E-ISSN: 2964-6723

JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Homepage: https://jurnal.alungcipta.com/index.php/JIM
Vol. 4 No. 3, Oktober 2025
Doi:



PENGGUNA TIKTOK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI BARU GENERASI Z DI KELURAHAN KEBON BAWANG

Dyna Adytia Windriyani
Universitas Bina Sarana Informatika
Email : awdyna15@gmail.com

Abstrak

Munculnya berbagi platform aplikasi penyedia pembuatan video dengan hal yang menarik, memberikan tanda bahwa era digital semakin meningkat pada pengguna gadget, dilihat dari banyaknya konten video yang tersebar di berbagai media sosial, salah satunya di Indonesia. TikTok menduduki sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh yaitu sebanyak 5,8 juta kali. TikTok merupakan salah satu media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk menciptakan konten variatif seperti konten komedi,metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif lebih mengutamakan Metodelogi penelitian kualitatif bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan fenomena atau obyek penelitian melalui aktivitas sosial, sikap dan persepi masyarakat secara individua tau kelompok. Pendekatan penelitian deskriptif menurut penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variable mandiri, baik hanya satu variable atau lebih tanpa membuat perbandingan variable itu sendiri dan mencari hubungan dengan variable lain.Media baru juga disebut dengan istilah yang mencakupi kemunculan digital, seperti gadget atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi. Media baru terjadi karna desakan teknologi yang semakin maju dan canggih akibat internet.

Kata kunci: Pengguna tiktok sebagai media sosial

Abstract

The emergence of sharing application platforms that provide video creation with interesting things, gives a sign that the digital era is increasing among gadget users, seen from the large amount of video content spread across various social media, one of which is in Indonesia. TikTok is the most downloaded application, namely 5.8 million times. TikTok is a social media that allows users to create varied content such as comedy content. Qualitative methods with a qualitative descriptive approach prioritize Qualitative research methodology which aims to analyze and describe phenomena or research objects through social activities, attitudes and perceptions of society individually or in groups. Descriptive research approach according to research carried out to determine the existence of independent variables, either only one variable or more without making comparisons of the variables themselves and looking for relationships with other variables. New media is also referred to by terms that include digital emergence, such as gadgets or information and communication technology networks. New media occurred because of the pressure of increasingly advanced and sophisticated technology due to the internet.

Keywords: *TikTok users as social media*

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin

PENDAHULUAN

Melihat dari keseharian masyarakat di Jakarta khususnya di kota Tanjung Priok itu sendiri sudah banyak yang paham mengenai pergerakan modernisasi, ini terlihat dari daya tarik globalisasi mengenai banyaknya penerimaan dari luar fenomena baru yang selalu bermunculan dari tahun ke tahun. Semenjak munculnya beberapa aplikasi penghibur seperti WhatsAap, Facebook, Telegram, Instagram, TikTok, dan lainnya.

Masyarakat semakin dimanjakan dengan penggunaan gadget yang mereka punya. Hal ini berlangsung karena teknologi terkesan dapat membantu dan memudahkan masyarakat dalam menjalankan aktivitas kesehariannya.

Selain teknologi perangkat keras yang mengalami pertumbuhan dan perkembangan semakin cepat dan signifikan, ada juga teknologi perangkat lunak seperti media sosial yang berbentuk digital dan mengalami evolusi dengan cepat. Salah satu yang terbentuk teknologi berkembang saat ini adalah teknologi komununikasi media sosial. Di mana media sosial itu sendiri berbasis digital ini memberikan fasilitas untuk masyarakat penggunanya, yang dapat berintraksi sosial dan dapat dilakukan di mana saja tanpa harus melakukan pertemuan secara langsung. Semakin pesat teknologi masa kini membuat perubahan besar terhadap dunia, lahirnya berbagai macam teknologi yang semakin maju telah banyak bermunculan.

TikTok sebagai media komunikasi baru yang sangat menarik untuk dipelajari karena platform ini telah mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan orang lain dan generasi Z merupakan kelompok yang besar dan terus tumbuh, mereka sering disebut sebagai era digital (digital natives) karena tumbuh dan berkembang dalam era digital yang terus berkembang.

TikTok merupakan salah satu media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk menciptakan konten variatif seperti konten komedi, edukasi, tantangan (challenge), prank, olahraga, lifehacks, fashion, kecantikan, pets serta dance dengan memanfaatkan fitur berupa penyuntingan dan pembuatan video. Selain itu aplikasi TikTok banyak digemari oleh Generasi Z karena banyak fitur yang menarik didalamnya. TikTok memungkinkan penggunanya dapat membuat video lypsinc dengan menggerakan anggota tubuh, menunjukkan ekspresi, dan membagikannya kepada sesama pengguna.

Selain itu, mereka juga dapat saling berinteraksi dengan memberikan like maupun comment pada postingan video yang mereka suka. Pengguna dapat berkesempatan untuk mengikuti orang yang mereka sukai di dalam aplikasi TikTok itu sendiri. Secara TikTok berfungsi untuk mempermudah pencarian konten melalui hashtag (for you page) dan dapat memperluas postingan.

TikTok tidak hanya untuk mengekspresikan diri, atau hanya sekedar hiburan saja, TikTok juga mempunyai teknologi untuk berbelanja yang bernama TikTokShop. Pengguna Gen Z khususnya bisa melakukan promosi terhadap produk yang ingin dijual untuk menarik konsumen agar membeli produk yang ditawarkan tersebut. TikTok juga mempunyai fitur yang sangat mendukung untuk para seller agar mempermudah komunikasi antara penjual dan pembeli melalu live,TikTok atau direct massege,Hal ini membuktikan bahwa Generasi Z lebih enjoy terhadap content yang bertebaran di media sosial terutama pada TikTok saat ini. TikTok bisa mendapatkan daya tarik bagi generasi Z lainnya agar memiliki keinginan untuk menggunakannya.

Media sosial merupakan ruang yang dapat diakses untuk berintraksi dan berkomunikasi secara online atau daring tanpa adanya Batasan waktu. Media sosial dapat digunakan kapan saja dan dimana saja, memberikan kebebasan kepada penggunanya. Salah satunya media yang dapat memberikan kebebasan itu adalah TikTok. Konten hiburan dapat meningkatkan motivasi hiburan yang dapat di nikamatin oleh pengguna media sosial yang dapat membantu menghilangkan rasa jenuh, bosan, serta dapat menambah wawasan yang bermanfaat bagi penggunanya.

Seiring dengan perkembangan gaya hidup manusia dan zaman semakin berubah. Sebagian besar masyarakat Indonesia khususnya kaum Gen Z tidak sedikit yang bersikap Hedon dalam kehidupannya. Dengan perkembangan teknologi informasi memudahkan kaum Gen Z untuk melakukan pembelian produk terkait produk fashion, makanan, skincare, make-up, dan lain-lain melalui TikTokShop atau media sosial lainnya.

Kelurahan Kebon Bawang sebagai lokasi penelitian dipilih karena merupakan daerah yang dihuni oleh berbagi kelompok usia muda, termasuk Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan TikTok sebagai media

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

komunikasi baru, dengan adanya aplikasi ini dapat digunakan sebagi hiburan atau mengedukasi secara singkat, serta dampaknya terhadap pola komunikasi dan intraksi sosial Generasi Z di lingkungan kelurahan tersebut. Dengan pemahaman ini, dapat diambil langkah-langkah strategis dalam memanfaatkan TikTok sebagai sarana komunikasi yang efektif dan relevan untuk generasi muda.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif lebih mengutamakan fenomena dan lebih meneliti subtansi makna dari fenomenanya. Metodelogi penelitian kualitatif bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan fenomena atau obyek penelitian melalui aktivitas sosial, sikan dan persepi masyarakat secara individua tau kelompok. Penelitian deskriptif di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis, dan menginterprestasikan kondisi yang sekarang ini terjadi atau dengan kata lain penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh informasi yang ada saat ini.

LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

LOKASI PENELITIAN

Lokasi ini dilakukan di Kelurahan Kebon Bawang, Jakarta Utara. Lokasi ini dipilih oleh peneliti karena beberapa hal, antara lain warga di kelurahan Kebon Bawang yang cukup padat, dan banyak generasi Z di Kelurahan Bawang terdapat RT 95 dan terdapat RW berjumlah 6, di kelurahan Kebon Bawang itu banyak generasi Z yang aktif TikTok.

WAKTU PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 3 bulan, yakni April sampai Juni tahun 2023.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data kualitatif ialah pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang bersifat tidak mengandung angka, melainkan kata, gambar, atau hasil observasi.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakana Teknik wawancara, obsevasi, dan dokumentasi. Adapun jenis data metode ini akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Wawancara.
2. Observasi.
3. Dokumentasi.

DEFINISI KONSEPTUAL

1. Media Baru
2. Media Sosial
3. Tiktok
4. Generasi z

HASIL DAN PEMBAHASAN

MEDIA BARU

Dari data yang diperoleh tentang media baru peneliti memperoleh data melalui wawancara. Peneliti melakukan wawancara dengan Generasi Z sekitar untuk mengetahui bagaimana media baru di kalangan gen Z.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Aini, menurutnya adalah “Media baru itu istilah umumnya untuk menggambarkan proses penyampaian informasi lewat teknologi digital, kaya dulunya kita dapat informasi lewat koran atau majalah sekarang kita bisa akses lewat internet”.

Seperti yang diketehui pada umumnya New Media ialah teknologi yang digunakan untuk menyebarkan informasi melalui media. Terkait fungsi media baru, Aini menjelaskan bahwa “fungsi media baru itu bisa buat hiburan, kaya buat nonton video di youtube segala macam, terus bisa buat ngegame, terus kita bisa menggunakan media sosial, sosial media gitu”.

New media adalah jenis media yang menggunakan teknologi digital misalnya media sosial dan internet. Mengenai jenis media baru Aini menginformasikan bahwa “Eeee jenis media baru salah satu yang aku tau tuh internet ya, internet yang kaya program televisi, film, terus eee surat kabar atau buku”.

MEDIA SOSIAL

Dari data yang diperoleh tentang penggunaan Media Sosial peneliti memproleh data melalui wawancara. Peneliti melakukan wawancara dengan Generasi Z sekitar untuk mengetahui bagaimana media sosial di kalangan gen Z.

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Mala, selaku warga di kelurahan Kebon Bawang, pada hari kamis Juni 023 pukul 9.00 WIB di

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

lokasi yang sudah direncanakan sebelumnya yaitu rumah peneliti.

Media sosial memegang peran penting disegala generasi, mulai dari mengirim pesen kepada teman, dapat berbagi informasi hingga mencari informasi yang sedang hangat di masyarakat. Namun menurut Mala "Media sosial yang hingga saat ini hm masih popular seperti Namanya, fungsi utamanya untuk bersosialisasi atau eeee berkomunikasi satu sama lain berbagai contoh media social seperti tweeter, Instagram, TikTok, Whatsapp, dan lain sebagainya".

Media sosial cukup membantu dalam berkomunikasi, kehadiran media sosial di era ini telah banyak memberikan manfaat yang sangat besar. Tetapi menurut informan pendukung "Media sosial dapat digunakan sebagai informasi tentunya dapat diperoleh maupun bisa dapat memberikan informasi pada orang lain, informasi ini dapat sebagai meminta bantuan, membantu pencarian orang lain orang hilang, dan juga dapat menambah wawasan dibidangnya".

Untuk mencegah efek media sosial yang negatif gen Z harus membatasi informasi yang kita terima dari media sosial. Namun menurut mala "Sedangkan efek negative dari media sosial adalah menjauhkan orang-orang yang sudah dekat menjadi jauh dan sebaliknya, intraksi eeeh secara tatap muka cenderung menurun membuat orang-orang menjadi kecanduan gadget".

Kecanduaan media sosial terjadi dikalangan usia, tak hanya kaum generasi z, melaikan hingga orang tua saat ini juga ketagihan menggunakan media sosial. Mala menjelaskan "Eeee yang pertama

1) Berhati-hati dalam eee postingan, yang ke dua
2) Follow orang yang menginspirasi kamu
3) Pikirkan sebelum membagikan gambar
4) Banggun jaringan
5) Jangan sebarkan hoax atau sara

Dalam penggunaan media sosial, mendapat perhatian dan citra yang baik dari orang lain dapat di kategorikan dengan keeksitensian diri (Nasrullah, 2015). Para pengguna dapat berkomunikasi dengan siapapun, kapanpun dan dimana pun berada. Didalam media sosial, seseorang yang awalnya tidak kenal bisa saja terkenal, maupun sebaliknya.

TIKTOK

Aplikasi TikTok dapat digunakan untuk merekam,mengedit, dan mengunggah video ke beberapa media sosial lainnya sehinga dapat dilihat oleh kerabat baik sesama pengguna aplikasi TikTok maupun yang bukan pengguna aplikasi TikTok. Yang membedakan dengan media sosial lain itu adalah TikTok memiliki berbagai macam fitur yang menarik dan biasa dinikmati oleh pengguna itu seperti adanya fitur dan effect yang berfungsi utuk menciptakan sebuah video yang menarik, TikTok juga dilengkapi dengan fitur music background dari berbagai artis terkenal diberbagi penjuru dunia.

Informan pendukung lainnya menjelaskan "TikTok itu yang aku tahu tuh salah satu platfrom media sosial yang biasa digunain kalangan remaja atau yang bisa disebut dengan gen Z, untuk menggungah video kadang memberikan informasi tertentu, terus untuk bisa kita mengungkapkan perasaan kita, kaya lagi galau sedih gitu".

Tiktok menjadi aplikasi favorit dikalangan pengguna berusia muda termasuk Generasi Z, ditampilan utama saja kita sudah disuguhkan akses ke beragam pilihan musik, filter, serta fungsi untuk men-switch kamera atau mengubah kecepatan video. Namun informan pendukung menjelaskan "Kalau untuk gen Z sendiri sih mungkin karna buat hiburan kali ya, buat hiburan terus eee emang TikTok itu trend dikalangan gen Z".

Aplikasi TikTok menjadi salah satu aplikasi yang banyak orang gemari, TikTok sendiri menyediakan video yang penggunanya gk ribet, tinggal scroll doang. Menurut informan pendukung "Kalau untuk dibilang aktif sih enggak karna aktifitas kita kan, bukan buat scroll Tiktok aja jadi yaa eem kalo di ranting sih kaya 8/10".

Algoritma TikTok tergantung apa yang kita like dan comment. Informan pendukung menjelaskan "Eeee kalo aku sendiri sih TikTok itu kalo gabut sih lebih buat hiburan aja, nemenin aktifitas yang lagi luang".

Di TikTok itu sendiri memiliki berbagai macam tema menarik lainnya seperti Make up, Q&A, A day in my life, Tutorial, dan masih banyak lainnya. Menurut informan pendukung memberitahu "Eeeee komedi si karna aku tuh orang yang suka gabut dan kadang suka sedih jadi kalau lihat TikTok itu yang komedi, sementara aku cancer kak".

GENERASI Z

Mendefinisikan bahwa gen Z adalah anak-anak yang lahir pada rentang tahun lahir 995 hingga 010. Gen z disebut pula dengan

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

iGeneration, generasi internet atau generasi net. Orang-orang yang termasuk dalam era gen Z, memiliki kesamaan dengan generasi millenial. Akan tetapi gen z dianggap mampu mengaplikasikan seluruh kegiatan pada satu waktu, seperti kegiatan bermain sosial media di ponsel, browsing dengan PC, hingga mendengarkan musik. Gen Z dianggap mampu melakukan multi-tasking dan melakukan ketiga kegiatan tersebut sekaligus dalam satu waktu. Selain itu, gen z dinilai memiliki hubungan dekat dengan dunia maya dan segala aktivitas hampir dilakukan di dunia maya. Sejak kecil, gen Z pun telah mengenal teknologi bahkan akrab.

Informan pendukung menjelaskan "Ya karna generasi z yang masih muda, tidak mengenal eeee mengenal kehidupan tanpa teknologi terkadang disebut dengan IGen".

Gen Z cenderung mampu menguasai teknologi yang baru dirilis dengan cepat karena memang sejak dini sudah dikenalkan teknologi. Menurut informan pendukung lainnya menjelaskan.

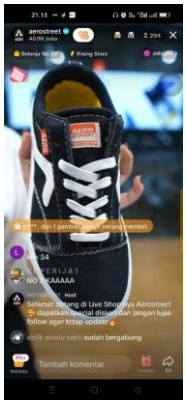
1) "Keterampilandigital contohnya, Menggunakan sosial media secara efektif, seperti memahami cara menggunakan platform social media untuk mempromosikan bisnis.
2) Kolaborasi contohnya, dapat konten dengan generasi lain seperti generasi millennial, dan lainya.
3) Komunikasi contohnya, kita dapat berkomunikasi dengan orang tanpa harus bertemu langsung melalui pesan.
4) Adaptasi dan kreatif contohnya, Mampu menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi atau trend-trend terbaru di industri yang sedang dijalani.

Baik positif maupun negative, pengguna jejaring sosial tentu membawa dampak bagi para pengguna. Terutama kalangan gen Z pada kesehariannya tak lepas dari pengguna media sosial. Dampak yang timbul berupa dampak negative dapat juga berupa positif tergantung dari siapa yang memakainya. Menurut informan.pendukun menjelaskan "Terbuka terhadap perkembangan yg ada mempunya motivasi yang tinggi mampu melakukan berbagai aktivitas dalam satu waktu atau multitasking".

PEMBAHASAN

KOMUNIKASI

Semua makhluk sosial dengan kodratnya tak pernah lepas dari yang namanya komunikasi dalam aktivitasnya sehari-hari, komunikasi itu sendiri biasa terjadi secara verbal ataupun non verbal. Seiring dengan perkembangan zaman TikTok menjadi salah satu kebutuhan masyarakat dalam berekspresi. TikTok juga dapat berkomunikasi melalui live TikTok yang dimana penjual dengan calon pembelinya dapat berkomunikasi lewat pesan komentar di live, bahkan dapat berkomunikasi lewat pesan chat.



Sumber: Screenshot dan tiktok peneliti

Beberapa pengguna TikTok menggunakan TikTok sebagai media komunikasi, gen z dapat melakukan banyak hal melalui aplikasi TikTok ini, contohnya dapat berbelanja melalui dari TikTok Shop dan berintrasi langsung lewat chat live oleh penjualnya.

MEDIA BARU

New media ialah teknologi komunikasi digital, seperti gadget dan jaringan teknologi komunikasi. Media baru adalah alat yang menyambungkan antara audio. Media baru sekarang mulai berkembang dan tumbuh karena semakin banyak orang yang menggunakannya. Media baru juga memungkinkan seluruh manusia di dunia dapat terhubung satu sama lain dengan bantuan jaringan internet.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, menurut informan "Media baru itu istilah umumnya untuk menggambarkan proses penyampaian informasi lewat teknologi digital, kaya dulunya kita dapat informasi lewat koran atau majalah sekarang kita bisa akses lewat internet".

MEDIA SOSIAL

Media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial dapat dipahami

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

sebagai suatu platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya.Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial, misalnya yaitu melakukan komunikasi atau interaksi hingga memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video. Berbagai informasi dalam konten yang dibagikan tersebut dapat terbuka untuk semua pengguna selama jam penuh.

Media sosial cukup membantu dalam berkomunikasi, kehadiran media sosial di era ini telah banyak memberikan manfaat yang sangat besar. Tetapi menurut informan pendukung "Media sosial dapat digunakan sebagai informasi tentunya dapat diperoleh maupun bisa dapat memberikan informasi pada orang lain, informasi ini dapat sebagai meminta bantuan",

Dengan adanya media sosial, segala informasi bisa dikomunikasikan secara instan dan global. Selain itu juga mereka bisa dengan mudah mengikuti tren yang sedang booming di media sosial. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang tak terbatas.

Media Sosial ialah media dimana penggunanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagai dan menciptakan pesan. Media sosial memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai berikut:

1. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teklogi web.
2. Media sosial dapat mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu insitusi media ke banyak audience, dan menjadi praktik komunikasi dialogis antara banyak audience.
3. Media sosial mendukung demokratisas pengetahuan dan informasi.

Media sosial juga memiliki karakteristik, berikut beberapa karakteristik yang ada pada media sosial yaitu:

1. Partisipasi yaitu mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, media dan audience.
2. Keterbukaan, dimana kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui sarana voting, komentar dan berbagi informasi.
3. Perbincangan yaitu memungkinkan terjadinya perbincangan antara pengguna dua arah.

TIKTOK

TikTok dapat digunakan untuk merekam,mengedit, dan mengunggah video ke beberapa media sosial lainnya sehinga dapat dilihat oleh kerabat baik sesama pengguna aplikasi TikTok maupun yang bukan pengguna aplikasi TikTok. Banyak sekali pengguna dari TikTok ini yakni dikalangan gen z. Gen z begitu senang sekali menggunakan TikTok ini karena bagi mereka TikTok ini bisa menghibur mereka dikala mereka bosan. TikTok juga dilengkapi dengan fitur music background dari berbagai artis terkenal diberbagi penjuru dunia.



For you page TikTok

Contohnya kaya Fadil Jaidi ini, konten TikTok Fadil Jaidi itu sendiri adalah yang berisi tentang mejahilkan, meledekan, papahnya sendiri. Namun papahnya sampai kesal dan bahkan papahnya kadang emosi sama Fadil Jaidi itu sendiri, namun reaksi Fadil hanya tertawa saja karna selalu berhasil menjailkan papahnya.

Namun menurut hasil wawancara diatas informan pendukung menjelaskan "infoman lebih suka komedi karna informan orangnya suka gabut dan kadang suka sedih jadi kalau lihat TikTok itu yang komedi".

Hampir semua generasi z mengungkapkan bahwa dengan membuka aplikasi TikTok merasa terhibur dengan menonton video di TikTok ataupun ikut langsung bermain TikTok. Sebenernya akan tetap berat yang dihadapi dan tidak akan mengurangi beban yang sedang dirasakan oleh gen z, tetapi setidaknya melalui TikTok para gen z dapat sedikit merefreshkan dirinya. Motif penggunaan TikTok dikalangan gen z dilihat dari kebutuhan bermedia sosial, gen z mempunyai kebutuhan dalam menggunakan media untuk kebutuhan integrasi personal,

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

kebutuhan integtasi sosial, dan kebutuhan hiburan yang telah terpenuhi.

GENERASI Z

Generasi z sejak kecil mereka sudah disuguhkan teknologi dan akrab dengan gadget canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka.

Namun mereka mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu seperti nge-tweet menggunakan gadget, browsing dengan PC, dan mendengarkan music menggunakan headset.apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya.



Introducing Generation Z

Menurut hasil wawancara diatas informan pendukung lainnya menjelaskan:

1) Keterampilan digital contohnya, Menggunakan sosial media secara efektif, seperti memahami cara menggunakan platform social media untuk mempromosikan bisnis.
2) Kolaborasi contohnya, dapat konten dengan generasi lain seperti generasi millennial, dan lainya.
3) Komunikasi contohnya, kita dapat berkomunikasi dengan orang tanpa harus bertemu langsung melalui pesan.
4) adaptasi dan kreatif contohnya, Mampu menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi atau trend-trend terbaru di industri yang sedang dijalani.

KESIMPULAN

TikTok juga dapat berkomunikasi melalui live TikTok yang dimana penjual dengan calon pembelinya dapat berkomunikasi lewat pesan komentar di live, bahkan dapat berkomunikasi lewat pesan chat. Live jualan di TikTok Beberapa pengguna TikTok menggunakan TikTok sebagai media komunikasi, gen z dapat melakukan banyak hal melalui aplikasi TikTok ini, contohnya dapat berbelanja melalui dari TikTok Shop dan berintrasi langsung lewat chat live oleh penjualnya. Media Sosial Media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

DAFTAR PUSTAKA

Alfreda, E., & Witono, A. (2022). Strategi Komunikasi Humas DJP dalam Mengedukasi Perpajakan Pada Generasi Z Melalui Tiktok. Cakrawala Repositori IMWI, 5(2), 58-470.

Bulele, Y. N. (2020, November). Analisis fenomena sosial media dan kaum milenial: studi kasus tiktok. In Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology (Vol. No. pp. 565-572).

Buana, T., & Maharani, D. (2020). Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) dan Kreativitas Anak. Jurnal Inovasi, (1), -10.

Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. Atlantic journal of communication, 3(1), 6-65.

Christine Purnamasari Andu, M. T. (Yogyakarta). PENGGUNAAN MEDIA GRINDR DIKALANGAN GAY DALAM MENJALIN HUBUNGAN PERSONAL (Suatu Studi Fenomenologi). 021: K-Media.

Dr. Siti Zaenab, M. P. (2013). Komunikasi Massa Sebuah Pengantar Manajemen Komunikasi.Sidoarjo:Zifatama.

Fauzi, R. (2017). Perubahan Budaya Komunikasi pada Pengguna Whatsapp di Era Media Baru. Jurnal Ilmu Komunikasi Efek, (1), 65273.

Feby Anggela, P. T. (2023). Urgensi komunikasi Dalam Ilmu Sosial: Bunga Rampai. Bengkulu: Sinar Jaya Berseri.

Febriani, N. (2021). Efektivitas strategi komunikasi pemasaran celebrity endorsement di Instagram terhadap generasi Z. Jurnal Manajemen Komunikasi, 5(2), 38.

Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. Share: Social Work Journal, 0(2), 99-208.

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)