

## Penggunaan Media Sosial Tiktok dalam Mempengaruhi Perilaku Sosial Ibu Rumah Tangga di Zamrud Bekasi

Ria Yunita

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa,  
Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

Corresponding Author: Ria Yunita e-mail: [ria.rta@bsi.ac.id](mailto:ria.rta@bsi.ac.id)

Published: June, 2025

---

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana TikTok, sebagai platform media sosial, memengaruhi perilaku sosial ibu rumah tangga di era digital saat ini. Sebagai salah satu media sosial terkemuka saat ini, TikTok menyediakan berbagai konten yang dapat diakses dengan mudah dan cepat. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Temuan penelitian menunjukkan bahwa variasi konten yang ditemukan di platform TikTok sangat beragam bagi ibu rumah tangga di Zamrud Bekasi seperti Hiburan, Kecantikan dan Busana, edukasi, kuliner dan Olahraga. Penawaran aplikasi TikTok disampaikan dengan cara yang menarik secara visual, menampilkan kreativitas dan inovasi, yang tidak hanya memberi ibu rumah tangga wawasan berharga tentang berbagai aspek kehidupan sehari-hari tetapi juga membawa kegembiraan karena kualitasnya yang menghibur yang selaras dengan gaya hidup mereka. Selain itu, keterlibatan dalam berbagai tantangan, konten yang menghibur meningkatkan kesenangan di waktu luang mereka namun dibatasi dengan waktu agar tidak ketergantungan dalam menggunakan Aplikasi Tiktok dan tetap mengatur durasi agar tetap bisa istirahat. Kehadiran iklan Tiktok di saluran media sosial lainnya, bersama dengan dinamika lingkungan sekitar mereka, memengaruhi ibu rumah tangga di Zamrud Bekasi untuk terlibat dengan platform Tiktok.

**Kata kunci:** Tiktok, Media Sosial, Perilaku Sosial Ibu Ibu

---

### ABSTRACT

The purpose of this study is to examine how TikTok, as a social media platform, influences the social behavior of housewives in today's digital era. As one of the leading social media today, TikTok provides a variety of content that can be accessed easily and quickly. This study uses data collection methods such as observation, interviews, and document analysis. The findings of the study indicate that the variety of content found on the TikTok platform is very diverse for housewives in Zamrud Bekasi such as Entertainment, Beauty and Fashion, education, culinary and Sports. TikTok application offerings are delivered in a visually appealing way, displaying creativity and innovation, which not only provide housewives with valuable insights into various aspects of daily life but also bring joy because of its entertaining quality that is in line with their lifestyle. In addition, involvement in various challenges, entertaining content increases the fun in their free time but is limited by time so as not to be addicted to using the TikTok Application and still regulate the duration so that they can still rest. The presence of TikTok advertisements on other social media channels, along with the dynamics of their surroundings, influences housewives in Zamrud Bekasi to engage with the TikTok platform.

**Keywords:** Tiktok, Social Media, Social Behavior of Mothers

---

### PENDAHULUAN

Era globalisasi telah menghasilkan kemajuan teknologi yang pesat, yang berujung pada munculnya berbagai platform media sosial, yang masing-masing memiliki fitur yang berbeda. Karena berbagai karakteristik media sosial ini, orang-orang tertarik untuk menyelidiki berbagai jaringan

sosial. Media sosial berfungsi melalui kerangka kerja berbasis internet, yang memungkinkan aksesibilitas daring. Kemajuan teknologi digital yang pesat telah mengubah cara individu berinteraksi dan terhubung secara sosial, terutama di kalangan kaum muda. Salah satu sarana utama yang memfasilitasi komunikasi dan interaksi ini adalah media sosial. TikTok, yang dianggap sebagai pilihan utama di antara aplikasi media sosial untuk kaum ibu rumah tangga, menawarkan berbagai konten video pendek yang menghibur dan kreatif. Lonjakan signifikan dalam popularitas TikTok telah menarik perhatian berbagai pemangku kepentingan, termasuk para peneliti, untuk menyelidiki dampaknya terhadap perilaku sosial ibu.

Kemajuan teknologi memungkinkan penyebaran informasi yang lebih luas; selain memberikan informasi, teknologi berfungsi sebagai sumber hiburan, pendidikan, dan perluasan jaringan bisnis, sehingga mengubah gaya hidup dan hubungan sosial individu dalam masyarakat. Perubahan dalam saluran pemasaran memanfaatkan teknologi dalam penyampaian (Nasrullah, 2015).

Sama seperti platform TikTok, pengguna membuat konten yang mereka bagikan melalui unggahan, yang memungkinkan pengguna aplikasi TikTok lainnya untuk terlibat dengannya. Jenis konten yang tersedia di TikTok meliputi materi yang bersifat edukatif, informatif, berbasis ulasan, dan interaktif. Dari sudut pandang studi budaya, internet berfungsi sebagai ranah tempat budaya dihasilkan, disebarluaskan, dan dialami (Koentjaraningrat, 2015).

Interaksi Antar budaya: Meningkatnya ponsel pintar telah menyebabkan munculnya berbagai platform, termasuk berbagi video dan pesan teks, yang memungkinkan komunikasi antarmanusia. Hal ini menandakan era digital yang berkembang pesat, di mana banyak individu memanfaatkan platform untuk berbagi konten video yang dapat diakses untuk ditonton oleh semua 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 saat ini sedang populer adalah aplikasi TikTok. TikTok saat ini sedang digandrungi karena memang sedang digemari oleh masyarakat, termasuk di kalangan ibu rumah tangga. Aplikasi TikTok muncul sebagai media sosial terpopuler pada kuartal pertama tahun 2018, dengan jumlah unduhan lebih dari 45,8 juta pengguna sejak diluncurkan di Tiongkok pada September 2016. TikTok termasuk salah satu aplikasi yang terbukti mampu meningkatkan keterlibatan pengguna dengan media sosial, khususnya dalam belanja daring, karena menyediakan TikTok Shop sebagai marketplace dan memudahkan penggunaan media sosial melalui internet, khususnya bagi ibu rumah tangga (Oskar, D. P., Prinoya, R. W., Novita, W., & Johan, 2022).

Bytedance adalah perusahaan Tiongkok yang menciptakan aplikasi TikTok, yang bertujuan untuk menawarkan platform bagi individu untuk berbagi ide kreatif mereka melalui konten video. Aplikasi ini memungkinkan pengguna gadget untuk dengan mudah menghasilkan video imajinatif dengan berbagai efek menarik yang mudah digunakan. TikTok menyederhanakan pembuatan video

yang selaras dengan konsep dan kreativitas penggunaanya, sekaligus berfungsi sebagai platform untuk membangun komunitas, menemukan tren baru, dan mempromosikan diri sendiri atau bisnis seseorang kepada khalayak yang lebih luas. Mirip dengan aplikasi TikTok, pengguna membuat konten yang dibagikan di platform dengan mengunggahnya, yang memungkinkan pengguna TikTok lainnya untuk terlibat dengannya. Aplikasi TikTok menampilkan materi edukasi, materi informatif, materi ulasan, dan materi interaktif. Dari sudut pandang kajian budaya, internet berfungsi sebagai ranah penciptaan, distribusi, dan konsumsi budaya. Budaya terdiri dari kerangka konsep, perilaku, dan kreasi manusia yang secara kolektif berkaitan dengan keberadaan masyarakat. Budaya terdiri dari tiga bentuk yang saling terkait: ide, aktivitas, dan artefak.

TikTok berfungsi sebagai platform media sosial yang memungkinkan individu untuk memproduksi, berbagi, dan melihat video singkat. Platform ini diluncurkan oleh ByteDance, sebuah perusahaan teknologi yang berpusat di Tiongkok, pada tahun 2016. Platform ini telah mengalami popularitas yang luar biasa di kalangan remaja dan dewasa muda di seluruh dunia. Pengguna di TikTok dapat membuat video berdurasi antara 15 hingga 60 detik, sering kali diiringi musik, menampilkan pertunjukan tari, atau menampilkan aksi komedi. Karakteristik yang membedakan TikTok adalah kemampuannya untuk menyelaraskan gerakan bibir pengguna dengan cuplikan audio atau dialog dari berbagai media, termasuk lagu dan film. Interaksi Manusia-Komputer (HCI) adalah bidang yang didedikasikan untuk menyelidiki dinamika antara orang dan komputer dalam kaitannya dengan pembuatan antarmuka pengguna. Tujuan utama HCI berkisar pada perancangan antarmuka yang ramah pengguna, efektif, dan efisien, yang memungkinkan individu untuk terlibat dengan sistem komputer dengan mudah dan menyenangkan (T. K. Ahsyar and D. Afani & Inf., n.d.).

Sistem teknologi yang berkembang saat ini misalnya, memberikan dampak yang sangat terasa dalam kehidupan sehari-hari seperti teknologi informasi, yang terwujud melalui tindakan dan interaksi di internet melalui media sosial, dan dalam bentuk perangkat seperti telepon genggam, tablet, komputer, dan laptop. Aplikasi TikTok termasuk dalam platform media sosial yang cukup dikenal saat ini, yang memiliki basis pengguna yang sangat luas. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat, termasuk ibu rumah tangga di Zamrud Bekasi, telah memanfaatkan aplikasi ini.

TikTok menawarkan konten dan fungsi yang lebih aplikatif dibandingkan aplikasi media lainnya, sehingga menarik bagi ibu rumah tangga yang memiliki waktu terbatas untuk mengumpulkan informasi sambil mengelola pekerjaan rumah tangga. Ibu rumah tangga memiliki kebutuhan informasi yang bervariasi sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka melalui fungsi pencarian aplikasi TikTok di tengah jadwal mereka yang padat. Menurut data yang dihimpun dari kuesioner Amelia dan lainnya dalam penelitian sebelumnya, hal tersebut menunjukkan bahwa ibu rumah tangga memegang posisi terdepan dalam pemanfaatan platform digital di Indonesia, yaitu sebesar 26,9% (Amelia, R., Negara, R. A., Minarto, B., Manurung, T. M., & Akbar, 2022).

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.

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa beberapa ibu rumah tangga pengguna internet di Indonesia, khususnya ibu rumah tangga di Zamrud Bekasi menunjukkan minat untuk memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai media interaksi dan hiburan daring, seiring dengan semakin populernya media sosial. Hal ini merupakan hal yang unik di kalangan ibu rumah tangga, sehingga tidak mengherankan jika sebagian ibu rumah tangga memanfaatkan aplikasi TikTok.

Dalam penelitian ini, penulis bertujuan untuk mengkaji pemanfaatan aplikasi TikTok oleh ibu rumah tangga di wilayah Zamrud Bekasi, dengan fokus untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang minat mereka terhadap berbagai jenis konten yang tersedia di TikTok. Penelitian ini juga mengungkap motivasi yang mendorong ibu rumah tangga untuk memanfaatkan aplikasi TikTok dengan waktu yang baik agar tidak ketergantungan. Selanjutnya, memahami keuntungan yang diperoleh ibu rumah tangga di Zamrud Bekasi dari pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai sumber informasi dan memahami bagaimana aplikasi TikTok memenuhi kebutuhan dan kepuasan penggunaannya serta dapat mengubah perilaku sosial bagi penggunaannya.

## KAJIAN PUSTAKA

Dengan banyaknya ibu-ibu yang menggunakan platform TikTok, kehebohan seputar TikTok pun meningkat pesat, karena biasanya aplikasi ini digunakan terutama oleh anak-anak, remaja, dan orang dewasa. Namun, kini ibu-ibu juga ikut berpartisipasi aktif di TikTok. Hal ini menggambarkan bentuk seni pertunjukan di mana orang-orang memerankan berbagai peran saat membuat konten TikTok, yang menyoroti kontras signifikan antara realitas dan ranah media sosial.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan Teori Fenomenologi Alfred Schutz Supraja (2015), teori fenomenologi dari Alfred Schutz memusatkan perhatian pada tindakan sosial dengan melibatkan konsep *because motive* (motif sebab) dan *in order to motive* (motif tujuan). Schutz melihat tindakan aktor yang membentuk makna subjektif bukan berada pada dunia personal, melainkan terbentuk dalam dunia sosial yang menghasilkan kesamaan dan kebersamaan di antara aktor. Tindakan sosial kemudian didefinisikan sebagai tindakan yang berorientasi ke arah tindakan aktor lain pada masa lalu, sekarang dan masa depan.

Schutz (1967) motif sebab, penjelasan sebab terjadinya tindakan pada aktor yang dipersoalkan. Persoalan sebab pada tindakan aktor dilatarbelakangi oleh peristiwa masa lalu atau berdasarkan pada pengalaman aktor itu sendiri. Menurut M Zaner (1961) bahwa pengalaman

masa lalu yang dimiliki aktor dari pandangan Schutz adalah dikenakan secara sosial. Sifat kehidupan sehari-hari yang diikuti oleh aktor bisa memberikan pengalaman, pada gilirannya, pengalaman itu sendiri menjadi sumber pengetahuan di tangan aktor. Schutz membedakan pembentukan pengalaman masa lalu menjadi dua bagian menurut sifat kehidupan sehari-hari, yaitu *we-relationship* (hubungan kita) dan *they-relationship* (hubungan mereka) (Goodman, 2008).

Hubungan kita diasosiasikan dengan pengalaman masa lalu yang dialami oleh aktor secara langsung dalam situasi tatap muka (*face to face*). Pada mode hubungan kita ini mengandaikan bahwa keberadaan dan pikiran aktor-aktor satu sama lain saling menyadari sebagai konsekuensi wajar dari kedekatan spasial-temporal. Aktor-aktor yang terlibat dalam situasi tatap muka dimungkinkan bisa mengorientasikan pandangannya ke arah satu sama lainnya, guna memperoleh pemahaman terhadap makna subjektif dari tindakan masing-masing aktor. Pada titik ini, pandangan ke aktor lain menjadi sisi motif resiprokal antar aktor yang berada dalam mode hubungan kita (Schutz, 1967).

Lebih lanjut, hubungan mereka mengandaikan ketiadaan aktor lain. Pasokan pengetahuan yang diperoleh aktor didasarkan pada pengalaman secara tidak langsung dari mode hubungan mereka adalah mediasi dan deskriptif. Mediasi dipahami sebagai pengalaman aktor secara tidak langsung akan tetapi mendapat keabsahannya dari pengetahuan aktor lain yang mengalami secara langsung. Sementara, pada bagian mendasar deskriptif adalah pengalaman yang dimunculkan dari referensi diri aktor dalam memperoleh pengetahuan. Motif tujuan, aktor dalam bertindak memiliki harapan yang terproyeksikan. Tentu saja harapan ini melibatkan maksud, rencana, antisipasi, dan prediksi. Oleh karena itu, keberadaan harapan di dalam setiap tindakan aktor terkait dengan ambisi keinginan untuk menjadikan nyata (Schutz, 1967).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini berlokasi di Zamrud Bekasi, Lokasi penelitian dipilih untuk memperoleh data dan menunjang informasi mengenai ibu rumah tangga pengguna aplikasi TikTok. Penentuan lokasi di Zamrud Bekasi ini berdasarkan beberapa alasan yang menjadi pertimbangan, yakni Zamrud Bekasi memiliki populasi ibu rumah tangga yang cukup besar, 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). Informan dalam penelitian ini

yaitu 5 Ibu RumahTangga yang akan menjadi subjek penelitian penulis adalah ibu - ibu dengan usia 27-40 tahun yang memiliki aplikasi TikTok di android ataupun smartphne mereka.

Penentuan informan menggunakan teknik snowball yaitu penentuan informan secara berantai dari informan sebelumnya ke informan berikutnya untuk mendapatkan data yang cukup. Jenis data yang digunakan berupa data kualitatif untuk memahami gejala sosial di masyarakat Khususnya pemanfaatan aplikasi TikTok oleh ibu rumah tangga berdasarkan penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Penelitian ini meliputi pengkajian jenis konten yang dibuat dan dikonsumsi oleh ibu rumah tangga di Zamrud Bekasi, interaksi mereka dengan pengikut, dan pola penggunaan aplikasi TikTok sehari-hari. Analisis data dilakukan secara kualitatif dalam empat tahap: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan perumusan kesimpulan (Mahmud, 2021).

Metode Penelitian yang digunakan dalam adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi mempelajari struktur pengalaman dan kesadaran. Secara harafiah, fenomenologi adalah studi yang mempelajari fenomena, seperti penampakan, segala hal yang muncul dalam pengalaman kita, cara kita mengalami sesuatu, dan makna yang kita miliki dalam pengalaman kita. Fokus perhatian fenomenologi tidak sekedar fenomena, akan tetapi pengalaman sadar dari sudut pandang orang pertama atau yang mengalaminya secara langsung (Kuswarno, 2009).

Fenomenologi berusaha untuk mengungkap dan mempelajari serta memahami suatu fenomena beserta koneksinya yang khas dan unik yang dialami oleh individu hingga tataran “keyakinan” individu yang bersangkutan. Dengan demikian mempelajari dan memahaminya haruslah berdasarkan sudut pandang, paradigma dan keyakinan langsung dari individu yang bersangkutan sebagai subjek yang mengalami langsung (first-hand experiences). Dengan kata lain, penulisan fenomenologi berusaha untuk mencari arti secara psikologis dari suatu pengalaman individu terhadap suatu fenomena melalui penulisan yang mendalam (Herdiansyah, 2012).

Lokasi penelitian ini dipilih untuk mengumpulkan data dan memberikan wawasan mengenai ibu rumah tangga yang menggunakan aplikasi TikTok. Pemilihan Bekasi Kota, khususnya di wilayah Zamrud dengan waktu penelitian 3bulan yaitu dari 02 Januari – 02 April 2025, didasarkan pada berbagai faktor. Salah satu alasan yang signifikan adalah Bekasi Kota memiliki populasi ibu rumah tangga yang cukup besar. Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bekasi (2022), Informasi mengenai jumlah ibu rumah tangga di Kota Bekasi dapat diperoleh dari berbagai sumber, termasuk dari DPMPSTP Kota Bekasi yang menyediakan statistik demografi untuk wilayah tersebut. Berdasarkan Sensus Penduduk 2020, Kota Bekasi memiliki jumlah penduduk sebesar 2,54 juta jiwa, yang terdiri

dari 1,28 juta jiwa laki-laki dan 1,26 juta jiwa perempuan. Untuk mendapatkan angka yang lebih akurat mengenai jumlah ibu rumah tangga, mungkin diperlukan sumber lain, seperti Badan Pusat Statistik atau studi penelitian komprehensif yang berfokus pada susunan demografi Kota Bekasi (Bekasi, 2020).

Dalam konteks kehidupan sehari-hari subjek yang diteliti. Dalam psikologi, model fenomenologi lebih ditujukan untuk mendapatkan kejelasan suatu fenomena yang terjadi dalam situasi natural yang dialami oleh individu setiap harinya, Fokus model pendekatan fenomenologi adalah pengalaman yang dialami oleh individu. Bagaimana individu memaknai pengalamannya tersebut berkaitan dengan fenomena tertentu yang sangat berarti bagi individu yang bersangkutan. Pengalaman yang dibahas disini bukan sekedar pengalaman biasa, melainkan pengalaman yang berkaitan dengan struktur dan tingkat kesadaran individu secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena model pendekatan fenomenologi memfokuskan pada pengalaman pribadi individu, subjek penulisannya adalah orang yang mengalami langsung kejadian atau fenomena yang terjadi, bukan individu yang hanya mengetahui suatu fenomena secara tidak langsung atau melalui media tertentu (Almanshur Fauzan, n.d.).

## **PEMBAHASAN**

Aplikasi TikTok, sebagai salah satu platform media sosial paling populer, menawarkan kepada para penggunanya ruang untuk membuat konten guna mengekspresikan diri. Aplikasi TikTok menawarkan berbagai fitur yang menarik dan mudah digunakan. Kesederhanaan platform ini memungkinkan siapa saja, bahkan ibu rumah tangga, untuk membuat video yang menarik. Awalnya, video TikTok berdurasi 15 hingga 30 detik. Kini durasinya telah ditingkatkan menjadi 10 menit, sehingga lebih banyak ruang untuk materi yang informatif. Karakteristik yang menarik dan kemudahan penggunaan menghasilkan jumlah pengguna TikTok yang besar.

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 Bekasi. 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.

Peristiwa ini juga menggambarkan pesatnya asimilasi teknologi di berbagai lapisan masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan ibu rumah tangga di Kota Bekasi. TikTok muncul sebagai salah satu platform hiburan terdepan di dunia dalam ranah media sosial, yang menawarkan berbagai konten menarik. Melalui format video yang singkat dan menghibur, TikTok berhasil menarik minat beragam audiens, termasuk ibu rumah tangga, bahkan tokoh terkenal. Konten yang

ditampilkan di TikTok sangat beragam, meliputi Hiburan, Kecantikan dan Busana, edukasi, kuliner dan Olahraga. Berbagai konten inilah yang menjadikan TikTok sebagai pusat hiburan yang menarik bagi pengguna. Konten yang menarik, inovatif, dan menyenangkan secara efektif menarik minat pengguna dan mendorong mereka untuk tetap menggunakan platform dengan senang hati. Selain itu, elemen interaktif seperti tantangan meningkatkan pengalaman pengguna di TikTok, membuatnya semakin menarik. Peserta dapat mengikuti tantangan ini, membuat konten mereka sendiri, atau sekadar menikmati konten inovatif.

TikTok memungkinkan kreator konten untuk menunjukkan kreativitas mereka dan mengekspresikan diri secara terbuka. Dengan menawarkan berbagai alat penyuntingan sederhana, kreator dapat dengan mudah menghasilkan konten yang orisinal dan memikat. Hal ini mendorong munculnya berbagai tren baru dan membangun komunitas yang kuat di platform TikTok. Ibu rumah tangga di Zamrud Bekasi memanfaatkan TikTok sebagai sumber informasi karena kemampuannya menyampaikan konten dengan cepat dan menghibur. Konten video pendek yang mudah diakses memungkinkan mereka menerima informasi dengan cara yang lebih menarik daripada media konvensional. Misalnya, banyak video yang menawarkan saran tentang memasak, perawatan anak, atau pengelolaan rumah menjadi sumber informasi praktis yang berharga bagi pengguna.

Selain itu, TikTok memungkinkan pengguna untuk mengikuti kreator konten favorit mereka, memastikan bahwa informasi yang mereka terima sesuai dengan minat mereka. Salah satu alasan TikTok sangat populer adalah fungsi algoritma cerdas yang menyampaikan konten yang relevan kepada pengguna. Algoritma ini beroperasi pada keterlibatan pengguna, yang menunjukkan bahwa semakin banyak pengguna melihat konten tertentu, semakin sering konten serupa akan muncul di beranda mereka. Hal ini meningkatkan pengalaman pengguna dengan membuatnya lebih disesuaikan dengan preferensi masing-masing individu.

Meskipun demikian, di balik manfaat ini ada potensi bahaya, terutama saat materi komersial mulai bercampur dengan konten informatif, yang mengarah pada bias informasi. Hal ini sejalan dengan temuan penulis yang tercermin dalam pernyataan di bawah ini: "Saya dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai produk untuk kebutuhan anak-anak dan belanja daring, dan juga ada lebih banyak diskon yang tersedia." (wawancara dengan ibu D pada tanggal 24 Februari 2025). Dengan meluasnya fungsi e-commerce di TikTok, seperti TikTok Shop, banyak kreator memanfaatkan platform tersebut untuk memamerkan produk mereka. Bagi ibu rumah tangga, fungsi ini memungkinkan pembelian langsung barang-barang yang dipamerkan dalam video, sehingga tidak perlu lagi berpindah aplikasi.

Mereka dapat melihat barang-barang yang disarankan oleh kreator dan membelinya secara langsung, yang tentunya mempermudah pengalaman berbelanja. Namun, di sisi lain, penambahan fitur e-commerce ini menimbulkan berbagai masalah, khususnya terkait transparansi antara materi

edukasi dan materi promosi. Tantangan yang muncul dengan e-commerce di TikTok adalah kesulitan membedakan antara konten informatif dan iklan terselubung. Kreator sering kali menggabungkan iklan produk dengan konten informatif, sehingga menyulitkan pengguna untuk membedakan antara informasi asli dan konten yang didorong oleh motif komersial.

Selain itu, algoritma TikTok yang menekankan konten berdasarkan keterlibatan pengguna juga menimbulkan risiko meningkatnya bias informasi. Materi yang menampilkan promosi atau iklan produk mungkin muncul lebih sering karena dianggap relevan dengan minat pengguna. Akibatnya, ibu rumah tangga yang memanfaatkan TikTok untuk mendapatkan informasi mungkin secara tidak sengaja menemukan lebih banyak materi promosi daripada konten informatif yang tidak bias. Hal ini dapat mengganggu tujuan utama mereka dalam memanfaatkan aplikasi untuk mengumpulkan informasi yang berharga. Dampak dari konten yang tidak jelas dan bias informasi ini dapat memengaruhi pilihan konsumen, terutama di kalangan ibu rumah tangga. Ketika materi promosi yang disembunyikan ditawarkan bersamaan dengan konten edukasi, pengguna mungkin termotivasi untuk membeli barang tanpa menyadari bahwa informasi tersebut benar-benar merupakan bagian dari rencana pemasaran. Hal ini dapat membingungkan pengguna sehingga memilih produk atau layanan yang mereka anggap informatif, padahal sebenarnya ada motif komersial yang terlibat.

Akibatnya, peralihan TikTok dari platform informasi ke platform e-commerce menghadirkan dinamika baru bagi para penggunanya, khususnya ibu rumah tangga. Di satu sisi, TikTok memberikan kemudahan dengan menggabungkan hiburan dengan informasi dalam satu platform, sedangkan di sisi lain, aspek e-commerce meningkatkan aspek komersial platform ini. Bagi ibu rumah tangga yang memanfaatkan TikTok untuk mendapatkan informasi, penting bagi mereka untuk lebih cermat dalam mengevaluasi dan memilih konten yang mereka temui, khususnya yang berkaitan dengan iklan produk.

### **Ragam Konten Aplikasi Tiktok Sebagai Media Informasi Bagi Ibu Rumah Tangga di Kota Bekasi**

Aplikasi TikTok memungkinkan pengguna untuk terlibat, berkontribusi, dan menghasilkan konten. Aplikasi ini menghasilkan berbagai konsep konten yang menarik dan unik. Media sosial memungkinkan setiap orang untuk terhubung satu sama lain dan bertukar informasi dan pengetahuan mengenai tujuan dan tindakan yang sama dalam kehidupan sehari-hari, baik di rumah maupun di dalam masyarakat (Qiang & Jung, 219 C.E.). Berbagai jenis dan ragam konten video dapat ditemukan di Tiktok, mulai dari Hiburan, Kecantikan dan Busana, edukasi, kuliner dan Olahraga 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 Zamrud Bekasi

antara lain:

### 1. Hiburan

Segmen ini mencakup tari, humor, dan pertunjukan musik. Di sini, aplikasi TikTok berfungsi sebagai platform serbaguna yang tidak hanya menampilkan konten untuk ditonton, tetapi juga mendorong pengguna, termasuk artis, untuk mengekspresikan kreativitas mereka dengan membagikan video diri mereka saat bernyanyi atau menari. Berdasarkan percakapan dengan ibu rumah tangga tentang konten yang mereka sukai, tanggapannya adalah sebagai berikut: "Saya menikmati konten yang terkait dengan musik, seperti lagu, atau saya menghargai orang yang meng-cover lagu orang lain; menurut saya itu menyenangkan." (*wawancara dengan Ibu R pada tanggal 1 Mei 2025*) Berdasarkan wawancara tersebut, banyak ibu rumah tangga yang senang terlibat dengan materi hiburan, khususnya musik, termasuk lagu dan cover yang dibuat oleh pengguna lain. Aplikasi TikTok menawarkan komponen musik yang memungkinkan pengguna untuk memasukkan berbagai lagu ke dalam konten mereka. Pilihan musik yang tersedia di TikTok bervariasi, meliputi berbagai genre serta remix dan kreasi yang dibuat pengguna

### 2. Kecantikan dan Busana

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 hastag 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 H pada tanggal 2 Mei 2025*) 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 S " (*wawancara dengan Ibu S pada tanggal 15 Mei 2025*) "terkait konten yang disukai sebagai berikut: "Saya paling sering itu menonton atau melihat konten yang mendidik dan bermanfaat, apapun itu yang penting positif 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.”(*wawancara dengan Ibu D pada tanggal 20 Mei 2025*)”Konten seperti ini sangat banyak tersedia di TikTok.”banyak juga konten memasak yang mengubungkan makanan dengan kesehatan, seperti resep sehat, diet tertentu, dan informasi tentang nutrisi, yang membantu orang membuat pilihan makanan yang lebih baik untuk kesehatan.

#### 5. Olahraga

Konten olah raga termasuk konten yang di ikuti iu ibu untuk mengetahui tips kebugaran, Ada banyak manfaat materi olahraga untuk peningkatan gaya hidup, kesehatan mental dan fisik, serta pemasaran dan komunikasi merek. Konten yang berhubungan dengan olahraga dapat memupuk komunitas, mempromosikan latihan fisik, dan meningkatkan kesadaran akan kesehatan. agar motivasi kuat dalam melakukan olahraga lari, adalah menjadikannya sebagai sebuah kebutuhan. .”(wawancara dengan Ibu A pada tanggal 20 Mei 2025)”

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi TikTok sebagai Media Informasi bagi Ibu Rumah Tangga di Zmrud Bekasi**

Karakteristik khas TikTok yang membedakannya dengan platform media sosial lainnya membuatnya berhasil menarik pengguna di Indonesia. TikTok memberi kesempatan kepada masyarakat untuk menjadi kreator aktif sekaligus pengamat pasif. Beragam fitur penyuntingan video dasar dan canggih memudahkan pengguna untuk menghasilkan materi orisinal. Oleh karena itu, TikTok menjadi platform yang mudah diakses oleh semua kalangan, bahkan ibu rumah tangga di Zamrud Bekasi.

Dan berikut ini adalah beberapa alasan mengapa banyak ibu rumah tangga di Zamrud Bekasi menggunakan TikTok sebagai media informasi sebagai berikut :

#### 1. Terpengaruh Konten

Iklan yang efektif harus bermakna, dapat dipercaya, dan memiliki daya Tarik yang berbeda dari iklan lainnya ,Dampak konten pada aplikasi TikTok memegang peranan penting dalam pilihan

yang dibuat oleh ibu rumah tangga di zamrud bekasi dalam menggunakan platform tersebut. Beragamnya jenis konten yang tersedia, termasuk topik edukatif, menghibur, dan kehidupan sehari-hari, menjadi daya tarik utama bagi pengguna. Dengan terlibat dalam konten ini, ibu rumah tangga memiliki kesempatan untuk terus belajar dan meningkatkan keterampilan mereka di berbagai bidang kehidupan. Ibu R. "(wawancara Tanggal 1 Mei 2025)" mengungkapkan gagasan ini dengan jelas ketika ia berkata, "Saya senang melihat orang memasak dengan cara itu; itu tidak hanya memotivasi saya, tetapi saya juga merujuknya ketika saya tidak yakin tentang apa yang harus disiapkan, karena TikTok menyediakan banyak ide.

Hal ini menunjukkan bahwa TikTok menarik minat pengguna tidak hanya dengan menawarkan hiburan, tetapi juga melalui manfaat tambahan yang diberikan kontennya. Selama waktu senggang, sebagian besar ibu rumah tangga memilih untuk menggunakan aplikasi TikTok sebagai cara untuk melepas lelah dan menemukan pengetahuan baru. Tidak mengherankan bahwa TikTok telah mendapatkan popularitas yang signifikan di kalangan ibu rumah tangga dan sekarang terintegrasi dengan rutinitas sehari-hari mereka. Di tengah kesibukan pekerjaan rumah tangga, ibu rumah tangga dapat beralih ke TikTok untuk beristirahat sejenak. Konten yang membangkitkan semangat, lucu, atau menenangkan dapat meredakan stres dan menawarkan hiburan yang tersedia tanpa perlu keluar rumah. "(wawancara bersama Ibu H, Tanggal 2 Mei 2025)"

## 2. Terpengaruh Iklan Iklan

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 (Sulistia 2025). Hal ini menunjukkan bahwa TikTok menarik minat pengguna tidak hanya dengan menyediakan hiburan, tetapi juga melalui berbagai keuntungan tambahan yang ditawarkannya. Di waktu senggang, banyak ibu rumah tangga memilih untuk menggunakan aplikasi TikTok untuk bersantai dan mempelajari sesuatu yang baru. Tidak mengherankan bahwa TikTok menjadi sangat populer di kalangan ibu rumah tangga dan kini menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. Mengatakan Di tengah berbagai tugas rumah tangga, ibu rumah tangga dapat menggunakan TikTok sebagai pelarian singkat. Konten yang positif, lucu, atau menenangkan dapat mengurangi stres dan memberikan kegembiraan instan tanpa perlu keluar rumah. (wawancara dengan ibu S pada tanggal 15 Mei 2025) Hal ini menunjukkan yang jelas mempengaruhi pengenalan dan penggunaan TikTok bagi informan, yakni iklan dan notifikasi perangkat.

## 3. Terpengaruh Lingkungan

Persahabatan dan Keluarga Aspek sosial dari persahabatan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keterlibatan dengan TikTok. Banyak ibu di zamrud bekasi yang mengaku terpengaruh secara langsung oleh saran dari teman, keluarga, atau tetangga mereka. Hal ini

menunjukkan bahwa interaksi personal dapat membentuk pilihan yang dibuat individu terkait dengan penggunaan teknologi baru. *Seperti yang diungkapkan dalam wawancara berikut: "Awalnya, saya sering mengamati teman-teman saya menggunakan aplikasi TikTok dan membuat video. Setelah melihat mereka sering menggunakannya, saya memutuskan untuk ikut serta dan mengunduhnya juga karena menurut saya sangat menarik apalagi dengan musik yang viral dan membuat saya sebagai ibu rumah tangga menjadi tambah kreatif."*(wawancara dengan Ibu D pada tanggal 20 Mei 2025)" Melihat teman-temannya sering bermain TikTok, ia jadi tertarik dan termotivasi untuk mencoba sendiri aplikasi itu.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uraian dan penjelasan dalam penelitian ini, terdapat beberapa kesimpulan mengenai hasil penelitian Penggunaan Media Sosial Tiktok dalam Mempengaruhi Perilaku Sosial Ibu Rumah Tangga di Zamrud Bekasi antara lain, sebagai berikut:

1. Pada awalnya, platform TikTok menawarkan berbagai informasi berharga bagi ibu rumah tangga yang berdomisili di Zamrud Bekasi. Konten yang paling sering diakses adalah konten yang bersifat edukatif, di aplikasi TikTok yang diminati oleh ibu rumah tangga di Zamrud Bekasi, khususnya Konten Hiburan, Kecantikan Busana, Edukasi, Kuliner dan, Olahraga. Informasi yang dibagikan di TikTok biasanya disampaikan dengan cara yang menarik dan lugas, sehingga bermanfaat yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Ibu rumah tangga yang tinggal di Zamrud Bekasi memilih TikTok sebagai sumber informasi pilihan mereka karena beberapa alasan utama. Salah satu alasan utamanya adalah dampak Terpengaruh Konten,Iklan dan lingkungan. Platform ini menyediakan akses cepat, pengiriman konten yang cepat, dan banyak materi yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka, menjadikannya sebagai sumber informasi utama

Melalui hasil wawancara dan observasi, penulis mengumpulkan informasi yang mengungkap bahwa, para ibu lebih sering memanfaatkan waktu luang mereka untuk bermain aplikasi TikTok daripada melakukan aktivitas lain. Selain itu, TikTok memiliki kemampuan untuk meningkatkan suasana hati seseorang karena video-video di halaman utamanya cukup orisinal dan sering kali mengundang tawa. Ada banyak aktivitas bermanfaat yang dapat dilakukan di platform ini. Aplikasi Tiktok telah mendapatkan popularitas yang luas di antara berbagai demografi untuk semua penggunanya,Interaksi dan kumpul-kumpul sosial yang lebih sedikit jarang terjadi di kalangan ibu-ibu, terutama karena pengaruh aplikasi TikTok yang menganjurkan untuk tetap di dalam rumah maka saran yang dapat diberikan yaitu:

Pertama :ibu rumah tangga di Zamrud Bekasi disarankan untuk mengatur waktu secara efektif saat menggunakan TikTok. Hal ini penting dilakukan agar tidak mengganggu aktivitas sehari-hari atau menimbulkan ketergantungan.

Kedua : Ibu -Ibu harus menyadari bahwa kurang istirahat akan mempengaruhi dan berdampak pada kesehatan mereka. Setelah melakukan penelitian tentang perubahan perilaku sosial

Ketiga: dengan mengikuti zaman, Ibu-Ibu menjadi lebih eksis mengikuti zaman semenjak menggunakan media mengenal sosial dan dan melakukan apa saja agar mempertahankan eksistensi didalamnya,akan tetapi harus mengetahui batasan nya agar terhindar dari hal yang tidak di inginkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almanshur Fauzan, G. D. (n.d.). Metodologi Penelitian Kualitatif (Vol. 2012).
- Amelia, R., Negara, R. A., Minarto, B., Manurung, T. M., & Akbar, M. (2022). Status Literasi Digital di Indonesia . Koinfo dan Katadata Insight Center.
- Bekasi, D. K. (2020). Data Statistik Ibu Rumah Tangga Di Bekasi Kota. <https://bekasikota.bps.go.id/id/publication/2025/02/28/14715e4465a7e2c435475d2f/kota-bekasi-dalam-angka-2025.html>
- Goodman, G. R. dan D. J. (2008). Teori Sosiologi Moderen. (K. P. M. Group, Ed.).
- Herdiansyah, Haris. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial.
- Kaharuddin, K , 9(1), 1–8. (2021). Ciri dan Karakter sebagai Metodologi. Equilibrium:Kualitatif: Jurnal Pendidikan.
- Koentjaraningrat. (2015). Pengantar Ilmu Antropologi. Rineka Cipta. Mahmud.
- Kuswarno, Engkus. (2009). Metedologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi; Konsepsi, Pedoman, Dan Contoh Penelitian.
- Mahmud. (2021). Metode Penelitian Pendidikan. Pustaka Setia.
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Simbiosis Rekatama Media.
- 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.
- Schutz, A. (John W. dkk). (1967). The Phenomenology of the Social World.Illinois: Northon University Press.
- Susilowati. (2018). No TitlePemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Personal Branding di Instagram. Jurnal Komunikasi (Studi Deskriptif Kualitatif).
- T. K. Ahsyar and D. Afani, “Evaluasi Usability, & Inf., Manaj. Sist. (n.d.). Metode, Website Berita Online Menggunakan Heuristic Evaluation, J. Ilm. Rekayasa dan. Vol. 5, No. 1, p. 34, 2019, Doi: 10.24014/Rmsi.V5i1.7373.