

ABSTRAK

Jennifer Annebeal

Skripsi

Komodifikasi autentisitas content creator TikTok tematik dalam produksi video komersial

Penelitian bertujuan untuk mengetahui dampak komodifikasi melalui pertanyaan berikut: Bagaimana konten kreator TikTok mengalami komodifikasi autentisitas dalam produksi video komersial? Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang menggunakan metode studi kasus. Penelitian ini menganalisis 5 konten kreator TikTok populer dan menemukan bahwa konten kreator membentuk identitas digital mereka untuk meningkatkan kepopuleran serta mendapatkan keuntungan finansial. Autentisitas kini dikomodifikasi untuk meningkatkan nilai diri konten kreator. Terlebih lagi, kreator kerap mengembangkan alter ego digital dalam pembuatan konten. Adanya komodifikasi autentisitas ini mengakibatkan budaya promosi semakin subur. Berikut implikasi dari penelitian ini: a) akibat komodifikasi autentisitas munculah budaya promosi yang menormalisasi hubungan transaksi, dan b) seringnya komodifikasi autentisitas menghidupkan budaya promosi yang menyebabkan devaluasi autentisitas.

Kata kunci : komodifikasi, autentisitas, budaya promosi, studi kasus, konten kreator TikTok

ABSTRACT

Jennifer Annebeal

Thesis

The commodification of thematic TikTok content creators authenticity in commercial video production

This research aims to assess the impact of this commodification with the following question: How do TikTok content creators experience the commodification of authenticity in commercial video production? This research is a qualitative descriptive analysis with case study as method. This research analyzes five popular TikTok content creators and reveals that content creators deliberately craft their digital identities to enhance popularity and financial gain. Authenticity, once a genuine trait, is now commodified to increase value. Moreover, creators often develop digital alter egos as part of this process. The commodification of authenticity appears to enrich promotional culture. The implications of this study include: a) The result of commodification of authenticity, promotional culture, generalizes transactional relationships, and b) the frequent commodification of authenticity liven up promotional culture that causes the devaluation of authenticity.

Keywords : commodification, authenticity, promotional culture, case study, TikTok content creator

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR BAGAN.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.4.1 Manfaat Akademis.....	17
1.4.2 Manfaat Praktis.....	18
1.5 Batasan Penelitian.....	18
1.6 Sistematika Penelitian.....	18
2. TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Autentisitas.....	20
2.2 Ekonomi Politik Komunikasi.....	21
2.2.1 Komodifikasi.....	21
2.3 Content Creator dan New Media.....	22
2.4 Promotional Culture.....	23
2.5 Dramaturgi.....	24
2.6 Studi Kasus.....	25
2.7 Nisbah Antar Konsep.....	26
2.8 Kerangka Pemikiran.....	28
3. METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Definisi Konseptual.....	29
3.1.1 Autentisitas.....	29
3.1.2 Komodifikasi.....	29
3.1.3 Content Creator.....	29
3.2 Jenis Penelitian.....	30
3.3 Metode Penelitian.....	30
3.4 Subjek Dan Objek Penelitian.....	31
3.5 Unit Analisis.....	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	32

3.6.1 Observasi.....	32
3.6.2. Wawancara.....	33
3.6.3 Studi Dokumentasi.....	33
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
3.8 Uji Keabsahan Data.....	34
4. ANALISA DATA.....	35
4.1 Gambaran Umum Content Creator TikTok Tematik.....	35
4.2 Profil Narasumber.....	36
4.3 Setting Penelitian.....	47
4.4 Temuan, Analisis, dan Triangulasi Teori.....	47
4.4.1 Content Creator dan Pembentukan Autentisitas.....	47
4.4.1.1 Diri dan Pembentukan Autentisitas.....	48
4.4.1.2 Followers is The King.....	55
4.4.1.3 Di Belakang Layar Konten TikTok.....	71
4.4.2 Content Creator dan Komodifikasi.....	75
4.4.2.1 Mengapa Isi Konten Penting?.....	76
4.4.2.2 Cara Content Creator TikTok Mempertahankan Kontennya.....	83
4.4.2.3 Diri Seorang Content Creator.....	87
4.4.3 Autentisitas dan Komodifikasi dalam TikTok.....	103
4.5 Interpretasi Data.....	114
4.5.1 Akibat Komodifikasi Munculah Promotional Culture yang Menormalisasi Transactional Relationship.....	115
4.5.2 Seringnya Komodifikasi Autentisitas Menghidupkan Promotional Culture yang Menyebabkan Devaluasi Autentisitas.....	117
5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
5.1 Kesimpulan.....	120
5.2 Saran.....	121
5.2.1 Saran Akademik.....	121
5.2.2 Saran Praktis.....	121
DAFTAR REFERENSI.....	122

DAFTAR GAMBAR

1.1 Beberapa <i>Content Creator TikTok</i> dengan Berbagai Tema.....	1
1.2 Contoh Konten yang Mengandung Materi Iklan.....	4
1.3 Contoh Ketidakesesuaian <i>Brief</i> dari <i>Brand</i> dengan Autentisitas <i>Content Creator</i>	11
1.4 Unggahan <i>Content Creator</i> Mengenai <i>Brief</i> yang Tidak Sesuai dengan Dirinya.....	12
1.5 Video Komersial @jepe.14.....	14
1.6 Video Komersial @piniela_.....	15
1.7 Video Komersial @venayahhh.....	16
1.8 Video Komersial @michaeldendy.....	16
1.9 Video Komersial @igleon_.....	16
4.1 Foto Johannes Paulus.....	36
4.2 Beragam Bentuk Konten Milik Johannes yang Bertema <i>K-pop</i>	37
4.3 Video <i>Endorsement</i> Johannes yang Menggunakan Autentisitasnya.....	38
4.4 Video <i>Endorsement</i> Johannes Tanpa Autentisitasnya.....	38
4.5 Foto Piniela Sutandi.....	39
4.6 Video Mama Muda Pertama Milik Piniela.....	39
4.7 Video <i>Endorsement</i> Piniela yang Menggunakan Ciri Khas Mama Muda Surabaya.....	40
4.8 Video <i>Endorsement</i> Piniela Tanpa Ciri Khas Mama Muda Surabaya.....	40
4.9 Foto Vania Valencia.....	41
4.10 Beragam Bentuk Konten Milik Vania yang Bertema <i>Dance</i> dan <i>Idol</i>	42
4.11 Video <i>Endorsement</i> Vania Tanpa Autentisitasnya.....	43
4.12 Foto Michael Dendy.....	43
4.13 Video <i>Endorsement</i> Michael Tanpa Autentisitasnya.....	44
4.14 Foto Igleon Gunawan.....	45
4.15 Bentuk Konten pada Akun <i>TikTok</i> Milik Igleon.....	46
4.16 Video <i>Endorsement</i> Igleon Tanpa Autentisitasnya.....	46
4.17 Gambar Video <i>Youtube</i> Informan JP di Tahun 2017.....	48
4.18 Konten Informan PS Pertama yang Menampilkan Mama Muda Surabaya.....	49
4.19 Gambar Informan VV Mengikuti Kompetisi Menari.....	50
4.20 Konten Awal Informan MD pada Awal Pendekatan.....	50
4.21 Konten <i>TikTok</i> Editing Milik Informan IG.....	51
4.22 Informan VV Bersama Komunitas Menarinya.....	52
4.23 Gambar Informan JP Menggunakan Baygon dalam Kontennya.....	56
4.24 Konten Informan VV yang Berbentuk <i>Diet Idol</i> dan <i>Idol's Recipe</i>	57
4.25 Konten Informan VV yang Berbentuk Tutorial Menari.....	57
4.26 Video Informan JP, PS, VV, dan IG yang Menggunakan Fitur " <i>Reply With Video</i> ".....	59
4.27 Informan JP Menggabungkan Tren dengan Ciri Khasnya.....	62

4.28 Konten Informan PS yang Menggabungkan Tren dengan Ciri Khasnya.....	63
4.29 Konten <i>TikTok</i> yang Informan MD Unggah pada Saat Pandemi.....	64
4.30 Idola Informan JP Mengakuinya.....	67
4.31 Konten Informan JP dengan Baygon.....	67
4.32 Konten Informan MD dengan Tema <i>Couple</i>	69
4.33 Konten Parodi Informan IG.....	70
4.34 Video <i>Endorsement</i> Informan JP, PS, VV, MD, dan IG.....	76
4.35 Gaya <i>Editing</i> Konten Informan JP.....	80
4.36 Gaya <i>Editing</i> Konten Informan PS.....	80
4.37 Gaya <i>Editing</i> Konten Informan VV.....	81
4.38 Gaya <i>Editing</i> Konten Informan IG.....	81
4.39 Konten Informan JP, PS, VV, dan IG yang Membuat Konten Berdasarkan Permintaan <i>Followers</i>	85
4.40 Bentuk Konten Informan JP dan Informan IG yang Melibatkan Orang Lain.....	85
4.41 Pakaian Informan VV yang Menyesuaikan <i>Idol</i> yang Ditiru.....	90
4.42 Konten Informan JP yang Selalu Mengenakan Bandana, Membawa Baygon, dan Menggunakan <i>Background</i> yang Sama.....	91
4.43 Konten Informan PS yang Selalu Menggunakan <i>Green Screen</i>	92
4.44 Konten Informan VV yang Selalu Menggunakan <i>Background</i> yang Sama.....	92
4.45 Konten Informan IG yang Selalu Menggunakan <i>Background</i> yang Sama.....	93
4.46 Pesona Seluruh Informan dalam Konten <i>TikTok</i> Mereka.....	94
4.47 Konten Video <i>Endorsement</i> Seluruh Informan.....	103
4.48 Video <i>Endorsement</i> Seluruh Informan yang Tidak Mengandung Ciri Khas Mereka.....	107

DAFTAR BAGAN

2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	28
4.1 Interpretasi Data.....	115

DAFTAR LAMPIRAN

1. Berita Acara Persetujuan Perbaikan Skripsi.....	129
2. Panduan Pertanyaan.....	130
3. Transkrip Wawancara Johannes Paulus.....	131
4. Transkrip Wawancara Piniela Sutandi.....	140
5. Transkrip Wawancara Vania Valencia.....	146
6. Transkrip Wawancara Michael Dendy.....	151
7. Transkrip Wawancara Igleon Gunawan.....	156
8. Dokumentasi Peneliti.....	162