

Strategi Konten Kreatok Tiktok @Yuskyaudah Sebagai Bentuk Eksistensi Diri

Oleh:

Nurul Febriyanti

Nur Aini Shofiya Asy'ari

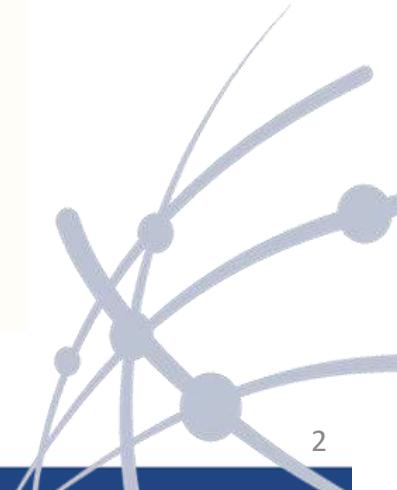
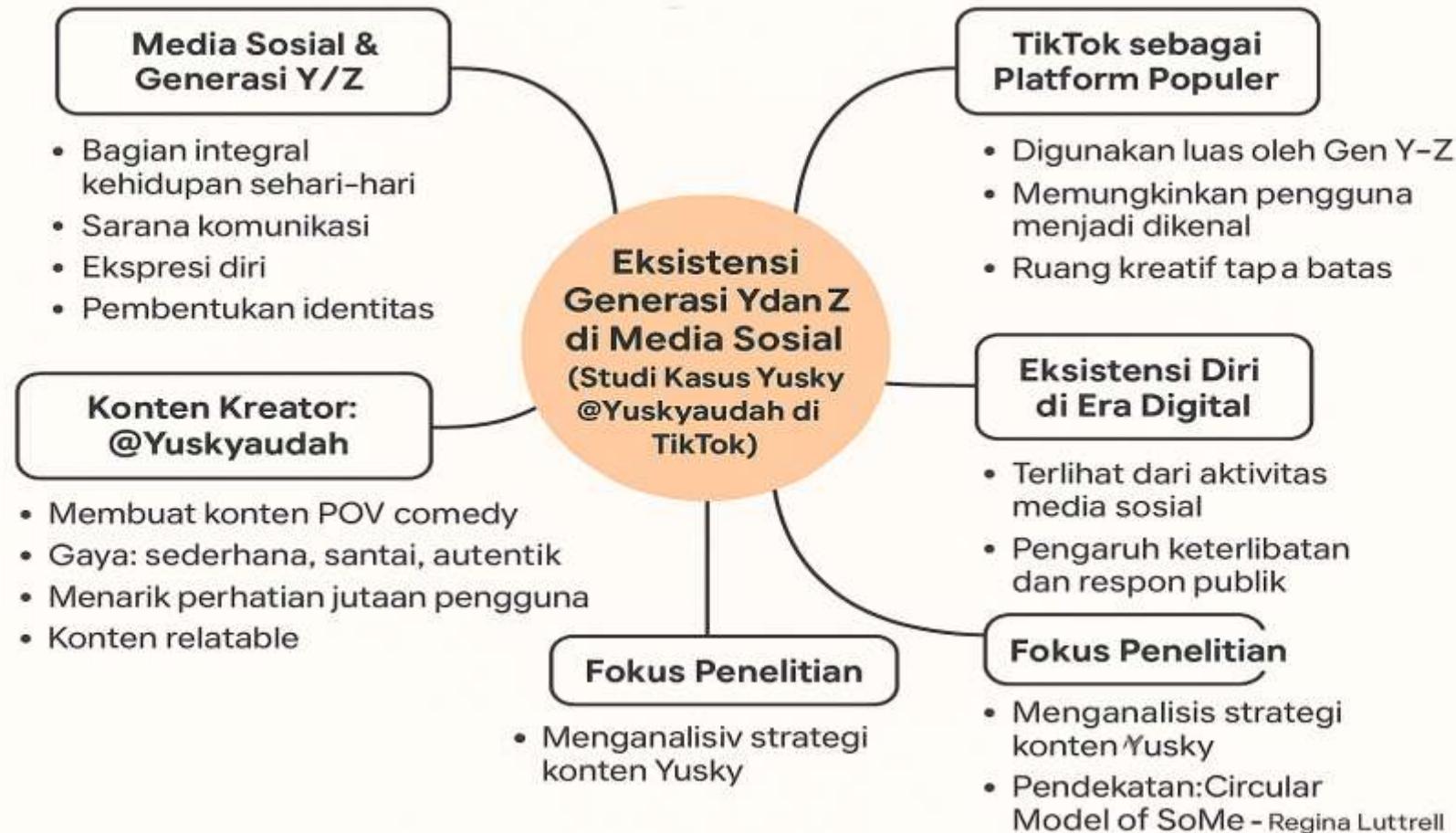
Program Studi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

10 Juni, 2025



Pendahuluan



Rumusan Masalah, Tujuan dan Novelty

- Bagaimana strategi konten kreator TikTok @Yuskyaudah dalam membentuk eksistensi diri di media sosial TikTok?
- Tujuan : untuk megetahui strategi konten kreator tiktok @Yuskyaudah sebagai bentuk eksistensi diri melalui kajian teori Circular model of Some yang dikemukakan Regina Luttrell.
- Novelty : berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak membahas pemanfaatan media sosial dalam konteks personal branding, pengelolaan komunikasi, atau strategi pemasaran digital, penelitian ini mempunyai kebaruan dalam aspek objek penelitian yaitu berfokus pada bagaimana strategi konten yang digunakan oleh kreator TikTok @Yuskyaudah sebagai bentuk eksistensi diri, melalui pendekatan The Circular Model of SoMe oleh Regina Luttrell.



www.umsida.ac.id



[umsida1912](https://www.instagram.com/umsida1912)



[umsida1912](https://twitter.com/umsida1912)



[umsida1912](https://facebook.com/umsida1912)



[umsida1912](https://youtube.com/umsida1912)



[universitas
muhammadiyah
sidoarjo](https://universitasmuhammadiyahsidoarjo.ac.id)



[umsida1912](https://youtube.com/umsida1912)



Manfaat Penelitian

- Manfaat Penelitian
- ✓ Teoretis: Memberi kontribusi pada kajian eksistensi diri dan strategi media sosial
- ✓ Praktis: Memberikan panduan bagi kreator dalam membangun eksistensi di TikTok melalui strategi yang seimbang dan konsisten



www.umsida.ac.id



[umsida1912](https://www.instagram.com/umsida1912/)



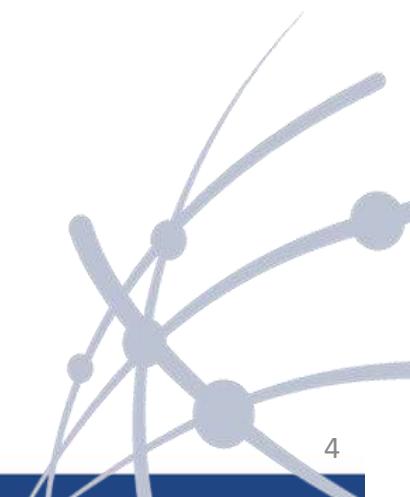
[umsida1912](https://twitter.com/umsida1912)



universitas
muhammadiyah
sidoarjo



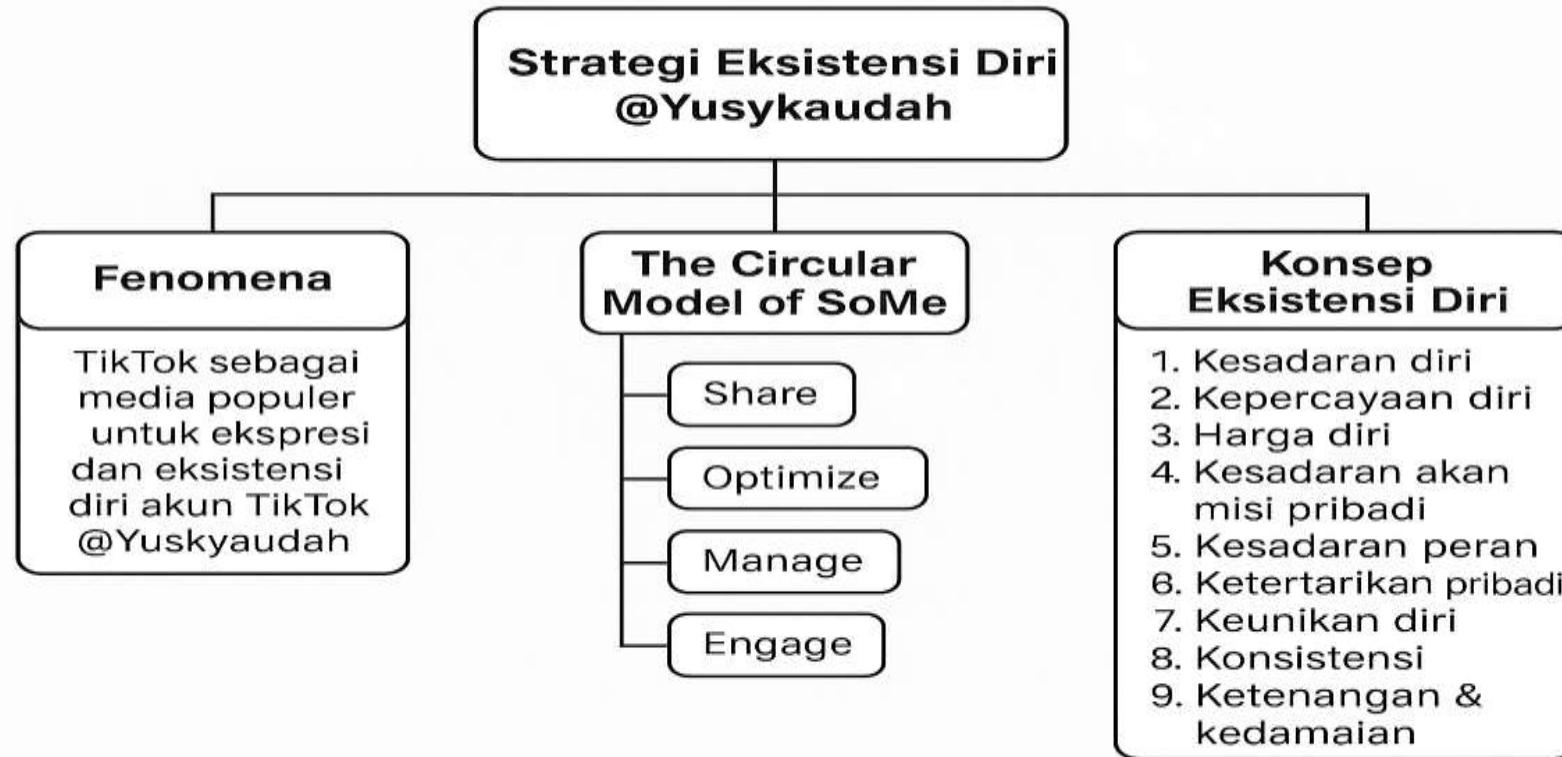
[umsida1912](https://www.youtube.com/umsida1912)



Metode

- Jenis Penelitian: Kualitatif Deskriptif
- Teknik Pengumpulan Data: Wawancara semi-terstruktur dengan kreator @Yuskyaudah dan observasi konten TikTok.
- Analisis Data: Model Miles & Huberman (reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan).
- Penelitian ini menggunakan triangulasi metode, dimana penulis membandingkan hasil temuan wawancara dengan hasil observasi konten.
- Objek Penelitian: Strategi konten TikTok @Yuskyaudah sebagai bentuk eksistensi diri.

Kerangka Berfikir



Strategi Share (Berbagi Konten)

- Membagikan konten relatable dengan kehidupan sehari-hari.
- Menggunakan gaya komunikasi khas (POV) yang natural dan ringan.
- Konten yang sukses: 'POV: pengen kenalan sama adeknya temen sendiri' (3,9 juta views).



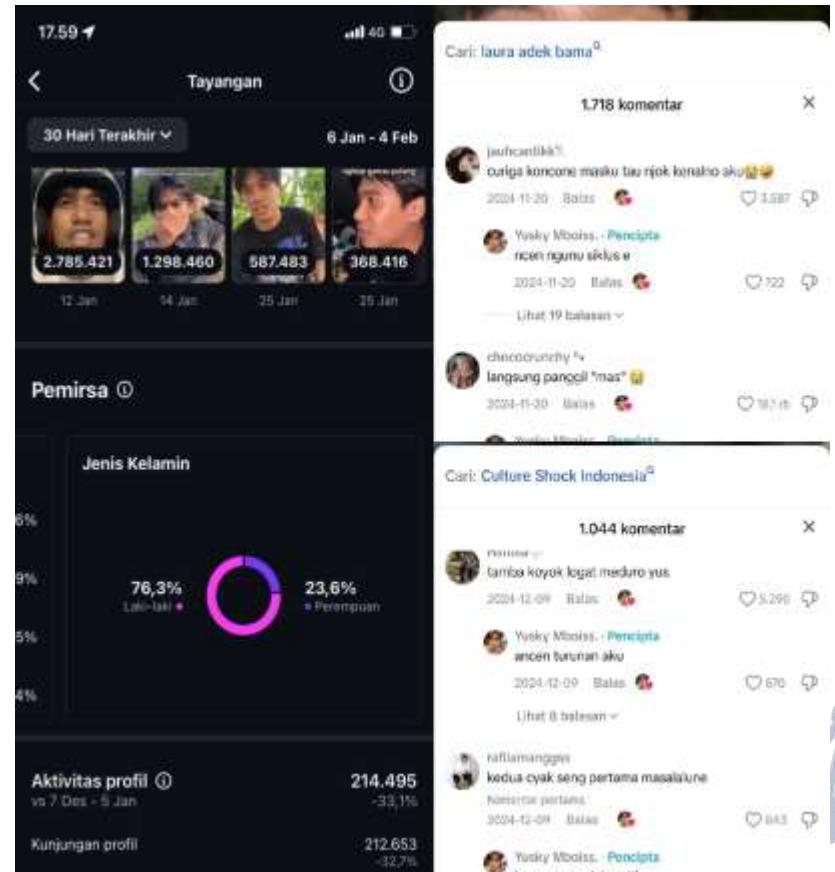
Strategi Optimize (Mengoptimalkan)

- Optimasi teknis didukung dengan kedekatan emosional audiens
- Menggunakan hashtag populer dan relevan.
- Memilih musik yang sedang tren dan sesuai konteks.
- Memanfaatkan algoritma TikTok untuk peluang masuk FYP.



Strategi Manage (pengelolaan konten)

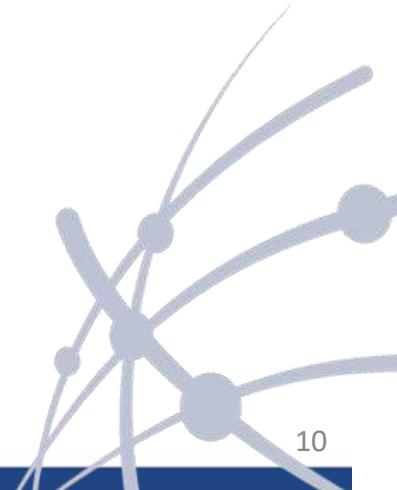
- Konsisten mengevaluasi performa konten selama 30 hari terakhir.
- Menghindari kontroversi dengan menyaring kata-kata sensitif.
- Respon cepat terhadap komentar audiens.
- Menyesuaikan konten dengan feedback audiens



Strategi Engage (Keterlibatan dengan Audiens dan Kreator Lain)



- Kolaborasi dengan kreator lain untuk memperluas jangkauan.
 - Memanfaatkan fitur mention dan tagar untuk interaksi.
 - Menjalin hubungan positif dengan komunitas kreator TikTok.



Kesimpulan

- Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi konten yang digunakan oleh kreator TikTok @Yuskyaudah memiliki peran penting dalam membangun dan menjaga eksistensinya di media sosial. Dengan mengacu pada *The Circular Model of SoMe* oleh Regina Luttrell, Yusky menerapkan empat tahapan strategi secara konsisten: Share, Optimize, Manage, dan Engage. Penelitian ini juga mengidentifikasi sembilan aspek eksistensi diri yang dimiliki Yusky, seperti kesadaran diri, rasa percaya diri, harga diri, misi hidup, peran sosial, minat pribadi, keunikan karakter, konsistensi dalam berkarya, serta kemampuan mengelola tekanan di dunia digital. Secara keseluruhan, hasil penelitian menekankan bahwa eksistensi di dunia digital tidak semata-mata ditentukan oleh algoritma atau jumlah pengikut, melainkan juga ditopang oleh autentisitas, konsistensi, dan hubungan emosional yang kuat antara kreator dengan audiensnya.



