

**OPINI PUBLIK MENGENAI KONTEN “DIKEPUNG ABG LEMBEK!!!!”
PADA AKUN TIKTOK @podcastkeselaje**

Skripsi

Oleh

NADHIRA LADITA



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

OPINI PUBLIK MENGENAI KONTEN “DIKEPUNG ABG LEMBЕК!!!!” PADA AKUN TIKTOK @podcastkeselaje

Oleh

NADHIRA LADITA

Oza Rangkuti seorang Stand Up Comedian membuat konten video di Tiktok dalam akun @podcastkeselaje yang bercerita tentang kekesalannya dengan remaja zaman sekarang atau generasi Z yang dianggap memiliki mental yang lemah dan lembek, yang tidak siap akan kerasnya hidup. Dalam salah satu deskripsi video yang ia unggah tertulis “Dikepung ABG Lembek !!!!” Oza Rangkuti terlihat cukup berani mengundang konflik khalayak. Rumusan masalah dalam penelitian ini yakni bagaimana representasi Generasi Z pada Konten yang berjudul “Dikepung ABG Lembek!!!!” pada kolom komentar akun Tiktok @podcastkeselaje. Jenis penelitian yang digunakan yakni dengan pendekatan kuantitatif dengan metode *Content Analysis*. Populasi penelitian berjumlah 3625 responden yang berkomentar pada Tiktok @podcastkeselaje. Penentuan sampel menggunakan rumus Taro Yamane sehingga didapatkan sebanyak 150 sampel. Berdasarkan hasil penelitian dengan memakai kategori pembagian khalayak oleh Stuart Hall maka peneliti telah mendapatkan kategori dengan frekuensi paling tinggi yaitu kategori dominan dengan dengan jumlah 81 komentar dan presentase nya sebesar 54%. Adapun kategori yang berada diposisi kedua dengan frekuensi tertinggi yaitu kategori negoisasi dengan jumlah 42 komentar dan persentase sebesar 38%, dan kategori di posisi terakhir yaitu kategori oposisi dengan jumlah 27 komentar dan persentase sebesar 18%. Opini publik dengan katagori dominan mendominasi komentar para *netizen*. Hal tersebut menjelaskan bahwa *netizen* yang berkomentar sangat mendukung dan merasa perasaannya terwakili oleh akun tiktok @podcastkeselaje. Berdasarkan teori representasi dari Stuart Hall penelitian ini cenderung pada pendekatan reflektif yaitu adanya dukungan dari responden terhadap video tersebut menjelaskan bahwa keadaan yang terjadi pada remaja saat ini memang benar terjadi pada dunia yang sebenarnya. Ini membuktikan hal tersebut banyak disetujui publik bahwa Oza rangkuti telah merepresentasikan Generasi Z merupakan remaja yang bermental lemah.

Kata Kunci : Opini Publik, Konten Video, Tiktok.

ABSTRACT

PUBLIC OPINION ABOUT CONTENT "SURROUNDED BY MUSHY TEENAGER!!!!" ON A TIKTOK ACCOUNT OF @podcastkeselaje

BY

NADHIRA LADITA

Oza Rangkuti, a Stand Up Comedian, creates video content on Tiktok in his account @podcastkeselaje which tells about his frustration with today's teenagers or Z generation who are considered to have a weak and soft mentality, who are not ready for the hardships of life. In one of the descriptions of the video he uploaded it was written "Surrounded by Soft Teenagers!!!!" Oza Rangkuti seems brave enough to invite public conflict. The formulation of the problem in this research is how Z generation is represented in the content entitled "Surrounded by Soft Teenagers!!!!" in the comments column of the Tiktok account @podcastkeselaje. The type of research used is a quantitative approach with the Content Analysis method. The research population was 3625 respondents who commented on Tiktok @podcastkeselaje. The samples were determined using the Taro Yamane formula so that 150 samples were obtained. Based on the results of research using audience division categories by Stuart Hall, the researcher has obtained the category with the highest frequency, namely the dominant category with a total of 81 comments and a percentage of 54%. The category in second place with the highest frequency is the negotiation category with a total of 42 comments and a percentage of 38%, and the category in last position is the opposition category with a total of 27 comments and a percentage of resistance of 18%. Public opinion in the dominant category dominates netizens' comments. This explains that the netizens who commented were very supportive and felt that their feelings were represented by the Tiktok account @podcastkeselaje. Based on Stuart Hall's theory of representation, this research tends to be a reflective approach, namely the support from respondents for the video explaining that the conditions that occur in teenagers today really do happen in the real world. This proves that many people agree that Oza Rangkuti represents Generation Z. is a mentally weak teenager.

Keywords: Public Opinion, Video Content, Tiktok.

**OPINI PUBLIK MENGENAI KONTEN “DIKEPUNG ABG LEMBEK!!!!”
PADA AKUN TIKTOK @podcastkeselaje**

Oleh

NADHIRA LADITA

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

Judul Skripsi : **OPINI PUBLIK MENGENAI KONTEN
“DIKEPUNG ABG LEMBEK!!!” PADA AKUN
TIKTOK @PODCASTKESELAJE**

Nama Mahasiswa : **Nadhira Ladita**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1846031020**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



1. **Komisi Pembimbing**

**Andi Windah, S.Ikom. M.Comn&MediaSt.
NIP. 198308292008012010**

2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

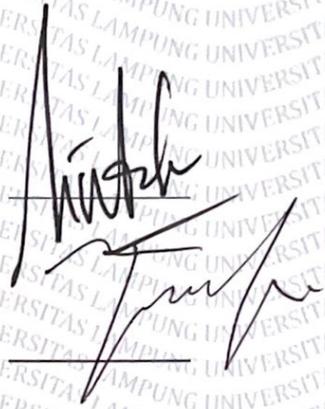
**Agung Wibawa, Sos.I., M.Si.
NIP. 198109262009121004**

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

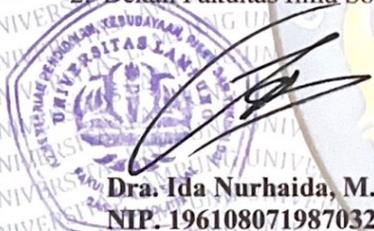
Ketua

: **Andi Windah, S.IKom., Mcomn&MediaSt**



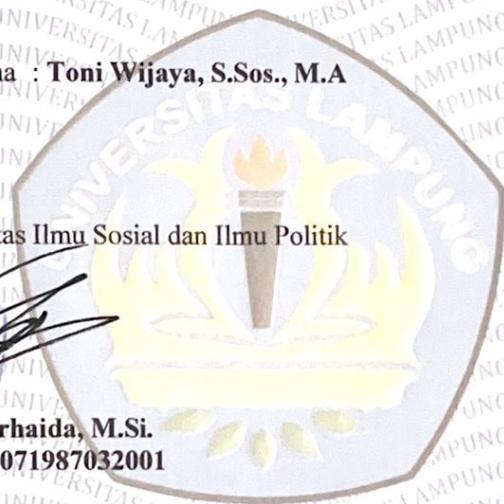
Penguji Utama : **Toni Wijaya, S.Sos., M.A**

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.

NIP. 196108071987032001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Maret 2024

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nadhira Ladita

NPM : 1846031020

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Alamat : Jl. Imam Bonjol, Darussalam, No. 9, Kel. Susunan Baru, Kec.
Tanjungkarang Barat, Kota Bandar Lampung

No. Handphone : 089687135127

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "Opini Publik Mengenai Konten "Dikepung ABG Lembek!!!" adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain. Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 13 Maret 2024
Yang membuat pernyataan,




Nadhira ladita
NPM. 1846031020

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Medan pada tanggal 9 September 2000. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara, buah hati dari pasangan Bapak Sueb dan Ibu Nyayu Aziza. Penulis menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di Namira Islamic School Medan pada tahun 2012, Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 4 Bandar Lampung pada tahun 2015, Sekolah Menengah Atas di SMA YP

UNILA Bandar Lampung pada tahun 2018. Penulis tercatat sebagai Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada Jurusan Ilmu Komunikasi melalui jalur Mandiri Paralel pada tahun 2018.

Semasa menjadi mahasiswi, penulis aktif sebagai anggota bidang Broadcasting HMJ Ilmu Komunikasi periode 2019/2020. Pada awal tahun 2021, penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Bilabong Jaya, Kecamatan Tanjungkarang Barat, Kota Bandar Lampung selama 40 hari. Penulis juga melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Kantor Pemerintahan Provinsi Lampung pada Juli 2021 – September 2021.

MOTTO

“Everyone has their own story. Everyone knows their own pain. Never judge someone’s path. Because only its self know how much strength it took to get up and continue to go on”

(anonym)

“Jangan bandingkan prosesmu dengan orang lain, karena tak semua bunga tumbuh dan mekar bersamaan”

(anonym)

SAWANCANA

Alhamdulillah rabbil'alamin, Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Opini Publik Mengenai “Dikepung ABG Lembek!!!” pada Akun Tiktok @podcastkeselaje” sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan dalam menyelesaikannya. Namun penulis tetap berusaha semaksimal mungkin untuk bisa menyelesaikan hingga akhir. Tanpa adanya bantuan, dukungan, motivasi, dan semangat dari berbagai pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I,M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
3. Bapak Ahmad Rudy Fardiyana, S.Sos.,M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung
4. Ibu Andi Windah S.I.kom., Mcomm & Mediast, selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu menjadi sosok mentor bagi penulis, tiada henti memberikan semangat, memberikan ilmu, pengalaman, kesediaan, kesabaran, dan keikhlasannya dalam memberikan bimbingan, arahan, saran ataupun kritik selama proses bimbingan skripsi kepada penulis.
5. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A., selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan arahan, kritik, saran dan tanggapan sehingga penulis mendapatkan

- tambahan ilmu dan wawasan baru dalam menyelesaikan skripsi dengan lancar.
6. Ibu Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing pada saat peneliti melakukan praktek kerja lapangan, terima kasih dukungan dan pengertian ibu selama penulis menjalankan PKL dan seterusnya.
 7. Bapak Dr. Andy Corry W, M.Si., selaku dosen pembimbing akademik. Terima kasih atas bimbingan, motivasi dan kerjasama Bapak baik dalam perkuliahan.
 8. Seluruh Dosen, staf, administrasi dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung yang telah banyak membantu penulis selama kuliah sampai saat ini.
 9. Kedua orang tua penulis, Papa H.Sueb dan Mama Hj. Nyayu Aziza, terima kasih telah memberikan Pendidikan terbaik sampai ke jenjang perguruan tinggi, atas kepercayaan, pengertian dan kesabaran yang telah diberikan kepada penulis, serta seluruh doa yang telah papa mama panjatkan selalu.
 10. Kedua kakak penulis, Bang Ikhsan dan Kak Fika yang telah membantu dan mendengarkan keluh kesah penulis selama perkuliahan. Terima kasih selalu berada di pihak penulis. semangat dan motivasi dari kalian akan selalu penulis ingat. Serta kedua kakak ipar, Mas Putra dan Kak Ami yang telah peduli dan memberikan penulis berbagai pengalaman.
 11. kedua keponakan penulis, Zio dan Cia sebagai penglipur lara dan penghibur dikala sedih dan senang bagi penulis.
 12. Sahabat-sahabatku, "Pretty Gurl" Mba Imel, Ica, Erika, Cinday, Mei, Ria, Rissa, Sabil dan Intan. Terima kasih telah menjadi sahabat penulis, yang siap menampung keluh kesah serta selalu menghibur. Banyak cerita manis dan momen seru yang terukir selama masa perkuliahan. Terima kasih atas kerja samanya, bantuannya, dan perhatiannya. Semangat selalu untuk kita semua.
 13. Sahabat penulis, Amel, yang selalu ada, siap mendengarkan keluh kesah 24/7, penenang disaat panik, serta memberikan banyak masukan untuk penulis. Terima kasih atas semua dukungan yang telah diberikan.
 14. Teman seperjuangan, Azri dan Fajar, yang telah memberikan bimbingan serta masukan selama pengerjaan skripsi. Terima kasih atas dukungan dan bantuannya.

15. Sahabat penulis, Oci, yang mau membantu tugas perkuliahan, memberikan masukan serta bimbingan selama skripsi. Tiada henti meneror pertanyaan “kapan wisuda?” yang membuat penulis termotivasi untuk cepat menyelesaikan studi.
16. Teman-teman KKN Bilabong Jaya, Kintan, Nunik, Pasha, Aji, Ibeng, Yay Topik, yang telah menjadi teman sekelompok yang kompak serta menggembirakan. Terima kasih atas kerja samanya dan momen-momen kebersamaannya yang indah.
17. Seluruh anggota divisi DOKPIM kantor Pemerintahan Provinsi Lampung, terima kasih telah menerima penulis dengan baik dan memberikan banyak pelajaran serta pengalaman dalam dunia kerja.
18. Teman-Teman Ilmu Komunikasi angkatan 2018 atas kebersamaan, semangat, serta bantuannya selama ini. Semoga Allah selalu memberikan kemudahan, kelancaran, kesuksesan, dan keberkahan untuk kita semua.

Bandar Lampung, 13 Maret 2024
Penulis,



Nadhira Ladita

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Berfikir	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Gambaran Umum.....	10
2.1.1 Akun Tiktok Podcast Kesel Aje	10
2.1.2 Generasi Z	11
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kajian Teori	16
2.3.1 Media Sosial	16
2.3.2 Aplikasi Tiktok.....	18
2.3.3 Opini Publik.....	20
2.3.4 Konten Tiktok Kesel Aje Pada Stereotipe Generasi Z.....	23
2.3.5 Gaya Bahasa	25
2.3.6 Teori Representasi Stuart Hall.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Tipe Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian	28
3.3 Lokasi Dan Waktu Penelitian	29
3.4 Penentuan Populasi Dan Sampel	29
3.5 Teknik Penarikan Sampel	31
3.6 Operasionalisasi Konsep.....	32
3.7 Unit Analisis	33
3.8 Validitas Data.....	34
3.9 Uji Reliabilitas	35

3.10 Sumber Data	36
3.11 Teknik Pengumpulan Data	37
3.12 Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Uji Reliabilitas	40
4.2 Pengkodean.....	42
4.3 Gambaran Objek Penelitian	44
4.3.1 Sejarah Singkat Tiktok	44
4.3.2 Podcast Akun Tiktok @podcastkeselaje	45
4.4 Hasil Penelitian	46
4.4.1 Opini Publik Terhadap Konten “Dikepung ABG Lembek!!!!”	47
4.4.2 Gaya Bahasa di komentar Konten “Dikepung ABG Lembek!!!!” 53	
4.5 Perbandingan Gaya Bahasa.....	56
4.6 Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Teori Generasi	11
2. Penelitian Terdahulu	15
3. Operasionalisasi Konsep Penelitian	33
4. Unit Analisis Penelitian	33
5. Koefisien Realibilitas Kesepakatan Antar Koder I dan Koder II.....	41
6. Hasil Uji Reliabelitas	41
7. Identitas Koder	42
8. Lembar Koding	43
9. Hasil Coding Koder I Vidia Ayu Windira	47
10. Hasil Coding Koder II Yossi Yonida	48
11. Hasil Rata-rata Coding Koder I dan II	49
12. Gaya Bahasa Komentar Konten “Dikepung ABG Lembek!!!”	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Judul Berita Merdeka.com	3
2. Jumlah Unduhan Tiktok Terbanyak Di Berbagai Negara.....	4
3. Judul Salah Satu Konten Tiktok Podcast Kesel Aje	5
4. Komentar Pengguna Tiktok Yang Menentang Pada Akun Tiktok Podcast Kesel Aje.....	6
5. Komentar Pengguna Tiktok yang mendukung Pada Akun Tiktok Podcast Kesel Aje.....	7
6. Kerangka Pikir Penelitian.....	9
7. Profil Tiktok Podcast Kesel Aje.....	10
8. Proses Pembentukan Opini Publik	23
9. Podcast Kesel Aje	46
10. Kategori Opini Dominan.....	50
11. Kategori Opini Negosiasi	51
12. Kategori Opini Oposisi	52
13. Komentar Gaya Bahasa.....	56
14. <i>Short Video</i> Tiktok @podcastkeselaje	59
15. Pendekatan Reflektif	60
16. Pendekatan Intensional.....	60
17. Komentar Pendekatan Konstruksionis	61

18. Konten “Dikepung ABG Lembek!!!” menit ke 02:10	63
19. Konten “Dikepung ABG Lembek!!!” detik ke 00:35	64
20. Konten “Dikepung ABG Lembek!!!” detik ke 00:19	64

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan majunya teknologi yang berbasis media sosial, menjadikan masyarakat dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi informasi, dan menciptakan isi meliputi jejaring sosial seperti instagram, facebook, twitter, dan media sosial lainnya merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial memberikan pengaruh yang cukup besar dalam menyampaikan informasi mulai dari informasi terkini seperti dunia pendidikan, sosial, politik, budaya dan lain-lain hingga informasi seputar hal pribadi seperti gaya hidup.

Media Sosial dapat mengubah pemikiran publik. Media Sosial bekerja melalui penyebaran informasi. Adanya suatu hal yang dapat menimbulkan perpecahan, maka disitulah media Sosial terlihat secara langsung dapat mempengaruhi pandangan opini publik. Media Sosial bisa saja mengarah kepada kepentingan yang benar atau justru malah sebaliknya. Media sosial juga merupakan media penyebaran isu yang sangat rawan penyalahgunaannya, tidak sedikit pengguna media sosial yang kurang bijak dan tidak bertanggung jawab dalam memanfaatkan media sosial. Hal ini disebabkan oleh oknum atau pengguna media sosial yang filter dari informasi itu sendiri merupakan sang pengguna media sosial tersebut. Hal ini memberikan pandangan bahwa media Sosial 50% benar dan 50% “disetir” tergantung dari pengguna ataupun yang menerima informasi dari media sosialnya.

Pembentukan sikap, perilaku dan nilai-nilai pada generasi millennial mengacu pada efek usia dan periode, dimana efek usia generasi millennial membuat perubahan pandangan, sikap dan perilaku yang lebih menghargai orang lain disekitar generasi millennial dan efek periode mengacu pada perubahan pandangan, sikap dan perilaku akibat dari pengaruh sebuah periode tertentu misalnya globalisasi dan penggunaan internet. (Taylor & Walker, 2013) Menurut Twenge (2012) generasi millennial sangat dipengaruhi oleh tren budaya lingkungan sekitar. Dengan perubahan budaya maka terbentuk pula nilai-nilai baru bagi generasi millennial. Twenge (2012) menemukan bahwa mahasiswa yang merupakan generasi millennial memiliki tingkat yang lebih tinggi dari harga diri dan lebih puas dengan diri mereka sendiri. Demikian juga, Lyons dan Kuron (2014) menemukan meningkatnya tingkat neurotisme, narsisme, dan kepercayaan diri. Pergeseran karakteristik ini menemukan bahwa generasi millennial diajarkan untuk bersikap tegas dan mempertanyakan segala sesuatu, dan sering diberitahu bahwa mereka bisa melakukan apa saja yang mereka inginkan jika mereka menaruh pikiran mereka untuk itu. Dengan karakteristik yang demikian membentuk sebuah konsep diri tersendiri bagi para generasi millennial.

Saat ini, media sosial dipenuhi oleh para remaja yang melakukan self-diagnosis terhadap kesehatan mentalnya dan menganggap hal tersebut sebagai hal yang keren dan estetik untuk diekspos. Tren ini sering muncul di beranda media sosial dengan latar belakang monokrom dan diiringi dengan lagu-lagu sedih agar terlihat lebih dramatis dan melankolis. Mereka seakan-akan sedang berlomba-lomba menunjukkan kesedihan dan penderitaan mereka. Terdapat pula istilah “Strawberry Generation”. Menurut Prof. Rhenald Kasali dalam bukunya, strawberry generation adalah generasi yang penuh dengan gagasan kreatif tetapi mudah menyerah dan gampang sakit hati. Definisi ini dapat kita lihat melalui laman-laman sosial media. Begitu banyak gagasan- gagasan kreatif yang dilahirkan oleh anak-anak muda, sekaligus pula juga tidak kalah banyak cuitan resah penggambaran suasana hati yang dirasakan oleh mereka. Parahnya, tidak sedikit remaja yang mendiagnosa dirinya terkena gangguan mental hanya karena masalah yang sebenarnya hanya dilebih-lebihkan. Berikut merupakan contoh kasus berita yang beredar mengenai masalah *Strawberry Generation* tersebut.



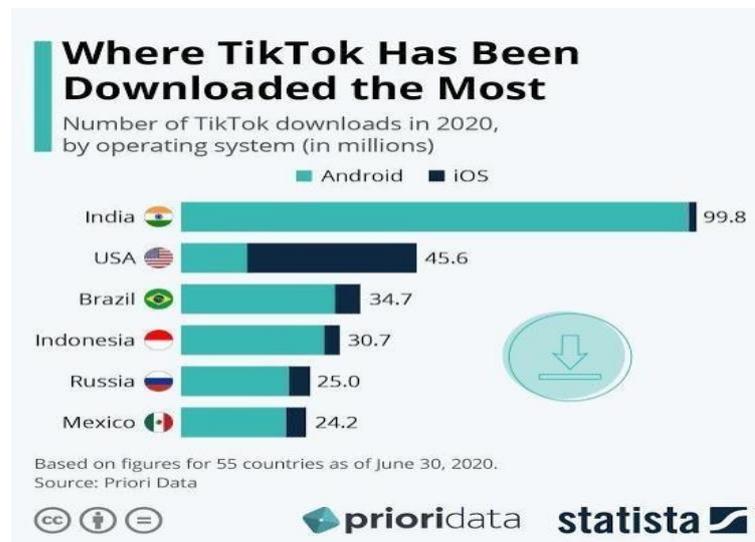
Gambar 1. Judul Berita Merdeka.com
Sumber: Portal Media Merdeka.com

Pada Rabu (3/5/2017) sekitar pukul 22.15 WIB, Melynawayi (61), dibunuh anak buahnya yaitu Zul (21). Dia diduga sakit hati karena kerap dimarahi. pembunuhan ini dilatarbelakangi perasaan sakit hati pelaku, sering dimarahin dan juga terdapat kata-kata kasar dari korban hingga pelaku tegas habisi nyawa korban.

Isu ini makin memperkuat stereotipe tentang generasi Z bahwa nyata adanya dan tidak sedikit kejadian yang terjadi. Gangguan kesehatan mental atau yang biasa disebut mental illness adalah kondisi kesehatan yang mempengaruhi pemikiran, perasaan, perilaku, atau suasana hati seseorang. Ada banyak sekali jenis mental illness yang dapat dialami seseorang. Namun, yang biasanya cukup sering terjadi adalah gangguan kecemasan, kepribadian, gangguan makan, psikotik, suasana hati, stress pascatrauma, dan depresi. Hal ini sangat ditakutkan bagi orang yang benar-benar terkena gangguan tersebut yang kedepannya akan dianggap hanya “main-main”.

Pemaparan teknologi sejak dini dan kemudahan dalam mendapatkan informasi merupakan sebuah perkembangan dalam membentuk Generasi Z. Media koran, radio, dan berita di televisi merupakan cara konvensional dalam memperoleh informasi. Adanya perkembangan internet yang menghasilkan media sosial membuat cara-cara konvensional tergeserkan dengan cara yang lebih mudah diakses yakni dengan menggunakan media sosial. Dengan kemudahan dengan

mengunduh aplikasi, maka informasi yang ingin dicari menjadi mudah. Salah satu media sosial yang sedang hangat dibicarakan dan paling banyak digunakan oleh Generasi Z adalah TikTok. Berdasarkan data dari periklanan ByteDance, jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 92,07 juta pada tahun 2022. Padahal di awal pandemi tepatnya bulan April 2020, pengguna TikTok hanya mencapai 37 juta pengguna. Berdasarkan data yang ada, tampak jelas bahwa potensi TikTok di media sosial melambung tinggi.



Gambar 2. Jumlah Unduhan Tiktok Terbanyak Di Berbagai Negara

Oza Rangkuti, seorang Stand Up Comedian bercerita tentang kekesalannya dengan remaja zaman sekarang atau generasi Z yang dianggap memiliki mental yang lemah dan lembek, yang tidak siap akan kerasnya hidup. Ia kesal dengan mereka yang selalu mengeluh dan gampang menyerah terhadap kehidupan. Selain itu, mengekspos *mental illness* yang telah mereka diagnosis sendiri (Self-Diagnosis) dengan pengetahuan yang hanya diperoleh melalui internet, tidak dengan ahlinya seperti Psikolog/Psikiater. *Self-diagnosis* adalah mendiagnosis atau mengklaim diri sendiri sebagai orang yang mengidap sebuah penyakit berdasarkan pengetahuan dan informasi yang didapatkan secara mandiri tanpa dibantu dengan orang yang profesional.

Selain itu, Oza Rangkuti juga membuat konten video tentang keresahannya dengan Bahasa Jakarta Selatan yang marak digunakan oleh para remaja. Nama Oza

Rangkuti ini makin dikenal lewat podcastnya, Podcast Kesel Aje. Dalam podcast tersebut, Oza Rangkuti kerap mengomentari berbagai kontroversi atau topik yang tengah dibicarakan publik. Ia disorot lantaran membuat konten seputar bahasa anak Jaksel. Menurutnya, Bahasa Jaksel yang biasa digunakan anak generasi sekarang terlalu berlebihan dan hanya menjadi perlindungan dalam pembenaran atas perilaku mereka yang beremental lemah. Contohnya ketika seseorang merasa jenuh atas kegiatannya sehari-hari, ia langsung memutuskan untuk liburan atau sekedar jalan-jalan. Hal ini dinamakan “Healing” yang artinya penyembuhan. Selain itu, jika menemukan orang yang tidak beretika baik dalam situasi tertentu, seseorang akan menulis tentang perilaku tersebut dan akan dibuatkan “Thread” di Twitter. *Thread* merupakan tweet berantai, identik dengan cuitan pengguna Twitter yang memiliki pesan bersambung yang tidak cukup dijadikan satu tweet. Tujuannya adalah agar pelaku Viral dan mendapat sanksi sosial.

Hal tersebut membuatnya viral di sosial media. Sehingga ia membuat Podcast Kesel Aje sebagai ranahnya untuk menyampaikan opininya terkait fenomena ini. Dalam salah satu deskripsi video yang ia unggah tertulis “Dikepung ABG Lembek !!!!” Oza Rangkuti terlihat cukup berani mengundang konflik khalayak.



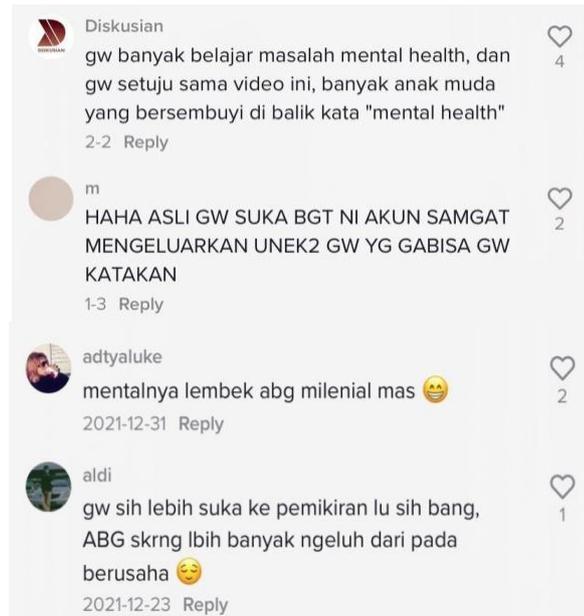
Gambar 3. Judul Salah Satu Konten Tiktok Podcast Kesel Aje

Terdapat banyak sekali komentar yang dilontarkan khalayak pada akun Tiktok Podcast Kesel Aje pada beberapa konten yang membahas tentang mental lemah Generasi Z menurut Oza Rangkuti. Dalam penyampaiannya tersebut cukup mempengaruhi beberapa opini khalayak. Terdapat komentar yang bersifat mendukung dan mementang terhadap konten tersebut. Sehingga menyebabkan kontroversional dan membuat Oza Rangkuti diserang khalayak. Berikut contoh beberapa komentar yang menentang pernyataannya:



Gambar 4. Komentar Pengguna Tiktok Yang Menentang Pada Akun Tiktok Podcast Kesel Aje
Sumber: Akun Tiktok Podcast Kesel Aje

Ada pula komentar khalayak yang mendukung dan setuju dengan pernyataan Oza Rangkuti dalam penyampaianya tentang mental generasi Z pada konten video yang mengundang perdebatan pendapat tersebut.



Gambar 5. Komentar Pengguna Tiktok yang mendukung Pada Akun Tiktok Podcast Kesel Aje
Sumber: Akun Tiktok Podcast Kesel Aje

Dari fenomena ini, tidak sedikit orang yang terbentuk stereotipnya terhadap generasi Z oleh penyampaiannya dari Podcastnya tersebut. Terlihat beberapa pendapat yang berbeda dari khalayak dalam kolom komentar di akun Tiktok @podcastkeselaje, seperti opini yang bersifat positif, negatif dan juga netral. Peneliti menggunakan Teori Representasi menurut Stuart Hall untuk melihat bagaimana konten @podcastkeselaje membangun representasi Gen Z pada pesan medianya. Kemudian representasi ini juga tercermin dalam isi komentar konten tersebut. Dari isi komentar tersebut, terdapat 3 kemungkinan tendensi, yaitu: Dominan, Negoisasi dan Oposisi. Pengukuran 3 kategori tersebut menggunakan metode analisis isi kuantitatif dengan mengelompokkan komentar-komentar yang ada dalam postingan tersebut. Setelah itu akan dilihat mana opini publik pada kolom komentar tersebut yang akan lebih cenderung diantara ketiga kategori tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan di atas maka dapat dirumuskan Rumusan Masalah yaitu: Bagaimana representasi Generasi Z pada Konten yang berjudul “Dikepung ABG Lembek!!!” pada kolom komentar akun Tiktok @podcastkeselaje?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa Opini publik Dominan, Negoisasi dan Oposisi pada Konten yang berjudul ‘Dikepung ABG Lembek!!!’ Dalam Media Tiktok @podcastkeselaje
2. Untuk mengetahui frkuensi Opini publik Dominan, Negoisasi dan Oposisi pada Konten yang berjudul ‘Dikepung ABG Lembek!!!’ Dalam Media Tiktok @podcastkeselaje
3. Untuk Mengetahui Opini mana yang mendominasi pada Konten yang berjudul ‘Dikepung ABG Lembek!!!’ Dalam Media Tiktok @podcastkeselaje

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, kegunaan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan pada kajian bidang ilmu komunikasi dan semoga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

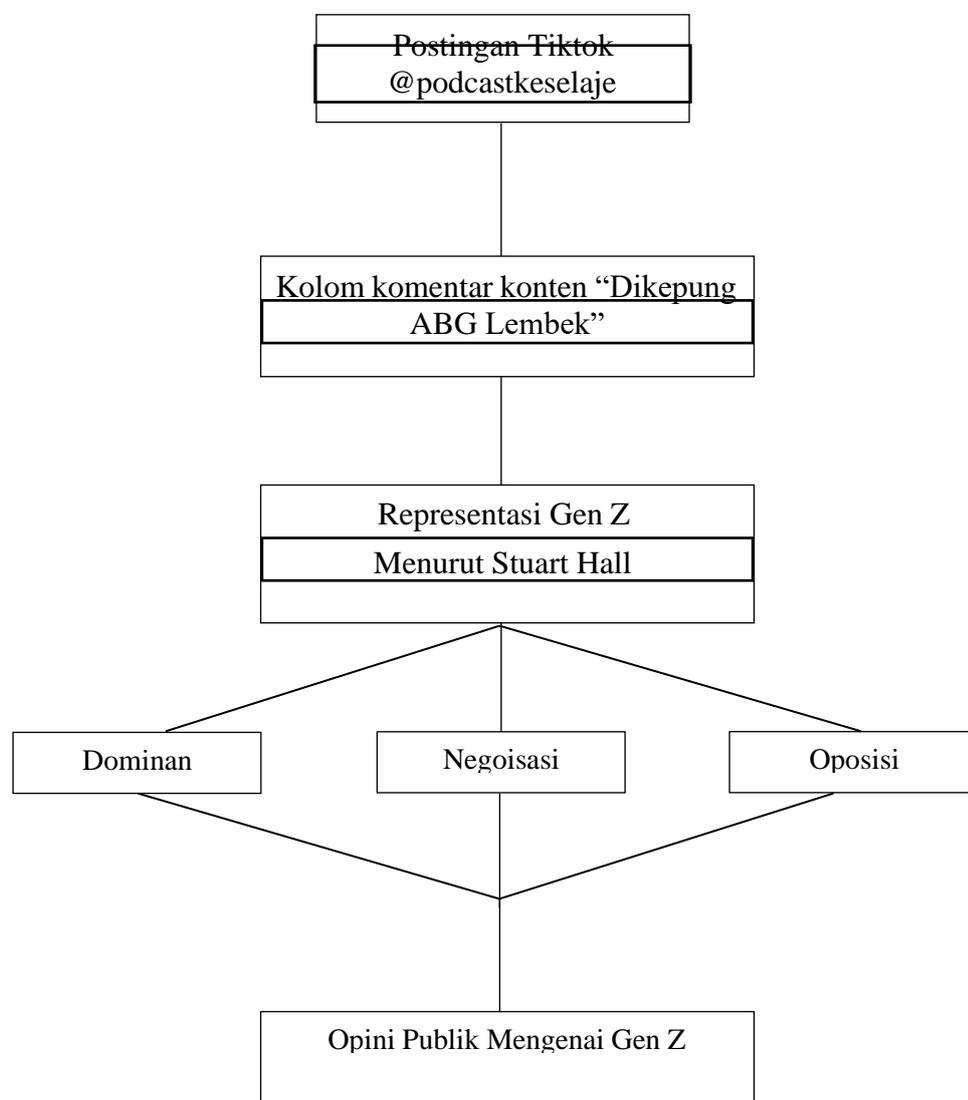
2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai informasi yang dijadikan masukan-masukan dalam mengambil keputusan atau kebijakan tertentu yang berhubungan dengan sosial media sebagai analisis opini publik khususnya dalam media sosial.

1.5 Kerangka Berfikir

Dalam media baru terdapat media sosial yang dapat dijadikan sebagai penghubung antara komunikator dengan khalayak, salah satunya adalah media Tiktok. Tiktok merupakan media sosial yang sedang ramai dibicarakan dan digunakan sebagai mediapenyebarkan informasi melalui konten berbentuk video. Salah satu konten yang diangkat dalam peneliti ini adalah “Dikepung ABG Lembek!!!” dalam akun tiktok

@Podcastkeselaje. Konten tersebut ternyata cukup mengundang kontroversi sehingga menimbulkan banyak perdebatan pada kolom komentar. Peneliti menggunakan Teori Representasi menurut Stuart Hall untuk melihat bagaimana konten @podcastkeselaje membangun representasi Gen Z pada pesan medianya. Kemudian representasi ini juga tercermin dalam isi komentar konten tersebut. Dari isi komentar tersebut, terdapat 3 kemungkinan tendensi, yaitu: Dominan, Negoisasi dan Oposisi. Pengukuran 3 kategori tersebut menggunakan metode analisis isi kuantitatif dengan mengelompokkan komentar-komentar yang ada dalam postingan tersebut. Setelah itu akan dilihat mana opini publik pada kolom komentar tersebut yang akan lebih cenderung diantara ketiga kategori tersebut.



Gambar 6. Kerangka Pikir Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Gambaran Umum

2.1.1 Akun Tiktok Podcast Kesel Aje



Gambar 7. Profil Tiktok Podcast Kesel Aje

Oza Rangkuti adalah komika dan konten kreator asal Jakarta kelahiran 5 Desember 1991. Selain menjadi komika, ia juga sering membuat konten Podcast dalam beberapa media sosial seperti Youtube, TikTok, Spotify dan lain-lain. Ia memulai Podcastnya pada Agustus 2019 lalu. Salah Sosok Oza Rangkuti belakangan tengah dicari khalayak khususnya netizen. Komika yang dikenal dengan gaya bahasa ala jaksel (Jakarta Selatan) ini menjadi viral pertama kali karena sering membahas soal bahasa-bahasa anak gaul Jakarta Selatan yang sering digunakan melalui tayangan podcast YouTube miliknya bernama Podcast Kesel Aje.

Bahasan sederhana Oza Rangkuti soal kosakata bahasa ala Jaksel membuat namanya melambung hingga memiliki beberapa penggemar yang suka dengan

celotehannya. Fasih tanpa terbata-bata, pria yang identik dengan tingkahnya yang ngeselin ini merangkum ratusan bahkan ribuan bahasa Jaksel dalam konten dan podcastnya. Meskipun terkadang bikin kesal, Oza sukses menghibur banyak orang dengan identitasnya yang kini menjadi viral. Komedian dan pencetus Podcast Kesel Aje juga mengikuti isu mental paling terkini.

2.1.2 Generasi Z

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh bersama dengan perkembangan teknologi. Generasi ini memiliki karakter dan ciri-ciri yang membedakannya dengan generasi sebelumnya. Generasi Z adalah generasi peralihan dari generasi Y saat teknologi mulai berkembang. Generasi ini disebut juga sebagai Gen Z atau I-generation. Mereka yang masuk dalam generasi ini termasuk generasi up to date terhadap isu yang tersebar di media masa atau internet. Generasi Z merupakan generasi yang secara konstan berkomunikasi melalui media digital karena pengaruh penggunaan internet (Roberts et al., 2014). Generasi Z sangat aktif di media sosial tahun 2012, terbukti dari 94% remaja memiliki akun Facebook (Lenhart, 2013).

Dalam teori generasi (Generation Theory) yang dikemukakan Graeme Codrington & Sue Grant-Marshall, Penguin, (2004) 5 generasi manusia berdasarkan tahun kelahirannya, yaitu: Generasi Baby Boomer, lahir 1946- 1964. Generasi X, lahir 1965-1980. Generasi Y, lahir 1981-1995, sering disebut generasi millennial. Generasi Z, lahir 1996-2010 (disebut juga iGeneration, GenerasiNet, Generasi Internet). Generasi Alpha, lahir 2011-2025. Kelima generasi tersebut memiliki perbedaan pertumbuhan perkembangan kepribadian

Tabel 1. Teori Generasi

Tahun Kelahiran	Nama Generasi
1946-1964	Baby Boomer
1965-1980	X Generation
1981-1995	Y Generation
1996-2010	Z Generation
2011+	Alfa Generation

Gen Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi lain. Dalam K- JTP: Vol. 06, No.01, dijelaskan bahwa gen Z memiliki karakter yang menggemari teknologi, fleksibel, lebih cerdas, dan toleran pada perbedaan budaya. Generasi ini juga terhubung secara global dan berjejaring di dunia virtual. Meskipun terkenal open minded, namun generasi ini juga diketahui memiliki karakter yang menyukai budaya instan dan kurang peka terhadap esensi privat. Adapun karakteristik dan ciri - ciri umum Generasi Z adalah:

- a. Merupakan generasi digital yang mahir dan gandrung akan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer. Informasi yang dibutuhkan untuk kepentingan pendidikan maupun pribadi akan mereka akses dengan cepat dan mudah. Anggota generasi Z tidak mengenal dunia tanpa smartphone atau media sosial.
- b. Cenderung kurang dalam berkomunikasi secara verbal, cenderung egosentris dan individualis, cenderung ingin serba instan, tidak sabaran, dan tidak menghargai proses.
- c. Sangat suka dan sering berkomunikasi dengan semua kalangan khususnya lewat jejaring sosial seperti, Twitter, Line, Whatsapp, Telegram, Instagram, dan juga Tiktok. Melalui media ini mereka jadi lebih bebas berekspresi dengan apa yang dirasa dan dipikir secara spontan. Terkadang seolah bertindak atau berkata tanpa sopan dan santun.
- d. Cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan sekitar. Tanpa diragukan lagi, generasi Z akan menjadi generasi yang paling beragam yang memasuki lapangan kerja dalam sejarah Amerika Serikat. Mereka terdiri dari berbagai bagian dari kelompok ras atau etnis minoritas. Mereka juga dibesarkan untuk lebih menerima dan menghormati lingkungan dibanding generasi orang-orang sebelumnya.

Terdapat pula stereotip generasi Z yang beredar di Masyarakat. Generasi pendahulu meyakini bahwa Gen Z dan kedekatan mereka dengan teknologi membuat mereka menjadi sosok bermental lemah. Dilansir dari laman BBC, Dr Carl Nassar mengatakan bahwa stereotip ini lahir dari bias penilaian generasi tua. Ketika mereka memandang Gen Z sangat suka mengekspresikan diri di internet, mereka lihat hal ini sebagai kerentanan dan kelemahan dibanding soal transparansi. Mereka memandang bahwa Gen Z akan lebih fokus pada hal-hal non esensial dibandingkan

langsung terjun ke lapangan untuk melakukan aksi nyata. Padahal, Jason Dorsey, pemimpin Center for Generational Kinetics mengatakan bahwa Gen Z memiliki kedewasaan dalam menghadapi tantangan yang belum pernah dirasakan generasi sebelumnya. Misalnya dalam menghadapi pandemi Covid-19 dan mengatasi tekanan media sosial yang selalumengintai mereka.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diperlukan dalam penyusunan penelitian karena berguna sebagai bahan acuan dalam proses penelitian. Selain itu, dengan adanya penelitian terdahulu berperan sebagai suatu tolak ukur peneliti dalam menulis dan dalam melakukan analisis pada sebuah penelitian. Penelitian terdahulu dalam proses penelitian juga berperan sebagai referensi dalam mengaplikasikan teori yang dipilih dengan adanya tolak ukur dari kesamaan metode, kesamaan isu, dan lain-lain. Penelitian terdahulu juga dapat berfungsi sebagai sumber inspirasi yang nantinya dapat membantu peneliti dalam melaksanakan proses penelitian. Peneliti telah melakukan penelusuran terkait penelitian terdahulu, namun peneliti belum menemukan penelitian terdahulu dengan kesamaan isu yang sama dengan milik peneliti dikarenakan isu yang diangkat oleh peneliti masih tergolong baru sehingga belum ada penelitian terdahulu yang ditemukan. Walaupun demikian, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu dengan beberapa kesamaan metode dan aspek lain yang dapat membantu peneliti dalam proses penyusunan penelitian.

1. Penelitian yang pertama berjudul “Opini Publik Mengenai Isu “Sri Mulyani Mau Orang Kaya Bayar Pajak Lebih Banyak” dalam Media Instagram @narasinewsroom (Analisis isi komentar instagram @narasinewsroom Pada 2 Juli 2021) Oleh Mochamad Rafi (Universitas Mercu Buana, 2022). Tujuan penelitian ini adalah Mengetahui opini publik yang bersifat Opini Negatif, Positif dan Netral dalam postingan media sosial Instagram @narasinewsroom. Persamaan dari kedua penelitian terletak pada metode penelitian yaitu menggunakan penelitian kuantitatif. Selain itu, persamaan lainnya adalah sama-sama membahas tentang opini publik. Sedangkan perbedaan yang ditemukan yaitu penelitian ini menggunakan Instagram sebagai media penelitiannya. Sedangkan dalam penelitian yang akan diteliti menggunakan Tiktok sebagai

medianya. Selain itu, penelitian ini membahas tentang konten pada akun Narasi News Room, sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang konten pada akun Podcast Kesel Aje. Dari hasil penelitian terdahulu, terdapat kontribusi yang dapat dijadikan bahan referensi penelitian yang akan dilakukan, yaitu sebagai referensi dalam kajian metode penelitian kuantitatif.

2. Penelitian yang kedua berjudul Analisis Isi Kuantitatif Like dan Komentar pada Unggahan Akun Instagram @infopku_ (Studi pada Informasi Akses Keluar Masuk Dijaga selama PPKM Level 4, Wajib Tunjukkan Kartu Vaksin Hingga Uji Swab) Bobby Lawrenza (Universitas Islam Riau, 2022). Mengetahui frekuensi kategori dominan negosiasi, dan oposisi pada komentar unggahan informasi tentang akses keluar masuk di jaga selama PPKM level 4, wajib tunjukkan kartu Vaksin Hingga Uji Swab dalam akun Instagram @infopku_. Persamaan dari kedua penelitian terletak pada objek yang diteliti yaitu kolom komentar. Selain itu, persamaan lainnya adalah sama-sama memakai Teori Public Sphere. Peneliti ini membahas tentang unggahan pada akun Instagram @infopku_, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu tentang opini public konten pada Tiktok Podcast Kesel Aje. Dari hasil penelitian terdahulu, Kontribusi peneliti ini yaitu sebagai referensi dalam kajian mengenai media sosial untuk penelitian yang akan dilakukan.
3. Peneliti yang ketiga berjudul “Opini Publik di Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif Kualitatif Opini Publik Tentang Kekerasan Pada Anak di Media Sosial Twitter).” Oleh Ike Ardian Oktafasari (Universitas Sebelas Maret, 2016). Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana opini publik terhadap kekerasan pada anak disampaikan di media sosial Twitter. Persamaan dari kedua penelitian terletak pada objek media yang mempengaruhi yaitu media sosial. Selain itu, persamaan lainnya adalah sama-sama membahas tentang opini publik. Sedangkan perbedaan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan Twitter sebagai media penelitian. Sedangkan dalam penelitian yang akan diteliti menggunakan Tiktok sebagai medianya. Selain itu, peneliti ini membahas tentang opini publik pada kekerasan terhadap anak di media sosial Twitter, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu tentang opini publik terhadap perilaku generasi Z pada Tiktok Podcast Kesel Aje. Selain itu

peneliti ini menggunakan metode kualitatif, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode kuantitatif. Dari hasil penelitian terdahulu terdapat kontribusi yang dapat dijadikan bahan referensi penelitian yang akan dilakukan, yaitu sebagai referensi dalam kajian mengenai opini publik untuk penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Mochamad Rafi (Universitas Mercu Buana, 2022)
1	Judul Peneliti	Opini Publik Mengenai Isu “Sri Mulyani Mau Orang Kaya Bayar Pajak Lebih Banyak” dalam Media Instagram @narasinewsroom (Analisis isi komentar instagram @narasinewsroom Pada 2 Juli 2021)
	Tujuan Peneliti	Mengetahui opini publik yang bersifat Opini Negatif, Positif dan Netral dalam postingan media sosial Instagram @narasinewsroom
	Persamaan Peneliti	Persamaan dari kedua penelitian terletak pada metode penelitian yaitu menggunakan penelitian kuantitatif
	Perbedaan Peneliti	Penelitian ini menggunakan Instagram sebagai media penelitian. Sedangkan dalam penelitian yang akan diteliti menggunakan Tiktok sebagai mediana. Selain itu, penelitian ini membahas tentang konten pada akun Narasi News Room, sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang konten pada akun Podcast Kesel Aje.
	Kontribusi Peneliti	Sebagai referensi dalam analisis isi kuantitatif
2	Nama Peneliti	Bobby Lawrenza (Universitas Islam Riau, 2022)
	Judul Peneliti	Analisis Isi Kuantitatif Like dan Komentar pada Unggahan Akun Instagram @infopku_ (Studi pada Informasi Akses Keluar Masuk Dijaga selama PPKM Level 4, Wajib Tunjukkan Kartu Vaksin Hingga Uji Swab)
	Tujuan Peneliti	Mengetahui frekuensi kategori dominan negosiasi, dan oposisi pada komentar unggahan informasi tentang akses keluar masuk di jaga selama PPKM level 4, wajib tunjukkan kartu Vaksin Hingga Uji Swab dalam akun Instagram @infopku_
	Persamaan Peneliti	Persamaan dari kedua penelitian terletak pada objek yang diteliti yaitu kolom komentar. Selain itu, persamaan lainnya adalah sama-sama memakai Teori Public Sphere

	Perbedaan Peneliti	Peneliti ini membahas tentang unggahan pada akun Instagram @infopku_, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu tentang opini public konten pada Tiktok Podcast Kesel Aje.
	Kontribusi Peneliti	Kontribusi peneliti ini yaitu sebagai refrensi dalam kajian mengeneai media sosial untuk penelitian yang akan dilakukan.
3.	Nama Peneliti	Ike Ardian Oktafasari (Universitas Sebelas Maret, 2016)
	Judul Peneliti	Opini Publik di Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif Kualitatif Opini Publik Tentang Kekerasan Pada Anak di Media Sosial Twitter)
	Tujuan Peneliti	Mengetahui bagaimana opini publik terhadap kekerasan pada anak disampaikan di media sosial Twitter
	Persamaan Peneliti	Persamaan dari kedua penelitian terletak pada objek media yang mempengaruhi yaitu media sosial. Selain itu, persamaan lainnya adalah sama-sama membahas tentang opini publik.
	Perbedaan Peneliti	Penelitian ini menggunakan Twitter sebagai media penelitian. Sedangkan dalam penelitian yang akan diteliti menggunakan Tiktok sebagai medianya. Selain itu, peneliti ini membahas tentang opini publik pada kekerasan terhadap anak di media sosial Twitter, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu tentang opini publik terhadap perilaku generasi Z pada Tiktok Podcast Kesel Aje. Selain itu peneliti ini menggunakan metode kualitatif, sedangkan peneltian yang akan dilakukan menggunakan metode kuantitatif.
	Kontribusi Peneliti	Kontribusi peneliti ini yaitu sebagai refrensi dalam kajian mengenai opini publik untuk penelitian yang akan dilakukan.

2.3 Kajian Teori

2.3.1 Media Sosial

Menurut McGraw Hill Dictionary media sosial adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual. Beberapa jenis media sosial yang pada umumnya dimiliki masyarakat Indoensia adalah Facebook, Twitter, Instagram, hingga TikTok. Hampir semua masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan memiliki media sosial bahkan lebih dari satu.

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial. Menurut Kamus Bahasa Indonesia, media adalah alat, sarana komunikasi, perantara, atau penghubung. Sosial artinya berkenaan dengan masyarakat atau suka memperhatikan kepentingan umum. Dari sisi bahasa, media sosial dapat dimaknai sebagai sarana yang menghubungkan masyarakat untuk berkomunikasi dan berbagi. Media sosial merupakan medium atau wadah untuk bersosialisasi dengan menggunakan teknologi berbasis web untuk menyebarkan secara pengetahuan dan informasi secara cepat kepada seluruh pengguna internet di dunia.

Media sosial merupakan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial dan sosial network sebenarnya sama-sama merupakan media yang menyampaikan informasi, hanya penyampaian informasinya saja yang berbeda. Ada banyak macam media sosial yang sering digunakan oleh banyak orang di seluruh dunia, seperti Blogger, Facebook, Yahoo Messenger, Youtube, dan lain-lain. Media sosial juga mempunyai fungsi-fungsi yang sangat berguna dalam kehidupan sehari-hari, seperti untuk berjualan, mencari persahabatan dan perkumpulan. Namun, media sosial juga mempunyai dampak positif dan negatif, seperti sebagai media komunikasi, tempat mencari informasi, munculnya tindak kejahatan, dan menimbulkan sifat candu.

Berdasarkan pemaparan diatas, berikut ini merupakan sebagian ciri media sosial tersebut:

1. Partisipasi Pengguna

Semua media sosial mengajak semua penggunanya untuk dapat berperan serta memberikan umpan balik terhadap sesuatu pesan ataupun konten di media sosial. Pesan yang dikirimkan bisa diterima ataupun dibaca oleh banyak orang.

2. Adanya Keterbukaan

Sebagian besar media sosial membagikan kesempatan untuk penggunanya untuk membagikan komentar, melakukan voting, berbagi, dan lain- lain. Pengiriman pesan dapat dilakukan dengan bebas tanpa harus melalui Gatekeeper.

3. Adanya Perbincangan

Mayoritas media sosial membolehkan adanya interaksi terhadap sesuatu konten, baik itu dalam wujud respon maupun pembicaraan antar penggunanya. Serta penerima pesan bebas menentukan kapan melaksanakan interaksi terhadap pesan tersebut.

4. Keterhubungan

Lewat media sosial, para penggunanya bisa tersambung dengan pengguna yang lain lewat sarana tautan(links) serta sumber data yang lain. Proses untuk pengiriman sebuah pesan ke suatu media sosial jauh lebih cepat dibandingkan dengan media yang lain membuat informasi banyak terhubung di dalam satu media sosial.

New media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2011: 43). Ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan. Interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya yang ada dimana- mana. Karakter media baru yang merupakan bentuk digital tentu memudahkan aktivitas dalam bentuk bertukar informasi secara cepat. Kemudahan aksesnya yang bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun dinilai efisien sebagai media komunikasi.

2.3.2 Aplikasi Tiktok

Tik Tok adalah sebuah aplikasi sosial media di mana para penggunanya bisa berbagi video musik dengan durasi pendek. Selain nama TikTok, dia juga dikenal dengan Douyin, sebuah video pendek vibrato. Aplikasi TikTok adalah aplikasi untuk membuat dan menyebarkan beragam video pendek dalam format secara vertikal, yang dimainkan hanya dengan men-scroll layar ke atas maupun ke bawah.

TikTok dikenalkan dan diluncurkan pertama kali pada September 2016. Pada saat itu, aplikasi ini langsung diterima di Indonesia.

TikTok menyediakan fitur agar penggunanya dapat mengedit dengan efek, filter, teks dan musik, memotong, membuat gerakan lambat atau cepat dengan cara yang sangat mudah dan siapa saja dapat memahaminya. TikTok memungkinkan para penggunanya untuk mengunggah video yang berdurasi 15 hingga 60 detik. Hal ini menjadikan TikTok sebagai hiburan yang menarik. TikTok juga menyoroti bahwa misi mereka adalah untuk menginspirasi kreativitas dan membawa kegembiraan (TikTok, 2020). Dillon (2020) menemukan bahwa pengguna memiliki kesenangan dan kepuasan dengan aplikasi TikTok. Menurut Efani & Budiman (2020) TikTok bermula pada aplikasi yang dibuat untuk mengeksplorasi kreativitas para pengguna dengan menggunakan video yang menarik dan menghibur serta dapat membuat para pembuat kontennya menjadi semakin kreatif

Melalui TikTok, penggunanya dapat menggunakan fitur-fitur yang ada seperti mengunggah Video (upload video), menjalin pertemanan dengan mengikuti (following) dan memiliki pengikut (followers), dapat saling berkomunikasi dengan memberikan tanda suka (like) dan juga memberikan komentar (comment) pada video pengguna (user) TikTok lainnya. Selain itu user TikTok dapat memberikan keterangan video (caption). Didalam komentar dan judul video, pengguna dapat menyinggung pengguna lain dengan menggunakan tanda arroba (@) atau biasa disebut dengan mention. Pengguna dapat menambahkan dalam caption tagar (hashtag) agar user TikTok lainnya diseluruh penjuru dunia dapat melihat melalui fitur explore dan dapat dengan mudah mencari melalui kolom pencarian (search).

Berdasarkan keterangan dari Media Indonesia (2019) TikTok berhasil menjadi aplikasi hiburan nomor satu di App Store di Indonesia dan pada tahun 2018 TikTok mendapatkan penghargaan dari Google Play sebagai “Aplikasi Paling Menghibur” dan “Aplikasi Terbaik”. Konten hiburan dapat meningkatkan motivasi hiburan di kalangan pengguna media sosial yang dapat menghilangkan rasa jenuh, bosan serta bisa menambah wawasan yang bermanfaat bagi pembacanya. Konten hiburan pada TikTok telah banyak diminati oleh anak remaja termasuk remaja muslim generasi

Z. Doyle (2020) menemukan bahwa pengguna TikTok generasi Z adalah sebesar 60%. Hal ini membuktikan bahwa Generasi Z lebih enjoy terhadap konten yang bertebaran di media sosial terutama pada TikTok saat ini. TikTok bisa mendapatkan daya tarik bagi generasi Z lainnya agar memiliki keinginan untuk menggunakannya. Diperkirakan jumlah pengguna TikTok pada tahun 2024 bisa mencapai 60,3 juta (Clement, 2020).

2.3.3 Opini Publik

Opini berasal dari kata serapan asing yaitu ‘opinion’ yang berarti tanggapan atau jawaban terbuka terkait persoalan yang dinyatakan dalam bentuk lisan dan tulisan. Opini bisa berupa tindakan, tanggapan, perilaku, dan sikap. Cambridge Dictionary juga menyampaikan bahwa opini adalah sebuah pemikiran atau keyakinan tentang sesuatu atau seseorang. Sementara Merriam Webster menjelaskan bahwa opini merupakan pandangan atau penilaian yang terbentuk dalam pikiran tentang masalah tertentu. Opini mengandung ciri-ciri, di antaranya:

1. Pendapat pribadi atau orang lain: Suatu kalimat yang berisi pendapat pribadi seseorang bisa dipastikan sebagai kalimat opini.
2. Subjektif: Opini bersifat subjektif. Ciri ini menyebabkan kalimat opini adalah pemaparan pendapat dari salah satu pihak, bukan memaparkan pendapat dua belah pihak untuk menyatakan suatu kejadian atau peristiwa.
3. Menggunakan kata-kata bersifat relatif: Adapun yang termasuk kata-kata bersifat relatif adalah kata lebih, paling, agak, sangat, biasanya, seharusnya, mungkin, menurut, dan sebagainya.
4. Tidak bisa dibuktikan kebenarannya: Informasi dalam kalimat opini tidak atau belum bisa dipastikan atau dibuktikan kebenarannya, sehingga murni merupakan pendapat.
5. Berisi tanggapan: Kalimat opini sering ditunjukkan dengan adanya tanggapan terhadap suatu peristiwa.

Berikut adalah jenis-jenis Opini, yaitu:

1. Opini Individu

Merupakan pendapat seseorang secara perorangan mengenai sesuatu yang

terjadi di masyarakat. Opini ini bisa menyatakan kesetujuan atau ketidaksetujuan tentang suatu topik.

2. Opini Pribadi

Opini ini adalah pendapat asli seseorang mengenai suatu masalah sosial. Opini pribadi timbul apabila seseorang tanpa dapat dipengaruhi oleh orang lain, menyetujui atau tidaknya suatu masalah sosial.

3. Opini Kelompok

Merupakan masalah sosial yang menyangkut kepentingan banyak orang termasuk sekelompok orang tersebut.

4. Opini Mayoritas

Ini adalah pendapat orang-orang terbanyak dari mereka yang berkaitan dengan suatu masalah yang pro atau kontra. Opini ini biasanya ada di forum terbuka dalam bentuk lembaga.

5. Opini Minoritas

Merupakan kebalikan dari opini mayoritas, yang mana pendapat relatif dalam jumlahnya sedikit dibandingkan jumlah mereka terkait dengan suatu masalah sosial.

6. Opini Publik

Merupakan sekumpulan pandangan individu tentang isu yang sama. Opini publik adalah sikap yang ditunjukkan seseorang kepada khalayak tanpa harus membahayakan dirinya sendiri. Opini publik diibaratkan suatu proses penggabungan pikiran, usul dan perasaan yang diungkapkan warga negara secara individu kepada pilihan kebijakan.

7. Opini Massa

Merupakan tahap kelanjutan dari opini publik. Opini yang bersifat massa akan cenderung beralih bentuk menjadi tindakan fisik.

8. Opini Umum

Opini ini adalah pendapat yang sama dari semua orang dalam suatu masyarakat mengenai masalah yang menyangkut kepentingan umum.

Opini publik adalah pendapat kelompok masyarakat atau sintesis dari pendapat dan diperoleh dari suatu diskusi sosial dari pihak-pihak yang memiliki kaitan kepentingan. Agregat dari sikap dan kepercayaan ini biasanya dianut oleh populasi

orang dewasa. Dalam menentukan opini publik, yang dihitung bukanlah jumlah mayoritasnya (numerical majority) namun mayoritas yang efektif (effective majority). Subyek opini publik adalah masalah baru yang kontroversial di mana unsur-unsur opini publik adalah: pernyataan yang kontroversial, mengenai suatu hal yang bertentangan, dan reaksi pertama/gagasan baru.

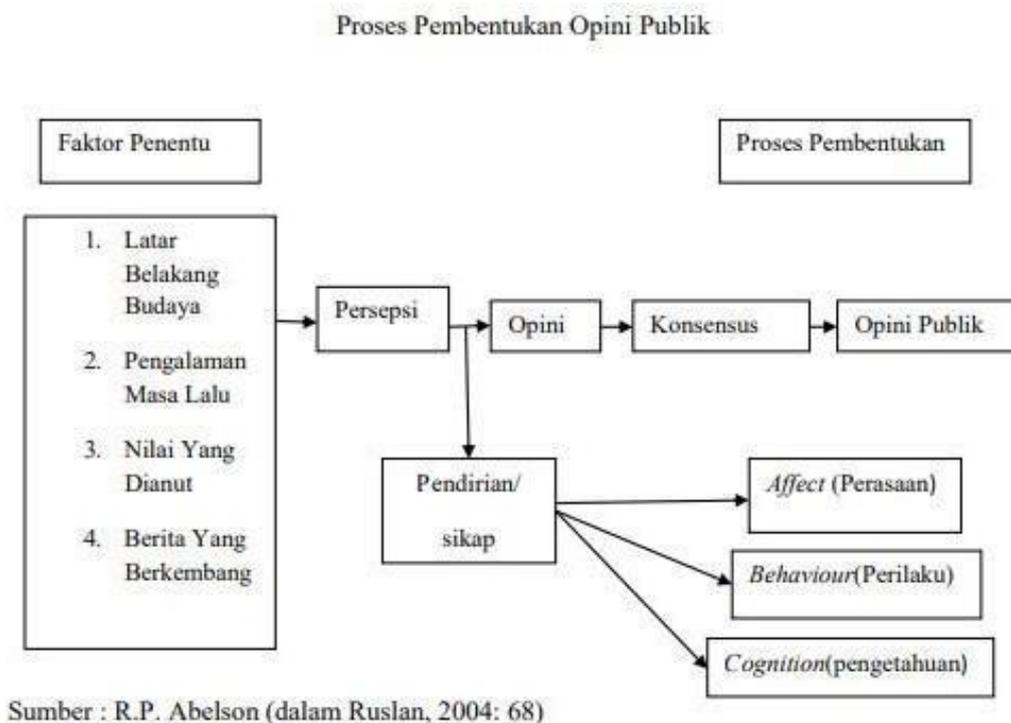
Menurut Effendy dalam Karra Sugianto²⁰ (2017: 4) Opini itu sendiri tidak mempunyai tingkatan ataupun strata, namun mempunyai arah, yaitu seperti di bawah ini :

1. Positif Jika opini yang ditampilkan secara eksplisit dan implisit mendukung objek opini (individu memberikan pernyataan setuju).
2. Netral Apabila opini yang ditampilkan tidak memihak atau jika individu memberikan pernyataan ragu-ragu.
3. Negatif Jika opini yang ditampilkan secara eksplisit dan implisit menolak atau mencela objek opini (individu memberikan pernyataan tidak setuju).

Opini publik yang digambarkan Morrissan mengacu pada perasaan bersama dari suatu populasi atas suatu masalah tertentu yang sedang dihadapi. Dalam hal ini jika dikatakan peran media menjadi sangatlah penting untuk menjadi perantara informasi dan menentukan topik, masalah atau hal penting untuk menjadi perhatian masyarakat. Dengan sendirinya masyarakat akan terpengaruh dengan situasi (isu). Menurut Dan Nimmo, opini personal terdiri atas kegiatan verbal dan non verbal yang menyajikan citra dan interpretasi individual tentang objek tertentu, biasanya dalam bentuk isu yang diperdebatkan orang. Opini dapat dinyatakan secara aktif maupun secara pasif. Opini dapat dinyatakan secara verbal, terbuka dengan kata-kata yang dapat ditafsirkan secara jelas, ataupun melalui pilihan-pilihan kata yang sangat halus dan tidak secara langsung dapat diartikan (konotatif). Opini dapat pula dinyatakan melalui perilaku, bahasa tubuh, raut muka, simbol-simbol tertulis, pakaian yang dikenakan, dan oleh tanda-tanda lain yang tak terbilang jumlahnya, melalui referensi, nilai-nilai, pandangan, sikap, dan kesetiaan. Opini publik itu identik dengan pengertian kebebasan, keterbukaan dalam mengungkapkan ide-ide, pendapat, keinginan, keluhan, kritik yang membangun, dan kebebasan di dalam penulisan. Dengan kata lain, opini publik itu merupakan efek dari kebebasan dalam

mengungkapkan ide-ide dan pendapat.

Sebelum kita mengetahui terbentuknya opini, maka sebaiknya kita ketahui dahulu bagaimana proses opini bisa terjadi. Berikut beberapa faktor yang mempengaruhinya yaitu :



Gambar 8. Proses Pembentukan Opini Publik

2.3.4 Konten Tiktok Kesel Aje Pada Stereotype Generasi Z

Pada Konten Tiktok Podcast Kesel Aje menjelaskan beberapa stereotype tentang generasi Z, berikut beberapa stereotype generasi Z berdasarkan klasifikasi, yaitu:

1. Gaya berkomunikasi, saat ini generasi Z banyak menggunakan Bahasa gaul atau "Slang Word". Bahasa ini banyak dipahami anak zaman sekarang. Contohnya seperti, "Cabs kuy"/cabut yuk, yang artinya adalah ajakan untuk ke suatu tempat. Ada juga kata "Mager"/malas gerak, merupakan rasa malas untuk melakukan suatu kegiatan. Video yang dibawakan oleh Oza Rangkuti ini berisi tentang istilah bahasa anak ABG Jaksel zaman sekarang yang ia paparkan satu persatu, seperti comel itu namanya spill, deg-degan (*anxiety*), banyak pikiran (*overthinking*), liburan keluar kota (*healing*), hubungan tanpa status (*FWB*),

banyak kerjaan (*overwhelmed*) dan sebagainya. Pada kanal Youtube Podcast Kesel Aje, terdapat video berjudul Belajar Bahasa ABG Jaksel dan Belajar Bahasa ABG Jaksel Tiada Henti. Dalam video tersebut, ditemukan kata-kata seperti anxiety yang diasosiasikan dengan perasaan berdebar, bipolar atau mood swing yang diasosiasikan dengan orang yang emosinya tidak stabil, hingga kata healing yang disamakan dengan keinginan untuk pergi liburan.

2. Gaya Bahasa tubuh, generasi Z condong lebih pasif dalam berekspresi, mereka cenderung bermuka dua, pada saat di depan seseorang mereka terlihat seperti orang yang ramah dan peduli, padahal di belakang orang tersebut mereka menjele-jelekan orang tersebut dan bergunjing. Ada juga beberapa generasi Z yang apa adanya dan langsung berterus terang, jika mereka tidak menyukai orang tersebut, mereka akan bersikap dingin dan sinis. Mata mereka akan melihat dari atas sampai bawah orang tersebut, seakan-akan sedang memindai dan membaca karakter.
3. Kepribadian/karakter, pada konten Tiktok Podcasr Kesel Aje, Oza Rangkuti berpendapat bahwa karakter generasi Z mudah sensitive dan bermental lemah. Selain itu, mereka juga open-minded atau memiliki keterbukaan dalam menerima berbagai pandangan. Sebaliknya, dampak dari keterbukaan ini menjadikan mereka sulit mendefinisikan diri. Identitas diri seringkali berubah berdasarkan hal-hal yang memengaruhi mereka berpikir dan bersikap.
4. Gaya berpakaian, Tiktok Podcast Kesel Aje beranggapan bahwa gaya berpakaian generasi Z mempunyai ciri khasnya tersendiri. Terlihat pada remaja Jaksel terutama, mereka sering kali memakai sepatu “Vans Checkerboard” yang bermotif kotak-kotak, lalu dengan busana yang “oversized”, mau itu kaos ataupun kemeja. Tas totebag pun semakin ramai dipakai oleh generasi Z. Selain itu, generasi Z juga memakai tambahan atau aksesoris yang mendukung gaya berpakaian mereka, seperti memakai kacamata, gelang, topi, dan juga anting-anting. Mereka bebas berekspresi melalui gaya berpakaian mereka tanpa memandang gender.

2.3.5 Gaya Bahasa

Keraf (1990:113) menyatakan bahwa gaya bahasa memungkinkan penyimak dapat menilai pribadi, watak, dan kemampuan seseorang yang menggunakan bahasa. Semakin baik gaya berbicara seseorang, semakin baik pula penilaian orang terhadapnya dan semakin buruk gaya bahasa seseorang, semakin buruk pula penilaian yang diberikan seseorang. Menurutnya, style atau gaya bahasa adalah cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa). Dengan demikian, gaya bahasa atau style menjadi bagian dari diksi yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frasa, klausa, dan kalimat.

Gaya Bahasa Sindiran Bahasa sindiran sebagai kata yang memiliki makna yang tersirat dan bertentangan dengan kata yang diucapkan oleh seseorang. Bahasa sindiran juga dikenal sebagai bahasa yang mempunyai ragam karena bahasa sindiran digunakan seseorang mengikut konteks situasi yang sesuai (Akmajian dkk dalam Halimah dan Hilaliyah, 2019:18).

Tujuan menggunakan bahasa sindiran tidaklah mutlak, bergantung seseorang menggunakannya dalam suatu konteks tertentu. Halimah dan Hilaliyah (2019:3) menambahkan bahwa gaya bahasa sindiran adalah bentuk gaya bahasa yang rangkaian kata-katanya berlainan dari apa yang dimaksudkan. Oleh karena itu, berikut akan dipaparkan jenis-jenis gaya bahasa sindiran.

1. Ironi Keraf (1990:143) menyatakan bahwa kata ironi diturunkan dari kata *eironeia* yang berarti ‘penipuan’ atau ‘pura-pura’. Ironi sebagai bahasa sindiran adalah suatu acuan yang ingin mengatakan sesuatu dengan makna atau maksud berlainan dari apa yang terkandung dalam rangkaian kata-katanya
2. Sinisme Keraf (1990:143) berpendapat bahwa sinisme adalah gaya bahasa sebagai suatu sindiran yang berbentuk kesangsian yang mengandung ejekan terhadap keikhlasan dan ketulusan hati. Sementara, menurut Ilyas (dalam Suhardi, 2015: 160) sinisme memiliki tingkat sindiran lebih tinggi daripada ironi dan lebih halus daripada sarkasme.
3. Mengenai sarkasme, Keraf (1990:143) berpendapat bahwa sarkasme adalah

suatu acuan yang lebih kasar dari ironi yang mengandung kepahitan dan celaan yang getir. Sarkasme Secara etimologi 'sarkasme' berasal dari bahasa Yunani sarkamos yang diturunkan dari kata sarkasein yang berarti 'merobek-robek'. Sarkasme berarti olok-olok atau sindiran pedas dan menyakiti hati.

2.3.6 Teori Representasi Stuart Hall

Teori Representasi (*Theory of Representation*) yang dikemukakan oleh Stuart Hall menjadi teori utama yang melandasi penelitian ini. Pemahaman utama dari teori representasi adalah penggunaan bahasa (*language*) untuk menyampaikan sesuatu yang berarti (*meaningful*) kepada orang lain. Representasi adalah bagian terpenting dari proses dimana arti (*meaning*) diproduksi dan dipertukarkan antara anggota kelompok dalam sebuah kebudayaan (*culture*). Representasi adalah mengartikan konsep (*concept*) yang ada di pikiran kita dengan menggunakan bahasa. Stuart Hall secara tegas mengartikan representasi sebagai proses produksi arti dengan menggunakan bahasa.

Stuart Hall, merupakan pakar kajian media dari Inggris, mengemukakan pendapatnya mengenai peran media dalam membentuk persepsi publik, yaitu dengan Teori Representasi. Stuart Hall mengemukakan bahwa analisis penerimaan pesan mengacu pada studi mengenai makna, produksi, dan pengalaman khalayak umum dalam hubungannya berinteraksi dengan media. Konsep terpenting yang menjadi pondasi dari teori ini adalah encoding (pengkodean makna) oleh media dan decoding (pengertian makna) oleh publik. Dalam penerimaan serta pengertian makna Stuart Hall membagi 3 kategori, diantaranya :

1. Dominan : khalayak dapat menerima dan menyetujui pesan sesuai yang dikehendaki atau diberikan pembuat pesan.
2. Negosiasi : khalayak cukup memahami pesan secara umum, akan tetapi terdapat pengecualian berdasarkan aturan yang dibuat oleh khalayak sendiri.
3. Oposisi : khalayak melakukan rumusan kembali dan membuat alternatif pesan. Hal itu menandakan khalayak menerjemahkan pembacaan yang berlawanan terhadap pesan

Representasi menurut Stuart Hall mengandung 2 pengertian yaitu, Pertama, representasi mental, adalah konsep tentang sesuatu yang ada di kepala kita atau disebut juga sebagai peta konseptual. Representasi mental ini membentuk sesuatu yang abstrak. Kedua, representasi bahasa, representasi bahasa berperan penting dalam konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam bahasa yang lazim, supaya kita dapat menghubungkan konsep-konsep dan ide-ide kita tentang suatu tanda dan simbol- simbol tertentu agar mudah dipahami.

Terdapat tiga pendekatan dalam teori representasi in yaitu secara *reflective approach*, *intentional approach* dan *constructionist approach*. Pertama yaitu *reflective approach*, yang menjelaskan realitas seperti sebuah cermin yang dapat merefleksikan keadaan yang sesungguhnya. Kedua yaitu *intentional approach* berarti bahwa sebuah bahasa dapat digunakan untuk mengekspresikan mana personal dari seseorang, misalmya tokoh-tokoh kesenian (penulis atau pelukis). Ketiga yaitu *constructionist approach*, dimana bahasa tau suatu sistem tertentu dapat merepresentasikan konsep diri yang bertujuan untuk mengartikan suatu bahasa, bukan mengkonstruksi arti dengan sistem representasi.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Menurut Sugiyono yang dimaksud dengan penelitian kuantitatif adalah: “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian ilmu komunikasi dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif, yakni metode penelitian yang menggambarkan semua data atau keadaan subjek/objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain), kemudian dianalisis dan dibandingkan berdasarkan kenyataan yang sedang berlangsung pada saat ini dan selanjutnya mencoba untuk memberikan pemecahan masalahnya. Pengertian deskriptif menurut Sugiyono sebagai berikut: Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Content Analysis* (analisis isi). Secara umum, analisis isi berupaya mengungkap berbagai informasi di balik data yang disajikan di media atau teks. Analisis isi dapat didefinisikan sebagai teknik mengumpulkan dan menganalisis isi dari suatu teks isi dalam hal ini dapat berupa kata, arti (makna),

gambar, simbol, ide, tema, atau beberapa pesan yang dapat dikomunikasikan. Analisis isi kuantitatif mempunyai karakteristik yang berbeda dengan analisis teks lainnya. Menurut Weber, analisis isi adalah metode penelitian dengan menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat inferensi yang valid dari teks. Secara umum analisis isi kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi.

Berdasarkan pengertian diatas penggunaan analisis isi di dalam penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, atau menguji hubungan di antara variable tujuan dari penggunaan analisis isi semata untuk deskripsi yang dimaksudkan untuk menggambarkan suatu pesan secara deskriptif aspek-aspek dari isi komentar para netizen pada akun tiktok @podcastkeselaje dengan judul postingan Diserang ABG Lembek!!! dan kemudian dilakukan analisis frekuensi terhadap kemunculan kategori pada tiap-tiap komentar pada postingan video tersebut dengan dijelaskan agar mudah untuk di mengerti.

3.3 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Desember 2023 pada akun Tiktok @podcastkeselaje tepatnya di Konten “Dikepung ABG Lembek!!!”. Namun, tidak menutup kemungkinan jika penelitian diselesaikan lebih cepat dari perkiraan apabila data-data yang diperoleh sudah cukup untuk diolah. Sebaliknya, penelitian juga bisa menjadi lebih lama apabila data-data yang diperoleh belum cukup untuk diolah sehingga peneliti harus memperpanjang waktu penelitian.

3.4 Penentuan Populasi Dan Sampel

Peneliti menggunakan populasi pengikut (Followers) akun Tiktok Podcast Kesel Aje. Populasi biasa disebut dengan universum (universe) yang bermakna keseluruhan, populasi tidak hanya benda hidup, akan tetapi juga berupa benda mati. Dan sampel ditandai dengan n, yang merupakan bagian kecil dari suatu populasi yang dianggap mewakili. Sampel diambil dengan cara tertentu dapat dengan

menarik kesimpulan dari mengukur dan mengamati karakteristik yang dimiliki.

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono:2014). Subjek penelitian ini adalah responden yang berkomentar pada tanggal 11 November 2021 s/d 11 Maret 20221 di @podcastkeselaje berjumlah 3625 komentar. Peneliti mengambil jangka waktu 5 bulan lamanya sebagai batas pengambilan sample. Sebuah konten di tiktok yang dianggap ramai/viral hanya mampu bertahan di FYP/For Your Page Tiktok secara tidak pasti, dikarenakan tergantung pada algoritma Tiktok itu sendiri, Namun pada umumnya konten dapat bertahan di FYP selama kurang lebih 3 bulan menurut Joshua Moore, seorang Ahli Tiktok atau dikenal sebagai “Ginger Marketer”. Maka dari itu populasi penelitian ini berjumlah 3625 komentar berdasarkan responden yang berkomentar pada instagram @podacstkeselaje.

2. Sampel

Sampling akan digunakan saat terdapat peluang yang sama bagi setiap populasi untuk kemudian dipilih menjadi sampel. Dengan begitu pengambilan sampel pada Random Sampling akan dilakukan secara acak dari populasi yang ada. Dengan menggunakan teknik yang benar, sampel diharapkan dapat mewakili populasi, sehingga kesimpulan untuk sampel dapat digeneralisasikan menjadi kesimpulan populasi. Nanang mengemukakan bahwa “sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti” Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus penentuan jumlah sampel menurut Taro Yamane, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N: Ukuran populasi

d : Nilai presisi/ tingkat kesalahan

1 : Angka konstan

Dalam penelitian ini, ditetapkan batas tingkat kesalahan adalah 8% (0,8). Dengan jumlah populasi 3625 maka perhitungan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{3625}{3625 \cdot (8\%)^2 + 1}$$

$$n = \frac{3625}{3625 \cdot (0,08)^2 + 1}$$

$$n = \frac{3625}{3625 \cdot (0,0064) + 1}$$

$$n = \frac{3625}{23,2 + 1}$$

$$n = \frac{3625}{24,2}$$

$$n = 150$$

Berdasarkan perhitungan rumus diatas didapatkan sampel penelitian yakni sebanyak 150 sampel.

3.5 Teknik Penarikan Sampel

Pada penelitian ini perlu adanya teknik penarikan sampel, teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik ini meliputi, simple random sampling dan Dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Cara peneliti menentukan sampel menggunakan metode random sampling yaitu hasil dari populasi yang sudah di hitung berdasarkan Rumus Yamane yaitu berisi 150 komentar. Pemilihan dari 150 komentar dimulai pada saat Podcast Kesel Aje sejak di publish di aplikasi Tiktok yakni 11 November 2021 sampai dengan 11 Maret 2022 yang kemudian akan di analisa dipilih secara acak menggunakan aplikasi Comment Picker. yang merupakan sebuah tools untuk dengan mudah memilih sebuah commen di Youtube, Instagram, Tiktok dll.

Comment Picker adalah alat online yang digunakan untuk secara acak memilih pemenang apabila dalam kontes atau undian berbasis komentar di platform media sosial seperti Tiktok, Instagram, Facebook, YouTube, dan platform lainnya. Alat ini dirancang untuk membantu pengguna yang mengadakan giveaway atau kontes untuk memilih pemenang secara adil dan acak, tanpa kecenderungan atau intervensi manusia. Cara kerja Comment Picker umumnya adalah sebagai berikut:

1. Pengguna memasukkan url postingan atau komentar yang terkait dengan giveaway atau kontes ke dalam alat Comment Picker.
2. Setelah memasukkan url dari sebuah video Youtube, Tiktok atau url postingan di Instagram, terdapat fitur filter. Tools tersebut akan mengambil komentar dan memfilter opsi filter seperti jumlah komentar, kata kunci maupun detail waktu pencarian.
3. Alat akan mengakses postingan atau komentar tersebut dan mengambil daftar komentar yang relevan.
4. Kemudian, alat akan secara acak memilih satu atau beberapa komentar dari daftar tersebut sebagai pemenang.
5. Pemenang atau pemenang-pemenang ini kemudian dapat diumumkan dan dihubungi oleh penyelenggara *giveaway*.

Dengan memasukkan url dari sebuah video Youtube, Tiktok atau url postingan di Instagram, tools tersebut akan mengambil semua komentar dan bisa juga memfilter nama rangkap dari komentar berdasarkan opsi duplikat filter. Setelah mengambil semua komentar, alat tersebut lalu memulai generator dan memilih sebuah komentar acak dari seluruh komentar. Didapatkanlah 150 komentar secara acak dari 11 November 2021 sampai dengan 11 Maret 2022 menggunakan aplikasi Comment Picker sebagai berikut:

3.6 Operasionalisasi Konsep

Pada tahapan analisis isi kuantitatif, metode pengukuran atau operasionalisasi konsep menjadi tahapan awal dalam analisis isi. Dalam hal ini konsep dapat dijabarkan dengan menggunakan ukuran-ukuran tertentu atau dapat dijabarkan dalam bentuk kategori- kategori beserta indikatornya. Terdapat konsep yang

digunakan oleh peneliti berdasarkan unit analisis referens sebagai berikut:

Tabel 3. Operasionalisasi Konsep Penelitian

Variabel Opini Publik	Indikator
Dominan	Khalayak dapat menerima dan menyetujui pesan sesuai yang dikehendaki atau diberikan pembuat pesan.
Negoisasi	Khalayak cukup memahami pesan secara umum, akan tetapi terdapat pengecualian berdasarkan aturan yang dibuat oleh khalayak sendiri.
Oposisi	Khalayak melakukan rumusan kembali dan membuat alternatif pesan. Hal itu menandakan khalayak menerjemahkan pembacaan yang berlawanan terhadap pesan.

3.7 Unit Analisis

Unit analisis akan dianalisis menggunakan unit tematik. Kriyantono menjabarkan unit tematik sebagai sebuah satuan berita yang perhitungannya berdasarkan tema peristiwa yang diberitakan. Berdasarkan konsep yang telah dipaparkan pada operasionalisasi konsep maka penulis menurunkan konsep tersebut ke dalam kategori isi pesan komentar dengan tiga kategorisasi isi komentar sebagai berikut:

Tabel 4. Unit Analisis Penelitian

Katagori Kecendrungan/ Sikap Isi Pesan	Definisi
Ironi	Ironi sebagai bahasa sindiran adalah suatu acuan yang ingin mengatakan sesuatu dengan makna atau maksud berlainan dari apa yang terkandung dalam rangkaian kata-katanya menyanjung dan menyetujui
Sinisme	Sinisme adalah gaya bahasa sebagai suatu sindiran yang berbentuk kesangsian yang mengandung ejekan terhadap keikhlasan dan ketulusan hati
Sarkasme	Sarkasme adalah suatu acuan yang lebih kasar dari ironi yang mengandung kepahitan dan celaan yang getir

3.8 Validitas Data

Agar data dalam penelitian dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Analisis isi mengupas suatu teks dengan objektif untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi apa adanya, tanpa campur tangan peneliti. Penelitian menghilangkan bias, keberpihakan dan kecenderungan tertentu dari peneliti. Hasil analisis isi benar-benar mencerminkan isi dari suatu teks dan bukan akibat subjektifitas peneliti. Ada beberapa langkah yang perlu dilakukan untuk melakukan analisis isi di dalam penelitian ini yakni :

1. Merumuskan masalah penelitian
2. Melakukan studi pustaka
3. Menentukan unit observasi dan unit analisis
4. Menentukan sampel
5. Menentukan variabel
6. Membuat kategorisasi dan pedoman pengodingan
7. Mengumpulkan data
8. Melakukan koding data (data coding)
9. Mengolah data
10. Menyajikan data dan memberikan interpretasi

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang objektif, ada dua aspek penting yang harus diperhatikan, yaitu validitas dan reabilitas. Validitas berkaitan dengan apakah analisis isi mengukur apa yang benar-benar diukur. Sementara reabilitas berkaitan dengan apakah analisis isi akan menghasilkan temuan yang sama walaupun dilakukan oleh orang yang berbeda. Secara umum, penilaian validitas penelitian kuantitatif dapat dilihat dalam validitas internal dan validitas eksternal yakni sebagai berikut.

1. Validitas internal
 - a. Apakah alat ukur sesuai dengan apa yang diukur.
 - b. Pemilihan teori dan konsep yang relevan.
 - c. Pengukuran konsep (reabilitas) yaitu pada definisi operasional.
2. Validitas eksternal
 - a. Pemilihan sampel dilakukan untuk mengetahui apakah sudah representati

atau belum, karena riset kuantitatif dimaksudkan untuk melakukan generalisasi hasil riset artinya temuan data pada kelompok sampel tertentu dianggap mewakili populasi yang lebih besar.

- b. Kemungkinan penelitian mampu diterapkan pada konteks dan waktu yang berbeda, dan bahwa jika ada peneliti yang melakukan penelitian yang sama maka ada kemungkinan bahwa hasil temuannya tidak akan jauh berbeda.
- c. Dan terakhir adalah menyusun laporan hasil penelitian.

(Eriyanto:2015)

Maka dapat disimpulkan bahwa analisis isi kuantitatif di dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada isi komunikasi yang tampak tersurat, manifest dan nyata terhadap video Dikepung ABG Lembek!!! pada akun Tiktok @podcastkeselaje.

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan *intercoder reliability* sebanyak dua orang yang merupakan para akademisi sehingga memahami tentang kajian penelitian dan memahami metode penelitian secara umum.

3.9 Uji Reliabilitas

Dalam pengecekan keabsahan data, peneliti menggunakan instrumen berupa coding sheet sebagai alat ukur dengan menggunakan pengukuran reabilitas antar- coder untuk dapat menguji alat ukur yang reliabel yang dapat mengukur konsep yang ingin diukur oleh peneliti sehingga dalam menghitung reabilitisantar- coder, maka peneliti menggunakan rumus Hostly. Kriteria dalam memilih koder adalah paling tidak seseorang yang telah mempelajari ilmu komunikasi dasar serta mengetahui akun @tiktokpodcastkeselaje. Dalam hal ini kriteria menjadi koder ialah sebagai berikut:

1. Menggunakan Sosial Media khususnya Tiktok
2. Pernah melihat konten @podcastkeselaje
3. Memahami kategorisasi dan indikator yang telah disusun oleh peneliti
4. Bersedia menjadi koder

Adapun rumus tes uji realibitas antar pengkode tersebut sebagaimana dikemukakan oleh Holsti. Setelah dilakukan uji reliabilitas oleh peneliti, coder 1 dan coder 2, maka ditemukan perhitungan sebagai berikut:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

M = Jumlah (coding) yang sama (disetujui oleh masing-masing coder)

N1 = Jumlah coding yang dibuat oleh coder 1

N2 = Jumlah coding yang dibuat oleh coder 2

Menurut Holsti, angka minimum toleransi reliabilitas adalah 0,70 atau 70 %. Dengan demikian, apabila hasil hitung uji relabilitas dari coder mencapai angka 0,70 maka alat ukur dalam analisis tersebut dinyatakan dapatdiandalkan, sebaliknya jika hasil menunjukkan angka dibawah 0,70 maka termasuk ke dalam kategori belum dapat diandalkan sehingga perlu dirumuskan secara lebih spesifik.

3.10 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut.

1. Data primer

Data Primer merupakan sebuah data yang dikumpulkan peneliti dari organisasi / perorangan secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kebutuhan studi yang bersangkutan yang dapat berupa interview atau observasi. (Situmorang, 2014: 30. Pada penelitian ini sumber data primernya berasal dari komentar konten “Dikepung ABG Lembek!!!” di akun Tiktok @podcastkeselaje pada tanggal 11 November 2021 – 11 Maret 2022.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu sumber penelitian yang didapatkan peneliti secara tidak langsung melalui media perantara untuk menambah sertamelengkapi data primer (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder biasanya berupa bukti catatan / laporan historis yang sudah tersusun dalam arsip (data dokumenter). Dalam penelitian ini sumber data sekundernya adalah berkaitan dengan jurnal, buku, artikel, skripsi, dan sebagainya.

3.11 Teknik Pengumpulan Data

Dalam langkah mengumpulkan data yang konkrit, peneliti menggunakan berbagai teknik pengumpulan data yaitu sebagai berikut :

1. Pengkodean

Teknik pengumpulan data ini dilakukan untuk menjaga objektivitas dan kepercayaan. Pengkodean pada penelitian ini dilakukan oleh dua koder yaitu:

- a. Vidia Ayu Windira sebagai koder I (Social Media Specialist @lomma_skincare)
- b. Yossi Yonida sebagai koder II (Content Creator Tiktok AU (Alternative Universe) @14.2fm)

Agar menghindari distorsi pengkodean dan menjaga reliabilitas dan objektivitas kami melakukan uji reliabilitas hasil pengkodean yang dilakukan oleh peneliti untuk mencapai kesepakatan, sehingga diharapkan memperoleh reliabilitas yang tinggi.

2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk melihat proses kerja, mengamati perilaku manusia dan fenomena alam serta narasumber. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi pada konten “Dikepung ABG Lembek!!!” pada akun Tiktok @podcastkeselaje yang dicermati secara teliti. Peneliti mengamati kolom komentar pada konten tersebut yang menimbulkan pro dan kontra. Observasi pada penelitian ini akan difokuskan pada apa isi komentar yang disampaikan para pengguna tiktok terhadap konten “Dikepung ABG Lembek.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan informasi dan data yang memanfaatkan bahan-bahan yang ada seperti dokumen, buku, dan majalah. Langkah awal dalam metode pengumpulan data adalah studi pustaka. Metode ini diarahkan pada pencarian informasi dan data yang ada di dokumen tertulis seperti foto dan gambar, serta dokumen elektronik yang dapat membantu proses penelitian

3.12 Teknik Analisis Data

Kegiatan analisis data penelitian merupakan bagian dari beberapa tahapan yang harus dilakukan dalam suatu penelitian. Analisis data adalah kegiatan yang dilakukan setelah data dari sumber penelitian telah terkumpul, dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan statistik. Sedangkan statistik yang digunakan adalah statistik deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskripsi mendeskripsikan data sampel yang menguraikan atau memberikan keterangan atau penjelasan mengenai suatu data dengan detail.

Peneliti akan meneliti sampel berdasarkan frekuensi data yang menghitung kemunculan katagori komentar yang cenderung ke Dominan, Negoisasi, dan Oposisi. Pada penelitian ini menggunakan analisis isi yang umumnya melalui pembuatan lembar coding sheet yang dibuat berdasarkan kategori-kategori yang telah ditentukan. Penyajian data dilakukan dengan menyusun secara berurutan dan disebutkan frekuensi masing-masing, atau lebih dikenal dengan istilah distribusi frekuensi. Tahapan-tahapan analisis data yakni sebagai berikut :

1. Penetapan pengkoder yang telah memahami isi tema dan penulisan
2. Menyalin semua isi komentar di satu Postingan Podacstkeselaje yang berjudul "Dikepung ABG Lembek!!!!" lalu menganalisis isi komentar yang mengandung Opini Positif, Negatif dan Netral
3. Jumlah komentar yang di analisis adalah sebanyak 150. Menganalisa data yang dikatagorikan dalam 3 kategori yaitu Dominan, Negoisasi dan Oposisi. Penggunaan metode analisis isi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memudahkan dalam mengukur indikator- indikator dari isi komentar pada objek

penelitian

4. Memasukan data kedalam lembar tabel (coding sheet).
5. Mengidentifikasi komentar dengan melihat gaya Bahasa yang digunakan, berdasarkan 3 macam gaya Bahasa yaitu ironi, sinisme dan sarkasme
6. Frekuensi, merupakan jumlah sample atau responden yang berkomentar yang masuk kedalam 3 kategori Dominan, Negoisasi, Oposisi.
7. Penarikan Kesimpulan setelah melakukan berbagai tahapan data, pemilihan data, dan penyajian data, langkah berikutnya adalah melakukan penulisan dengan tujuan menjawab rumusan masalah yang telah disusun oleh peneliti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis kuantitatif yang nantinya data yang diolah menghasilkan sebuah presentase angka, setelah itu peneliti akan mendeskripsikan hasil presentase angka menjadi sebuah analisa yang akan menjawab rumusan masalah yang telah disusun

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis memberikan sebuah kesimpulan yakni sebagai berikut.

1. Dari hasil penelitian mengenai analisis isi kuantitatif komentar pada unggahan akun Tiktok @podcastkeselaje di konten “Dikepung ABG Lembek!!!” yang di unggah pada tanggal 11 November 2021 dapat disimpulkan bahwa dengan memakai kategori pembagian khalayak oleh Stuart Hall maka peneliti telah mendapatkan kategori dengan frekuensi paling tinggi yaitu kategori dominan dengan dengan jumlah 81 komentar dan presentase nya sebesar 54%. Adapun kategori yang berada diposisi kedua dengan frekuensi tertinggi yaitu kategori negoisasi dengan jumlah 42 komentar dan persentase sebesar 38%, dan kategori di posisi terakhir yaitu kategori oposisi dengan jumlah 27 komentar dan persentase sebesar 18%.
2. Opini publik terhadap akun tiktok @podcastkesel terhadap video postingan Dikepung Abg Lembek!!!! dengan katagori dominan mendominasi komentar para netizen. Hal tersebut menjelaskan bahwa netizen yang berkomentar sangat mendukung dan merasa perasaannya terwakili oleh akun tiktok @podcastkeselaje. Dalam penelitian ini dari ketiga pendekatan berdasarkan teori representasi dari Stuart Hall dimana responden menganggapi atas video yang telah di upload cenderung mengarah pada pendekatan reflektif. Hal tersebut dapat dilihat dari komentar-komentar netizen yang beranggapan bahwa video yang ditampilkan responden cenderung mendukung akun tiktok @podcastkeselaje. Adanya dukungan dari responden terhadap video tersebut menjelaskan bahwa

keadaan yang terjadi pada ABG saat ini memang benar terjadi pada dunia yang sebenarnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis memberikan sebuah saran yakni sebagai berikut.

1. Diharapkan penelitian selanjutnya dengan tema opini publik dalam media sosial dapat dikaji dan dilakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan maupun teori dari kajian komunikasi lainnya dan juga bahasan mengenai teori-teori yang mempengaruhi opini publik dalam sebuah isu, sehingga dapat memperluas pandangan mengenai fenomena opini publik dalam media sosial
2. Pada era digitalisasi ini media-media berkembang dengan sangat pesat sehingga new media khususnya media sosial dapat di jadikan media dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Informasi-informasi ini di dalam media sosial mendapatkan respon yang lebih cepat oleh masyarakat sehingga opini-opini publik yang terbentuk juga semakin cepat mengenai isu-isu yang beredar. Sehingga masyarakat harus lebih peka terhadap opini-opini publik yang beredar di dalam media sosial

DAFTAR PUSTAKA

- Alfabeta. 2000. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Alkatiri, Awan Muhammad. "Opini Publik Terhadap Penerapan New Normal Di Media Sosial Twitter" CoverAge: Journal of Strategic Communication Vol. 11, No. 1, Hal. 19-26. September 2020 Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Pancasila
- Anggraeni, Vita. 2020. Media Sosial : Pengertian, Jenis, Fungsi dan Tujuan. [online] tersedia pada halaman. (<https://dosenpintar.com/pengertianmedia-sosial/> diakses pada tanggal 16 Desember 2020
- Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul "Kalimat Opini Adalah: Ciri dan Contohnya", <https://katadata.co.id/intan/berita/620c9c540699b/kalimat-opini-adalah-ciri-dan-contohnya> . Penulis: Husen Mulachela, Editor: Intan
- Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul "Memahami Karakteristik dan Ciri-ciri Generasi Z" , <https://katadata.co.id/sitinuraeni/berita/6226d6df12cfc/memahami-karakteristik-dan-ciri-ciri-generasi-z>
- Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Mengenal Apa Itu Generasi Baby Boomers, X, Y, Z, Millenials, dan Alpha", Klik untuk baca: <https://www.kompas.com/tren/read/2021/12/26/170000565/mengenal-apa-itu-generasi-baby-boomers-x-y-z-millenials-dan-alpha?page=all>. Penulis : Jawahir Gustav Rizal, Editor : Rizal Setyo Nugroho
- Chairunisha, Putri Zahra. 2021. "Viral di Tiktok dan Twitter, Podcast 'Kesel Aje' Bahas Bahasa Gaul ABG Jaksel: Bikin Warganet Ikutan Jadi FOMO" <https://www.bicarajabar.com/hiburan/pr-611908124/viral-di-tiktok-dan-twitter-podcast-kesel-aje-bahas-bahasa-gaul-abg-jaksel-bikin-warganet-ikutan-jadi-fomo?page=1>
- Choiriyati Sri.Peran Media Massa dalam Membentuk Opini Publik. Dos... .. Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Lampung
- DetikHot. 2022. "Kamus Jaksel yang Menggelitik Hingga Bikin 'Kesel'"Baca artikel detikhot, "Kamus Jaksel yang Menggelitik Hingga Bikin 'Kesel'" selengkapnya <https://hot.detik.com/detiktv/d-5930342/kamus-jaksel-yang-menggelitik-hingga-bikin-kesel>. Editor: Siti Nur Aeni

- Eriyanto, Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, hal. 26
- Jurnal Novia Wijaya, Lusia Savitri Setyo Utami: Pengaruh Penyampaian Informasi pada Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. Vol. 5, No. 2, Oktober 2021, Hal 267-276
- Kasali, Rhenald. 2017. Strawberry Generation. Bandung: Mizan
- Liputan6.com. (2020, Agustus 12). Apa yang Membuat TikTok Disukai Generasi Z?. Retrieved September 14, 2020, from Liputan6 Online: <https://www.liputan6.com/tekno/read/4328268/apa-yang-membuat-tiktokdisukai-generasi-Z>. Penulis: Siti Nur Aeni Qadri Muhammad Qadri. PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN OPINI PUBLIK. Bawaslu Provinsi Sulawesi Tengah
- McQuail, Denis. 1989, Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Jakarta :Erlangga.
- Nanang Martono, 2011. Metodologi Penelitian Kuantitatif,: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi, cet II, Rajawali Press , Jakarta.
- Rinanda Firamadhina, Fadhlizha Izzati & Krisnani, Hetty. 2020. PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIALTIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. Vol 10, No.2, Hal 199-208
- Santoso Sastropoetro, Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990)
- Santoso Sastropoetro, Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990)
- Stillman, David. 2018. Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mnengubah Dunia Kerja. Jakarta: Gramedia
- Sugiyono. 2014 Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung :
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung :
- TribunPalu.com dengan judul Arti Kata Thread yang Populer di Twitter, Ketahui Juga Makna Bahasa Gaul Medsos Lainnya, <https://palu.tribunnews.com/2022/02/15/arti-kata-thread-yang-populer-di-twitter-ketahui-juga-makna-bahasa-gaul-medsos-lainnya>