

KONSTRUKSI MAKNA FITUR TIKTOK REPOST SEBAGAI MEDIA EKSPRESI DIRI PADA GENERASI Z

Sabrina Rahma Utami¹, Aldine Ginandra Fahira², Rajab Ritonga³, Amri Dunan⁴

^{1, 2, 3, 4}Universitas Gunadarma, Jl. Margonda Raya Depok, Jawa Barat, Indonesia

Email: sabrinarahmautami@gmail.com

Article History

Received: 03-07-2026

Revision: 23-07-2026

Accepted: 27-07-2026

Published: 30-07-2026

Abstract. This study aims to analyze the construction of meaning of the TikTok Repost feature as a medium for self-expression and understand its role in shaping Generation Z's communication practices and digital identity. This study uses a qualitative approach with a constructivist paradigm. Research data were obtained through observation, in-depth interviews, and documentation of six Generation Z informants who actively use the TikTok Repost feature and five validators. Data analysis was carried out through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions to find patterns of meaning from the informants' experiences. The results show that the TikTok Repost feature is interpreted as a symbolic communication space that allows Generation Z to express feelings, show personal preferences, and build a digital self-representation. Through the selection and re-dissemination of content, users not only share information but also construct identities based on personal values, interests, and experiences. Furthermore, the Repost feature acts as a safe space for indirect self-disclosure and builds interactions with audiences through digital responses such as likes, messages, and reposts. These findings indicate that TikTok Repost is not just a content-sharing feature, but a digital communication practice that allows Generation Z to manage, display, and negotiate their identities in the social media environment.

Keywords: Tiktok Repost; Meaning Construction; Self-Expression; Generation Z; Symbolic Interactionism.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi makna fitur TikTok Repost sebagai media ekspresi diri serta memahami perannya dalam membentuk praktik komunikasi dan identitas digital Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap enam informan Generasi Z pengguna aktif fitur TikTok Repost serta lima validator. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk menemukan pola makna dari pengalaman informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur TikTok Repost dimaknai sebagai ruang komunikasi simbolik yang memungkinkan Generasi Z mengekspresikan perasaan, menunjukkan preferensi pribadi, dan membangun representasi diri secara digital. Melalui pemilihan dan penyebaran ulang konten, pengguna tidak hanya membagikan informasi, tetapi juga mengonstruksi identitas berdasarkan nilai, minat, dan pengalaman personal. Selain itu, fitur Repost berperan sebagai ruang aman untuk melakukan self-disclosure secara tidak langsung serta membangun interaksi dengan audiens melalui respons digital seperti like, pesan, dan repost ulang. Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok Repost bukan sekadar fitur berbagi konten, melainkan praktik komunikasi digital yang memungkinkan Generasi Z mengelola, menampilkan, dan menegosiasikan identitas dirinya dalam lingkungan media sosial.

Kata Kunci: Tiktok Repost; Konstruksi Makna; Ekspresi Diri; Generasi Z; Interaksionisme Simbolik.

How to Cite: Utami, S. R., Fahira, A. G., Ritonga, R., & Dunan, A. (2026). Konstruksi Makna Fitur Tiktok Repost Sebagai Media Ekspresi Diri pada Generasi Z. *HORIZON: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 4 (4), 5228-5252. <http://doi.org/10.54373/hijm.v4i4.7071>

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah mengubah cara individu berkomunikasi, menampilkan diri, dan membangun makna atas pengalaman sosialnya. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang sosial tempat individu memproduksi simbol, mengelola identitas, dan menampilkan bagian tertentu dari dirinya kepada orang lain. Dalam ruang digital, ekspresi diri tidak selalu hadir melalui pernyataan verbal yang eksplisit. Aktivitas seperti menyukai, membagikan, atau mengunggah ulang konten dapat menjadi bentuk komunikasi simbolik yang memuat makna tertentu. Hal ini sejalan dengan pandangan Hollenbaugh (2021) yang menjelaskan bahwa media sosial menyediakan peluang luas bagi individu untuk melakukan presentasi diri secara strategis, meskipun praktik tersebut menjadi kompleks karena adanya perbedaan karakteristik audiens dan konteks sosial pada setiap platform.

Dalam kajian komunikasi, makna tidak hadir sebagai sesuatu yang tetap, melainkan dibentuk melalui proses interaksi dan interpretasi sosial. Berger dan Luckmann (1966) menjelaskan bahwa realitas sosial merupakan hasil konstruksi manusia yang terbentuk melalui pengetahuan, nilai, kebiasaan, dan interaksi dalam kehidupan masyarakat. Sejalan dengan itu, Blumer (1986) melalui perspektif interaksionisme simbolik menegaskan bahwa manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang dimiliki sesuatu tersebut bagi dirinya, sedangkan makna tersebut terbentuk melalui proses interaksi sosial. Dengan demikian, aktivitas sederhana dalam media sosial, termasuk membagikan ulang konten, tidak dapat dipahami hanya sebagai tindakan teknis, tetapi juga sebagai proses pemilihan, penafsiran, dan pemberian makna yang berkaitan dengan identitas pengguna.

TikTok menjadi salah satu platform yang memiliki posisi penting dalam kehidupan komunikasi digital masyarakat, terutama generasi muda. DataReportal mencatat bahwa pada awal 2024 TikTok memiliki sekitar 126,8 juta pengguna berusia 18 tahun ke atas di Indonesia berdasarkan data jangkauan iklan ByteDance (Kemp, 2024). Besarnya jumlah pengguna tersebut menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga menjadi bagian dari praktik komunikasi sehari-hari. Karakter TikTok yang berbasis video pendek, visual, musik, tren, dan rekomendasi algoritmik memungkinkan pengguna menemukan, menafsirkan, serta membagikan konten yang dianggap sesuai dengan pengalaman dan preferensi dirinya (Kemp, 2024).

Dalam praktiknya, ekspresi diri di TikTok tidak selalu dilakukan melalui produksi konten secara langsung. Pengguna juga dapat membangun representasi dirinya melalui tindakan memilih dan membagikan ulang konten yang dibuat oleh pengguna lain. Salah satu fitur yang

memungkinkan praktik tersebut adalah TikTok Repost. Secara teknis, fitur ini memungkinkan pengguna membagikan ulang video agar dapat muncul pada jaringan sosialnya. Namun, secara komunikatif, repost memiliki makna yang lebih kompleks karena dapat menjadi sarana untuk menyampaikan perasaan, pandangan, minat, pengalaman, maupun nilai tertentu tanpa harus mengungkapkannya secara langsung. Melalui repost, pengguna melakukan proses kurasi terhadap konten yang dianggap merepresentasikan dirinya, sehingga tindakan tersebut dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi simbolik.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas hubungan media sosial dengan ekspresi diri, presentasi diri, dan pembentukan identitas digital. Hollenbaugh (2021) menjelaskan bahwa pengguna media sosial melakukan presentasi diri melalui berbagai aktivitas digital untuk membangun kesan tertentu kepada audiens. Sementara itu, kajian mengenai TikTok banyak menyoroti peran konten kreatif, tren, dan interaksi pengguna dalam membentuk citra diri di ruang digital. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih lebih banyak berfokus pada aktivitas produksi konten secara langsung, seperti pembuatan video, unggahan pribadi, dan interaksi melalui komentar. Aspek mengenai bagaimana pengguna memanfaatkan konten milik orang lain sebagai representasi diri melalui fitur berbagi ulang masih belum banyak dikaji secara mendalam.

Keterbatasan tersebut menunjukkan adanya celah penelitian mengenai proses konstruksi makna dalam aktivitas repost. Berbeda dengan unggahan orisinal yang menampilkan pengalaman atau gagasan pengguna secara langsung, repost berada pada posisi yang lebih kompleks karena melibatkan proses memilih, mengadopsi, dan menampilkan kembali pesan yang berasal dari pengguna lain. Tindakan tersebut menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya menjadi konsumen konten, tetapi juga berperan sebagai pengelola makna yang menghubungkan konten dengan identitas personalnya. Oleh karena itu, fitur TikTok Repost menjadi penting untuk dikaji karena dapat memberikan pemahaman mengenai perubahan bentuk ekspresi diri Generasi Z dalam komunikasi digital.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini berfokus pada konstruksi makna fitur TikTok Repost sebagai media ekspresi diri pada Generasi Z. Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya memahami repost bukan sekadar sebagai fitur teknis untuk menyebarkan konten, tetapi sebagai praktik komunikasi simbolik yang memungkinkan pengguna membangun, menampilkan, dan menegosiasikan identitas digitalnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Generasi Z memaknai penggunaan fitur TikTok Repost serta bagaimana praktik tersebut membentuk pola komunikasi dan ekspresi diri di ruang digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berupaya memahami makna yang dibangun secara subjektif oleh Generasi Z terhadap fitur TikTok Repost sebagai media ekspresi diri. Dalam paradigma konstruktivis, realitas sosial dipahami sebagai hasil konstruksi individu melalui pengalaman dan interaksi sosialnya (Creswell & Poth, 2017). Subjek penelitian adalah pengguna TikTok dari kalangan Generasi Z yang menggunakan fitur TikTok Repost. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling dengan kriteria: (1) termasuk Generasi Z (kelahiran 1997–2012); (2) aktif menggunakan TikTok minimal satu tahun; (3) memahami dan menggunakan fitur TikTok Repost; serta (4) menggunakan fitur tersebut sebagai media ekspresi diri. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh enam narasumber utama berusia 18–21 tahun. Untuk menguji kredibilitas data, penelitian juga melibatkan lima validator yang merupakan followers atau mutual dari narasumber di TikTok.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik. Pertama, observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas repost keenam narasumber di platform TikTok, meliputi jenis konten, frekuensi, dan interaksi audiens. Kedua, Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada enam narasumber utama dan lima validator. Data wawancara kemudian ditranskrip, dikategorisasi, dan dianalisis berdasarkan tema-tema yang muncul dari pengalaman informan. Ketiga, dokumentasi berupa tangkapan layar akun TikTok narasumber dan foto proses wawancara.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*) Braun dan Clarke (2022) sebagai teknik analisis utama untuk mengidentifikasi pola makna, tema, dan konstruksi pengalaman informan terkait penggunaan fitur TikTok Repost sebagai media ekspresi diri. Proses analisis dilakukan melalui tahapan pengenalan data, pemberian kode awal, pengelompokan kode menjadi tema, peninjauan tema, penamaan tema, serta penyusunan interpretasi hasil penelitian. Sementara itu, model analisis data Miles dan Huberman (2014) digunakan sebagai kerangka pengelolaan data yang meliputi kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kondensasi data dilakukan dengan menyeleksi dan menyederhanakan hasil wawancara ke dalam kode-kode yang relevan, kemudian data disajikan dalam bentuk narasi dan tabel tematik untuk memudahkan proses interpretasi. Penarikan kesimpulan dilakukan secara terus-menerus selama proses analisis berlangsung dengan mempertimbangkan keterkaitan antar tema yang ditemukan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari informan utama dan validator. Selain itu, dilakukan *member checking* melalui konfirmasi kembali hasil interpretasi kepada

informan untuk memastikan bahwa temuan penelitian telah sesuai dengan pengalaman dan pemaknaan yang disampaikan oleh partisipan.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur TikTok Repost tidak hanya dipahami oleh informan sebagai fasilitas teknis untuk membagikan ulang konten, tetapi juga sebagai ruang simbolik untuk menampilkan diri, menyampaikan perasaan, menunjukkan kegemaran, serta membangun relasi dengan audiens digital. Seluruh narasumber dan validator memahami fitur TikTok Repost sebagai fitur yang memungkinkan pengguna mengunggah ulang konten, baik berupa video maupun foto bergeser, yang kemudian dapat muncul di halaman pengikut serta tersimpan pada kolom khusus di profil pengguna. Namun, dalam praktiknya, makna fitur ini bergerak lebih jauh dari sekadar fungsi teknis. Bagi Generasi Z, repost menjadi cara untuk mengomunikasikan sesuatu tentang diri tanpa harus menyatakannya secara langsung.

Repost sebagai Ekspresi Perasaan Tidak Langsung

Temuan pertama menunjukkan bahwa TikTok Repost dimaknai sebagai media untuk mengekspresikan perasaan secara tidak langsung. Narasumber tidak selalu menggunakan repost hanya untuk membagikan konten yang dianggap menarik, tetapi juga untuk menyampaikan kondisi emosional, pengalaman personal, atau suasana hati yang sulit diungkapkan melalui kata-kata sendiri. Hal ini tampak dari jawaban narasumber yang menyatakan bahwa ekspresi diri melalui repost dilakukan melalui potongan lirik lagu, musik kesukaan, quotes, atau kata-kata bijak yang dianggap menggambarkan keadaan yang pernah atau sedang dialami. Dalam konteks ini, repost berfungsi sebagai bahasa simbolik. Pengguna tidak perlu menulis status personal secara eksplisit, tetapi cukup memilih konten yang dirasa “mewakili” dirinya. Konten yang direpost kemudian menjadi tanda yang dapat dibaca oleh audiens sebagai representasi perasaan pengguna. Praktik ini memperlihatkan bahwa ekspresi diri di media sosial tidak selalu hadir dalam bentuk narasi langsung, melainkan dapat dibangun melalui proses kurasi konten. Dengan kata lain, Generasi Z menggunakan repost sebagai cara untuk mengatakan sesuatu tentang dirinya melalui pesan orang lain yang dianggap relevan dengan pengalaman dirinya.

Temuan ini dapat dipahami melalui perspektif interaksionisme simbolik Blumer (1986), bahwa suatu tindakan memiliki makna karena individu memberikan interpretasi terhadap simbol yang ditemuinya. Dalam konteks TikTok Repost, konten yang dipilih bukan sekadar video yang menarik, tetapi simbol yang dianggap mampu merepresentasikan pengalaman

emosional pengguna. Dengan demikian, repost menjadi bentuk komunikasi simbolik ketika pengguna menggunakan konten pihak lain sebagai representasi pesan yang ingin disampaikan kepada audiens tanpa harus mengungkapkannya secara verbal.

Makna ini semakin terlihat dari narasumber yang menyebut bahwa TikTok Repost digunakan untuk membagikan konten yang *relate* dengan emosi, pemikiran, dan pengalaman personal. Salah satu narasumber menyatakan bahwa repost digunakan untuk berbagi kepada audiens, sekaligus mengekspresikan emosi, perasaan, pemikiran, dan konten yang dirasa dekat dengan dirinya. Hal ini menunjukkan bahwa repost tidak dapat dilihat sebagai tindakan pasif, karena di dalamnya terdapat proses seleksi, identifikasi, dan pemaknaan terhadap konten yang dipilih.

Repost sebagai Representasi Identitas dan Kegemaran Diri

Temuan kedua menunjukkan bahwa TikTok Repost dimaknai sebagai sarana representasi identitas dan kegemaran diri. Konten yang direpost oleh narasumber tidak hanya berisi ungkapan emosional, tetapi juga menggambarkan selera, hobi, ketertarikan, dan citra diri yang ingin ditampilkan kepada audiens. Beberapa narasumber merepost konten berupa video lucu, quotes, musik, fan edit, cuplikan film, konten otomotif, informasi, hingga konten hiburan sehari-hari. Dalam perspektif komunikasi, pilihan konten tersebut tidak netral. Ketika pengguna memilih untuk merepost konten tertentu, ia sedang membangun asosiasi simbolik antara dirinya dengan isi konten tersebut. Misalnya, narasumber yang merepost konten otomotif memperlihatkan identitas dirinya sebagai individu yang memiliki ketertarikan pada dunia otomotif. Narasumber yang merepost musik, lirik lagu, atau cuplikan film menunjukkan bahwa selera kultural juga menjadi bagian dari cara mereka menampilkan diri. Sementara itu, repost terhadap quotes, self-reminder, atau konten motivasi memperlihatkan adanya upaya untuk menampilkan diri sebagai pribadi yang reflektif, bijak, atau sedang berproses.

Fenomena tersebut berkaitan dengan konsep presentasi diri (*self-presentation*) yang dijelaskan oleh Hollenbaugh (2021), bahwa individu menggunakan media sosial untuk mengelola kesan tertentu yang ingin ditampilkan kepada orang lain. Dalam penelitian ini, proses presentasi diri tidak dilakukan melalui pembuatan konten secara langsung, tetapi melalui pemilihan konten yang direpost. Artinya, Generasi Z melakukan kurasi simbol digital untuk membangun citra tertentu mengenai dirinya, seperti identitas sebagai penggemar musik, otomotif, hiburan, atau individu yang memiliki nilai dan pandangan tertentu.

Validator juga menguatkan temuan ini. Salah satu validator menyebut bahwa Tio dapat dikenali melalui konten yang direpost, seperti otomotif, kutipan lirik musik, cuplikan film, dan quotes self-reminder. Konten tersebut dinilai menunjukkan sebagian ekspresi diri Tio, meskipun tidak sepenuhnya terbuka. Validasi ini memperlihatkan bahwa repost tidak hanya dimaknai oleh pengguna sebagai ekspresi diri, tetapi juga dapat dibaca oleh orang lain sebagai petunjuk mengenai identitas, minat, dan karakter pengguna. Dengan demikian, TikTok Repost menjadi ruang representasi diri yang bersifat tidak langsung. Pengguna tidak harus membuat konten orisinal untuk memperlihatkan siapa dirinya. Melalui konten yang dipilih dan dibagikan ulang, pengguna tetap dapat membentuk gambaran tentang dirinya di hadapan audiens digital.

Repost sebagai Ruang Aman untuk Pengungkapan Diri

Temuan ketiga menunjukkan bahwa TikTok Repost dimaknai sebagai ruang aman untuk pengungkapan diri. Beberapa narasumber menunjukkan adanya keterbatasan dalam mengekspresikan diri secara langsung, baik karena kesulitan mengungkapkan melalui kata-kata, rasa khawatir terhadap penilaian sosial, maupun kecenderungan pribadi yang tertutup. Salah satu narasumber menyatakan bahwa ia mengalami kesulitan mengekspresikan diri kepada orang lain, terutama dalam melakukan, mengucapkan, atau menuliskannya dengan kata-kata. Melalui fitur repost, ia dapat menunjukkan sisi dirinya, seperti kasih sayang terhadap anak kecil, tanpa harus menyampaikannya secara langsung.

Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa repost bekerja sebagai medium antara keterbukaan dan ketersembunyian. Pengguna membuka sebagian dirinya kepada audiens, tetapi tetap memiliki jarak aman karena pesan tersebut disampaikan melalui konten orang lain. Dalam konteks self-disclosure, repost dapat dipahami sebagai bentuk pengungkapan diri yang tidak sepenuhnya eksplisit. Pengguna tetap mengungkapkan perasaan, pengalaman, atau preferensi personal, tetapi dengan cara yang lebih halus dan tidak terlalu frontal. Hal ini juga tampak dari jawaban narasumber yang menyebut bahwa sisi tersembunyi dalam dirinya tidak dapat diekspresikan secara langsung di kehidupan nyata karena ia cenderung tertutup. Karena itu, ia memilih mengungkapkan atau mengekspresikannya melalui fitur TikTok Repost terhadap konten yang sesuai dengan hal yang ingin disampaikan. Pernyataan ini memperlihatkan bahwa repost menjadi ruang mediasi bagi individu yang tidak selalu nyaman membuka diri secara langsung.

Temuan ini memperluas pemahaman mengenai konsep *self-disclosure* dalam komunikasi digital. Jika pengungkapan diri konvensional umumnya dilakukan melalui penyampaian informasi personal secara langsung, maka pada media sosial pengungkapan diri dapat

berlangsung melalui simbol, representasi, dan pilihan konten. Repost memungkinkan pengguna melakukan keterbukaan secara bertahap karena pesan personal disampaikan melalui perantara konten pihak lain. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi digital tidak selalu berkaitan dengan keterbukaan penuh, tetapi juga melibatkan strategi pengelolaan batas antara ruang privat dan publik.

Validator juga melihat bahwa beberapa narasumber tidak sepenuhnya terbuka melalui repost. Misalnya, Vega dinilai menggunakan fitur repost lebih sebagai media berbagi informasi dan hiburan, sehingga pengungkapan dirinya tidak terlalu signifikan. Sementara itu, Rika dinilai mengekspresikan diri melalui konten seperti quotes, hal yang relate dengan kehidupan sehari-hari, informasi terkini, motivasi, self-struggle content, dan K-pop fangirling, tetapi tetap memiliki area diri yang tidak sepenuhnya dibagikan kepada audiens. Dengan demikian, repost tidak selalu berarti keterbukaan penuh, melainkan bentuk pengungkapan diri yang selektif.

Repost sebagai Komunikasi Simbolik dengan Audiens Digital

Temuan keempat menunjukkan bahwa TikTok Repost dimaknai sebagai bentuk komunikasi simbolik dengan audiens digital. Repost tidak hanya dilakukan untuk diri sendiri, tetapi juga diarahkan kepada mutual, followers, atau orang-orang yang mengenal narasumber di kehidupan nyata. Salah satu narasumber menyatakan bahwa penggunaan fitur repost memungkinkan terjadinya interaksi sosial secara tidak langsung, seperti like, reply melalui direct message, atau audiens ikut merepost konten yang sama. Praktik ini menunjukkan bahwa repost memiliki dimensi sosial. Konten yang dibagikan ulang menjadi pemantik interaksi, pembuka percakapan, sekaligus cara untuk membangun kedekatan dengan audiens yang memiliki pengalaman atau ketertarikan serupa. Dalam hal ini, repost bukan hanya ekspresi individual, tetapi juga bentuk komunikasi relasional. Pengguna menyampaikan pesan, sementara audiens merespons melalui bentuk-bentuk interaksi digital. Dalam perspektif konstruksi sosial Berger dan Luckmann (1966), interaksi sosial berperan dalam membentuk dan mempertahankan makna yang dimiliki individu. Respons audiens melalui like, pesan langsung, atau repost ulang menjadi bagian dari proses validasi sosial terhadap makna yang dibangun pengguna. Dengan demikian, repost tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian pesan dari pengguna kepada audiens, tetapi juga menjadi ruang negosiasi makna antara pengguna dan lingkungan sosial digitalnya.

Kesimpulan penelitian juga menunjukkan bahwa narasumber berharap pesan dan isi dari konten yang direpost dapat sampai kepada audiens, terutama mutual atau followers yang saling mengenal di TikTok. Konten yang direpost mencakup quotes, reminder, potongan lirik lagu,

potongan kata-kata dari scene film, informasi bermanfaat, berita terbaru, gagasan, hiburan, dan hal unik lainnya. Dari aktivitas tersebut, muncul interaksi tidak langsung berupa like, reply ke direct message, hingga repost ulang oleh audiens lain karena adanya kesamaan gagasan, opini, kegemaran, perasaan, dan pengalaman. Dengan demikian, TikTok Repost dapat dipahami sebagai praktik komunikasi simbolik yang mempertemukan ekspresi diri dan penerimaan sosial. Pengguna tidak hanya ingin menampilkan diri, tetapi juga ingin dipahami. Mereka tidak hanya membagikan konten, tetapi juga membangun kemungkinan agar audiens membaca, merespons, dan mengenali sisi tertentu dari diri mereka.

Konstruksi Makna TikTok Repost sebagai Media Ekspresi Diri

Berdasarkan keempat temuan tersebut, konstruksi makna fitur TikTok Repost sebagai media ekspresi diri pada Generasi Z terbentuk melalui tiga proses utama: pemilihan konten, pelekatan makna personal, dan pembacaan audiens. Pertama, pengguna memilih konten yang dianggap sesuai dengan pengalaman, perasaan, kegemaran, atau identitas dirinya. Kedua, pengguna melekatkan makna personal pada konten tersebut, sehingga konten yang awalnya dibuat oleh orang lain berubah menjadi bagian dari representasi diri pengguna. Ketiga, konten yang direpost dibuka untuk dibaca oleh audiens digital, sehingga muncul kemungkinan interaksi, validasi, atau pengenalan diri secara tidak langsung. Dalam perspektif interaksionisme simbolik, repost dapat dipahami sebagai tindakan yang memiliki makna karena pengguna bertindak berdasarkan tafsirnya terhadap konten. Konten tertentu direpost bukan semata-mata karena menarik, tetapi karena dianggap memiliki hubungan dengan diri pengguna. Makna tersebut kemudian dibentuk dan dimodifikasi melalui interaksi dengan audiens, baik dalam bentuk like, komentar, direct message, maupun repost ulang. Dengan demikian, fitur repost menjadi ruang simbolik tempat Generasi Z menegosiasikan diri di antara apa yang ingin mereka ungkapkan dan bagaimana mereka ingin dipahami.

Temuan ini juga memperlihatkan bahwa ekspresi diri di media sosial semakin bergerak ke arah yang kuratif dan tidak langsung. Generasi Z tidak selalu mengekspresikan dirinya melalui produksi konten orisinal, tetapi juga melalui pemilihan konten yang dianggap mampu menjadi “wakil diri”. Dalam konteks ini, TikTok Repost menjadi medium yang memungkinkan pengguna mengelola batas antara diri privat dan diri publik. Mereka dapat membuka sebagian diri, tetapi tetap menjaga jarak melalui perantara konten orang lain. Oleh karena itu, fitur TikTok Repost dalam penelitian ini tidak dapat dipahami hanya sebagai fitur distribusi konten. Repost menjadi praktik komunikasi yang mengandung makna personal, sosial, dan simbolik. Bagi Generasi Z, repost adalah ruang untuk mengekspresikan perasaan yang sulit diucapkan,

menampilkan identitas dan kegemaran, membuka diri secara selektif, serta membangun komunikasi dengan audiens digital. Temuan ini menegaskan bahwa dalam budaya komunikasi digital, tindakan sederhana seperti membagikan ulang konten dapat menjadi bagian penting dari proses konstruksi makna diri.

Temuan ini memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi digital dengan menunjukkan bahwa praktik komunikasi di media sosial tidak hanya berlangsung melalui produksi pesan secara langsung, tetapi juga melalui aktivitas kurasi dan distribusi ulang konten. TikTok Repost memperlihatkan perubahan pola ekspresi diri Generasi Z, dari komunikasi berbasis penciptaan konten menuju komunikasi berbasis pemilihan simbol yang dianggap merepresentasikan diri. Dalam konteks ini, pengguna tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga aktor yang secara aktif membangun identitas, mengelola keterbukaan diri, dan membentuk hubungan sosial melalui konten yang dipilih. Oleh karena itu, penelitian ini memperluas kajian komunikasi digital dengan menempatkan fitur repost sebagai praktik komunikasi simbolik yang memiliki dimensi personal, sosial, dan identitas dalam kehidupan digital Generasi Z.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa fitur TikTok Repost dimaknai oleh Generasi Z bukan hanya sebagai fitur untuk membagikan ulang konten, tetapi juga sebagai media ekspresi diri. Melalui repost, pengguna dapat menyampaikan perasaan, gagasan, pengalaman, kegemaran, dan identitas diri secara tidak langsung. Konten yang direpost, seperti quotes, potongan lirik lagu, musik, humor, informasi, motivasi, K-pop, otomotif, dan konten yang berkaitan dengan pengalaman personal, menjadi simbol yang dianggap mewakili diri pengguna. Konstruksi makna fitur TikTok Repost terbentuk melalui proses pemilihan konten, pemberian makna personal, dan pembacaan audiens digital. Repost menjadi ruang aman bagi pengguna yang tidak selalu nyaman mengungkapkan diri secara eksplisit. Dengan demikian, TikTok Repost dapat dipahami sebagai praktik komunikasi simbolik yang memungkinkan Generasi Z menampilkan diri, mengelola batas keterbukaan, dan membangun relasi dengan audiens di media sosial.

REKOMENDASI

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji praktik repost pada platform media sosial lain agar dapat melihat perbedaan pola ekspresi diri digital pada tiap platform. Kajian berikutnya juga dapat melibatkan informan yang lebih beragam serta menggunakan pendekatan

fenomenologi, netnografi, atau analisis wacana digital untuk menggali makna ekspresi diri secara lebih mendalam. Secara praktis, pengguna media sosial perlu lebih reflektif dalam melakukan repost karena konten yang dibagikan ulang dapat ditafsirkan berbeda oleh audiens. Bagi praktisi komunikasi digital, temuan ini menunjukkan bahwa fitur sederhana seperti repost memiliki fungsi sosial dan simbolik dalam membangun identitas, afiliasi, dan ekspresi diri pengguna

REFERENSI

- Anderson, M., Faverio, M., & Gottfried, J. (2023, December 11). *Teens, Social Media and Technology 2023*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2023/12/11/teens-social-media-and-technology-2023>
- Bailey, E. R., Matz, S. C., Youyou, W., & Iyengar, S. S. (2020). Authentic self-expression on social media is associated with greater subjective well-being. *Nature Communications* 2020 11:1, 11(1), 4889-. <https://doi.org/10.1038/s41467-020-18539-w>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality*. Penguin Books.
- Bhandari, A., & Bimo, S. (2022). Why's Everyone on TikTok Now? The Algorithmized Self and the Future of Self-Making on Social Media. *Social Media and Society*, 8(1). https://doi.org/10.1177/20563051221086241/ASSET/A6CFC310-C144-4B56-9384-41E2E400A629/ASSETS/IMAGES/LARGE/10.1177_20563051221086241-FIG1.JPG
- Blumer, Herbert. (1986). *Symbolic interactionism : perspective and method*. University of California Press.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/J.1083-6101.2007.00393.X>
- Braun, Virginia., & Clarke, Victoria. (2022). *Thematic analysis : a practical guide*. https://books.google.com/books/about/Thematic_Analysis.html?hl=id&id=eMArEAAQBAJ
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2017). *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches* (2nd ed.). Sage Publications, Inc.
- Hollenbaugh, E. E. (2021). Self-Presentation in Social Media: Review and Research Opportunities. *Review of Communication Research*, 9, 80–98. <https://www.rcommunicationr.org/index.php/rcr/article/view/15/15>
- Javahery, P., & Kamali, J. (2023). Teachers' personality types and their attitude toward receiving and employing postobservation feedback. *Psychology in the Schools*, 60(8), 3073–3089. <https://doi.org/10.1002/PITS.22900>
- Kemp, S. (2024a, February 21). *Digital 2024: Indonesia*. Datareportal.Com. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Kemp, S. (2024b, February 21). *Digital 2024: Indonesia — DataReportal — Global Digital Insights*. Datareportal.Com. https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia?utm_
- Lincoln, Y. S., Guba, E. G., & Pilotta, J. J. (1985). Naturalistic inquiry. *International Journal of Intercultural Relations*, 9(4), 438–439. [https://doi.org/10.1016/0147-1767\(85\)90062-8](https://doi.org/10.1016/0147-1767(85)90062-8)
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage Publications, Inc.

- Papacharissi, Z. (2011). *A networked self identity, community and culture on social network sites*. Routledge.
- Tran, J. D. (2022). Sharing Truths About the Self: Theorizing News Reposting on Social Media. *International Journal of Communication*, 16, 20–20. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/18918>
- Treem, J. W., & Leonardi, P. M. (2013). Social Media Use in Organizations: Exploring the Affordances of Visibility, Editability, Persistence, and Association. *Communication Yearbook*, 36(1), 143–189. <https://doi.org/10.1080/23808985.2013.11679130>