

ANALISIS RESEPSI REMAJA PENONTON VIDEO FYP TERHADAP POPULARITAS KONTEN KREATOR UNIK (@binirehan1) “BEGITU SULIT LUPAKAN REHAN”

Ririn Puspita Tutiasri¹, Ahimsa Adi Wibowo², Jimmy Putra Pradana³

¹Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP UPN Veteran Jawa Timur

²D3 Komunikasi Terapan, Fakultas Sekolah Vokasi UNS

³Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP UPN Veteran Jawa Timur

ririn_puspita.ilkom@upnjatim.ac.id

ahimsaadi.komunikasi@staff.uns.ac.id

21043010050@student.upnjatim.ac.id

ABSTRACT

Social media is used by the public to gain popularity instantly, with this phenomenon, many content creators are starting to take advantage of this phenomenon to seek popularity. One example of this phenomenon is the TikTok video @binirehan1 "it's so hard to forget Rehan" which gets lots of likes, comments and is also shared across all social media. This video first appeared on TikTok media, from the account @binirehan1 or Intan Lembata singing the lyrics 'it's so hard to forget Rehan. This content was composed by William's song entitled Enough to remember, then Intan replaced the lyrics of the song with the word 'you' to become someone's name, namely 'rehan'. In this study using qualitative methods using the reception analysis approach (Reception Analysis) Stuart Hall. This qualitative research is used so that the research or investigation under study can be explained in depth. Data collection was done by in-depth interviews. Based on the results of the study it was found that creator content emphasizes viral phenomena rather than content.

Keywords: *Reception analysis, Popularity, Social media, TikTok*

ABSTRAK

Media sosial digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan popularitas secara instan, adanya fenomena ini mulai banyak konten kreator yang memanfaatkan fenomena ini untuk mencari popularitas. Salah satu contoh dari fenomena tersebut video TikTok @binirehan1 “begitu sulit melupakan rehan” yang mendapat banyak like, komentar dan juga di bagikan di seluruh media sosial. Video ini muncul pertama kali di media TikTok, dari akun @binirehan1 atau Intan lembata dengan menyanyikan lirik ‘begitu sulit lupkan rehan. Konten ini gubahan lagu dari wiliam yang berjudul Cukup di kenang saja, kemudian Intan mengganti lirik lagu tersebut dengan kata ‘kamu’ menjadi nama seseorang yaitu ‘rehan’. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis resepsi (Resepion Analysis) Stuart Hall. Penelitian kualitatif ini digunakan agar riset atau penyelidikan yang diteliti bisa dijelaskan secara mendalam. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa konten kreator menekankan fenomena viral daripada isi konten

Kata Kunci : *Analisis resepsi, Popularitas, Media sosial, TikTok*

PENDAHULUAN

Teknologi di era digital berkembang sangat pesat, akibat kemajuan teknologi ini memunculkan media baru (*new media*). Dengan media, pengguna dapat memperoleh informasi serta dapat melihat atau bahkan membuat karya yang menarik bahkan bisa *viral*. Dengan kecanggihan media baru pengguna media dengan mudah dapat menggabungkan unsur visual,

audio, grafik, bahkan animasi menjadi satu elemen atau satu kesatuan, menjadi sebuah hasil karya yang menarik. Pesan yang disampaikan melalui karya atau yang sering disebut dengan konten bertujuan menyampaikan informasi dan pesan dalam proses komunikasi. Muncul banyaknya konten unik dan menarik yang tersebar luas di media baru dengan akses internet atau *online* seperti beberapa jenis situs jaringan sosial dan pertemanan online, seperti Facebook, Twitter, dan situs media pengunggah video seperti Youtube, TikTok dan lain sebagainya, dikarenakan banyaknya orang yang berkeaktifitas, karena ingin populer.

Perkembangannya media baru secara tidak langsung berdampak besar dengan adanya kemunculan budaya populer. Munculnya media baru ini mendapat sambutan yang hangat bagi pengguna gawai karena mempermudah dalam pertukaran informasi (Gumgum et al., 2017). Budaya ini dengan mudahnya disebarkan serta dinikmati para pengguna media. Dengan mengalirnya budaya populer secara cepat di media membuat masyarakat selalu berinovasi untuk membuat konten di media pribadi mereka. Budaya populer ini dinikmati oleh banyak khalayak, serta menjadi pilihan tontonan atau hiburan, dan tidak lagi membawa kepentingan tertentu, media juga menjadi tempat persilangan satu budaya, sebagai wujud dari ekspresi kreativitas penggunanya. Tujuannya agar pembuat konten dengan mudah mencapai target yang diinginkan untuk menjadi terkenal atau populer. Apalagi kepopuleran pada masa kini didukung oleh kecanggihan dari media. Pembuat konten dengan mudahnya dapat membuat konten seperti yang mereka inginkan dengan kemampuan yang didukung oleh kecanggihan teknologi dalam wujud aplikasi. Selain itu dengan media konten kreator juga dapat menjadikan karyanya menjadi viral, juga memanfaatkan kecanggihan teknologi. Mereka dapat mem-*branding* diri mereka sendiri, serta membentuk karakter yang berbeda dengan yang lainnya untuk memperoleh kepopuleran.

Akses internet yang menjadikan mudahnya pembuat konten memperkenalkan diri mereka dengan ciri khas yang berbeda, unik, serta memiliki karakter tertentu. Banyak aplikasi yang memudahkan para penggunanya untuk membuat konten agar populer, seperti TikTok, Instagram, YouTube, Facebook, Twitter dan aplikasi lainnya. Banyak konten kreator yang memilih aplikasi TikTok sebagai platform yang mereka gunakan karena mempermudah dalam pembuatan konten serta mengunggahnya agar cepat populer. Putra, (2018) fitur pada aplikasi Tiktok sangat banyak dan mempermudah para penggunanya untuk membuat video-video pendek lebih bagus, menarik, serta adanya efek-efek instan yang bisa dengan mudah digunakan sebelum konten tersebut diunggah. TikTok pada saat ini menjadi aplikasi unggulan dimana menurut data We Are Social, TikTok telah memiliki 1,4 miliar pengguna aktif bulanan (*monthly active users/MAU*) dengan usia di atas 18 tahun secara global hingga kuartal I/2022. Jumlah ini meningkat 15,34% dibandingkan kuartal sebelumnya yang sebanyak 1,2 miliar pengguna. Negara Indonesia berada di urutan kedua dengan jumlah pengguna aktif TikTok sebesar 99,1 juta orang. Pengguna TikTok di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu di TikTok sebanyak 23,1 jam per bulan (Rizaty, 2022).

Kepopuleran konten video unik tersebut tidak terlepas dari peran media TikTok dan kreatornya. Dalam sistem yang dibuat, TikTok memiliki sistem algoritma yang sangat baik yaitu *For You Page* (FYP), sistem algoritma ini bekerja sebagai sistem rekomendasi yang akan menentukan video apa yang cocok untuk kita saksikan di halaman beranda aplikasi Tiktok kita, dan sistem algoritma ini akan berbeda di setiap usernya. Sistem ini di kembangkan mengingat pesatnya aplikasi TikTok di dunia dan di Indonesia, Tiktok menjadi aplikasi terbanyak diunduh sebanyak 63,3 juta pengguna baik di sistem android maupun OS, dan Indonesia juga menjadi negara dengan pengunduh aplikasi TikTok terbanyak dengan menyumbang 11% dari total pengunduh (Kompas.com, 2020). Adanya teknologi yang canggih pada aplikasi TikTok mampu menyajikan algoritma proses yang sangat baik, yakni penggunaannya diberikan tampilan video sesuai dengan kebutuhan pengguna dan preferensi dengan akurat, kebebasan akses pengguna serta membagikan video yang tampil atau lewat dengan beragam cara, konten yang ada juga selalu mengikuti perkembangan masyarakat, semua pengguna baik artis maupun konten kreator dapat membuat dan membagikannya (Hasiholan et al., 2020).

Fenomena popularitas masyarakat biasa menjadi terkenal di Indonesia sangat banyak sekali, para pembuat konten ini mengekspresikan kreativitasnya dalam sebuah karya atau konten video, merupakan ekspresi unik melalui media yang digemari penonton dan kemudian menjadikan mereka terkenal. Meningkatkan popularitas pengunggah konten video terjadi diawali dengan adanya konten video unik ini diawali adanya video pendek, milik Sinta dan Jojo. Mereka berdua dengan cepat sekali menjadi *booming* pada tahun 2010 silam, fenomena ini masih diingat dan melekat di benak masyarakat Indonesia. Pada awalnya mereka hanya ingin membuat video nyanyian *lipsync* kemedial sosial Facebook. Lagu yang mereka nyanyikan adalah lagu ber genre dangdut berjudul “Keong Racun”, video tersebut menarik karena lirik lucu dan disertai gaya centil mereka hingga membuat mereka populer, kemudian di 2011 muncul seorang anggota Brimob Norman kamaru, yang mejadi populer juga didunia maya kala itu, Norman kamaru yang berpakaian lengkap dinas kepolisian menirukan gaya menyanyi hingga gerakannya aktor india shahrukh khan, dengan lagunya yang berjudul Chaiyya-chaiyya, Norman kamaru dinilai sukses menirukan gaya shahrukh khan, Norman dengan cepat menjadi populer di media, hingga di undang di berbagai acara televisi terkenal dan karir didunia hiburan menanjak.

Fenomena populernya konten video unik kembali terjadi pada tahun 2022, muncul video unik dari media TikTok, dari bermula dari akun @binirehan1 atau Intan lembata dengan menyanyikan lagu dengan lirik ‘begitu sulit lupakan rehan’, konten video ini menarik antusiasme peengguna media, khususnya TikTok, di buktikan dengan telah ditonton hingga 37,5 juta dan mendapat *like* sebanyak 1,5 juta di akun Intan lembata atau @binirehan1, keunikan konten video dari @binirehan1 adalah liriknya, lirik yang dinyanyikan oleh intan ‘begitu sulit lupakan rehan’ adalah plesetan dari karya lagu Band The Junas milik stefan wiliam yang berjudul Cukup dikenang saja, kemudian Intan mengganti lirik lagu tersebut yang memiliki lirik asli ‘kamu’

menjadi nama seseorang yaitu 'rehan'. Meskipun hanya satu bait saja yang dinyanyikan, ini menjadikan intan populer (Meiko Chan, 2022). Tidak hanya mengubah liriknya saja namun Intan juga mengubah "mood" dalam lagu tersebut berbeda, yang awalnya lagu tersebut memiliki "mood" galau, namun dengan ekspresi dan pembawaan lagunya yang di bawakan oleh Intan sangat unik, kemudian menimbulkan persepsi dan ekspresi yang unik dari penonton. Keunikan dari konten video tersebut adalah misteri dari seorang 'rehan' hingga menjadi perbincangan di kalangan remaja, apakah sosok rehan ini adalah kekasih dari Intan Lembata, hingga rehan telah membuat Intan Lembata sulit melupakannya dan susah mencari penggantinya, keunikan video populer tersebut menjadi hiburan tersendiri bagi masyarakat dan khususnya remaja di media sosial. Hal ini menjadikan Pemilik akun TikTok @binirehan1 menjadi populer dan diundang ke stasiun-stasiun televisi karena konten unik dengan menyanyikan lirik "begitu sulit lupakan Rehan, apalagi Rehan baik" (Suud, 2022).

Sebagian besar pengguna TikTok adalah remaja, mengingat hasrat remaja yang tinggi dalam berkeaktivitas, banyak sekali keunikan yang lahir dari proses kreativitas para remaja, di masa inilah para remaja dapat mengekspresikan karyanya dan juga berpendapat atas karya orang lain. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui resepsi apa yang muncul di benak remaja mengenai fenomena konten video unik 'begitu sulit lupakan rehan', yang di sebar luaskan di media sosial TikTok melalui akun @binirehan1. Dengan adanya penelitian ini, dapat diketahui setuju atau tidaknya remaja terhadap fenomena yang terjadi.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam menyusun penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis resepsi (Reception Analysis) Stuart Hall. Analisis resepsi menekankan pada pandangan khalayak yakni bagaimana mereka dapat menghasilkan pemaknaan yang berbeda terhadap pesan yang ditawarkan oleh media (Sakinah, 2017). Analisis resepsi digunakan untuk melihat, memahami respons, penerimaan, sikap dan makna yang dibentuk oleh penonton terhadap suatu karya (Purnamasari & Tutiasri, 2021). Penelitian kualitatif adalah riset atau penyelidikan yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara mendalam, dan sampel diperoleh melalui pengumpulan data (Rachmat, 2010). *Analysis* atau analisis resepsi merupakan metode baru, metode ini digunakan dalam meneliti khalayak, dan bertujuan untuk mencari makna isi pesan dan informasi media. Pada penelitian ini ingin melihat bagaimana pemaknaan informan tentang fenomena populernya konten video unik di aplikasi TikTok 'begitu sulit lupakan rehan. Peneliti ingin melihat bagaimana respon dari remaja yang telah menonton video TikTok 'begitu sulit lupakan rehan' dan kemudian menganalisis hasil untuk mendapatkan makna pesan yang disampaikan oleh informan dari fenomena populernya video tersebut. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam. Pada penelitian

ini mengambil 9 informan, dari latar belakang yang berbeda beda, guna untuk mendapatkan jawaban yang beragam.

Menurut (Hall, 1997) ada tiga bentuk pemaknaan khalayak dalam memahami dan memaknai isi pesan media yakni : 1. *Dominant-hegemonic position*, yakni bagaimana khalayak memaknai pesan yang disampaikan oleh media, dimana penonton akan menerima isi dari media secara penuh, tanpa ada penolakan. 2. *Negotiated position*, yakni bagaimana khalayak memaknai pesan yang dibuat oleh produsen media tetapi khalayak mencampurkan dengan interpretasinya pengalaman mereka. Yakni khalayak akan memiliki pertimbangan dalam pemaknaan pesan tersebut. Khalayak dapat menerima atau menolak namun disertai alasan tertentu. 3. *Oppositional position*, bagaimana pembaca menerima pesan serta mengerti makna yang diinginkan oleh produsen, tetapi mereka menolak makna tersebut, dan memaknai dengan cara sebaliknya. Pembaca oposisi ditandai dengan rasa ketidaksukaan pada isi media yang dikonsumsi. Para ahli teori studi kultural tidak berpandangan khalayak mudah dibodohi media, namun sering kali khalayak tidak mengetahui bahwa mereka telah terpengaruh dan menjadi bagian dari ideologi dominan (Morissan, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial merupakan alat untuk menyambungkan manusia melalui jaringan internet, perangkat ini memungkinkan individu dan kelompok dapat berkumpul, berbagi, dan berkomunikasi melalui jaringan internet dan aplikasi. Menurut Van Dijk dalam Nasrullah mengungkapkan bahwa media sosial merupakan platform media yang berfokus pada eksistensi pengguna yang kemudian memfasilitasi seseorang dalam menjalankan aktivitas secara online dan berkolaborasi, oleh karena itu media sosial bisa dilihat sebagai media fasilitator online yang menyatukan dan menguatkan hubungan antar pengguna dan juga membentuk ikatan sosial (Nasrullah, 2015). Media sosial juga memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan (Tutiasri & Kusuma, 2020), pada fenomena populernya konten video unik di aplikasi TikTok “begitu sulit lupakan rehan” kita dapat mengetahui gambaran bagaimana sebuah media sosial TikTok memberikan ruang bagi konten kreatornya dengan cara apapun dengan mempertimbangkan nilai pasarnya saja dan kemudian memunculkan banyak opini dari publik atas fenomena ini, salah satu yang di tampilkan dari video tersebut adalah ketika lirik yang dinyanyikan oleh Intan ‘begitu sulit lupakan rehan’ adalah *plesetan* dari karya lagu Band The Junas milik Stefan Wiliam yang berjudul Cukup di Kenang Saja, kemudian Intan mengganti lirik lagu tersebut yang memiliki lirik asli ‘kamu’ menjadi nama seseorang yaitu ‘rehan’. Tidak hanya mengubah liriknya saja namun Intan juga merubah “mood” dalam lagu tersebut berbeda, yang awalnya lagu tersebut memiliki “mood” galau, namun dengan ekspresi dan pembawaan lagunya yang di bawakan oleh Intan sangat unik, kemudian menimbulkan persepsi dan ekspresi yang unik dari penonton.

1. Daya Tarik Video “Begitu Sulit Lupakan Rehan” Di Media Social (TikTok)

Konten kreator saat ini telah menjadi wadah seseorang untuk meraih kepopuleran, dengan mengunggah sebuah karya atau konten di media sosial dan platform media lainnya. Adanya jangkauan internet yang sangat luas dan tidak ada batasan seperti media *mainstream* “Televisi” dengan kode etik dan terkait Undang-Undang tentang pers dari Lembaga Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), media sosial menjadi tempat yang bebas untuk seseorang dalam berkarya. Dengan adanya fenomena seperti kemunculan video unik Rehan ini, membuat budaya dalam memandang popularitas itu berubah, yang

sebelumnya media massa dan internet belum berkembang, popularitas bisa didapatkan dengan sebuah karya dan pencapaian, seperti musisi dan artis, kemudian kepopuleritasan dimulai pengakuan orang di sekitar kita saja, dan popularitas di kancah nasional maupun internasional dinilai dari kemunculan sebuah karya di media *mainstream*. Di dalam sebuah media sosial mampu membentuk serta dapat memiliki budaya masing-masing dalam membentuk sebuah konten video dan hal seperti ini dimiliki setiap platform media sosial dan dari situlah kepopuleran dapat dinilai berbeda di setiap media, dan saat fenomena video Rehan naik pertama di TikTok banyak opini publik yang mengomentari konten tersebut. Oleh karena itu peneliti ingin melihat dan meneliti bagaimana realitas yang terjadi di media sosial TikToks saat ini, apakah fenomena populernya video “begitu sulit lupakan rehan” ini dapat menjadi gambaran mudahnya dalam meraih kepopuleran di media sosial TikTok.

Berikut resepsi dominan dari informan yang berkaitan dengan pembentukan pandangan dan gambaran terhadap mudahnya dalam meraih kepopuleran di media sosial TikTok, yang mana seluruh informan merupakan remaja, dan telah menyaksikan video unik tersebut, dan dapat memahami serta membentuk makna setelah melihat video unik “begitu sulit lupakan rehan” Hal ini seperti yang diungkapkan oleh informan 3, dimana video ini memiliki sisi kreatif karena konten yang disampaikan sederhana dan mudah diingat.

Informan 3:

“Menurut saya ada letak kreatifnya, lagunya sebenarnya simpel dan mudah di ingat, dan dari sisi kognitifnya audiens itu gampang diingat dan juga ada unsur komedianya”

Masyarakat Indonesia suka dengan hal yang baru, hal yang unik dan mengandung unsur menghibur adanya adanya fenomena ini menjadikan referensi pembuat konten untuk menghadirkan hiburan bagi para penontonnya. Hiburan atau humor pada kajian ilmu komunikasi, adalah penyampaian pesan yang bersifat menghibur, hal tersebut dapat dikatakan berhasil ketika audiens mengerti dari stimulus hiburan yang disampaikan dengan baik oleh seseorang atau pun sebuah peristiwa, stimulus yang dimasud dalam kajian komedi dalam ilmu komunikasi adalah respons dari sebuah hiburan yang memunculkan tawa dan senyum atau yang lainnya, yang ini terjadi akibat menerima humor dan komedi. Sementara itu, setiap genre komedi pasti memiliki teknik penyampaian atau tampilan yang berbeda-beda dan memiliki satu tujuan yang utama menghasilkan lelucon (Sugiarto, 2016), seperti yang diungkapkan oleh informan 2 dan informan 5 sebagai berikut ini:

Informan 2

“Wajar saja kalo menurut saya, karena mengingat selera masyarakat juga kayak humor dan lain-lain, mungkin bagus ini buat masyarakat Indonesia, mengingat.

Informan 5:

mungkin banyak sekali juga informasi yang di terima oleh masyarakat indonesia dan popularitas bisa di dapat dengan sangat mudah, dan menurut saya juga sama seperti teman saya bermanfaat sebagai hiburan”

Dengan adanya kepopuleran dari video unik ‘begitu sulit lupkan rehan’ keunikan, kreatifitas, serta hiburan menjadikan para informan tertarik untuk melihat konten tersebut. Informasi yang banyak serta beragam menjadikan para pengguna media dapat menemukan pilihan-pilihan konten yang disukai atau menemukan konten lainnya sesuai dengan keinginan Tutiasri. dkk, (2020).

2. Kepopuleran Video “Begitu Sulit Lupakan Rehan” Menjadi Gambaran Mudahnnya Menggapai Kepopuleran Di Media Social (TikTok)

Komedi atau humor menjadi salah satu hiburan yang populer di masyarakat Indonesia, komedi bisa muncul dari mana saja, kelucuan komedi terutama berasal dari suatu hal yang di patahkan, atau hal aneh dan menyimpang dari konteks yang di bahas dan kemudian memunculkan ledakan tawa. Hal menyenangkan melalui tawa atau “punchline” merupakan sebuah respons positif yang ditimbulkan ketika melihat sesuatu hal yang membuat kita bahagia. Video “begitu sulit lupakan rehan” ini membuat banyak mempertanyakan hal menarik dari konteks video tersebut. Beberapa informan paham dengan konsep hiburan yang ada pada konten tersebut. Informan tahu “begitu sulit lupakan rehan” dari media sosial :

Informan 2

Iya aku tahunya video itu dari Tiktok, muncul di FYP

Informan 4

Aku lihatnya di TikTok, pas awal ini kenapa mbknnya? Kelihatnya satu muka penuh, tapi menghibur sih

Informan 6

Aku juga lihat video itu dari Tiktok

Informan 7

Sama aku juga lihatnya dari Tiktok

Algoritma ya ada pada Aplikasi tiktok menjadikan video “begitu sulit lupakan rehan” booming, algoritma ini yang merekam kebiasaan atau jejak pengguna ketika menggunakan media sosial, apa yang dia caria akan terekam pada sistem (Nisa, 2020). Sebagian Besar informan menjawab melihat video “begitu sulit lupakan rehan” dari aplikasi Tiktok Berbeda dengan Informan 3 dan 5 yang menjawab mengetahui video tersebut dari media sosial lainnya yakni Instagram:

Informan 3

Saya lihatnya dari Instagram, gak tahu siapa yang ngeshare tiba-tiba muncul diberanda.

Informan 5

Sama aku juga lihatnya dari Instagram, diposting akun humor-humor gitu, soalnya kan biasa kalau hal yang viral itu langsung cepat sekali dibagikan.

Hal yang viral pada media sosial dengan mudahnnya dibagikan oleh akun orang lain bahkan dengan menggunakan media sosial yang berbeda. Hal ini dikarenakan adanya intergrasi dari media sosial satu dengan yang lain meskipun setiap aplikasi memiliki keunggulan yang berbeda-beda tetapi, sesuatu hal yang viral pasti menarik untuk dibagikan. Seperti yang diungkapkan oleh informan 6 informan 7 dan Informan 9, dibawah ini yang mengomentari tentang viralnya video “begitu sulit lupakan rehan”:

Informan 6

Iya cepat banget booming, mungkin karena hanya satu lirik saja ya, jadi mudah diingat

Informan 7

Saya sering dengar dimana-mana, padahal kalau diperhatikan isinya apa ya? Ternyata tentang ungkapan hati

Informan 9

Iya apa-apa yang ada di TikTok itu mudah viralnya apalagi ada FYP itu

TikTok sebagai aplikasi media sosial, mempermudah para penggunanya dalam membagikan informasi, atau konten tersebut. Aplikasi ini cocok sebagai media untuk memasarkan sesuatu, baik

produk, jasa, maupun membranding diri sendiri melalui konten yang unggah. Hal ini terbukti dari viralnya video “begitu sulit lupakan rehan” melalui akun TikTok Orang yang tidak mengenal siapa pembuat konten tersebut, menjadi tahu dengan viralnya konten tersebut.

3. Kepopularan Instan Melalui Media Sosial

Populer adalah sesuatu hal yang banyak dicari pada era sekarang terutama para remaja, dimana mereka membuat konten agar dapat terkenal dan menghasilkan. Remaja merupakan generasi yang paling mudah terpengaruh oleh era globalisasi kemajuan digital (Kunto & Pasla, 2006). Banyak video yang viral dan membuat pembuatnya terkenal akan tetapi terus dilupakan oleh para penikmatnya. Hai ini diungkapkan oleh informan dibawah ini:

Informan 2

Iya dulu ada video yang pak polisi itu, videonya rame dan sekarang sudah tidak terdengar pak polisinya dimedia.

Informan 3

Keong racun, eh yang lipsing lagu yang dua orang itu juga tidak ada kabarnya lagi.

Informan 7

Dulu pernah ada juga yang nyanyiin udin sedunia, lucu sih tapi kenapa kok gak bikin konten lagi ya.

Kepopuleran instan yang dengan mudah didapatkan oleh pengguna media sosial menjadikan banak orang berlomba-lomba mencari peruntungan dalam konten yang mereka buat. Di era digital ini banyak anak muda yang memiliki impian menjadi konten kreator untuk mencari peruntungan dan terkenal. Konten kretor merupakan, profesi pembuat suatu konten kreatif baik berupa tulisan, video, gambar, suara ataupun gabungan dari elemen-elemen tersebut. Konten-konten ini dibuat dan di unggah untuk media, terutama media digital seperti, Youtube, Snapchat, Instagram, WordPress, Blogger, dan Website (Billionaire Coach, 2018). Popularitas dalam video instan pada media sosial mendapatkan tanggapan yang beragam dari informan:

Informan 1

Mungkin karena algorimta yangng menjadikan mereka cepat viral

Informan 3

Iya setuju dengan informan 1, algoritma acak yang menjadikan cepat terkenal, sayangnya pas mereka suda viral dan terkenal, video yang dibuat selanjutnya kurang mendapatkan apreasi positif lagi

Informan 6

Namanya keberuntungan nasib setiap orang berbeda-beda, ada yang terkenal dengan cepat, tapi sekarang anak-anak muda yang membuat konten, mempunyai prinsip dan idealisme sendiri pada konten yang dibuat, sehingga mereka konsiten dalam menghasilkan konten.

Informan 8

Konten kreator sekarang banyak yang membuat timeline bahkan sudah membuat agenda konten apa yang akan diunggah nantinya.

Dari hasil wawancara dengan informan diatas didapatkan bahwa, popularitas instan para pembuat video yang viral dan kemudian menghilang karena faktor keberuntungan, dan tidak tertata

dengan rapi. Berbeda dengan remaja yang konsentrasi pada bidang pembuatan konten mereka akan membuat agenda agar dalam pembuatan konten. Hal ini menjadikan mereka memiliki pengikut yang tetap dan selalu menunggu apa yang mereka unggah. Hal ini karena media sosial merupakan representasi untuk mewujudkan kerasi para remaja. Perubahan-perubahan yang dilakukan oleh pembuat konten berdampak pada perubahan (Mubaroq & Hidayati, 2022).

SIMPULAN

Popularitas merupakan hasil dari usaha seseorang dalam membuat karya maupun mendapatkan suatu pencapaian yang diinginkan. Pada era dunia teknologi sekarang informasi dan komunikasi sangat meningkat sangat pesat, karena dapat mengalihkan media konvensional atau biasa disebut media mainstream, untuk membentuk dan memunculkan popularitas. Dengan menggunakan media sosial para pengguna akan terhubung satu dengan yang lainnya melalui jaringan. Dengan jaringan ini mereka mendapatkan popularitas sangat mudah, dengan adanya media sosial salah satunya aplikasi TikTok. Fenomena populernya konten video unik pada tahun 2022, dari media TikTok, dari bermula dari akun @binirehan1 atau Intan lembata dengan menyayikan lagu dengan lirik “begitu sulit lupkan rehan” membuat gempar jagat media. Beberapa responden menyampaikan bahwa adanya fenomena ini sangat lah umum bagi culture media sosial sekarang, akan tetapi budaya viralnya video tersebut membuat banyak orang bertanya-tanya tentang arti popularitas dan esensi konten kreator. Informan memahami arti konten kreator adalah seseorang yang kreatif dalam membuat suatu karya di internet, akan tetapi realitanya sekarang media tidak lagi memandang orang “kreatif” untuk membentuk suatu tontonan dan hiburan di media, namun secara tidak langsung media karena semua orang bisa membuat konten. Media sosial memberikan ruang bagi orang untuk viral pada sebuah media, yang didasari dari nilai pada sebuah konten. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi manusia mendapatkan kemudahan, dengan adanya video ‘begitu sulit lupkan rehan’ ini menunjukkan manfaat dalam menunjukkan kekuatan penetrasi media sekarang (media baru), sehingga masyarakat di internet dapat memiliki jalur alternatif dalam cara mengembangkan kemampuan, bakat dan berekspreasi hingga dapat mencapai popularitas secara positif.

Ucapan Terimakasih :

Terimakasih kepada Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jawa Timur yang telah menyelenggarakan Kegiatan KOMEDI.

DAFTAR PUSTAKA

- Billionaire Coach. (2018). *Pengertian Content Creator*. Januari, 1. <https://billionairecoach.co.id/pengertian-content-creator/>
- Gumgum, G., Justito, A., & Nunik, M. (2017). Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoax) Oleh Siswa Sma. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 35–40. <https://doi.org/1410 - 5675>
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices* (Vol. 2). Sage.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan media sosial tik tok sebagai media kampanye gerakan cuci tangan di indonesia untuk mencegah covid-19.

- Commiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80.
- Kompas.com. (2020). *Tentukan Pilihanmu 318 hari Indonesia Sumbang Angka Unduhan TikTok Terbanyak di Dunia*. 1, 1–11. <https://tekno.kompas.com/read/2020/09/11/15010037/indonesia-sumbang-angka-unduh-tiktok-terbanyak-di-dunia>
- Kunto, Y. S., & Pasla, P. R. (2006). Segmentasi gaya hidup pada mahasiswa program studi pemasaran Universitas Kristen Petra. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1).
- Meiko Chan. (2022). *Viral Lagu “Begitu Sulit Lupakan Rehan” di TikTok, Sosok Rehan Akhirnya Terungkap*. <https://selebtek.suara.com/read/2022/09/21/222909/viral-lagu-begitu-sulit-lupakan-rehan-di-tiktok-sosok-rehan-akhirnya-terungkap>
- Morissan, M. A. (2010). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Kencana.
- Mubarog, H., & Hidayati, Y. N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Facebook Dalam Pembentukan Budaya Alone Together Pada Kalangan Remaja Di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo. *POPULIKA*, 10(2), 54–61.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Nisa, A. C. (2020). *Yuk Cari Tahu Algoritma TikTok Agar Videomu Viral*. Exabytes. <https://www.exabytes.co.id/blog/cari-tahu-algoritma-tiktok/>
- Purnamasari, N. P., & Tutiasri, R. P. (2021). *Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video „ Belanja Gak Aturan “ dalam Akun TikTok @ handmadeshoesby*. 7(01), 79–91.
- Putra, A. W. (2018). Tik Tok–Sosial Media Berbasis Video Yang Sedang Sangat Populer. *Gadgettren. Com. Diakses Pada Maret, 16, 2018*.
- Rizaty, M. A. (2022). *Pengguna TikTok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia*. 4–9. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>
- Sugiarto, V. D. (2016). Teknik Humor dalam Film Komedi yang Dibintangi oleh Stand Up Comedian. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(2).
- Suud, H. (2022). *Intan Sriastuti Viral di TikTok : Begitu Sulit Lupakan Rehan , Sosok Rehan Dibandingkan Adam Levine*. <https://jatim.tribunnews.com/2022/09/22/intan-sriastuti-viral-di-tiktok-begitu-sulit-lupakan-rehan-sosok-rehan-dibandingkan-adam-levine?page=4>
- Tutiasri, Ririn Puspita Niko Kurniawan Laminto, K. N. (2020). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bagi Mahasiswa di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan (KOMASKAM)*, 2(2), 1–15. <http://ejournal.ubharajaya.ac.id/index.php/KOMASKAM/article/view/311>
- Tutiasri, R. P., & Kusuma, A. (2020). Millennial generation and family literacy within the dissemination of hoax in Whatsapp group. *Informasi*, 50(2), 153–164.