam menggunakan media sosial tiktok dalam sehari?
: bisa sampai 6 jam dalam sehari
3. Apa tujuan kamu menggunakan aplikasi tiktok?
: mencari informasi penting, fit idea, tips and tricks, beauty hack, konten menjaga kebugaran dan kesehatan tubuh, berita hari ini, isu-isu yang sedang terjadi dan hiburan.
4. Apakah kamu mengetahui dan memahami apa itu lifestyle?
: lifestyle itu bentuk kehidupan seseorang berdasarkan cara mereka memandang sesuatu atau bagaimana seseorang menata kehidupannya jika dilihat dari kebutuhan dan keinginannya
5. Apakah fashion lifestyle penting bagi anda?
: sangat penting, karena saya pribadi senang melihat orang lain berpakaian rapi dan penampilan itu mencerminkan karakter
6. Apa yang membuat kamu tertarik untuk mengikuti akun tiktok @Sashfir?
: awalnya karena aku tertarik dengan cara dia mix and match outfit, tapi setelah mengikuti sashfir 4 tahun ini, saya juga tertarik dengan kepribadian dan aktivitas dia.
7. Bagaimana pandangan informan mengenai konten-konten tiktok yang di unggah oleh @Sashfir?
: konten sashfir di tiktok itu menarik semua, dan ga pernah aku skip. konten sashfir banyak tentang tema outfit hari ini, spill pakaian, get ready with me. semua konten dia memamerkan kemampuan dia dalam bidang fashion. mungkin udah bisa disebut klibat fashion cewe-cewe.
8. Apakah konten tiktok @Sashfir memberikan pengaruh terhadap fashion lifestyle anda? alasan
: berpengaruh, elegant look dan simple itu udah taste aku juga, jadi kalau aku bingung dapetin outfit aku coba lihat akun sashfir supaya dapat referensi.
9. Dampak seperti apa yang anda dapatkan setelah melihat konten-konten tiktok dari @Sashfir?
: cara aku berpakaian lebih memperhatikan kerapian dan bagaimana caranya aku tampil sesimpel mungkin tapi tetap look good.
10. Apakah konten yang di upload oleh sashfir di media sosial tiktoknya sudah sesuai dengan yang anda harapkan?
: sudah, karena sashfir sudah banyak mempengaruhi aku dalam menentukan selera pakaian, aku pikir dia berhasil memberikan informasi dan membagikan selera dia kepada audiens.



11. Apakah anda mencoba mengikuti tren yang anda lihat di Tiktok?

: tidak semua, aku pilih-pilih juga dalam mengikuti tren, ada aspek-aspek tertentu yang aku perhatikan.

12. Menurut anda apa dampak positif penggunaan tiktok dalam kehidupan sehari-hari dan dampak negatifnya?

: dampak positif nya memberikan peluang pekerjaan untuk content creator dan influencer pemula, tempat berbisnis juga udah cocok banget, sebagai tempat banyak orang berkarya dan mengekspresikan diri juga bisa di tiktok, banyak manfaat nya sih tapi kelemahan yang di timbulkan juga seperti kesulitan mengatur waktu akibat kebablasan scroll tiktok dan ada juga konten-konten tidak bermanfaat yang akan berdampak ke orang-orang tertentu.

Informan 6, Wulan Salsabila

1. Sejak kapan kamu menggunakan tiktok?

: aku menggunakan TikTok sejak tahun 2019

2. Berapa waktu yang kamu habiskan dalam menggunakan media sosial tiktok dalam sehari?

: 4 jam perhari

3. Apa tujuan kamu menggunakan aplikasi tiktok?

: untuk sebagai hiburan dan mencari informasi terkait berita-berita terbaru

4. Apakah kamu mengetahui dan memahami apa itu lifestyle?

: tau, menurut saya lifestyle adalah bagaimana seseorang memilih atau menentukan gaya hidup sesuai dengan dirinya atau bagaimana cara mereka menghabiskan waktu dan uang, dan melakukan apa yang disukainya.

5. Apakah fashion lifestyle penting bagi anda?

: penting, karena di zaman sekarang fashion salah satu hal yang dilihat sebagai bentuk branding diri, dimana semakin baik fashion semakin bagus branding yang kita ciptakan untuk dilihat oleh publik

6. Apa yang membuat kamu tertarik untuk mengikuti akun tiktok @Sashfir?

: karena sashfir adalah anak muda yang mengikuti lifestyle kekinian tanpa memperlihatkan aurat, serta fashion yang tidak terlalu berlebihan baik dari segi pakaian maupun hijab, dan fashion nya yang simple membuat banyak kalangan terutama anak muda menjadikan nya inspirasi di bagian ootd

7. Bagaimana pandangan informan mengenai konten-konten tiktok yang di unggah oleh @Sashfir?

: menarik, sehingga bisa menjadi satu referensi berpakaian bagi anak muda yang berhijab, tetapi tetap fashionable

8. Apakah konten tiktok @Sashfir memberikan pengaruh terhadap fashion lifestyle anda? alasan



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. 1. 9. a. Penguip s gian atau s jh k s ini tanpa men sumber:

: ya, karena konten nya yang kreatif serta menarik dapat membawa kalangan muda bisa berfashion dengan baik.

9. Dampak seperti apa yang anda dapatkan setelah melihat konten-konten tiktok dari @Sashfir?

: ber ootd an tidak harus melepaskan hijab dan berfashion tidak harus menggunakan pakaian yang ribet dan bisa menjadi referensi untuk tidak selalu menumpuk pakaian yang cuman dipakai sekali.

10. Apakah konten yang di upload oleh sashfir di media sosial tiktok nya sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

: sesuai, karena menjadi konsumsi anak muda yang mencari bagaimana ber fashion yang baik dan tidak berlebihan

11. Apakah anda mencoba mengikuti tren yang anda lihat di Tiktok?

: ngga sih, soalnya aku gasuka dengan tren yang cepat viral.

12. Menurut anda apa dampak positif penggunaan tiktok dalam kehidupan sehari-hari dan dampak negatifnya?

: dampak positifnya gampang mendapatkan informasi dan bisa menjadi hiburan ketika waktu luang. Kalo dampak negatifnya dapat membuat lupa waktu, dan pekerjaan yang dilakukan sering tertunda bahkan bisa tidak dikerjakan sama sekali.

Informan 7, Amelia Ezar

1. Sejak kapan kamu menggunakan tiktok?

: sejak tahun 2020

2. Berapa waktu yang kamu habiskan dalam menggunakan media sosial tiktok dalam sehari?

: sesekali membukanya tetapi jika di hitung dalam sehari bisa 2- 3 jam an.

3. Apa tujuan kamu menggunakan aplikasi tiktok?

: untuk mencari hiburan serta terkadang mencari hal hal yang bermanfaat dari beberapa konten yang mengandung edukasi

4. Apakah kamu mengetahui dan memahami apa itu lifestyle?

: Menurut aku pribadi ya lifestyle adalah kombinasi dari semua kebiasaan dan rutinitas yang kita lakukan sehari-hari, dan ini sangat mempengaruhi hidup kita secara keseluruhan.

5. Apakah fashion lifestyle penting bagi anda?

: tentu saja penting, karena di zaman sekarang apa-apa orang pasti lihatnya dari penampilan kita dulu yang pertama, jadi aku sangat memperhatikan fashion lifestyle ku sih..

6. Apa yang membuat kamu tertarik untuk mengikuti akun tiktok @Sashfir?

: tertarik karena suka ngelihat kontennya yang aesthetic gitu, tapi menurutku kurang relevan aja sih untuk situasi sekeliling aku.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Bagaimana pandangan informan mengenai konten-konten tiktok yang di unggah oleh @Sashfir?
 : saya suka cara Sashfir menyajikan konten dengan cara yang menarik, meskipun beberapa video tidak selalu sesuai dengan kebutuhan saya
8. Apakah konten tiktok @Sashfir memberikan pengaruh terhadap fashion lifestyle anda? alasan
 : Sashfir punya selera fashion yang bagus dan memberikan banyak ide, tapi aku ngga selalu mengikuti semuanya karena ada beberapa gayanya yang tidak sesuai dengan preferensi aku sendiri.
9. Dampak seperti apa yang anda dapatkan setelah melihat konten-konten tiktok dari @Sashfir?
 : menurutku sashfir memberikan banyak saran-saran yang bagus tentang perawatan diri, fashion dan lainnya tetapi tentu saja aku harus menyesuaikannya agar sesuai dengan budget aku.
10. Apakah konten yang di upload oleh sashfir di media sosial tiktok nya sudah sesuai dengan yang anda harapkan?
 : ada yang sesuai ada juga yang kurang sesuai menurut aku untuk dompet mahasiswa, karena kebanyakan konten-konten yang diunggah oleh Sashfir biasanya menggunakan produk-produk bermerek dan mewah
11. Apakah anda mencoba mengikuti tren yang anda lihat di Tiktok?
 : terkadang saya mengikuti, saya mengikuti trend yang membuat saya terasa nyaman di diri saya pula
12. Menurut anda apa dampak positif penggunaan tiktok dalam kehidupan sehari-hari dan dampak negatifnya?
 : dampak positif dari melihat unggahan tiktok sebenarnya tergantung dengan apa yang di lihat karna ketika melihat hal-hal yang berupa tutorial serta edukasi apapun itu dapat menambah wawasan. Sedangkan dampak negatifnya terkadang banyak juga konten-konten yang sebaiknya tidak di tayangkan serta ya membuat kecanduan bermain tiktok.

Informan 8, Tasya Yuliana

1. Sejak kapan kamu menggunakan tiktok?
 : sejak tahun 2019
2. Berapa waktu yang kamu habiskan dalam menggunakan media sosial tiktok dalam sehari?
 : hampir 24 jam
3. Apa tujuan kamu menggunakan aplikasi tiktok?
 : untuk mencari hiburan dan kesenangan tersendiri aja sih.
4. Apakah kamu mengetahui dan memahami apa itu lifestyle?



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

: aku memahami lifestyle itu sebagai keseluruhan cara hidup kita, dari kebiasaan sehari-hari hingga nilai-nilai yang kita pegang teguh.

5. Apakah fashion lifestyle penting bagi anda?

: ya, fashion lifestyle sangat penting bagi aku. Ini mempengaruhi bagaimana aku merasa tentang diri aku sendiri dan bagaimana juga aku berinteraksi dengan orang lain agar menjadi lebih percaya diri.

6. Apa yang membuat kamu tertarik untuk mengikuti akun tiktok @Sashfir?

: karena Sashfir membagikan konten yang menarik dan memiliki vibe yang elegant makanya aku follow akunnya, walaupun semuanya ga bisa diterapkan seperti Sashfir yaa....

7. Bagaimana pandangan informan mengenai konten-konten tiktok yang di unggah oleh @Sashfir?

: sashfir sering memberikan ide-ide bagus tentang fashion-fashion lifestyle, tapi saya merasa ada beberapa konten yang terlalu ideal dan kurang realistis untuk mahasiswa seperti saya.

8. Apakah konten tiktok @Sashfir memberikan pengaruh terhadap fashion lifestyle anda? alasan

: konten Sashfir memberikan banyak inspirasi dalam fashion aku, tetapi aku hanya meniru gaya yang aku rasa nyaman dan sesuai dengan situasi dan lingkungan aku aja sih.

9. Dampak seperti apa yang anda dapatkan setelah melihat konten-konten tiktok dari @Sashfir?

: Sashfir memberikan banyak ide untuk fashion lifestyle ku, tapi balik lagi aku Cuma meniru yang sekiranya cocok sama aku dan yang membuat aku nyaman aja sih.

10. Apakah konten yang di upload oleh sashfir di media sosial tiktok nya sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

: Konten Sashfir sering kali menarik dan informatif, tetapi ada kalanya aku ngerasa tips yang diberikan kurang realistis untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari apalagi untuk mahasiswa yaa...

11. Apakah anda mencoba mengikuti tren yang anda lihat di Tiktok?

: ngga terlalu sih...

12. Menurut anda apa dampak positif penggunaan tiktok dalam kehidupan sehari-hari dan dampak negatifnya?

: dampak positif nya membuat terhibur dan juga menambah wawasan lalu dampak negatifnya jadi kebanyakan nonton tiktok.

Informan 9, Lola Herlina

1. Sejak kapan kamu menggunakan tiktok?

: sejak tahun 2020



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Berapa waktu yang kamu habiskan dalam menggunakan media sosial tiktok dalam sehari?
: kurang lebih 5 jam
3. Apa tujuan kamu menggunakan aplikasi tiktok?
: sebagai sarana untuk mencari hiburan aja sih.
4. Apakah kamu mengetahui dan memahami apa itu lifestyle?
: menurut aku lifestyle mencerminkan siapa kita sebagai individu dan pilihan-pilihan yang kita buat setiap hari sangat mempengaruhi kualitas hidup kita.
5. Apakah fashion lifestyle penting bagi anda?
: tentu saja aku sangat peduli dengan fashion lifestyle, karena ini membantu kita merasa lebih baik tentang diri kita sendiri dan bagaimana juga aku membuat kesan yang baik pada orang lain jika kita berpenampilan rapi dan menarik.
6. Apa yang membuat kamu tertarik untuk mengikuti akun tiktok @Sashfir?
: dari dulu hingga sekarang fashion style kesukaan saya masih sama, suka berpakaian formal rapi, effortless dan comfy. padahal kegiatan saya tidak diharuskan untuk formal. saya suka aja gitu karna membuat saya lebih percaya diri. saya suka fashion yang formal tapi masih ada kesan casualnya biar tidak serius banget. oleh sebab itu saya mengikuti sashfir karna sama sama menyukai fashion formal casual.
7. Bagaimana pandangan informan mengenai konten-konten tiktok yang di unggah oleh @Sashfir?
: baguss, aku suka konten-konten yang ditampilkan sashfir sangat fresh dan menginspirasi terutama bagi kalangan wanita berhijab, bagus banget untuk pantengin akun TikToknya Sashfir untuk menjadi lebih modis.
8. Apakah konten tiktok @Sashfir memberikan pengaruh terhadap fashion lifestyle anda? alasan
: konten Sashir sangat mempengaruhi pandangan aku tentang fashion, namun aku tetap memilah dan menyesuaikan gaya-gayanya tersebut apakah sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup aku sehari-hari.
9. Dampak seperti apa yang anda dapatkan setelah melihat konten-konten tiktok dari @Sashfir?
: Fashion tips dari Sashfir sangat membantu dan inspiratif, tetapi Lola juga ga selalu mengikutinya karena beberapa item fashion terlalu mahal atau tidak sesuai dengan gaya hidup Lola.
10. Apakah konten yang di upload oleh sashfir di media sosial tiktok nya sudah sesuai dengan yang anda harapkan?
: Konten-konten Sashfir banyak memberikan inspirasi, namun ada kalanya aku merasa konten tersebut lebih ditujukan untuk gaya hidup yang lebih mewah gitu..



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

11. Apakah anda mencoba mengikuti tren yang anda lihat di Tiktok?

1.1 : iyaa tapi ga semuanya, yang mana aku suka aja sih

12. Menurut anda apa dampak positif penggunaan tiktok dalam kehidupan sehari-hari dan dampak negatifnya?

:dampak positifnya banyak konten tips tentang fashion, kuliah, masak, kehidupan. Dampak negatifnya miskin karena sering keracunan untuk membeli produk baru.

Informan 10, Alda Tirana Putri

1. Sejak kapan kamu menggunakan tiktok?

: Sejak tahun 2020

2. Berapa waktu yang kamu habiskan dalam menggunakan media sosial tiktok dalam sehari?

: Kurang lebih 6 jam

3. Apa tujuan kamu menggunakan aplikasi tiktok?

: untuk hiburan aja sih

4. Apakah kamu mengetahui dan memahami apa itu lifestyle?

: Menurut Alda lifestyle itu adalah cara hidup kita sehari-hari yang mencerminkan pilihan-pilihan pribadi kita pilih untuk menjalani hari-hari kita

5. Apakah fashion lifestyle penting bagi anda?

: Alda percaya bahwa fashion lifestyle adalah cara untuk mengekspresikan individualitas diri kita, dan itu sangat penting untuk identitas pribadi Alda, jadi ya fashion lifestyle sangat penting sih menurut Alda..

6. Apa yang membuat kamu tertarik untuk mengikuti akun tiktok @Sashfir?

: Aku tertarik memfollownya akunya karena dia cewe yang mempunyai karakteristik tersendiri gituu, walaupun menurut Alda ada beberapa hal tentang dia yang kurang cocok dengan selera aku.

7. Bagaimana pandangan informan mengenai konten-konten tiktok yang di unggah oleh @Sashfir?

: Saya menikmati sebagian besar kontennya, terutama yang tentang fashion, meskipun saya tidak selalu setuju dengan semua gaya yang ditampilkan.

8. Apakah konten tiktok @Sashfir memberikan pengaruh terhadap fashion lifestyle anda? alasan

: Beberapa Alda ada menggunakan tren fashion dari Sashfir, tetapi yang membuat Alda cocok dan nyaman dan sesuai dengan fashion lifestyle Alda aja sih

9. Dampak seperti apa yang anda dapatkan setelah melihat konten-konten tiktok dari @Sashfir?



: Konten-konten Sashfir banyak memberikan inspirasi untuk fashion lifestyle Alda dan membuat jadi lebih sadar untuk menjaga penampilan dan mengikuti perkembangan tren fashion.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Apakah konten yang di upload oleh sashfir di media sosial tiktok nya sudah sesuai dengan yang anda harapkan?
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
11. Apakah anda mencoba mengikuti tren yang anda lihat di Tiktok?
 - a. Kadang-kadang saya tertarik untuk mengikuti apa yg sedang trend di tiktok
12. Menurut anda apa dampak positif penggunaan tiktok dalam kehidupan sehari-hari dan dampak negatifnya?
 - a. Dampak positif nya saya jadi tau apa saja yang trending dan mendapatkan inspirasi, dampak negatif nya jadi lupa waktu dan hanya menghabiskan waktu untuk scroll tiktok

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Verliyani Arista, lahir pada tanggal 22 Maret 2002, anak dari Ayah M.Nijar dan ibunda Misnar, penulis merupakan anak kelima dari lima bersaudara. Penulis menempuh pendidikan di SDN 08 Tarok Dipo Bukittinggi, SMPN 2 Bukittinggi, SMAN 4 Bukittinggi dan kemudian pada tahun 2020 menjadi mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, di Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi Broadcasting. Pada tahun 2023 penulis melakukan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Pangkalan Tujuh Kec. Tempuling, Kab. Indragiri Hilir, Provinsi Riau. Kemudian pada tahun yang sama penulis juga melakukan kegiatan Paraktek Kerja Lapangan (PKL) di LPP RRI Bukittinggi. Penulis berhasil menyelesaikan perkuliahan Strata Satu dengan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) melalui Sidang Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tanggal 19 Juni 2024.

Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif dalam dunia pendidikan, penulis mengucapkan rasa syukur yang sangat besar dan terimakasih kepada pihak yang telah ikut terlibat dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Analisis Konten Tiktok @Sashfir Pada Lifestyle Generasi Z (Studi Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UIN Sultan Syarif Kasim Riau)”**