

Penggunaan Aplikasi TikTok pada Kalangan Ibu Rumah Tangga di Kota Denpasar

Dinanti Romaito¹, Ni Made Wiasti², Ida Bagus Oka Wedasantara³

¹Universitas Udayana Denpasar

²Universitas Udayana Denpasar

³Universitas Udayana Denpasar

ARTICLE INFO

Article history:

Received November 2024

Revised November 2024

Accepted November 2024

Available online November 2024

Kata Kunci:

Media Informasi; Aplikasi Tiktok; Ibu Rumah Tangga

Keywords:

Information Media; Tiktok App; Housewives



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license. Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menjelaskan tentang penggunaan aplikasi TikTok sebagai media informasi di kalangan ibu rumah tangga di Kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori *uses and gratification* dari Herbert Blumer & Elihu Kartz dan teori adaptasi dari John W. Bennet. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik penentuan informan, yaitu teknik *snowball*. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan studi dokumen. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terlihat bahwa ragam konten aplikasi TikTok bagi kalangan ibu rumah tangga di Kota Denpasar sangat bervariasi, dengan konten edukasi sebagai konten yang paling banyak dilihat. Konten yang tersedia pada aplikasi TikTok disajikan dengan cara yang menarik, dengan visual yang kreatif dan inovatif, sehingga para ibu rumah tangga tidak hanya mendapatkan informasi yang bermanfaat tentang berbagai aspek kehidupan sehari-hari, tetapi juga merasa senang karena pengalaman menonton yang menghibur dan sesuai dengan kehidupan mereka, serta terhibur oleh berbagai tantangan, sketsa, dan konten lucu yang membuat waktu mereka lebih menyenangkan. Munculnya iklan tentang aplikasi TikTok pada sosial media lainnya dan pengaruh lingkungan sekitar, merupakan alasan para ibu rumah tangga di Kota Denpasar menggunakan aplikasi TikTok.

ABSTRACT

This study aims to determine and explain the use of the TikTok application as an information medium among housewives in Denpasar City. This research uses qualitative research methods. The theory used in this study, namely the *uses and gratification* theory of Herbert Blumer & Elihu Kartz and the *adaptation* theory of John W. Bennet. In this study, the author used the technique of determining informants, namely the *snowball* technique. Data collection used observation, interview, and document study techniques. Based on the results of the research conducted, it appears that the variety of TikTok application content for housewives in Denpasar City varies greatly, with educational content as the most viewed content. The content available on the TikTok application is presented in an interesting way, with creative and innovative visuals, so that housewives not only get useful information about various aspects of daily life, but also feel happy because the viewing experience is entertaining and relevant to their lives, and are entertained by various challenges, sketches, and funny content that makes their time more enjoyable. The emergence of advertisements about the TikTok application on other social media and the influence of the surrounding environment, are the reasons housewives in Denpasar City use the TikTok application.

1. PENDAHULUAN

Keberadaan teknologi sangat erat kaitannya dengan internet. Teknologi telah mengalami perkembangan yang pesat hingga membuat internet dan platform media sosial juga mengalami perkembangan. Salah satu perkembangan teknologi yang berkaitan dengan internet adalah telepon genggam, yang sebelumnya hanya menjadi alat komunikasi dengan bertukar pesan melalui teks dan suara. Sekarang telepon genggam telah dimodifikasi hingga dapat menggunakan internet dan juga mengunduh aplikasi seperti media sosial *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *TikTok*. Gawai adalah perangkat elektronik kecil yang memiliki fungsi khusus dan terus berubah mengikuti perkembangan teknologi. Salah satu jenis gawai adalah ponsel pintar merupakan sebutan untuk telepon genggam canggih yang hampir berfungsi sama dengan sebuah komputer atau laptop, namun dengan ukuran yang jauh lebih kecil. Kemajuan teknologi dan media sosial ini dapat mempermudah pengguna ponsel canggih dalam mencari informasi maupun komunikasi.

*Corresponding author

E-mail addresses: romaitositohang@gmail.com

Adanya kemajuan teknologi mempermudah penyebaran informasi yang lebih luas, tidak hanya penyampaian informasi teknologi juga menjadi sumber hiburan, pendidikan, serta memperluas jaringan bisnis yang mengubah gaya hidup dan hubungan sosial setiap individu di masyarakat. Perubahan media pemasaran menggunakan teknologi dalam menawarkan jasa dan produk dapat mempermudah masyarakat dalam berbelanja kebutuhan mereka, serta memiliki lingkup pasar yang lebih luas melalui iklan media elektronik, yang tentunya mendatangkan keuntungan lebih besar bagi pemasar (Nasrullah, 2012). Penggunaan *smartphone* yang semakin meningkat, memunculkan berbagai platform mulai dari berbagi video maupun pesan teks yang mempermudah koneksi antar individu. Hal ini menandai era digital yang semakin berkembang, banyak masyarakat menggunakan platform untuk berbagi konten video yang dapat diakses dan dilihat oleh setiap orang. Setiap *smartphone* menyediakan platform dan aplikasi yang dapat digunakan untuk membuat dan edit video menjadi lebih menarik, dengan berbagai fitur pendukung (Susilowati, 2018).

Aplikasi yang sedang tren saat ini yaitu aplikasi TikTok. TikTok menjadi tren saat ini, karena banyak digemari kalangan masyarakat termasuk ibu rumah tangga. Aplikasi TikTok menjadi jaringan sosial yang paling banyak digunakan sepanjang kuartal I 2018 yang telah diunduh lebih dari 45,8 juta pengguna, sejak diluncurkan bulan September 2016 di Tiongkok. TikTok menjadi salah satu aplikasi yang terbukti membuat masyarakat lebih aktif menggunakan media sosial terutama untuk berbelanja secara online karena TikTok menyediakan TikTok Shop sebagai marketplace dan penggunaan sosial media melalui jaringan internet salah satunya pada ibu rumah tangga (Oskar et al., 2022). *Bytedance* merupakan sebuah perusahaan asal Tiongkok yang mengembangkan aplikasi TikTok, dengan tujuan memberikan platform bagi orang-orang untuk mengekspresikan pemikiran-pemikiran kreatif menjadi sebuah konten video. Aplikasi ini memberikan kemudahan bagi pengguna gawai untuk membuat video kreatif menggunakan berbagai efek menarik yang mudah digunakan. TikTok tidak hanya mempermudah proses pembuatan video yang sesuai dengan ide dan kreativitas penggunaannya, tetapi juga berfungsi sebagai platform untuk membangun komunitas, menemukan tren baru, serta mempromosikan diri atau bisnis kepada audiens yang lebih luas.

Seperti halnya aplikasi TikTok terdapat konten yang diproduksi oleh pemilik akun dan didistribusikan ke dalam aplikasi dengan mengunggah konten, yang kemudian di konsumsi oleh pengguna aplikasi TikTok. Konten-konten yang terdapat dalam aplikasi TikTok adalah konten edukasi, konten informatif, konten *review*, konten interaksi. Dalam perspektif kajian budaya, internet merupakan ruang dimana kultur yang terjadi itu diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Kebudayaan merupakan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia yang secara keseluruhan memiliki kaitan dengan kehidupan masyarakat. Terdapat 3 wujud kebudayaan diantaranya ide, aktivitas, dan artefak yang sangat berkaitan satu sama lain (Koentjaraningrat, 2015). Sistem teknologi yang semakin berkembang misalnya memiliki wujud perkembangan yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari seperti teknologi informasi, berupa tindakan dan interaksi yang berbasis internet melalui media sosial, dan wujud artefak berupa gawai seperti telepon genggam, tablet, komputer, dan laptop. Aplikasi TikTok merupakan salah satu platform media sosial yang populer dengan jumlah pengguna yang banyak. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat, termasuk ibu rumah tangga di Kota Denpasar telah menggunakan aplikasi ini. TikTok menyediakan konten dan fitur aplikasi yang lebih praktis dibandingkan aplikasi media informasi lainnya, sehingga aplikasi ini menarik bagi ibu rumah tangga yang memiliki keterbatasan waktu untuk mengakses informasi di tengah aktivitas mengurus rumah tangga. Ibu rumah tangga juga memiliki kebutuhan informasi yang beragam sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka melalui fitur pencarian aplikasi TikTok di tengah waktu kesibukannya.

Berdasarkan tabulasi data angket yang dilakukan oleh Amelia, dkk. pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa profil ibu rumah tangga menempati posisi pertama dalam penggunaan platform digital di Indonesia dengan jumlah 26,9 % (Amelia et al., 2021). Pada tahun berikutnya memperlihatkan persentase penggunaan platform digital di Indonesia pada profil ibu rumah tangga mengalami penurunan, yaitu 22 %. Namun demikian, posisi ibu rumah tangga masih berada di peringkat teratas. Selain itu, ditemukan bahwa intensitas penggunaan internet cenderung menurun, namun terdapat peningkatan pada penggunaan aplikasi digital berbasis video. Penggunaan sosial media berbasis video yaitu aplikasi TikTok (Amelia et al., 2022). Melalui data tersebut dapat diasumsikan bahwa sebagian dari ibu-ibu rumah tangga pengguna internet di Indonesia, termasuk ibu-ibu di Kota Denpasar tertarik dalam penggunaan aplikasi TikTok sebagai bentuk interaksi dan hiburan online seiring dengan tren penggunaan media sosial yang semakin meluas.

Hal ini menjadi fenomena yang unik di kalangan ibu rumah tangga, karena sudah tidak heran dengan adanya ibu-ibu rumah tangga yang menggunakan aplikasi TikTok. Melalui penelitian ini, penulis tertarik untuk meneliti terkait penggunaan aplikasi TikTok di kalangan ibu rumah tangga di Kota Denpasar, dengan memahami lebih lanjut ketertarikan ibu-ibu rumah tangga terhadap berbagai jenis konten yang tersedia di TikTok. Penelitian ini juga mengungkap alasan-alasan dibalik keputusan ibu-ibu rumah tangga dalam menggunakan aplikasi TikTok. Selain itu, memahami manfaat yang diperoleh ibu-ibu rumah tangga di Kota Denpasar ketika menggunakan aplikasi TikTok sebagai media informasi dan memahami aplikasi TikTok dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan penggunaannya.

2. METODE

Penelitian ini berlokasi di Kota Denpasar, Bali. Lokasi penelitian dipilih untuk memperoleh data dan menunjang informasi mengenai ibu rumah tangga pengguna aplikasi TikTok. Penentuan lokasi di Kota Denpasar ini berdasarkan beberapa alasan yang menjadi pertimbangan, yakni Kota Denpasar memiliki populasi ibu rumah tangga yang cukup besar, menurut Badan Pusat Statistik Kota Denpasar (2022) jumlah perempuan mengurus rumah tangga adalah sebanyak 98,631 jiwa. Hal ini dapat membantu peneliti dalam menemukan subjek penelitian yang relevan mencakup keragaman latar belakang, usia, dan karakteristik ibu rumah tangga. Penentuan informan menggunakan teknik *snowball* yaitu penentuan informan secara berantai dari informan sebelumnya ke informan berikutnya untuk mendapatkan data yang cukup dalam penelitian (Kaharuddin, 2021).

Jenis data yang digunakan berupa data kualitatif untuk memahami gejala sosial di masyarakat (Mahmud, 2021), khususnya penggunaan aplikasi TikTok pada kalangan ibu rumah tangga sesuai dengan penelitian ini. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan studi dokumen. Observasi tersebut mencakup pemantauan terhadap jenis konten yang diproduksi dan dikonsumsi oleh ibu rumah tangga di Kota Denpasar, interaksi dengan pengikut mereka, serta pola penggunaan aplikasi TikTok sehari-hari. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta pengambilan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Informasi Bagi Ibu Rumah Tangga di Kota Denpasar

Aplikasi TikTok sebagai salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak menyediakan wadah bagi pegunanya untuk membuat konten sebagai cara berekspresi. Aplikasi TikTok menyediakan berbagai fitur yang menarik dan ramah pengguna. Kemudahan penggunaan memungkinkan semua orang, termasuk ibu rumah tangga untuk membuat video yang menarik. Awalnya, video TikTok hanya berdurasi 15 sampai 30 detik. Kini, durasi telah diperpanjang hingga 10 menit, hal ini memberikan lebih banyak ruang untuk konten informatif. Fitur-fitur menarik dan kemudahan penggunaan berkontribusi pada tingginya jumlah pengguna TikTok. Berdasarkan data dari Wearesocial.com tahun 2023 aplikasi TikTok berada di urutan keempat dengan persentase pengguna sebesar 70,8 %. Kondisi ini menandakan bahwa TikTok masih digemari oleh masyarakat Indonesia, khususnya kalangan ibu rumah tangga di Kota Denpasar. Hal ini sejalan dengan tabulasi data angket yang dilakukan oleh Amelia, dkk. pada tahun 2022 yang menunjukkan bahwa profil ibu rumah tangga menempati posisi pertama dalam penggunaan platform digital di Indonesia dengan persentase sebesar 22 % (Amelia et al., 2022). Selain itu, terdapat temuan terkait peningkatan penggunaan aplikasi digital berbasis video, seperti TikTok. Fenomena ini juga menunjukkan adaptasi teknologi yang cepat di berbagai lapisan masyarakat Indonesia, termasuk ibu rumah tangga di Kota Denpasar.

TikTok telah menjadi salah satu platform hiburan yang sangat digemari di dunia media sosial dengan beragam konten yang menarik. Dengan format video pendek yang mudah dinikmati, TikTok mampu menarik perhatian pengguna dari berbagai kalangan, termasuk anak muda, ibu rumah tangga, bahkan hingga selebritas. Berbagai konten yang disajikan di TikTok sangat beragam mulai dari tarian, komedi, busana, kecantikan, kuliner, edukasi, hingga informasi seputar kesehatan dan gaya hidup. Keberagaman konten inilah yang membuat TikTok menjadi pusat hiburan yang menarik bagi pengguna. Konten-konten yang informatif, kreatif, dan menghibur berhasil menarik perhatian pengguna dan membuat pengguna senang berlama-lama di platform tersebut.

Selain itu, fitur-fitur interaktif seperti tantangan atau challenge juga turut membuat pengalaman pengguna di TikTok semakin menarik. Pengguna dapat berpartisipasi dalam tantangan-tantangan tersebut, membuat konten sendiri, atau sekadar menikmati konten-konten kreatif dari pengguna lain. Hal ini menciptakan ikatan antara pengguna TikTok dan memberikan pengalaman yang lebih personal dalam menikmati konten di platform tersebut. TikTok juga memungkinkan para konten kreator untuk berekspresi secara bebas dan kreatif. Dengan menyajikan berbagai fitur menyunting yang mudah digunakan, para kreator dapat dengan mudah membuat konten-konten yang unik dan menarik. Hal ini memungkinkan lahirnya berbagai tren baru dan menciptakan komunitas yang solid di dalam platform TikTok.

Penggunaan TikTok oleh ibu rumah tangga di Kota Denpasar sebagai media informasi didorong oleh kemudahan dalam menyerap informasi secara cepat dan menyenangkan. Konten video singkat yang tersedia memungkinkan mereka untuk mendapatkan informasi dengan cara yang lebih menarik dibandingkan media tradisional. Misalnya, berbagai video yang memberikan tips memasak, merawat anak, atau mengelola rumah tangga menjadi sumber informasi praktis yang bermanfaat bagi para pengguna. Selain itu, TikTok juga memungkinkan pengguna untuk mengikuti kreator konten yang mereka sukai, sehingga informasi yang diperoleh selalu sesuai dengan kebutuhan mereka.

Salah satu alasan mengapa TikTok begitu populer adalah peran algoritma yang cerdas dalam menyajikan konten yang relevan bagi pengguna. Algoritma ini bekerja berdasarkan interaksi pengguna, yang berarti semakin banyak mereka menonton konten tertentu, semakin sering konten serupa akan muncul di beranda mereka. Hal ini membuat pengalaman pengguna semakin personal dan sesuai dengan preferensi masing-masing. Namun, di balik kelebihan ini,

ada juga risiko, terutama ketika konten komersial mulai tercampur dengan konten informatif, yang dapat menimbulkan bias informasi. Hal ini sejalan dengan temuan penulis berdasarkan pernyataan yang diberikan sebagai berikut:

“saya bisa mengetahui informasi tentang produk untuk keperluan anak dan belanja online dengan mudah juga lebih banyak diskon” (wawancara dengan ibu Ni Nyoman Depiyanti pada tanggal 24 September 2024)

Seiring berkembangnya fitur *e-commerce* di TikTok, seperti TikTok Shop, banyak kreator yang memanfaatkan platform ini untuk mempromosikan produk. Bagi ibu rumah tangga, fitur ini memberikan kemudahan untuk langsung membeli produk yang ditampilkan dalam video, tanpa harus berpindah aplikasi. Mereka dapat melihat produk yang direkomendasikan oleh kreator dan langsung melakukan pembelian, yang tentunya mempermudah proses berbelanja. Namun, di sisi lain, integrasi fitur *e-commerce* ini menimbulkan sejumlah masalah, terutama dalam hal transparansi antara konten edukatif dan promosi.

Salah satu permasalahan yang muncul dengan adanya *e-commerce* di TikTok adalah kesulitan dalam membedakan antara konten informatif dan iklan terselubung. Kreator sering kali menggabungkan promosi produk dengan konten edukatif, sehingga pengguna tidak selalu dapat membedakan mana yang merupakan informasi murni dan mana yang memiliki kepentingan komersial. Selain itu, algoritma TikTok yang memprioritaskan konten berdasarkan interaksi pengguna juga berisiko memperburuk bias informasi. Konten yang mengandung promosi produk atau iklan bisa muncul lebih sering karena dianggap relevan dengan preferensi pengguna.

Akibatnya, ibu rumah tangga yang menggunakan TikTok untuk mencari informasi dapat secara tidak sadar lebih sering menerima konten yang bermuatan komersial daripada konten informatif yang netral. Ini bisa mengganggu tujuan awal mereka dalam menggunakan aplikasi untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat. Pengaruh dari konten yang tidak transparan dan bias informasi ini dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen, terutama ibu rumah tangga. Ketika konten promosi terselubung disajikan bersamaan dengan informasi edukatif, pengguna bisa terdorong untuk membeli produk tanpa menyadari bahwa konten tersebut sebenarnya adalah bagian dari strategi pemasaran. Hal ini berisiko menyesatkan pengguna dalam memilih produk atau layanan yang mereka anggap informatif padahal sebenarnya memiliki kepentingan komersial di baliknya.

Dengan demikian, transformasi TikTok dari platform informasi menjadi *e-commerce* menciptakan dinamika baru bagi penggunaannya, terutama ibu rumah tangga. Di satu sisi, TikTok menawarkan kenyamanan dengan menggabungkan hiburan dan informasi dalam satu platform, sementara di sisi lain, fitur *e-commerce* menambah sifat komersial platform ini. Bagi ibu rumah tangga yang menggunakan TikTok untuk mendapatkan informasi, penting bagi mereka untuk lebih kritis dalam menilai dan menyaring konten yang muncul, terutama jika berkaitan dengan promosi produk.

Ragam Konten Aplikasi Tiktok Sebagai Media Informasi Bagi Ibu Rumah Tangga di Kota Denpasar

Aplikasi TikTok memberikan akses penggunaannya untuk berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten. Hal itu menghasilkan banyak ide konten yang menarik dan unik. Media sosial memfasilitasi setiap orang untuk saling berinteraksi serta berbagi informasi dan pengetahuan dalam tujuan dan perilaku yang serupa dalam kehidupan sehari-hari, baik di rumah maupun di masyarakat (Qiang & Jung, 219 C.E.).

Berbagai jenis dan ragam konten video dapat ditemukan di Tiktok, mulai dari challenge, edukasi, makanan, konten tips dan trik, serta banyak lagi yang lainnya selama tidak menyalahi syarat dan ketentuan, serta aturan yang ditetapkan deplover TikTok (Suzana, 2021). Beberapa konten yang diminati dan sering di lihat ibu rumah tangga di Kota Denpasar antara lain:

1. Hiburan

Kategori ini mencakup tarian, komedi, dan musik. Dalam hal ini, aplikasi TikTok berperan sebagai platform multifungsi yang tidak hanya menyajikan konten pasif, tetapi juga memungkinkan pengguna termasuk para musisi untuk berkreasi dengan mengunggah video saat bernyanyi atau menari. Menurut wawancara yang dilakukan terhadap ibu rumah tangga terkait dengan konten yang disukai adalah sebagai berikut:

“Saya menyukai Konten yang berhubungan dengan musik, contohnya lagu lagu, atau seperti ada beberapa orang yang mengcover lagu ciptaan milik orang lain, hal seperti itu saya suka” (wawancara dengan Ibu Zulmainah pada tanggal 1 Oktober 2023)

Berdasarkan wawancara tersebut, banyak ibu rumah tangga menyukai konten hiburan seperti musik, terutama lagu-lagu dan cover yang dibuat oleh pengguna lain. Aplikasi TikTok memang menyediakan fitur musik yang memungkinkan pengguna menambahkan berbagai macam lagu ke dalam konten. Musik di dalam aplikasi TikTok beragam, mencakup berbagai genre hingga remix yang dibuat oleh pengguna maupun konten kreator.

2. Busana dan Kecantikan

TikTok menyediakan berbagai konten dalam kategori busana dan kecantikan, seperti *makeup*, *skincare*, perawatan kulit, serta tips dan trik bagi wanita untuk mempercantik diri. Melalui bantuan *hashtag* atau tagar dapat dilihat secara umum apa saja yang sedang viral dan banyak dicari, sehingga memudahkan bagi pengguna untuk

menemukan tips busana dan kecantikan yang diinginkan. Berikut jawaban wawancara dengan ibu Yandi mengenai konten tiktok yang beliau sukai:

“Di TikTok paling sering lihat yang berkaitan dengan kecantikan sih. Konten kecantikan yang ditampilkan misalnya adalah tutorial merias dan merawat wajah, ulasan tentang produk kecantikan” (wawancara dengan Ibu Made Yandi Dirgantari pada tanggal 2 Oktober 2023)

Konten kecantikan menjadi populer dikalangan ibu-ibu, dengan melihat ulasan produk kecantikan yang digunakan, seperti *skincare* dan *makeup* meningkatkan pemahaman ibu-ibu mengenai perawatan kulit yang efektif.

3. Edukasi

Kategori konten TikTok saat ini meluas sampai pada konten edukasi yang informatif. Konten edukasi ini mencakup konten yang meliputi informasi sejarah, tips dan trik untuk merawat anak, dan topik-topik serupa. Menurut jawaban dari ibu Arini terkait konten yang disukai sebagai berikut:

“Saya paling sering itu menonton atau melihat konten yang mendidik dan bermanfaat, apapun itu yang penting positif” (wawancara dengan Ibu Ni Nengah Nesa Arini pada tanggal 28 September 2023)

Banyaknya konten edukasi yang bersifat mendidik dan bermanfaat meningkatkan pengetahuan para penggunanya. Memilih konten berdasarkan nilai positif yang diberikan, tanpa memandang topik spesifiknya sangat dibutuhkan, informan memiliki preferensi kuat terhadap konten yang menawarkan nilai edukatif dan manfaat praktis. Pilihan untuk mengkonsumsi konten yang positif mencerminkan keinginan informan untuk mendapatkan informasi yang berguna dan memperkaya pengetahuan, serta menghindari konten yang berpotensi negatif.

4. Kuliner

Konten resep dan tutorial masak juga sangat diminati, terutama bagi pengguna yang ingin belajar memasak atau mencari inspirasi untuk hidangan baru. Video tutorial ini memberikan panduan langkah demi langkah dalam memasak suatu hidangan, seringkali disertai dengan tips dan trik untuk mencapai hasil terbaik. Konten seperti ini sangat banyak tersedia di TikTok. Selain itu, banyak juga konten memasak yang menghubungkan makanan dengan kesehatan, seperti resep sehat, diet tertentu, dan informasi tentang nutrisi, yang membantu orang membuat pilihan makanan yang lebih baik untuk kesehatan tubuh.

5. Tantangan Berhadiah

Konten-konten ini tidak hanya menarik bagi kalangan muda, tetapi juga mendapat perhatian dari ibu rumah tangga yang tertarik dengan dunia game (permainan) atau tantangan-tantangan seru yang ditawarkan. Salah satu jenis konten yang populer adalah tantangan berhadiah, dimana konten kreator meminta orang secara acak untuk menyelesaikan tantangan tertentu dan menawarkan hadiah bagi penantang yang berhasil. Tantangan ini biasanya bersifat menghibur dan mendorong partisipasi, sehingga menarik perhatian banyak pengguna.

Faktor Penggunaan Aplikasi TikTok sebagai Media Informasi Bagi Ibu Rumah Tangga di Kota Denpasar

TikTok berhasil menarik perhatian masyarakat Indonesia berkat fitur-fiturnya yang unik dan berbeda dari media sosial lainnya. TikTok menawarkan peluang bagi pengguna tidak hanya sebagai penonton pasif, tetapi juga sebagai kreator yang aktif. Dengan berbagai fitur pengeditan video yang sederhana namun canggih, pengguna dapat dengan mudah membuat konten kreatif. Hal ini menjadikan TikTok sebagai platform yang mudah diakses oleh semua kalangan, termasuk ibu-ibu rumah tangga di kota Denpasar. Ada beberapa faktor yang menyebabkan banyak ibu rumah tangga di Kota Denpasar menggunakan TikTok sebagai media informasi, sebagai berikut.

1. Terpengaruh Iklan

Iklan yang efektif harus bermakna, dapat dipercaya, dan memiliki daya Tarik yang berbeda dari iklan lainnya (Kotler dan Armstrong, 2012). Dalam kasus TikTok, iklan yang menampilkan berbagai fitur menarik dan disertai konten yang menyajikan tutorial kecantikan, resep masakan, dan tips parenting, berhasil menarik perhatian para ibu rumah tangga (Utami, 2022). Pada penelitian ini, beberapa dari informan mengakui bahwa iklan menjadi faktor penting dalam mengenal dan memutuskan menggunakan aplikasi TikTok. Sebagaimana disampaikan masing-masing ibu rumah tangga yang disajikan dalam petikan wawancara berikut:

“Saya mengetahui TikTok dari iklan, awalnya juga aplikasi ini direkomendasikan di bagian notifikasi Hp saya” (wawancara dengan ibu Ni Nengah Nesa Arini pada tanggal 28 September 2023)

Hal ini menunjukkan ada yang mempengaruhi pengenalan dan penggunaan TikTok bagi informan, yakni iklan dan notifikasi perangkat.

2. Terpengaruh Lingkungan Pertemanan dan Keluarga

Faktor lingkungan pertemanan memiliki peran penting dalam memperkenalkan TikTok. Beberapa ibu-ibu di Kota Denpasar mengaku terpengaruh langsung oleh rekomendasi dari teman dan keluarga, atau rekan mereka. Hal ini menunjukkan interaksi sosial dapat mempengaruhi keputusan individu dalam mengadopsi teknologi baru. Sebagaimana disampaikan dalam petikan wawancara berikut:

“Awalnya saya sering lihat teman-teman di sekitar saya main aplikasi TikTok dan juga membuat video di TikTok, melihat mereka sering menggunakannya, saya akhirnya juga ikut-ikutan download” (wawancara dengan Ibu Melinda Gloria Lestari pada tanggal 28 September 2023)

Melihat teman-temannya yang secara rutin menggunakan TikTok menimbulkan rasa ingin tahu dan dorongan untuk mencoba aplikasi tersebut sendiri.

3. Terpengaruh Konten

Pengaruh konten yang ada di aplikasi TikTok mempengaruhi keputusan ibu rumah tangga di kota Denpasar untuk menggunakan platform tersebut. Beragamnya jenis konten yang ditawarkan, mulai dari edukasi, hiburan, hingga informasi seputar kehidupan sehari-hari, menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengguna. Dengan mengikuti konten-konten tersebut, ibu rumah tangga dapat terus belajar dan mengembangkan diri dalam berbagai aspek kehidupan. Seperti yang di sampaikan oleh Ibu Tasya Elisabeth sebagai berikut;

“saya suka melihat yang memasak-memasak begitu, selain menginspirasi, saya juga suka untuk mengikuti trus pas bingung mau masak apa, udah ada referensinya dari tiktok” (wawancara bersama ibu Tasya Eilsabeth, 2 november 2023)

Hal ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya menarik pengguna melalui hiburan, tetapi juga melalui nilai tambah yang diberikan melalui konten-kontennya.

Ketika memiliki waktu luang untuk bersantai, mayoritas ibu rumah tangga memilih untuk menggunakan aplikasi TikTok sebagai bentuk relaksasi sekaligus kesempatan untuk belajar hal baru. Tidak mengherankan jika saat ini, TikTok semakin populer di kalangan ibu rumah tangga sebagai bagian dari keseharian mereka. Di tengah aktivitas rumah tangga yang padat, ibu rumah tangga dapat menggunakan TikTok sebagai alat untuk bersantai sejenak. Konten inspiratif, lucu atau menenangkan dapat membantu mengurangi stres dan memberikan hiburan yang mudah diakses tanpa harus meninggalkan rumah.

4. SIMPULAN DAN SARAN

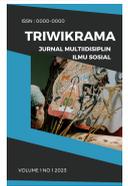
Adapun simpulan dari hasil penelitian ini ialah sebagai berikut: Pertama, aplikasi TikTok menyediakan berbagai macam konten yang bermanfaat bagi ibu rumah tangga di Kota Denpasar. Konten edukasi menjadi jenis konten yang paling sering diakses, memberikan mereka informasi yang praktis dan relevan untuk kehidupan sehari-hari. Ragam konten aplikasi TikTok yang ditelusuri kalangan ibu rumah tangga di Kota Denpasar, yaitu konten hiburan, busana dan kecantikan, edukasi, kuliner, serta tantangan berhadiah. Informasi yang disampaikan melalui TikTok sering kali disajikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami, membuat proses pembelajaran menjadi lebih menyenangkan. Selain konten edukasi, mereka juga mengakses konten yang berkaitan dengan gaya hidup, kesehatan, dan tips-tips praktis yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan rumah tangga.

Kedua, ibu rumah tangga di Kota Denpasar memilih TikTok sebagai media informasi karena beberapa alasan utama. Salah satu faktor yang signifikan adalah pengaruh iklan yang mereka lihat di platform media sosial lain seperti Facebook dan Instagram. Selain itu, pengaruh dari lingkungan sekitar, termasuk anak-anak dan teman-teman, juga mendorong mereka untuk mulai menggunakan TikTok. TikTok menawarkan kemudahan akses, kecepatan, serta beragam konten yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka, sehingga menjadi pilihan utama sebagai sumber informasi. Proses adaptasi terhadap penggunaan aplikasi ini juga relatif mudah, dengan dukungan dari orang-orang terdekat jika menghadapi kesulitan.

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan, maka saran yang dapat diberikan yaitu: Pertama, para ibu rumah tangga di Kota Denpasar disarankan untuk membagi waktu secara bijak dalam menggunakan TikTok. Hal ini penting agar penggunaan aplikasi tidak mengganggu aktivitas sehari-hari atau menyebabkan kecanduan. Selain menggunakan TikTok untuk mendapatkan informasi, hiburan, dan mengisi waktu luang, diharapkan ibu rumah tangga juga dapat memanfaatkan platform ini untuk meningkatkan kreativitas mereka. Kedua, pemerintah dan pengembang aplikasi TikTok diharapkan dapat menciptakan fitur yang mendukung penggunaan yang sehat dan produktif. Fitur-fitur seperti pengingat waktu penggunaan atau program edukasi yang mendorong pengguna untuk membuat konten kreatif yang bermanfaat dapat membantu ibu rumah tangga memanfaatkan aplikasi ini dengan lebih optimal. Ketiga, untuk para akademisi diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi strategi pengelolaan waktu yang efektif dan dampaknya terhadap keseimbangan antara hiburan dan tanggung jawab rumah tangga di Kota Denpasar.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R., Negara, R. A., Minarto, B., Manurung, T. M., & Akbar, M. (2022). *Status Literasi Digital di Indonesia 2022*. Kominfo dan Katadata Insight Center.
- Amelia, R., Negara, R. A., & Rahmawati, I. (2021). *Status Literasi Digital di Indonesia 2021*. Kominfo dan Katadata Insight Center.
- Kaharuddin, K. (2021). Kualitatif: Ciri dan Karakter sebagai Metodologi. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(1), 1–8.
- Koentjaraningrat. (2015). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Rineka Cipta.
- Mahmud. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan*. Pustaka Setia.
- Nasrullah, R. (2012). *Komunikasi Antarbudaya: Di Era Budaya Siberia*. Prenamedia Group.



-
- Oskar, D. P., Prinoya, R. W., Novita, W., & Johan, H. (2022). E-Commerce, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online melalui Platform TikTok. *Jurnal Ekobistek*, 11(4), 442–447. <https://doi.org/https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.434>
- Qiang, Z., & Jung, H. (219 C.E.). Learning and Sharing Creative Skill with Short Videos: A Case Study of User Behavior in TikTok and Bilibili. *International Association of Societies of Design Research Conference 10*, 25–50.
- Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Personal Branding di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jkom.v9i2.4319>
- Suzana, R. (2021). *TikTok: Jenis-Jenis Konten, Terbaru*. 2021. <https://campusdigital.id/artikel/tiktok-jenis-jenis-kontenterbari?ref=farisfanani>