

VIDEO KONTEN EDUKASI PEMBELAJARAN PADA AKUN TIKTOK @MAYATOOMUCH SEBAGAI SARANA EKSPRESI DIRI

Educational Video Content on the TikTok Account @mayatoomuch as a Medium of Self-Expression

Risqi Inayah Dwijayanti; Hendrik Kesuma

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Satya Negara Indonesia

*Email: ina.wijayanti@usni.ac.id; Hendrik211299@gmail.com

Abstract: *Self-existence is a person's condition and ability to find meaning in life. This study examines self-existence through educational video content on the TikTok account @mayatoomuch. It uses symbolic interaction theory and the concepts of social media, TikTok, self-concept, and self-existence. The study applies a qualitative approach within the constructivist paradigm and a phenomenological method. Data were collected through observation, interviews, documentation, and triangulation. The findings show that Maya Rachmawaty's self-existence can be understood through four components of Edmund Husserl's phenomenology: intentionality, noesis and noema, intuition, and intersubjectivity. Self-existence on TikTok is maintained through consistent educational content, audience interaction, personal branding, and the continuing relevance of content to followers.*

Keywords: Self-existence; TikTok; Educational content; Symbolic interaction; Virtual phenomenology

Abstrak: Eksistensi diri merupakan kondisi dan kemampuan seseorang untuk menemukan makna dalam kehidupan. Penelitian ini mengkaji eksistensi diri melalui konten video edukasi pada akun TikTok @mayatoomuch. Landasan teoretis penelitian menggunakan teori interaksi simbolik serta konsep media sosial, TikTok, konsep diri, dan eksistensi diri. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dalam paradigma konstruktivisme dengan metode fenomenologi. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksistensi diri Maya Rachmawaty dapat dipahami melalui empat komponen fenomenologi Edmund Husserl, yaitu kesengajaan, noesis dan noema, intuisi, serta intersubjektivitas. Eksistensi diri di TikTok dipertahankan melalui konsistensi konten edukasi, interaksi dengan audiens, penguatan personal branding, dan relevansi konten bagi pengikut.

Kata Kunci: Eksistensi diri; TikTok; Konten edukasi; Interaksi simbolik; Fenomenologi virtual

1. Pendahuluan

Perkembangan di era digital saat ini, membuat media sosial telah menjadi platform yang tidak hanya digunakan untuk bersosialisasi, tetapi juga untuk belajar dan mendapatkan informasi. Munculnya platform seperti TikTok, dengan format video pendeknya yang menarik dan mudah diakses, telah membuka peluang baru bagi para konten kreator untuk menyampaikan konten edukasi dengan cara yang lebih kreatif dan interaktif untuk menarik followers di media sosial.

Dengan adanya TikTok, pengguna media sosial terpengaruh dengan adanya aplikasi baru yang menjadikan perubahan perilaku penggunaannya terhadap konsep diri yang ingin ia tampilkan dalam konten video yang mereka buat. Pandangan diri sendiri atau bisa disebut dengan konsep diri merupakan hal yang bisa diketahui lewat informasi yang diberikan oleh individu lain terhadap diri kita (Mulyana, 2000:7). Pada Akun TikTok @mayatoomuch merupakan salah satu contoh kreator yang memanfaatkan platform ini untuk menyampaikan konten edukasi pembelajaran. @mayatoomuch menyajikan berbagai video edukasi tentang mata pelajaran sains, matematika, dan bahasa Inggris dengan gaya yang santai dan mudah dipahami. Konten @mayatoomuch telah menarik banyak pengikut, khususnya pelajar dan mahasiswa, yang mencari cara belajar yang lebih menyenangkan dan efektif. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kebutuhan dan minat yang tinggi terhadap konten edukasi yang dikemas dengan cara yang menarik dan mudah diakses.

Eksistensi diri merupakan suatu kondisi seseorang dengan kemampuannya dapat menemukan makna dalam kehidupan. Makna merupakan sebuah kepenuhan atau eksistensi dari nilai-nilai batiniah yang paling utama dalam menjalani kehidupan. Nilai batiniah merupakan nilai-nilai mendasar seperti sikap menghormati manusia, sesama dan perlunya bekerja sama secara harmonis demi kebaikan bersama (Smith, 2003:21).

Dalam era teknologi yang terus berubah, menggabungkan pembelajaran dengan popularitas TikTok merupakan pilihan yang relevan karena membantu pengguna mengembangkan pengetahuan tanpa memutus hubungan dengan dunia digital. Generasi saat ini terbiasa dengan video pendek dan konten yang bergerak cepat. TikTok menghadirkan konten pembelajaran baru dan menarik. Selain itu, banyak kreator memanfaatkannya sebagai sarana eksistensi diri melalui video pendek yang dibuat dan disebarluaskan secara cepat. TikTok menjadi salah satu aplikasi favorit pengguna media sosial agar video yang diunggah dapat dilihat oleh para pengikut. Video yang menarik dapat memperoleh perhatian luas dan melahirkan kreator populer, seperti Maya Rachma.

Fenomena ini memicu ketertarikan untuk meneliti bagaimana kreator @mayatoomuch mengekspresikan dirinya melalui konten edukasinya. Dari Aplikasi TikTok untuk menjadi sarana yang menarik untuk diteliti sebagai bagian dari ilmu komunikasi. Karena aplikasi ini tentu ada kaitannya dengan kreativitas dan percaya diri dari penggunaannya, TikTok adalah aplikasi yang banyak digemari dan disukai remaja yang sedang mencari jati diri, sehingga penulis meyakini aplikasi TikTok bagi penggunaannya itu adalah permasalahan yang menarik untuk diteliti. Penulis melakukan penelitian berjudul "Konten Edukasi Pembelajaran pada Akun TikTok @mayatoomuch sebagai Sarana Ekspresi Diri"

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Teori Interaksi Simbolik

George Herbert Mead merupakan tokoh yang dikenal perintis teori interaksionisme simbolik yang menyatakan posisi simbol dalam lingkaran kehidupan sosial. Mead tertarik pada interaksi isyarat nonverbal dan makna dari pesan verbal yang memengaruhi pikiran orang yang berinteraksi. Premis yang dikembangkan hermenutik, bahwa dasarnya hidup manusia adalah memahami dan segala pemahaman manusia tentang hidup kemungkinan karena manusia melakukan penafsiran baik secara sadar maupun tidak (Umiarso dan Elbandiansyah, 2014:63). Mead dalam Griffin (2012:58-60) mengatakan bahwa pikiran (mind) dan diri (self) berasal dari masyarakat (society) atau aksi sosial (social act).

Perspektif interaksi simbolik digunakan dalam menganalisis eksistensi diri, karena memberikan penekanan beberapa konsep, seperti simbol, berpikir diri, interaksi dan definisi. Teori interaksi simbolik terfokus pada peran makna dalam kehidupan manusia terutama cara menggunakan simbol dalam berinteraksi dengan orang lain. Aspek simbol eksistensi diri, kreativitas, percaya diri, pengalaman serta komunitas aplikasi TikTok merupakan unit yang diungkapkan lebih jauh dari perspektif.

Esensi dari interaksi simbolik adalah aktivitas sebagai ciri khas manusia, yaitu komunikasi dan pertukaran simbol yang diberi makna. Interaksi simbolik didasarkan pada premis-premis, sebagai berikut: (Mulyana, 2010:68-71)

Individu merespon suatu situasi simbolik.

Makna adalah proses interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, tetapi dinegosiasi melalui pengguna bahasa.

Makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial.

Seseorang memiliki pikiran dan juga pendapat mengenai dirinya sendiri hal ini ada diberbagai aspek kehidupan, dimana setiap manusia pasti dapat memaknai dirinya sendiri, dan pasti memberikan penilaian tentang segala yang ada pada dirinya. Hal tersebut dapat berupa kekurangan serta kelebihan yang miliknya. Setiap manusia memiliki hak untuk menilai dirinya sendiri tanpa terkecuali, termasuk bagi seorang pengguna aplikasi TikTok. Seorang pengguna aplikasi TikTok memiliki kemampuan untuk menilai dirinya sendiri, selain itu juga dapat menilai akan kelebihan serta kekurangan akan dirinya sendiri.

Teori interaksi simbolik pada intinya adalah sebuah kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia bersama orang lain menciptakan dunia simbolik dan bagaimana dunia ini sebaliknya membentuk perilaku manusia.

2.2. Aplikasi TikTok

TikTok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak di bawah umur.

TikTok merupakan aplikasi berbasis audio visual berupa video musik. Aplikasi dan jejaring sosial TikTok berasal dari Tiongkok yang merupakan besutan Byte Dance yang kini menjadi aplikasi paling banyak diunduh di dunia. Aplikasi TikTok menyediakan layanan yang memungkinkan penggunanya membuat video pendek yang disertai dengan lagu, membuat video lipsync lalu mengunggahnya.

Bisa juga, pengguna sekedar menggunakan aplikasi ini. Setidaknya ada beberapa manfaat TikTok, pertama sebagai media penayangan showcase kreativitas pengguna yang unik dan spesifik baik dari kreator media sosial profesional maupun orang biasa. Kedua, TikTok sebagai media sosial pencari bakat talent dan kreator atau pencipta. Ketiga, sebagai ajang mencari popularitas.

Aplikasi TikTok ini dapat membuat penggunanya ingin dikenal atau terkenal. Dikenal atau terkenal karena video-video yang mereka buat, ada video yang terkenal karena kreativitasnya, ada juga yang terkenal karena videonya yang lucu, ada juga yang terkenal karena keunikan video yang dibuat. Semua sesuai pandangan dari setiap penonton atau pengguna lain.

2.3. Konsep Diri

William D. Brooks (Jalaluddin Rakhmat, 2007: 99) mendefinisikan konsep diri sebagai “those physical, social, and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experiences and our interaction with others”. Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita sendiri. Persepsi ini bisa bersifat psikologi, sosial, dan fisik. Persepsi yang bersifat psikologi misalnya pandangan mengenai watak sendiri. Persepsi yang bersifat sosial misalnya pandangannya tentang bagaimana orang lain menilai dirinya. Persepsi yang bersifat fisik misalnya pandangan tentang penampilannya sendiri.

George Herbert Mead juga menyebut konsep diri sebagai suatu produk sosial yang dibentuk melalui proses internalisasi dan organisasi pengalaman-pengalaman psikologis. Pengalaman-pengalaman psikologis ini merupakan hasil eksplorasi individu terhadap lingkungan fisiknya dan refleksi dari dirinya sendiri yang diterima dari orang-orang yang berpengaruh terhadap dirinya. (Slameto, 2010: 182).

Konsep diri adalah apa yang dipikirkan dan dirasakan tentang dirinya sendiri. Ada dua konsep diri, yaitu konsep

diri komponen kognitif dan konsep diri komponen afektif. Komponen kognitif disebut self image dan komponen afektif disebut self esteem. Komponen kognitif adalah pengetahuan individu tentang dirinya mencakup pengetahuan “siapa saya” yang akan memberikan gambaran tentang diri saya, gambaran ini disebut citra diri. Sementara itu, komponen afektif merupakan penilaian individu terhadap dirinya sendiri yang akan membentuk bagaimana penerimaan terhadap diri dan harga diri individu. (Ghufron dan Risnawita. 2011. 14).

2.4. Eksistensi Diri

Chaplin (2000) mengatakan bahwa, dalam pandangan psikologi eksistensial, eksistensi merupakan cara manusia berada dalam dunia, menggunakan kebebasannya untuk memilih tujuan hidup, serta berusaha memahami arti kehidupannya sendiri. Rodgers dan Thompson (2015) menyatakan bahwa eksistensi diri mencakup berbagai kemungkinan yang, apabila direalisasikan, mengarahkan individu pada keberadaan autentik: menjadi dirinya sendiri, mengambil tanggung jawab, dan menyeleksi kemungkinan yang tersedia dalam kehidupan.

Eksistensi diri sebagai kesadaran manusia terhadap tujuan hidup dan dengan sepenuhnya dapat menerima potensi-potensi serta batasan diri secara hakiki. Kesadaran manusia pada dasarnya adalah intensionalitas (selalu memiliki maksud atau terarah kepada sesuatu) dan dunia manusia pada dasarnya merupakan hasil penciptaan (pemaknaan) manusia, serta ia hidup dalam dunia yang telah “diciptakan” atau dimaknainya (Abidin, 2002).

3. Metode Penelitian

Sugiyono (2018:2) mengatakan bahwa metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang digunakan.

Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian yang menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis. Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat di dalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode fenomenologi. Istilah fenomenologis menggunakan istilah generik untuk merujuk pada semua pandangan ilmu sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami tindakan sosial dan penelitian fenomenologi berorientasi untuk memahami, menggali dan menafsirkan arti dari peristiwa-peristiwa, fenomena- fenomena dan hubungan dengan orang-orang biasa dalam situasi tertentu. Penelitian fenomenologi mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami, sehingga tidak ada batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang dikaji.

Metode fenomenologi, menurut Polkinghorne, menggambarkan arti sebuah pengalaman hidup untuk beberapa orang tentang sebuah konsep atau fenomena. Orang-orang yang terlibat dalam menangani sebuah fenomena melakukan eksplorasi terhadap struktur kesadaran pengalaman hidup manusia. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode fenomenologi karena pada penelitian ini peneliti memperhatikan fenomena yang sedang terjadi di media sosial TikTok yang menunjukkan eksistensi dirinya, adapun perubahan perilaku dari seseorang yang memiliki karakter aslinya pendiam dan berkepribadian tertutup di dunia nyata namun ketika mereka menggunakan aplikasi TikTok, mereka berubah menjadi orang yang lebih ingin diakui dan terlihat eksis. Mereka mengungkapkan diri di media sosial khususnya pada aplikasi TikTok, kita bisa melihat sisi lain dari pengguna yang tidak kita temukan saat kita sekadar bertatap muka. Mereka sangat meyakini bahwa melampiasikan apa yang dirasakan melalui TikTok dapat menjadi salah satu cara efektif untuk berbagi hal mengenai konten video edukasi pembelajaran.

Menggambarkan makna dari pengalaman hidup yang dialami oleh beberapa individu, tentang konsep atau fenomena tertentu, dengan mengeksplorasi struktur kesadaran manusia. Peneliti ingin mengetahui makna dari pengalaman yang dialami oleh pengguna aplikasi TikTok melalui studi fenomenologi ini.

Komponen konseptual dalam fenomenologi transendental Edmund Husserl meliputi:

Kesengajaan (intentionality), merupakan proses internal dalam diri manusia yang berhubungan dengan objek tertentu.

Noesis dan Noema. Noesis merupakan bahan dasar pikiran dan roh (mind and spirit) manusia. Sedangkan Noema merupakan sesuatu yang diterima oleh panca indera manusia.

Intuisi, merupakan proses kehadiran esensi fenomena dalam kesadaran.

Intersubjektivitas, merupakan makna yang kita berikan pada objek turut juga dipengaruhi oleh empati yang kita miliki terhadap orang lain.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian dianalisis menggunakan teori interaksi simbolik dan metode fenomenologi Edmund Husserl yang mencakup empat komponen transendental: kesengajaan, noesis dan noema, intuisi, serta intersubjektivitas. Metode fenomenologi digunakan untuk mengungkap makna pengalaman yang didasari oleh kesadaran individu. Hasil penelitian mengenai konten edukasi pembelajaran pada akun TikTok @mayatoomuch sebagai sarana ekspresi diri dipaparkan melalui keempat komponen tersebut.

4.1. Kesengajaan

Merupakan proses internal dalam diri manusia yang berhubungan dengan objek tertentu. Eksistensi diri melalui aplikasi TikTok yang dilakukan oleh Maya Rachmawaty pada akun TikTok @mayatoomuch merupakan proses internal yang sengaja dilakukan dengan para pengikut akun. Akun TikTok @mayatoomuch membuat konten video edukasi pembelajaran materi MC dan public speaking.

4.2. Noesis dan Noema

Merupakan bahan dasar pikiran dan roh (mind and spirit) manusia. Bahan dasar pemikiran pada Akun TikTok @mayatoomuch membuat konten video edukasi pembelajaran materi MC dan public speaking. Pemilik akun TikTok @mayatoomuch menjelaskan mengenai awalnya menggunakan aplikasi TikTok itu hanya untuk sekadar bersenang-senang. Awalnya konten lebih banyak berupa hiburan, tetapi kurang begitu banyak tayangan dan pada akhirnya beralih membuat konten yang lebih serius dan banyak peminatnya. Di sisi lain banyaknya pengikut yang dimiliki dan terus bertambah, sehingga aplikasi TikTok dapat menunjukkan eksistensi diri sebagai seorang dosen.

Sedangkan Noema merupakan sesuatu yang diterima oleh panca indera manusia. Hal ini berupa informasi konten video pembelajaran terkait materi MC dan public speaking yang diterima pengikut akun TikTok @mayatoomuch. Informan akun TikTok @mayatoomuch menyatakan eksistensi diri melalui aplikasi TikTok di antaranya, banyaknya pengguna aplikasi TikTok yang memiliki banyak pengikut, tetapi hilang kembali karena tidak ada pengikut atau pengikut berpaling ke akun orang lain. Seseorang dapat berperilaku berlebihan untuk menunjukkan eksistensi diri kepada orang lain. Seseorang yang tergantung terhadap media sosial, tidak dapat dilepaskan dari pandangan narsis dan kekinian. Media sosial seakan menjadi candu, segala hal yang berbentuk kegiatan, pikiran dan perasaan diunggah melalui media sosialnya.

4.3. Intuisi

Merupakan proses kehadiran esensi fenomena dalam kesadaran. Esensi fenomena berupa konten yang berkaitan dengan komunikasi, baik public speaking, komunikasi interpersonal, komunikasi persuasif, budaya. Informan akun TikTok @mayatoomuch menjelaskan mengenai ciri khas (keautentikan) dalam menggunakan aplikasi TikTok di konten, konsep awal mengenai berbagi tentang MC dan public speaking. Konten yang berkaitan dengan komunikasi, baik public speaking, komunikasi interpersonal, komunikasi persuasif, budaya. Keautentikan merupakan ciri khas atau keaslian yang dibuat seseorang yang berbeda dengan orang lain.

4.4. Intersubjektivitas

Merupakan makna yang kita berikan pada objek turut juga dipengaruhi oleh empati yang kita miliki terhadap orang lain. Eksistensi diri di media sosial TikTok sebagai pembuat konten video edukasi, yang dilakukan akun TikTok @mayatoomuch yakni: perbanyak berbagi ilmu yang bermanfaat untuk orang lain, karena semakin banyak yang menonton, berarti disukai banyak orang dan bisa jadi amal jariyah. Suatu amalan atau perbuatan yang berbuah pahala tanpa terputus; bertambahnya jumlah pengikut seiring berjalannya waktu, memberikan motivasi untuk berbagi, berbagi ilmu komunikasi yang semakin tinggi; menguatkan personal branding sebagai seorang ahli dalam bidang komunikasi dan memantapkan personal branding seorang Maya Rachma; selalu mengikuti tren terkini dengan apa yang sedang ramai diperbincangkan khalayak yang berhubungan dengan edukasi; dan selalu konsistensi dalam berkarya dan rajin membuat konten, berbagi konten pada platform.

Eksistensi diri melalui aplikasi TikTok di antaranya, banyaknya pengguna aplikasi TikTok yang memiliki banyak pengikut, tetapi hilang kembali karena tidak ada pengikut atau pengikut berpaling ke akun orang lain. Seseorang dapat berperilaku berlebihan untuk menunjukkan eksistensi diri kepada orang lain. Seseorang yang tergantung terhadap media sosial, tidak dapat dilepaskan dari pandangan narsis dan kekinian. Media sosial sekarang menjadi candu, segala hal yang berbentuk kegiatan, pikiran dan perasaan diunggah seseorang atau remaja melalui media sosialnya.

Ardianto (2011:21) mengatakan bahwa media baru sudah tentu tidak sama dengan interaksi tatap muka. Media baru memberikan bentuk-bentuk baru dalam interaksi yang membawa orang kembali ke dalam kontak pribadi dalam cara-cara yang tidak dapat dilakukan oleh media konvensional. Media baru berisi kekuatan, keterbatasan, kerugian dan manfaat, dan dilema.

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh masyarakat menjadikan teknologi semakin lama semakin canggih. Berbagai macam media untuk berkomunikasi hadir memudahkan manusia berinteraksi. Media sosial yang merupakan media daring, yaitu media yang hanya ada dengan menggunakan internet, tempat para penggunanya bisa menuangkan ide, mengekspresikan diri, dan menggunakan sesuai dengan kebutuhannya. Penggunaan teori interaksi simbolik dalam penelitian ini membuat peneliti memahami bagaimana sifat khas dari tindakan atau interaksi antarmanusia. Kekhasannya bahwa manusia saling menerjemahkan, mendefinisikan tindakannya, bukan hanya reaksi dari tindakan seseorang terhadap orang lain.

Tanggapan seseorang, tidak dibuat secara langsung atas tindakan itu, tetapi didasarkan atas makna yang diberikan. Dengan membagikan konten atau video edukasi pembelajaran di platform berbagi pada akun TikTok @mayatoomuch merupakan sebuah tindakan dengan penggunaan simbol dalam rangka mendeklarasikan identitas semacam "inilah diriku". Tindakan tersebut turut memengaruhi isyarat nonverbal dan makna dari suatu pesan verbal akan memengaruhi pikiran orang lain.

4.5. Sintesis Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik pada intinya adalah sebuah kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia bersama orang lain menciptakan dunia simbolik dan bagaimana dunia ini sebaliknya membentuk perilaku manusia. Seseorang melakukan tindakan berdasarkan makna yang diberikan pada orang lain, benda, dan peristiwa. Makna-makna ini diciptakan dalam bahasa yang digunakan orang baik untuk berkomunikasi dengan orang lain maupun dirinya sendiri atau pikiran pribadinya. Bahasa memungkinkan orang untuk mengembangkan perasaan mengenai diri dan berinteraksi dengan orang lain dalam komunitas.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan kesimpulan berikut.

Informan penelitian pada akun TikTok @mayatoomuch dalam pembuatan video edukasi merupakan hasil dari proses sosial di lingkungan dunia maya. Kemudian direfleksikan kepada diri sendiri dan masuk ke dalam pikirannya mengenai tindakan yang dilakukan selanjutnya. Hasil interaksi melalui berbagai simbol yang disediakan di aplikasi TikTok, maka informan penelitian pada akun TikTok @mayatoomuch merupakan seorang dosen yang dapat menginspirasi para pengguna aplikasi lainnya melalui kreativitas video edukasi.

Eksistensi diri di media sosial TikTok sebagai pembuat konten video edukasi, yang dilakukan akun TikTok @mayatoomuch yakni: perbanyak berbagi ilmu yang bermanfaat untuk orang lain, karena semakin banyak yang menonton, berarti disukai banyak orang dan bisa jadi amal jariyah. Suatu amalan atau perbuatan yang berbuah pahala tanpa terputus; bertambahnya jumlah pengikut seiring berjalannya waktu, memberikan motivasi untuk berbagi, berbagi ilmu komunikasi yang semakin tinggi; menguatkan personal branding sebagai seorang ahli dalam bidang komunikasi dan memantapkan personal branding seorang Maya Rachma; selalu mengikuti tren terkini dengan apa yang sedang ramai diperbincangkan khalayak yang berhubungan dengan edukasi; dan selalu konsistensi dalam berkarya dan rajin membuat konten, berbagi konten pada platform.

Eksistensi diri melalui aplikasi TikTok di antaranya, banyaknya pengguna aplikasi TikTok yang memiliki banyak pengikut, tetapi hilang kembali karena tidak ada pengikut atau pengikut berpaling ke akun orang lain. Seseorang dapat berperilaku berlebihan untuk menunjukkan eksistensi diri.

Daftar Pustaka

- Denzin & Guba. 2010. *Teori dan Paradigma Sosial* (Terjemahan Oleh Agus Salim). Jakarta: Salemba Humanika.
- Griffin, E. 2012. *In A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Hardjana, Andre. 2016. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Harahap, Reni Agustina, dan Fauzi Eka Putra. 2019. *Buku Ajar Komunikasi Kesehatan*. Jakarta Timur: Prenadamedia Group.
- Marwansyah. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Kedua. Bandung: Alfabeta.
- McQuail, D. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. Netherlands: SAGE Publications, Ltd.
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*, cetakan ke-36. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan. Sioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rodgers, & Thompson. 2015. *Cara mudah mempelajari Eksistensialisme: terjemahan Benyamin Molan*. Jakarta: PT Indeks.
- Rusman. 2013. *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi Mengembangkan Profesionalitas Guru*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudaryono. 2019. *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, Tommy, M. S. 2016. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Medpress.
- Suyanto, Bagong., & Sutinah. 2015. *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*, Edisi ke-8. Jakarta: Kencana.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Umiarso dan Elbadiansyah. 2014. *Interaksionisme Simbolik dari Era Klasik hingga Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Van Dijck, J. 2013. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. UK: Oxford University Press.
- Wati, Rima Ega. 2016. *Ragam Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Kata Pena.

Sumber Lain

- Aprilliyani, Lastri. 2018. Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Eksistensi Diri Remaja Putri Jakarta (Studi Kasus: Akun Instagram @Alfielail dan @WulanHM), Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama): hal. 3, diakses pada Selasa, 24 Mei 2021.
- Cahyono, A. S. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. Jurnal Elektronik Universitas Tulungagung, 140–157. Retrieved from www.jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/download/79/73, diakses pada Senin, 5 April 2021.
- Damayanti, Trie dan Gemiharto. 2019. Kajian Dampak Negatif Aplikasi Berbagai Video Bagi Anak-anak Di bawah Umur DI Indonesia, Communication Journal, Vol 10, No. 1, April 2019: hal. 1-15, diakses pada Selasa, 24 Mei 2021.
- Databoks.com. 2018. “Berapa Pengguna Instagram dari Indonesia?” - Databoks. Retrieved August 27, 2018, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia#>, diakses pada Senin, 5 April 2021.
- Dewa, Chriswardana Bayu., dan Lina Ayu Safitri. 2021. Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie), Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya, Vol. 12, No. 1, Maret 2021: hal. 65-71.
- Haryanto, Sugeng. 2012. Seri disertasi “Persepsi Santri terhadap perilaku Kepemimpinan Kiai Di Pondok Pesantren: Studi Interaksionisme Simbolik Di Pondok Pesantren Sidogiri-Pasuruan”. Pasuruan: Kementerian Agama RI.
- Helys, M. R. dan Handayani. 2016. Efektifitas Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Surakarta. Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta, 14(2085–2215), 19–24. Retrieved from <http://ejurnal.net/portal/index.php/Smooting/article/download/1722/1603>, diakses pada Senin, 5 April 2021.
- Kompas.com. 2020. “Indonesia Sumbang Angka Unduhan TikTok Terbanyak di Dunia”, <https://tekno.kompas.com/read/2020/09/11/15010037/indonesia-sumbang-angka-unduhan-tiktok-terbanyak-di-dunia>, diakses pada Jumat, 16 April 2021.
- Kusuma, Dian Novita Sari Chandra., dan Roswita Oktavianti. 2020. Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi TikTok), Jurnal Koneksi, Vol. 4, No. 2, Oktober 2020, hal. 372 – 379.
- Putra, A. 2018. “TikTok – Sosial Media Berbasis Video Yang Sedang Sangat Populer”. Retrieved August 8, 2018, from <https://gadgetren.com/2018/03/16/apa-itu-tik-tok-video-media-sosial/>, diakses pada Jumat, 16 April 2021.
- Utama, Lazuardhi dan Novina P. B. 2018. “Ini Penyebab Kominfo Putuskan Blokir TikTok”. <https://www.viva.co.id/digital/digilife/1050527-ini-penyebab-kominfo-putuskan-blokir-tik-tok>, diakses pada Jumat, 16 April 2021.
- Utami, Agia Dwi Visi., Suci Nujiana dan Dasrun Hidayat. 2021. Fenomena Aplikasi TikTok menjadi Media Hiburan bagi Masyarakat dan memunculkan Dampak ditengah Pandemi Covid-19, Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 4, No. 1, Februari 2021: hal. 40-47, <https://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/download/962/670/>, diakses pada Jumat, 16 April 2021.
- Yunitasari, Cindy & Japariato, E. 2013. Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari C.Y.N. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 1, No. 1: 1–18, diakses pada Jumat, 16 April 2021.

