

ABSTRAK

TikTok merupakan aplikasi media sosial berbagi video yang khusus membagikan video pendek kepada penggunanya. Sebagai media sosial, TikTok memiliki ragam konten yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan penggunanya sehingga penggunaan TikTok pada setiap pengguna berbeda-beda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan dan motif penggunaan TikTok dalam mengakses konten ulasan produk pada generasi Z di Yogyakarta, serta mengetahui informasi *for you page (FYP)* yang juga merupakan beranda TikTok. Teori dan pendekatan penelitian yang digunakan ialah fenomenologi. Hasil penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian. Pertama, pemaknaan penggunaan TikTok dalam mengakses konten ulasan produk diantaranya; konten ulasan produk menjadi konten yang menghibur namun tetap informatif, membantu pengguna menemukan hal baru, mempersuasi pengguna tertarik kepada produk, memberikan kenyamanan pengalaman penggunaan/*user experience (UX)*, memberi interaksi antar penonton dan kreator konten, serta menjadikan TikTok sebagai media yang solutif dalam menjawab permasalahan kebutuhan. Kedua, dengan menggunakan analisis Schutz yakni *because of motive* (motif sebab), didapat motif bahwa pengguna mengakses konten ulasan produk karena suatu kebutuhan informasi, pengalaman UX yang nyaman digunakan, konten yang disajikan menarik, serta informasi TikTok langsung pada inti. Selain itu melalui analisis *in order to motive* didapat motif tujuan dalam mengakses konten ulasan produk untuk menyimpan dan membagikan konten untuk dilihat dikemudian hari, serta mendapatkan informasi baru. Pada hasil penelitian terakhir, didapat informasi bahwa FYP TikTok disusun berdasarkan video yang disukai pengguna serta video yang sedang tren.

Kata kunci: fenomenologi, ulasan produk, pemaknaan, motif.

ABSTRACT

TikTok is a video-sharing social media application that specifically shares short videos with its users. As a social media, TikTok has a variety of content that can be tailored to the needs of its users so that the use of TikTok in each user is different. This study aims to find out the meaning and motives for using TikTok in accessing product review content in generation Z in Yogyakarta, as well as find out information for you page (FYP) which is also the homepage of TikTok. The theory and research approach used is phenomenology. The results of this study are divided into three parts. First, the meaning of using TikTok in accessing product review content including; Product review content become entertaining content but still informative, help users discover new things, persuade users to be interested in products, provide convenience of user experience (UX), provide interaction between viewers and content creators, and make TikTok a solutive medium in answering needs. Second, by using Schutz analysis, namely because of motive, it is found that users access product review content because of an information need, a UX experience that is comfortable to use, content that is presented attractive, and TikTok information is directly at the core. In addition, through in-order to motive analysis, the purpose of accessing product review content is obtained to store and share content for future viewing, as well as obtaining new information. In the results of the last study, information was obtained that TikTok's FYP was arranged based on videos that users liked as well as videos that were trending

Keywords: *phenomenology, product reviews, meanings, motive.*