

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tiktokers Perempuan Berhijab

Penulis telah melakukan observasi akun Tiktokers perempuan berhijab dari kalangan milenial dan memilih Tiktokers yang telah memiliki banyak pengikut yakni diantaranya sebagai berikut profil masing-masing:

1. Profil Umum Tiktokers Una

Una yang mempunyai akun Tik Tok bernama *mieayamthebstt* adalah seorang Tiktokers cantik asal Padang, Sumatera Barat. Una yang memiliki nama lengkap Nadya Khietna Putri, merupakan seorang Tiktokers hits di Indonesia. Una lahir pada 9 September 2004 yang berarti di tahun 2022 ini ia akan berusia 18 tahun, dengan tinggi badan 166 cm. Una juga menganut agama Islam. Di Tik Tok, Una dikenal dengan nama *mieayamthebstt*. Hingga awal September Una memiliki kurang lebih dari 16,2 juta pengikut atau followers di Tik Tok.



Gambar 1.1(Profil Tik Tok Una)

2. Profil Umum Tiktokers Juyputri

Juy Putri mempunyai nama lengkap Julia Eka Putri Istanti. Juy lahir pada 21 Juli 2003 di Samarinda, Kalimantan Timur. Perempuan dengan tinggi badan 151 sentimeter ini masih duduk di bangku SMK jurusan Keperawatan. Juy dengan akun Tik Tok nya bernama *@juyputrii21* tersebut hingga awal September telah memiliki kurang lebih 17,6 juta pengikut atau followers di Tik Tok.



Gambar 1.2 (Profil Tik Tok Juyputri)

3. Profil Umum Tiktokers Adirasahara

Adira Sahara Putri adalah seorang Tiktokers yang masih muda yaitu berusia 20 tahun. Tiktokers berhijab ini selalu mengawali videonya dengan berpura-pura mengagetkan para penontonnya. Mulai dari hal tersebut justru banyak banget yang suka dengan gayanya ini. Sehingga hal ini menjadi ciri khasnya sendiri. Adira Sahara Putri juga pandai banget ternyata dalam joget-joget di Tik Tok. Memiliki wajah yang *good looking* membuat nya banyak di gemari oleh pengikutnya. Hingga awal September 2022 Adira telah memiliki kurang lebih 6,5 juta pengikut atau followers di Tik Tok.



Gambar 1.3 (Profil Tik Tok Adirasahara)

Secara konseptual, penulis memilih tiga Tiktokers perempuan berhijab yang membuat konten berjoget dengan menelaah juga jumlah pengikut atau followers di Tik Tok. Adapun ketiga Tiktokers berhijab di atas memiliki karakteristik masing-masing berbeda sehingga penulis akan menganalisis lebih jelas mengenai konten-konten mereka dalam pembahasan pada bab empat.

4. Gambaran Umum Generasi Milenial

Sebagaimana dalam pembahasan bab tiga yakni kerangka teoritik, penulis telah membahas tentang generasi milenial. Konsep generasi telah dibahas sejak lama, menurut Mannheim, generasi adalah sekelompok orang dengan usia dan pengalaman yang sama dengan partisipasi dalam satu atau lebih peristiwa sejarah penting dalam periode yang sama.

Selain itu, individu-individu tersebut saling mempengaruhi dan membentuk karakter yang sama karena melewati periode sosio-historis yang sama. Kemudian, tema generasi ini dikembangkan oleh Strauss dan Howe yang mendefinisikan generasi sebagai sekelompok semua orang yang lahir dalam kurun waktu tertentu sekitar 20 tahun atau tahap yang dimulai dengan masa kanak-kanak, dewasa muda, usia paruh baya, dan usia tua. Kemudian berbagi sejarah umum, keyakinan dan perilaku.

Menurut Strauss dan Howe, fakta yang menarik adalah bahwa setiap generasi cenderung berkebalikan dengan generasi lainnya karena setiap generasi berusaha memperbaiki dan mengimbangi apa yang dilihatnya dari generasi di atasnya. Berkuasa untuk mewujudkan siklus generasi.

Menurut Strauss dan Howe terdapat tiga faktor yang mempengaruhi sebuah generasi, diantaranya:

- a. *Perceived membership*. Persepsi individu terhadap kelompok tempat mereka berada, terutama dari masa remaja hingga dewasa muda.
- b. *Common belief and behaviors*. Sikap terhadap keluarga, karier, kehidupan pribadi, politik, agama, dan keputusan yang berkaitan dengan pekerjaan, pernikahan, anak, kesehatan, dan kejahatan.
- c. *Common location in history*. Pandangan politik, peristiwa sejarah, contoh seperti: perang, bencana alam, yang terjadi pada masa –masa remaja sampai dengan dewasa muda.

Hingga saat ini terdapat 3 generasi yang aktif didalam dunia kerja, mereka adalah Generasi *Baby Boomer* yang memiliki

rentang kelahiran ditahun 1943-1960, Generasi X yang memiliki rentang kelahiran ditahun 1961-1981 dan Generasi Milenial yang memiliki rentang kelahiran ditahun 1982-2000. Meskipun generasi *Baby Boomer* masih dianggap didalam angkatan kerja aktif saat ini namun pada kenyataannya saat ini generasi *Baby Boomer* telah memasuki masa pensiun, sehingga interaksi yang paling banyak terjadi di dunia kerja adalah antara generasi X dan generasi Millenial serta dalam beberapa tahun lagi Generasi Z mulai akan memasuki dunia kerja secara aktif.

Secara dasar pengertian nya, Milenial yaitu generasi yang lahir pada 1981-1996 (saat ini berusia 24-39 tahun). Secara konseptual pada penelitian ini, penulis telah memilih beberapa orang dari kalangan milenial untuk penulis jadikan sebagai informan dalam penelitian ini kaitannya tentang konten dari Tiktokers perempuan berhijab yang membuat konten berjoget di Tik Tok. Para informan adalah *followers* atau pengikut Una, Juyputri, dan Adira dari kalangan milenial. Berikut daftar kalangan milenial yang menjadi informan dalam penelitian ini:

Tabel. 1.1 (Daftar Generasi Milenial Secara Umum)

No.	Nama	Keterangan
1.	Moh Fikri Haikal	Milenial berusia 29 tahun
2.	Moh Yuda Petir	Milenial berusia 27 tahun
3.	Ojan Pratama	Milenial berusia 26 tahun
4.	Lukman Hakim Fernandi	Milenial berusia 24 tahun
5.	Agus Irwanto	Milenial berusia 28 tahun
6.	Azalia Audy Arinal Haq	Milenial berusia 24 tahun
7.	Diyah Ayuk Lestari	Milenial berusia 25 tahun
8.	Anisa Nur Aini	Milenial berusia 26 tahun
9.	Rika Eka Sari	Milenial berusia 24 tahun
10.	Tri Pujiyanti	Milenial berusia 25 tahun

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Konstruksi Etis Tubuh “Bergoyang” Pada Tiktokers Perempuan Berhijab Dikalangan Milenial

Media sosial menjadi rekam jejak pergaulan khususnya remaja. Internet misalnya, dengan internet sebagai media interaksi sosial yang penggunaanya terus bertambah maka aplikasi Tik Tok pun demikian. Tik Tok menjadi alasan perbincangan hangat ini. Dalam aplikasi Tik Tok banyak hal yang dapat dijadikan konten khususnya untuk menarik minat penonton agar video atau konten tersebut trending. Banyak hal mulai dari konten memasak, jual beli, tutorial, penghargaan, bahkan kini yang sedang viral ialah

konten joget-joget. Konten ini mudah untuk ditiru dan menjadi hiburan apalagi jika dilakukan dengan banyak orang.

Pada saat ini, salah satu fenomena yang terjadi di tengah-tengah masyarakat adalah banyak perempuan berhijab mengeksploitasi tubuhnya pada tayangan hiburan media sosial Tik Tok yang para penggunanya mengeksploitasi tubuh perempuan dengan menggunakan tanda-tanda semeotika tubuh (*body signifier*), yang mengarah pada dorongan hasrat sensualitas dan erotisme.

Dalam tayangan media sosial Tik Tok terdapat gerakan pinggul, dada, serta cara berpakaian yang sering di eksploitasi sebagai simulasi dari gerakan yang kurang pantas. Perempuan merupakan makhluk yang lemah dan penuh kasih sayang karena perasaannya yang halus. Secara umum sifat perempuan yaitu keindahan, kelembutan serta rendah hati dan memelihara. Dan dengan keindahan yang di miliki wanita tak jarang laki laki menjadikannya sebagai objek kemaksiatan. Padahal di dalam Islam sudah menganjurkan bahwa perempuan harus melindungi dirinya dari zina dan salah satu bentuk untuk melindungi yaitu dengan berhijab. Makna filosofis hijab bagi wanita di dalam Islam ialah bahwa dia harus menutup tubuhnya dalam pergaulannya dengan pria yang bukan muhrim agar tidak di salah gunakan oleh orang-orang yang egois dan ambisius.

Dalam beberapa konten yang beredar di Tik Tok ada beberapa Tiktokers yang sering mengunggah konten berjoget demi memperbanyak *followers* Tik Tok mereka. Dalam penelitian ini ada beberapa akun yang dibahas, diantaranya adalah:

a. Tiktokers Una

Nadya Khietma Putri adalah salah satu Tiktokers yang dapat di katakan sukses dalam setiap konten yang diunggahnya. Dalam setiap konten yang diunggahnya selalu saja ramai dengan berbagai komentar dan *like* dari para penggemar atau fans nya. *Followers* yang ada pada akun Tik Tok milik Nadya Khietma Putri telah mencapai 16 juta lebih *followers*, tentu saja itu adalah hasil kerja kerasnya dalam membuat konten yang selalu di update pada akun Tik Toknya.

Tiktokers Una seringkali mengupload konten dalam akun Tik Tok miliknya. Tentu saja ini bertujuan agar senantiasa menjaga *followers* dan penggemarnya agar tetap tertarik pada dirinya. Akan tetapi meskipun sering mengunggah konten Tik Tok pada akun miliknya, Una senantiasa memperhatikan konten yang diunggahnya. Hal ini dapat diketahui dengan berbagai

video yang diunggahnya Una selalu mengenakan pakaian-pakaian yang sopan dan menutup aurat.

Berikut merupakan data konten “berjoget Una” :

Tabel. 1.1 (Daftar Konten “Bergoyang” Una)

No.	Link Konten Tiktokers Berhijab, Una “Berjoget”
1.	https://www.tiktok.com/@mieayamthebstt/video/7099476287613357339? t=8VQL7qbAoIU& r=1
2.	https://www.tiktok.com/@mieayamthebstt/video/7091404259664596250? t=8VQLD3R3pTt& r=1
3.	https://www.tiktok.com/@mieayamthebstt/video/7123974007694642458? t=8VQLMelu0Vm& r=1
4.	https://www.tiktok.com/@mieayamthebstt/video/7111745097351367962? t=8VQLQztILUg& r=1

1) Screenshot Konten Bergoyang Link 1.

Dalam postingan link tersebut Tiktokers Una menggunakan baju berwarna coklat dan mengenakan hijab coklat. Dalam postingan tersebut Una terlihat bergoyang ringan dan tidak terlalu berlebihan dalam goyongannya, pakaian yang dikenakan juga terlihat sopan dan tidak terbuka sehingga dalam video ini masih dalam kategori “etis”.



2) Screenshot Konten Bergoyang Una Link 2.

Dalam postingan link tersebut Tiktokers Una menggunakan baju berwarna coklat dan mengenakan hijab coklat. Pakaian yang dikenakan Una terlihat sopan dan elegan selain itu dalam postingan tersebut Una terlihat bergoyang ringan dan tidak terlalu berlebihan dalam goyongannya sehingga dalam vidio ini masih dalam kategori “etis”.



3) Screenshot Konten Bergoyang Una Link 3.

Dalam postingan link tersebut Tiktokers Una menggunakan jaket hoodie yang berwarna coklat tua selain itu dia juga mengenakan hijab serta menutupkan kerudung jaketnya juga. Dalam postingan tersebut Una terlihat bergoyang ringan dan video di ambil dari sisi samping, pakaian yang dikenakan juga terlihat sopan dan tidak terbuka sehingga dalam video ini masih dalam kategori “etis”.



4) Screenshot Konten Bergoyang Una Link 4.

Dalam postingan link tersebut Tiktokers Una menggunakan jaket hoodie berwarna pink gradasi dalam konten ini Una terlihat tidak mengenakan jilbab akan tetapi dia menutup kepalanya dengan tutup kepala jaket hodiienya selain itu paian yang dikenakan juga terlihat sangat longgar. Dalam postingan tersebut Una terlihat bergoyang ringan dan tidak terlalu berlebihan dalam goyongannya, pakaian yang dikenakannya juga terlihat sopan dan tidak terbuka sehingga dalam video ini masih dalam kategori “etis”.



b. Tiktokers Juy Putri

Tiktokers perempuan berhijab yang menonjolkan seksisme tubuh berjoget ke khalayak adalah mereka hanya menghibur diri awalnya, dengan lingkungan-lingkungan dunia sosio kulturalnya yang kemudian terpengaruh dan akhirnya mengikuti trend dan gaya baru dalam bermain aplikasi Tik Tok yakni menirukan goyangan-goyangan yang sedang viral dengan lagu-yang yang hangat di dengarkan.

Salah satu Tiktokers yang sering mengunggah konten-konten berjoget adalah Juy Putri, dalam konten Juy Putri banyak sekali ditemukan konten yang berisi jogetan atau goyangan konten-konten tersebut seringkali memperlihatkan jogetan dan goyangan yang kurang pantas untuk ditonton.

Dalam pembuatan konten Tik Tok Juy Putri juga seringkali mengenakan hijab dalam video yang diunggahnya. Akan tetapi dalam beberapa konten yang diunggah oleh Juy Putri ada beberapa konten yang mana Juy Putri tidak mengenakan hijab.

Berikut merupakan data konten “Berjoget” atau “Bergoyang” Kreator Juy Putri:

Tabel. 1.1 (Daftar Konten “Bergoyang” Juy)

No.	Link Konten Tiktokers Berhijab, Juy “Berjojet”
1.	https://www.tiktok.com/@juyyputrii21/video/7033612886446443802? t=8VQMjpvzZWk& r=1
2.	https://www.tiktok.com/@juyyputrii21/video/6990696520693599514? t=8VQNWIToFgP& r=1
3.	https://www.tiktok.com/@juyyputrii21/video/7033654396344995098? t=8VQNHdcjOmf& r=1
4.	https://www.tiktok.com/@juyyputrii21/video/7028099023101889819? t=8VQNRc9GKvJ& r=1
5.	https://www.tiktok.com/@juyyputrii21/video/7129794828904271131? t=8VRcD55uQ9y& r=1

1) Screenshot Konten Bergoyang Juy Link 1.

Dalam konten ini Juy menggunakan pakaian yang berwarna pink dan tertutup akan tetapi goyangan yang ditampilkan oleh Juy cenderung berlebihan. Sehingga pada konten ini dapat dikatakan “kurang etis”.



2) Screenshot Konten Bergoyang Juy Link 2.

Dalam segi etika berpenampilan atau berpakaian Juy Putri berhijab namun tidak menutupi dadanya, sering kali cara berpakaianya memang tidak ketat, namun dalam berhijab Juy Putri tidak menutupi dada karena sering menggunakan hijab pashmina yang kemudian di ikat disampirkan ke pundaknya, begitu pula saat memakai hijab segi empat diikat kebelakang sehingga dada depan menjadi terlihat atau tidak tertutupi. Sehingga secara umum dapat dikatakan “kurang etis”.



3) Screenshot Konten Bergoyang Juy Link 3.

Dalam segi etika berpenampilan atau berpakaian Juy Putri berhijab namun tidak menutupi dadanya, sering kali cara berpakaianya memang tidak ketat, namun dalam berhijab Juy Putri tidak menutupi dada karena sering menggunakan hijab pashmina yang kemudian di ikat disampirkan ke pundaknya, begitu pula saat memakai hijab segi empat diikat kebelakang sehingga dada depan menjadi terlihat atau tidak tertutupi. Dalam segi etika “bergoyang”,

Juy Putri lebih berani, apalagi saat berjoget dengan pacarnya dalam konten, beberapa konten yang lepas hijab atau tidak mengenakan hijab juga kurang “etis” untuk dipertontonkan. Sehingga secara umum dapat dikatakan “kurang etis”.



4) Screenshot Konten Bergoyang Juy Link 4.

Dalam segi etika berpenampilan atau berpakaian Juy Putri berhijab namun tidak menutupi dadanya, sering kali cara berpakaianya memang tidak ketat, namun dalam berhijab Juy Putri tidak menutupi dada karena sering menggunakan hijab pashmina yang kemudian di ikat disampirkan ke pundaknya, begitu pula saat memakai hijab segi empat diikat kebelakang sehingga dada depan menjadi terlihat atau tidak tertutupi. Dalam segi etika “bergoyang”, Juy Putri lebih berani, apalagi saat berjoget dengan pacarnya dalam konten, beberapa konten yang lepas hijab atau tidak mengenakan hijab juga kurang “etis” untuk dipertontonkan. Sehingga secara umum dapat dikatakan “kurang etis”.



5) Screenshot Konten Bergoyang dan Lepas Hijab Juy Link ke 5.

Dalam konten ini Juy terlihat melepas hijabnya dan berpakaian sangat minim dan mengumbar aurat dalam segi etika keislaman sangat tidak patut dipertontonkan. Sehingga secara umum dapat dikatakan “kurang etis”. Dalam segi etika “bergoyang”, Juy Putri lebih berani bergoyang dan ditambah pakaian yang sangat minim membuat konten yang diunggahnyanya dapat di katakan “kurang etis”.



c. Tiktokers Adira

Aplikasi Tik Tok adalah salah satu aplikasi media sosial yang saat ini memiliki posisi yang penting bagi semua kalangan masyarakat. Sebagian orang menganggap aplikasi Tik Tok dapat meningkatkan kreatifitas dan mengasah potensi diri yang selama ini terpendam. Disamping ini sebagian masyarakat menganggap aplikasi Tik Tok dapat menurunkan derajat perempuan yang senantiasa menari mengumbar aurat. Dibalik kontroversi tersebut, aplikasi Tik Tok masih menjadi media sosial mendapat tempat di hati para penggunanya untuk mendapatkan hiburan.

Adira Sahara Putri adalah seorang Tiktokers yang masih muda yaitu berusia 20 tahun. Adira adalah salah satu muslimah yang menjadi konten kreator di Tik Tok, dalam konten unggahanya adira selalu berpenampilan sopan dan mengenakan hijab saat pengambilan konten video. Tarian atau jogetan yang dilakukan Adira pun cenderung masih terlihat biasa dan tidak terlalu berlebihan.

Dalam segi etika berpenampilan atau berpakaian Adira terlihat *staylist* dan menutup aurat nya secara rapat. Pakaian nya juga tidak ketat karena beberapa konten nya selalu menggunakan hoodie yang lebar sehingga tidak mempertontonkan bentuk tubuh nya secara ketat,

Berikut merupakan data konten “Berjoget” atau “Bergoyang” Kreator Adira :

Tabel. 1.1 (Daftar Konten “Bergoyang” Adira)

No.	Link Konten Tiktokers Berhijab, Adira “Berjoget”
1.	https://www.tiktok.com/@inisampekan/video/7099281208806214939? t=8VQLiWaJ6iQ& r=1
2.	https://www.tiktok.com/@inisampekan/video/7083796009570045210? t=8VQLn2q6fNx& r=1
3.	https://www.tiktok.com/@inisampekan/video/7080834122930801946? t=8VQLrDe0Prd& r=1
4.	https://www.tiktok.com/@inisampekan/video/7069789804539514139? t=8VQLtZBh6yg& r=1

1) Screenshot Konten Bergoyang Adira Link 1.

Dalam segi etika berpenampilan atau berpakaian Adira terlihat *staylist* dan menutup aurat nya secara rapat. Pakaian nya juga tidak ketat karena pada konten konten ini dia menggunakan hoodie yang lebar sehingga tidak mempertontonkan bentuk tubuh nya secara ketat. Sehingga secara umum masih dapat dikatakan “etis”. Dalam segi etika “bergoyang”, Adira sebagaimana konten link di atas bahwa Adira, berjoget umum sesuai dengan musik Tik Tok yang ia peran atau mainkan. Sehingga secara umum masih dapat dikatakan “etis”.



2) Screenshot Konten Bergoyang Adira Link 2.

Dalam segi etika berpenampilan atau berpakaian Adira terlihat *staylist* dan menutup aurat nya secara rapat. Pada konten kali ini dia menggunakan baju gamis yang tentu saja terlihat sangat sopan. Sehingga secara umum masih dapat dikatakan “etis”.

Dalam segi goyangan konten kreator Adira pada konten ini terlihat hanya bergoyang ringan sehingga konten ini masih dapat dikatakan “etis”.



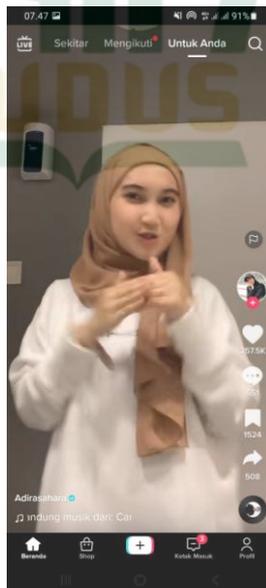
3) Screenshot Konten Bergoyang Adira Link 3.

Dalam segi etika berpenampilan atau berpakaian Adira terlihat *staylist* dan menutup aurat nya secara rapat. Pakaian nya juga tidak ketat sehingga tidak mempertontonkan bentuk tubuh nya secara ketat, lebih-lebih posisi Adira sedang hamil anak pertamanya. Sehingga secara umum masih dapat dikatakan “etis”.



4) Screenshot Konten Bergoyang Adira Link 4.

Dalam segi etika berpenampilan atau berpakaian Adira terlihat *staylist* dan menutup aurat nya secara rapat sehingga tidak mempertontonkan bentuk tubuh nya secara ketat, lebih-lebih posisi Adira sedang hamil anak pertamanya. Sehingga secara umum masih dapat dikatakan “etis”.



2. Proses Pembuatan Video Pada Tiktokers Perempuan Berhijab Dikalangan Milenial

Tik Tok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik, menarik, dan bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Hasil dari video pendek ini bisa diperlihatkan ke teman-teman di sosial media dan pengguna Tik Tok lainnya. Aplikasi video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan tarian, gaya bebas, video unik dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya menjadi konten kreator atau bisa dibilang juga sebagai Tiktokers.

Dalam pembuatan konten Tik Tok oleh para konten kreator Tik Tok biasanya dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi.

a. Pra Produksi

Tahapan produksi dimulai dengan pra produksi atau perencanaan. Dalam pembuatan konten biasanya para Tiktokers memulai tahap ini dengan mengangkat berbagai tema yang berasal dari beberapa sumber yaitu dari diri sendiri, permintaan penonton, dan yang sedang viral. Tema inilah yang nanti akan dikembangkan menjadi sebuah konten yang akan di upload pada akun Tik Tok mereka.

Pemilihan tema atau konsep ini sangatlah penting, tema yang diangkat biasanya berasal dari suatu hal yang sedang viral, atau bisa juga berkenaan dengan suatu fenomena yang sedang terjadi. biasanya konten kreator juga diminta para fans atau penggemar mereka melalui komentar-komentar pada setiap unggahan mereka.

Setelah mendapatkan tema yang akan dibahas, para konten kreator kemudian riset mengenai konten apa yang akan dibuat dengan cara melakukan riset pada akun-akun lain. Hal tersebut dilakukan agar menambah referensi dalam pembuatan konten dengan tema yang diangkat.

Selain menentukan ide dan tema dalam pembuatan konten, para Tiktokers kemudian akan mencari tempat atau lokasi pengambilan video yang akan digunakan, biasanya pemilihan lokasi pengambilan video yang akan dipilih adalah tempat yang memiliki latar bagus dan menarik.

b. Produksi

Proses kreatif sebuah produksi konten yang berjalan dari ide hingga editing biasanya dilakukan sendiri oleh pemilik akun

Tik Tok itu sendiri, akan tetapi tidak jarang para Tiktokers yang sudah memiliki banyak sekali *followers*, mereka menggunakan jasa editor.

Sebelum proses shooting dimulai, tentu saja lokasi untuk take video disiapkan meski tidak ada setting khusus yang dilakukan karena dalam beberapa video tentunya konten kreator memilih tempat random dalam pengambilan video namun tetap harus rapih dan tertata dengan baik agar enak dilihat oleh penontonnya saat menyaksikan kontennya.

Produksi konten tidak akan terjadi tanpa adanya alat produksi yang digunakan. Alat produksi yang digunakan konten kreator berbeda-beda, ada yang menggunakan kamera ada juga yang menggunakan handphone sebagai alat rekam mereka. Pemilihan alat ini tentunya akan mempengaruhi terhadap kualitas video atau konten yang dihasilkan.

c. Pasca Produksi

Setelah pra produksi dan produksi selesai, tahapan produksi selanjutnya pasca produksi yaitu tahap akhir pada sebuah produksi. Pada tahapan ini biasanya para konten kreator Tik Tok melakukan editing atau pengolahan video yang telah diambil dengan berbagai aplikasi edit video yang dapat digunakan. Pada tahap ini biasanya menggunakan satu software editing yang digandrungi para pengguna Tik Tok untuk mengedit audio visual dan software ini sangat diandalkan yakni CapCut. Selain aplikasi tersebut juga banyak tersedia aplikasi serupa yang dapat digunakan untuk melakukan edit video.

Dalam proses editing video ini konten kreator harus memilih filter yang apa yang akan digunakan, selain itu pada proses editing ini video yang telah direkam juga akan diberi efek dan backsound sesuai gerakan atau jogetan yang dilakukan oleh konten kreator tersebut. Pemilihan filter serta backsound ini harus menarik dan sesuai dengan gerakan video yang di ambil.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Konstruksi Etis Tubuh “Bergoyang” Pada Tiktokers Perempuan Berhijab Dikalangan Milenial

Membuat konten dengan menonjolkan seksisme tubuh bergoyang ke khalayak yang dilakukan oleh Tiktokers perempuan berhijab merupakan hal yang masih dianggap tabu oleh orang-orang yang melihatnya. Hal tersebut dikarenakan perempuan berhijab sudah pasti beragama Islam dan dianggap taat beragama

bahkan memahami fungsi hijab sendiri adalah menutup aurat, tetapi disini fungsi hijab seakan sudah hilang dari dalam diri mereka, ternyata sebagian dari perempuan berhijab mengungkapkan bahwa hijab yang mereka kenakan sehari-hari adalah salah satu bagian trend masa kini yang mereka ikuti.

a. Analisa Tentang Konten Kreator Tik Tok Una

Tiktokers Una dalam membuat konten “bergoyang” sebagaimana data di atas bahwa,

- 1) Dalam segi etika berpenampilan atau berpakaian Una terlihat *staylist* dan menutup aurat nya secara rapat. Pakaian nya juga tidak ketat karena beberapa konten nya selalu menggunakan hoodie yang lebar sehingga tidak mempertontonkan bentuk tubuh nya secara ketat. Sehingga secara umum masih dapat dikatakan “etis”.
- 2) Dalam segi etika pembuatan konten, sebagaimana link konten di atas, Una masih bisa menjaga diri atau sikap dengan teman kreator lain nya dalam hal ini pada konten kolaborasi misalnya, Una masih menjaga kesopanan. Sehingga secara umum masih dapat dikatakan “etis”.
- 3) Dalam segi etika “bergoyang”, Una sebagaimana konten link di atas bahwa Una, berjoget umum sesuai dengan musik Tik Tok yang ia peran atau mainkan. Sehingga secara umum masih dapat dikatakan “etis”.

Jadi secara umum menurut Fikri Haikal sebagai generasi milenial konten kreator Una telah bertindak etis yang berlandaskan teori-teori etika dan prinsip-prinsip moral dasar, pada hal ini khususnya adalah perilaku dalam bermedia sosial di Tik Tok.¹

b. Analisa Tentang Konten Kreator Tik Tok Juy Putri

Tiktokers Juy Putri dalam membuat konten “bergoyang” sebagaimana data di atas bahwa,

- 1) Dalam segi etika berpenampilan atau berpakaian Juy Putri berhijab namun tidak menutupi dadanya, sering kali cara berpakaianya memang tidak ketat, namun dalam berhijab Juy Putri tidak menutupi dada karena sering menggunakan hijab pashmina yang kemudian di ikat disampirkan ke pundaknya, begitu pula saat memakai hijab segi empat diikat kebelakang sehingga dada depan menjadi terlihat atau tidak tertutupi. Sehingga secara umum dapat dikatakan “kurang etis”.

¹ Fikri Haikal, Wawancara Oleh Penulis, 16 September 2022.

- 2) Dalam Segi pembuatan konten, Juy Putri sering kali membuat konten berhijab namun tidak menutup dada depan dan sering kali beberapa konten ia terlihat melepas hijab nya, apalagi konten lepas hijab dan berjoget dengan pacarnya, dalam segi etika keislaman sangat tidak patut dipertontonkan. Sehingga secara umum dapat dikatakan “kurang etis”.
- 3) Dalam segi etika “bergoyang”, Juy Putri lebih berani, apalagi saat berjoget dengan pacarnya dalam konten, beberapa konten yang lepas hijab atau tidak mengenakan hijab juga kurang “etis” untuk dipertontonkan. Sehingga secara umum dapat dikatakan “kurang etis”.

Jadi secara umum menurut Azalia Audy sebagai generasi milenial konten kreator Juy Putri kurang bertindak etis yang berlandaskan teori-teori etika dan prinsip-prinsip moral dasar, pada hal ini khususnya adalah perilaku dalam bermedia sosial di Tik Tok.²

c. Analisa Tentang Konten Kreator Tik Tok Adira

Tiktokers Adira dalam membuat konten “bergoyang” sebagaimana data di atas bahwa,

- 1) Dalam segi etika berpenampilan atau berpakaian Adira terlihat *staylist* dan menutup aurat nya secara rapat. Pakaian nya juga tidak ketat karena beberapa konten nya selalu menggunakan hoodie yang lebar sehingga tidak mempertontonkan bentuk tubuh nya secara ketat, lebih-lebih posisi Adira sedang hamil anak pertamanya. Sehingga secara umum masih dapat dikatakan “etis”.
- 2) Dalam segi etika pembuatan konten, sebagaimana link konten di atas, Adira masih bisa menjaga diri atau sikap selain dikarenakan Adira telah menikah, Adira juga lebih sering berkolaborasi dengan kreator yang sama-sama perempuan. Sehingga secara umum masih dapat dikatakan “etis”.
- 3) Dalam segi etika “bergoyang”, Adira sebagaimana konten link di atas bahwa Adira, berjoget umum sesuai dengan musik Tik Tok yang ia peran atau mainkan. Sehingga secara umum masih dapat dikatakan “etis”.

Jadi secara umum menurut Diah Ayuk sebagai generasi milenial konten kreator Adira telah bertindak etis yang berlandaskan teori-teori etika dan prinsip-prinsip moral dasar,

² Azalia Audy, Wawancara Oleh Penulis, 16 September 2022.

pada hal ini khususnya adalah perilaku dalam bermedia sosial di Tik Tok³

Analisis sebagaimana teori yang penulis paparkan di bab sebelumnya, bahwa berdasarkan telaah materi etika sosial dan media sosial maka secara umum, sebagaimana yang dikemukakan oleh A. Sonny Keraf, etika penggunaan media sosial bisa dibagi sebagai dua bagian, yaitu:

- a. Etika umum berbicara tentang standar dan nilai moral, kondisi dasar yang dengannya seseorang dapat bertindak secara etis ketika membuat keputusan etis, dan teori etika dan merujuk pada prinsip dasar moralitas dan standar atau pedoman yang memandu tindakan ketika mengevaluasi "baik" dan "buruk" adalah perbuatan manusia, seseorang atau sekelompok orang. Dalam hal bermedia sosial maka mengacu pada prinsip-prinsip moral dasar yang memandu tindakan dan standar atau pedoman untuk mengevaluasi "baik atau buruknya" dari suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam menggunakan media sosial.
- b. Etika khusus, yaitu penerapan prinsip atau standar moral dasar dalam bidang kehidupan tertentu, yaitu. bagaimana seseorang mengambil keputusan dan bertindak dalam proses dan fungsi organisasi sehari-hari, atau dapat juga bertindak secara etis dalam bekerja. Didasarkan pada teori etika dan prinsip moral dasar dalam hal ini adalah perilaku dalam bermedia sosial.⁴

Menurut analisis penulis bahwa, secara etika umum ketiga konten kreator yakni:

- a. @inisampekapan

Dalam hal bermedia sosial telah mengacu pada prinsip-prinsip moral dasar yang memandu tindakan dan standar atau pedoman untuk mengevaluasi "baik atau buruknya" dari suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam menggunakan media sosial.

- b. @juyputrii21

Dalam hal bermedia sosial belum mengacu pada prinsip-prinsip moral dasar yang memandu tindakan dan standar atau pedoman untuk mengevaluasi "baik atau

³ Diah Ayuk Lestari, Wawancara Oleh Penulis, 16 September 2022.

⁴ Hasibuan, *Etika Profesi Profesionalisme Kerja*, 10–11.

buruknya" dari suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam menggunakan media sosial.

c. @mieayamthebestt

Dalam hal bermedia sosial telah mengacu pada prinsip-prinsip moral dasar yang memandu tindakan dan standar atau pedoman untuk mengevaluasi "baik atau buruknya" dari suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam menggunakan media sosial.

Menurut analisis penulis secara etika khusus ketiga konten kreator yakni:

a. @inisampekan

Telah bertindak etis yang berlandaskan teori-teori etika dan prinsip-prinsip moral dasar, pada hal ini khususnya adalah perilaku dalam bermedia sosial di Tik Tok.

b. @juyputrii21

Kurang bertindak etis yang berlandaskan teori-teori etika dan prinsip-prinsip moral dasar, pada hal ini khususnya adalah perilaku dalam bermedia sosial di Tik Tok.

c. @mieayamthebestt

Telah bertindak etis yang berlandaskan teori-teori etika dan prinsip-prinsip moral dasar, pada hal ini khususnya adalah perilaku dalam bermedia sosial di Tik Tok.

Berbicara tentang media sosial di era berbagi informasi ini, etika yang terlibat sangatlah penting, antara lain:⁵

a. Berkata Sopan

Artinya menjaga perilaku dan bahasa yang santun saat berinteraksi dengan media sosial. Agar orang lain tidak tersakiti atau menilai buruk seseorang.

b. Cobalah untuk memberikan informasi penting

Pasti akan ada informasi di media sosial, tetapi ketika kita berbagi informasi dengan orang lain, kita harus berusaha untuk tidak mengungkapkan terlalu banyak informasi penting. Misalnya, banyak orang yang mengupdate statusnya di *Facebook* setiap kali melakukan atau telah melakukan sesuatu, bahkan mencurahkan isi hatinya.

⁵ Sri Hapsari Wijayanti, "Bentuk-Bentuk Etika Bermedia Sosial Generasi Milenial" *Jurnal Komunikasi* 16, No. 2, (2022): 130.

c. Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial

Media sosial wajib dipakai secara positif buat menghindari insiden media umum yg tidak diinginkan. Media sosial bisa dikembangkan.

d. Menggunakan Bahasa Yang Tepat

Hampir sama dengan berkata sopan bahwa menggunakan bahasa yang benar itu sangat penting. Anda harus berhati-hati saat menggunakan gaya bicara yang santai dan serius, bahkan saat orang berbicara dengan sopan, dan dengan siapa mereka berbicara.

Ketika datang ke media sosial di era informasi ini, etika yang terlibat sangat penting, adapun menurut hasil analisa penulis bahwa ketiga Tiktokers yakni:

a. @inisampekapan

1) Berkata dengan sopan

Saat berinteraksi di media sosial, gunakanlah tata krama dan bahasa yang santun. Tidak ada konten yang menimbulkan kontroversi atau menyinggung atau tidak mengkritik orang lain dengan buruk.

2) Usaha untuk memberikan informasi penting

Kurang memberi informasi untuk orang lain karena kontennya adalah hiburan bergoyang bukan konten edukasi dan sejenisnya, namun secara umum sudah diperhatikan dan berusaha menghindari memberikan informasi yang tidak terlalu penting.

3) Maksimalkan penggunaan media sosial Anda

Media sosial Tik Tok yang telah digunakan secara positif untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan di media sosial Tik Tok. Tik Tok media sosialnya berkembang untuk membantu promosi para pelaku usaha dalam hal ini adalah jasa endorsmen melalui Tik Toknya.

4) Penggunaan bahasa yang tepat

Dalam pembuatan konten Tik Toknya, penggunaan bahasa yang tepat telah dilakukannya. Secara umum bahasa yang digunakan adalah bahasa santai. Gaya bahasa yang digunakan dalam konten Tik Toknya telah dilakukan sopan dan tepat tentang siapa yang dia bicarakan dalam hal ini netijen telah direspon dengan baik.

b. @juyputrii21

1) Berkata dengan sopan

Saat berinteraksi di media sosial, gunakanlah tata krama dan bahasa yang santun. Namun, ada konten yang kontroversial atau menyinggung atau dinilai buruk oleh orang lain salah satunya adalah ketidak konsistennya dalam berhijab pada konten Tik Toknya, dan kolaborasi konten Tik Tok bergoyang menggunakan hijab namun dengan pacarnya sehingga menimbulkan penilaian jelek dari orang lain yang dalam hal tersebut adalah netijen.

2) Usaha memberi informasi yang penting

Kurang memberi informasi untuk orang lain karena konten nya adalah hiburan bergoyang bukan konten edukasi dan sejenisnya, namun secara umum sudah diperhatikan dan berusaha menghindari memberikan informasi yang tidak terlalu penting.

3) Maksimalkan penggunaan media sosial Anda

Media sosial Tik Tok tidak digunakan secara positif untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan di media sosial Tik Tok. Salah satu contohnya adalah ada konten nya yang menimbulkan kontroversi atau dinilai jelek oleh orang lain salah satunya adalah ketidak konsistennya dalam berhijab pada konten Tik Toknya, dan kolaborasi konten Tik Tok bergoyang menggunakan hijab namun dengan pacarnya, sehingga hal tersebut kurang sesuai dengan etika pemaksimalan media sosial. Namun, media sosial Tik Toknya telah dikembangkan untuk membantu promosi para pelaku usaha dalam hal ini adalah jasa endorsmen melalui Tik Toknya.

4) Penggunaan bahasa yang tepat

Dalam pembuatan konten Tik Toknya, penggunaan bahasa yang tepat telah dilakukannya. Secara umum bahasa yang digunakan adalah bahasa santai. Gaya bahasa yang digunakan dalam konten Tik Tok nya telah dilakukan sopan dan tepat tentang siapa yang ia bicarakan dalam hal ini netijen telah direspon dengan baik namun ada beberapa yang kurang baik.

c. @mieayamthebestt

1) Berkata dengan sopan

Saat berinteraksi di media sosial, gunakanlah tata krama dan bahasa yang santun. Tidak ada konten yang

menimbulkan kontroversi atau menyinggung atau tidak mengkritik orang lain dengan buruk.

2) Usaha untuk memberikan informasi penting

Kurang memberi informasi untuk orang lain karena konten nya adalah hiburan bergoyang bukan konten edukasi dan sejenisnya, namun secara umum sudah diperhatikan dan berusaha menghindari memberikan informasi yang tidak terlalu penting.

3) Maksimalkan penggunaan media sosial Anda

Media sosial Tik Tok yang positif digunakan untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan di jejaring sosial Tik Tok. Media sosial Tik Tok nya telah dikembangkan untuk membantu promosi para pelaku usaha dalam hal ini adalah jasa endorsmen melalui Tik Tok nya.

4) Penggunaan bahasa yang tepat

Dalam pembuatan konten Tik Tok nya, penggunaan bahasa yang tepat telah dilakukannya. Secara umum bahasa yang digunakan adalah bahasa santai. Gaya bahasa yang digunakan dalam konten Tik Tok nya telah dilakukan sopan dan tepat tentang siapa yang ia bicarakan dalam hal ini netijen telah direspon dengan baik.

Dalam penggunaan media sosial khusus nya Tik Tok menurut analisis penulis bahwa ketiga kreator Tik Tok yakni @inisampekan, @juyputri21, dan @mieayamthebestt harus memperhatikan esensi penggunaan media sosial Tik Tok agar sesuai dengan etika bermedia sosial di atas sebagaimana berikut:

- a. Menggunakan media sosial Tik Tok untuk menambah wawasan. Dalam artian, ketika orang mengakses jejaring sosial, pasti ada interaksi antara orang-orang di dunia, dan dari situ informasi bertambah. Semua orang memahami media sosial dari waktu ke waktu, orang dapat dibuat untuk mengetahui media sosial lebih maju dari waktu ke waktu. Menurut analisis penulis seharusnya hal tersebut juga dapat dilakukan oleh @inisampekan, @juyputri21, dan @mieayamthebestt agar Tik Tok nya tidak melulu soal konten bergoyang atau konten berjoget.
- b. Membangun bisnis melalui media internet sehingga siapapun bisa berbisnis melalui media ini. Lalu mengapa? Karena dengan bantuan media online, siapapun bisa

mengembangkan bisnis yang ingin dipublikasikan melalui media online. Menurut analisis penulis, @inisampekapan, @juyputrii21, dan @mieayamthebestt telah memanfaatkan media sosial untuk membangun bisnis yakni dengan cara membuka jasa endorment, dan menjadi afiliator di Tiktokshop dengan mempromosikan bisnis atau produk orang lain.

- c. Menambah pertemanan karena melalui media sosial orang tidak hanya memiliki teman yang ada di sekitar namun juga memiliki teman yang ada di media sosial karena terjadinya interaksi sehingga orang dapat memiliki teman di belahan bumi manapun. Menurut analisis penulis, @inisampekapan, @juyputrii21, dan @mieayamthebestt telah mampu secara maksimal dalam menambah pertemanan disosial media Tik Tok nya, hal tersebut dibuktikan dengan jumlah followers yang banyak.
- d. Peluang untuk meningkatkan kreativitas di media sosial, karena setiap perkembangan baru dapat memicu dirinya sendiri, misalnya menjadi artikel yang menarik, tetapi ada juga perasaan bahwa anda dapat menambahkan kreativitas pada artikel yang menarik ini. Contoh lain adalah media online yang kontennya menarik tetapi orang dapat mengembangkan kreativitas. Menurut analisis penulis, @inisampekapan, @juyputrii21, dan @mieayamthebestt telah mampu meningkatkan kreatifitas dalam media sosial Tik Tok hal tersebut dibuktikan dengan aktif nya membuat konten di Tik Tok mereka.
- e. Bangun interaksi manusia di media sosial. Interaksi melalui media tersebut memungkinkan orang saling berbagi informasi untuk mengetahui hasil dari interaksi tersebut. Menurut analisis penulis, @inisampekapan, @juyputrii21, dan @mieayamthebestt telah mampu membangun interaksi antar manusia di media sosial Tik Tok hal ini dibuktikan dengan adanya interaksi saling membalas komentar di akun Tik Tok mereka.

Selanjutnya dalam etika penggunaan hijab oleh @inisampekapan, @juyputrii21, dan @mieayamthebestt dalam membuat konten di Tik Tok yakni:

- a. Tidak boleh memakai pakaian ketat yang mengundang rangsangan. Dalam hal tersebut menurut analisis penulis bahwa @inisampekapan, dan @mieayamthebestt telah memenuhi etika berhijab tersebut, sedangkan @juyputrii21

masih belum maksimal dalam penerapannya etika berhijab hal tersebut dibuktikan dengan adanya konten Tik Tok yang tidak menggunakan hijab atau jilbab.

- b. Jangan gunakan untuk menjadi terkenal. Dilarang mengenakan pakaian yang sangat mahal dan khusus yang menyiratkan kesombongan dan kesombongan. Atau menggunakan kain gombal untuk menarik perhatian orang disebut Tawadhu. Wanita Muslim harus moderat dalam semua masalah agama mereka. Dalam hal tersebut menurut analisis penulis bahwa @inisampekan, @juyputri21, dan @mieayamthebestt telah melaksanakan hal tersebut.
- c. Jangan memakai pakaian dengan gambar binatang dan gambar salib. Saat ini banyak pakaian dengan gambar makhluk hidup, salib dan atau kata-kata cabul yang ditulis dengan berbagai pola dan desain. Dalam hal ini, menurut analisis penulis, bahwa @inisampekan, @juyputri21, dan @mieayamthebestt telah melaksanakan hal tersebut.

Sebagaimana teori pada bab sebelumnya bahwa, Menurut Muhammad Nashiruddin al-Albani, setidaknya ada beberapa kriteria berbusana yang harus diperhatikan oleh seorang muslimah dalam hal berbusana menurut syariat Islam. Beberapa kriteria tersebut adalah:⁶

1. Menutup seluruh tubuh kecuali aurat menyatakan bahwa kewajiban seorang wanita untuk menutupi semua perhiasan dan tidak memperlihatkannya kepada laki-laki yang bukan mahramnya. Kecuali sesuatu yang muncul secara tidak sengaja, tidak dosa untuk segera menutupinya.
2. Tidak berupa batu mulia, dalam hal ini Islam melarang keras tabarru, bahkan larangan perbuatan ini dibarengi dengan larangan berbuat syirik di hadapan Allah, zina, pencurian dan perbuatan terlarang lainnya. Tabarruj di sini adalah pekerjaan wanita memamerkan perhiasan dan kecantikannya, termasuk segala sesuatu yang dapat membangkitkan syahwat pria.
3. Harus tebal dan buram karena tujuan menutupi aurat hanya bisa dicapai jika hijab terbuat dari kain yang tebal. Kain tipis hanya menambah fitnah (godaan) dan keindahan bentuk tubuh wanita.

⁶ Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Jilbab Wanita Muslimah Menurut Al-Qur'an Dan Sunnah*, (Solo: At-Tibyan, 2004), 52.

4. Tidak ketat, agar tidak memperlihatkan bentuk tubuh. Jelas bahwa tujuan berpakaian adalah untuk menghilangkan fitnah wanita, dan ini hanya bisa dicapai dengan pakaian yang longgar dan longgar. Pakaian ketat tidak boleh dikenakan karena meskipun menyembunyikan warna kulit, namun tetap mencerminkan lekuk tubuh secara keseluruhan atau sebagian. Jenis kondisi yang membuat orang bernafsu.
5. Dilarang menggunakan wewangian atau wewangian, dalam hal ini yang memakai wewangian yang diperuntukkan bagi wanita boleh membangkitkan syahwat (laki-laki).
6. Tidak terlihat seperti pakaian pria. Dalam hal ini, akhlak dan perilaku perempuan mempengaruhi laki-laki yang menyerupai perempuan dalam tingkat kesamaan, hingga laki-laki yang berada di atas menjadi laki-laki yang benar-benar jahat dan menetap menjadi perempuan. Demikian pula perempuan yang berpenampilan seperti laki-laki harus mempengaruhi akhlak dan sikap laki-laki hingga akhirnya berani merias dan (perhiasan) menampilkan dirinya sebagai laki-laki.
7. Tidak mengingat pakaian wanita kafir, persyaratan ini didasarkan pada prinsip dasar Syariah yang mengatakan bahwa Muslim, pria dan wanita, tidak boleh peringat orang-orang kafir, bukan dalam ibadah, perayaan atau pakaian karakteristik mereka.
8. Bukan berupa pakaian Syuhrah (artinya), artinya baju Syuhrah adalah setiap pakaian yang dikenakan dengan maksud untuk menjadi pusat perhatian masyarakat (yang melihatnya) atau berupa pakaian mahal yang dikenakan seseorang untuk dibanggakan. Harta duniawi atau pakaian murahan sengaja digunakan untuk bertapa dan dibuat atas dasar riya'.

Berdasarkan hasil analisis penulis, maka @inisampekan, @juyputrii21, dan @mieayamthebestt telah melaksanakan etika penggunaan hijab sebagaimana teori di atas namun belum maksimal secara keseluruhan hal tersebut dibuktikan adanya konten yang tidak berhijab dilakukan oleh @juyputrii21. Memakai hijab yang kurang tebal atau kurang syar'i hal tersebut dilakukan oleh @inisampekan , @juyputrii21, dan @mieayamthebestt.

2. Proses Pembuatan Video Pada Tiktokers Perempuan Berhijab Dikalangan Milenial

Tik Tok merupakan salah satu aplikasi yang paling terpopuler dan diminati di dunia. Tik Tok memungkinkan penggunaanya membuat video berdurasi 15 detik disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Di Indonesia Pada tahun 2018 aplikasi ini dinobatkan sebagai aplikasi terbaik di *Play store* yang dimiliki oleh *Google*. Tidak hanya itu, Tik Tok juga menjadi kategori aplikasi paling menghibur. Dengan popularitas Tik Tok yang begitu besarnya, banyak sekali anak-anak muda yang tertarik untuk menggunakan aplikasi tersebut dengan cara memposting konten tertentu.

Dalam proses pembuatan konten video yang akan di unggah tentu saja ada beberapa tahapan yang harus diperhatikan. Gerald Millerson menjelaskan tahap proses produksi dimulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Hal ini umum dalam sebuah proses produksi apapun. Dalam setiap tahap produksi ada *step by step* yang harus dilakukan agar dapat menghasilkan konten yang memiliki kualitas.⁷

a. Pra Produksi

Millerson memulai tahapan pra produksi dengan *production planning meeting* (konsep program, tujuan, dan sasaran yang ingin dicapai). Tahapan pra produksi dimulai dari mengembangkan ide, menentukan target *audience*, melakukan *audience research*, melakukan *researching the idea* yang terdiri *script*, *property*, dan *the talent*, membuat *script*, membangun karakter, menentukan background pengambilan gambar, menentukan budget.

Dalam pembuatan konten biasanya para Tiktokers memulai tahap ini dengan mengangkat berbagai tema yang berasal dari beberapa sumber yaitu dari diri sendiri, permintaan penonton, dan yang sedang viral. Tema inilah yang nanti akan dikembangkan menjadi sebuah konten yang akan di upload pada akun Tik Tok mereka.

Selain menentukan ide dan tema dalam pembuatan konten, para Tiktokers kemudian akan mencari tempat atau lokasi pengambilan video yang akan digunakan, biasanya pemilihan lokasi pengambilan video yang akan dipilih adalah tempat yang memiliki latar bagus dan menarik.

⁷ Gerald Millerson, *Television Production* (London: Focal Press, 2009), 447.

b. Produksi

Proses produksi merupakan tahap inti dari sebuah proses produksi konten. Ada perbedaan antara proses produksi di televisi dan media sosial seperti Tik Tok. Produksi di televisi harus sesuai dengan standar operasional prosedur namun jika di media sosial seperti Tik Tok *content creator* bebas dalam berkreasi memproduksi konten dan lebih fleksibel. Apalagi jika Tik Tok dikelola secara mandiri oleh para pemilik akun Tik Tok.

Dalam proses produksi konten dimulai dengan setting tempat yang rapih dan tertata agar enak dipandang lalu menyesuaikan *angle* atau sudut pengambilan gambar yang diambil. Beberapa konten mengambil *angle eye level* menggunakan tripod namun ada beberapa beberapa video yang menggunakan angle rendah.

Dalam proses pengambilan video juga seringkali mengalami retake karena terjadi kendala misalnya kendala dalam gerakan sehingga harus retake. Ketika produksi berlangsung tidak sedikit konten kreator yang melakukan improvisasi atau pun guyonan agar menarik.

Produksi konten tidak akan terjadi tanpa adanya alat produksi yang digunakan. Alat produksi yang digunakan konten kreator berbeda-beda, ada yang menggunakan kamera ada juga yang menggunakan handphone sebagai alat rekam mereka. Pemilihan alat ini tentunya akan mempengaruhi terhadap kualitas video atau konten yang dihasilkan, maka dari itu alat pengambilan video dalam hal ini sangatlah penting untuk dipertimbangkan.

c. Pasca Produksi

Tahap terakhir dalam pembuatan konten adalah proses editing video atau gambar yang telah di ambil. Dalam hal ini biasanya ada berbagai penyesuaian yang dilakukan. Dalam proses editing video ini konten kreator harus memilih filter yang apa yang akan digunkan, selain itu pada proses editing ini video yang telah direkam juga akan diberi efek dan backsound sesuai gerakan atau jogetan yang dilakukan oleh konten kreator tersebut. Pemilihan filter serta backsound ini harus menarik dan sesuai dengan gerakan video yang di ambil.