ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya konten zodiak di TikTok yang tidak lagi hanya hadir sebagai ramalan, tetapi juga menjadi hiburan dan refleksi diri. TikTok sebagai platform video pendek memungkinkan konten zodiak menyebar secara cepat melalui tren dan keterlibatan audiens. Dalam fenomena tersebut, *content creator* memiliki peran penting dalam membentuk makna zodiak melalui gaya komunikasi masing-masing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *content creator* mengonstruksi makna zodiak melalui media sosial TikTok. Penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial realitas Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui tiga proses, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tiga *content creator* TikTok yang membuat konten zodiak, yaitu Sekar Keziana, Guff Perdana, dan Zerica Estefania Surya. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber. Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa content *creator* tidak hanya menyebarkan makna zodiak yang sudah ada, tetapi mengonstruksi ulang makna tersebut melalui praktik produksi konten. Dalam proses eksternalisasi, *content creator* menuangkan pemahaman personal tentang zodiak ke dalam konten TikTok. Pada proses objektivasi, makna zodiak menjadi semakin kuat melalui *FYP*, komentar, pembagian konten, dan respons audiens. Pada proses internalisasi, *content creator* menyerap kembali respons audiens untuk membentuk pemahaman serta konten berikutnya. Penelitian ini menemukan bahwa zodiak di TikTok mengalami pergeseran makna dari ramalan populer menjadi bahasa sosial digital yang digunakan untuk hiburan, refleksi, pelabelan karakter, komunikasi, dan ruang kreatif *content creator*.

Kata kunci: Konstruksi makna, Zodiak, *Content Creator*, TikTok, Konstruksi sosial realitas.

ABSTRACT

This study is motivated by the widespread emergence of zodiac-related content on TikTok, which is no longer presented merely as fortune-telling but also as entertainment and self-reflection. As a short-video platform, TikTok enables zodiac-related content to spread rapidly through trends and audience engagement. Within this phenomenon, content creators play an important role in shaping the meaning of zodiac signs through their respective communication styles. This study aims to examine how content creators construct the meaning of zodiac signs through TikTok as a social media platform. This study applies Peter L. Berger and Thomas Luckmann's theory of the social construction of reality, which consists of three processes: externalization, objectivation, and internalization. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. The data were obtained through in-depth interviews with three TikTok content creators who produce zodiac-related content, namely Sekar Keziana, Guff Perdana, and Zerica Estefania Surya. The validity of the data was tested using source triangulation. The data were analyzed using Miles and Huberman's interactive model, which includes data collection, data condensation, data display, and conclusion drawing. The findings show that content creators do not merely disseminate existing meanings of zodiac signs but reconstruct those meanings through content production practices. In the process of externalization, content creators express their personal understanding of zodiac signs through TikTok content. In the process of objectivation, the meaning of zodiac signs becomes stronger through the FYP, comments, content sharing, and audience responses. In the process of internalization, content creators absorb audience responses to shape their understanding and subsequent content. This study finds that zodiac signs on TikTok have shifted in meaning from popular fortune-telling to a digital social language used for entertainment, reflection, character labeling, communication, and the creative space of content creators.

***Keywords**: construction of meaning, zodiac, content creator, TikTok, social construction of reality.*