

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

1. Budaya siber yang terbangun dari LIVE @ojolpadangnew bukan sekadar hiburan biasa, melainkan sebuah interaksi komunitas virtual yang kompleks dengan melibatkan tim ojek *online*, penonton biasa, pemberi *gift* rutin (*spender*), kreator lawan main *PK-PK*, hingga sistem TikTok itu sendiri. Kompleksitas yang terlihat dalam artefak budaya menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi digital *LIVE* TikTok tidak bisa dipandang sebelah mata lagi oleh masyarakat, karena pelakunya pun berjuang keras untuk menguasai medan komunikasinya tanpa ada buku akademiknya. Kerumitan teknis secara siberetik dan sosialnya bahkan bisa disamakan dengan proses penyiaran profesional yang ada sebelumnya, termasuk pertelevisian.
2. Proses komunikasi yang kompleks dalam ruang siber di *LIVE* TikTok harus berhadapan dengan hegemoni platform dengan algoritma yang termoderasi AI dan terkadang terasa tidak adil untuk penegakan aturannya. Hegemoni itupun tidak terjadi sederhana karena adanya dukungan 5 lapisan hegemoni yang bukan dilakukan oleh platform saja, melainkan juga oleh kreator dan penonton, yang salah satu tujuannya menciptakan kewajaran, kedekatan dan ketergantungan walaupun juga menyadari adanya eksploitasi dalam hal potongan komisi. Akan tetapi, @ojolpadangnew berupaya melakukan perlawanan ringan terhadap budaya pertunjukan dari kreator lain yang diwajibkan platform padahal berpotensi sanksi, dan menghadirkan konten *LIVE* yang berbeda seperti filantropi dan promosi wisata daerah.
3. Hegemoni budaya dalam ruang siber *LIVE* TikTok berlanjut menjadi komodifikasi identitas dalam komunitas virtual untuk keuntungan platform. Komodifikasi dilakukan pada @ojolpadangnew yang selalu berseragam Gojek dan menceritakan keluh kesahnya sebagai

pengemudi ojol sebagai konten dan komoditas utama. Kerelaannya beraksi yang melelahkan di layar gadget merupakan praktik komodifikasi pekerja dan sapaan serta apresiasi terhadap *spender* merupakan wujud dari komodifikasi audiens. Di samping itu juga ada penggunaan bahasa dan logat Minangkabau untuk mengkomodifikasi kedekatan dengan audiens sekaligus menjual konten. Bagi kreator, tujuan *LIVE* mereka adalah untuk menghibur dan penghasilan, promosi wisata, dan filantropi yang dampak utamanya keuntungan. Pada akhirnya, meskipun terkomodifikasi oleh platform, @ojolpadangnew juga mengkomodifikasi dan mendapatkan keuntungan.

5.2. SARAN

1. Berdasarkan kesimpulan tersebut maka peneliti menyarankan kepada audiens TikTok dan seluruh masyarakat yang menilai negatif LIVE TikTok untuk menggunakan perspektif yang berbeda dalam melihat fenomena aktivitas tersebut, bahwa proses yang dilaksanakan kreator tidak seremeh yang ditampilkannya menurut penilaian audiens. Kreator LIVE TikTok harus melaksanakan proses teknis penyiaran yang kompleks dan harus menghadapi berbagai risiko dari pesan-pesan yang disampaikan.
2. Atas perubahan perspektif masyarakat dan audiens tersebut, peneliti juga menyarankan agar para kreator terutama @ojolpadangnew konten untuk terus mengeksplorasi bentuk sajian terbaik dalam LIVE demi mempertimbangkan kebermanfaatan dan dinamika *trend* media sosial. Kreator sebaiknya juga tidak hanya bergantung pada TikTok, dan memperluas sumber pendapatan melalui platform lain seperti YouTube, Instagram, Patreon atau platform lainnya, yang juga demi memperbesar peluang keberlanjutan di media sosial. Kreator juga disarankan juga merintis usaha di luar dunia digital, misalnya dengan membuka bisnis usaha kecil yang bisa dikembangkan.
3. Jika keuntungan dari dunia digital masih besar, maka sebaiknya kreator membentuk atau bergabung ke dalam komunitas yang memiliki solidaritas tinggi, sehingga menjadi ruang tawar yang kuat pada

platform. Kreator juga harus punya prinsip yang tegas mengenai hal-hal apa saja yang pantas dan tidak pantas dilakukan di media sosial. Batasan yang tegas menjadi daya tarik tersendiri di mata audiens, karena dapat membentuk citra yang kuat. Apa lagi ditambah aksi promosi wisata daerah dan melakukan kegiatan pilantropi untuk membantu warga.

4. Atas kondisi yang dihadapi oleh kreator yang menjadikan media sosial sebagai ladang penghasilan, pemerintah disarankan mengatur lebih tegas platform digital seperti TikTok agar mereka tidak terlalu mutlak berkuasa dan merugikan para kreator. Pemerintah perlu membuat regulasi yang tegas mengenai transparansi algoritma, proses banding yang adil, serta mengurangi persentasi potongan pendapatan dari *gift*. Aturan serupa juga harus diterapkan pada seluruh platform digital termasuk aplikasi kendaraan *online* yang dinilai menyulitkan mitranya.
5. Berdasar pada saran kepada pemerintah, TikTok juga disarankan memberikan penjelasan yang gamblang mengenai alasan *LIVE* dianggap melanggar aturan, bukan sekadar memberikan notifikasi. Selain itu, sistem banding otomatis yang kaku sudah semestinya diperbaiki dengan menambah keterlibatan moderasi manusia untuk mempertimbangkan dan memahami konteks budaya lokal. Platform perlu membuat aturan pembagian yang jauh lebih adil dan masuk akal, karena potongan hadiah 70% jelas memberatkan dan terkesan eksploitatif bagi kreator.
6. Pemerintah juga disarankan mendorong perlindungan dan pengakuan terhadap kreator *LIVE* secara hukum sebagai pekerja digital. Mereka berhak atas keterbukaan informasi, keadilan sistem, serta kebebasan untuk berserikat demi menyuarakan aspirasi. Dengan landasan tersebut, pemerintah juga disarankan mengintegrasikan pemahaman literasi digital ke dalam kurikulum pendidikan, agar memahami bahwa di balik hiburan gratis di media sosial terdapat potensi praktik eksploitasi dan komersialisasi pada kreator dan penontonnya.

7. Perlindungan terhadap kreator dari permintaan penonton yang berlebihan juga harus menjadi perhatian utama. Sehingga, TikTok disarankan untuk membuat fitur khusus yang membatasi dan melarang tantangan ekstrem yang membahayakan fisik dan mental. Platform juga disarankan memberikan literasi digital dengan pemahaman yang utuh tentang cara kerja sistem dan bagaimana proses komersialisasi itu terjadi. Dengan begitu, semua pihak yang terlibat di dalamnya bisa lebih mawas diri dan tahu cara melindungi diri dari berbagai bentuk eksploitasi di dunia maya.
8. Jika memang serius mengenai hal perekonomian digital, pemerintah juga disarankan menjalankan langkah yang lebih strategis seperti mendorong perkembangan platform media sosial alternatif buatan anak Indonesia yang dikelola dengan sistem publik atau berbasis koperasi. Dengan pengelolaan yang baik, kita dapat menghapus kebergantungan pada dominasi platform asing yang sarat akan kepentingan kapitalis bangsa mereka.
9. Untuk langkah kebijakan yang lebih tepat, perlu ada penelitian lanjutan berisi perbandingan dengan platform lain seperti YouTube, Instagram, atau Facebook. Fokus pengamatan juga perlu digeser ke arah penonton, terutama mereka yang loyal memberikan apresiasi besar. Di sisi lain, dampak psikologis pada kreator tidak boleh luput dari perhatian.
10. Hal lain yang tidak kalah penting untuk diteliti adalah bagaimana kreator-kreator lain melakukan perlawanan halus dalam relasi kuasa dengan platform yang lain pula. Untuk melengkapinya, kajian mendalam mengenai model regulasi platform yang paling ideal juga sangat penting. Perbandingan dengan kebijakan perlindungan digital antarnegara tentu bisa memberikan rekomendasi aturan yang lebih konkret dan adil bagi kreator, penonton, platform, maupun masyarakat luas.
11. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji secara lebih khusus fenomena anonimitas dan penggunaan identitas digital dalam komunikasi *LIVE* TikTok. Penelitian ini menemukan adanya pengguna

yang berinteraksi menggunakan identitas akun yang tidak secara langsung menunjukkan identitas aslinya. Fenomena tersebut menarik untuk diteliti lebih lanjut, terutama terkait alasan pengguna mempertahankan anonimitas, pembentukan identitas sosial di dalam komunitas virtual, serta kaitannya dengan akuntabilitas dan perilaku komunikasi pengguna di ruang digital.

12. Selanjutnya, pendekatan etnografi virtual sebagai metodologi penelitian ini merupakan sebuah pendekatan yang masih jarang digunakan. Ini peluang besar bagi banyak akademisi untuk menerapkannya agar metode ini bisa lebih matang, mengingat penggunaan internet di kehidupan sosial masyarakat Indonesia semakin melekat dan tidak terpisahkan. Ada banyak fenomena yang menarik untuk ditelusuri secara etnografi virtual, demi tujuan memahami lebih dalam apa yang terjadi pada suatu komunitas virtual serta bagaimana budaya yang hidup di dalamnya berpengaruh pada kehidupan dengan skala yang lebih luas.
13. Institusi media konvensional seperti televisi sebaiknya beradaptasi pada *new media* yang ada dan disukai masyarakat agar dapat mempertahankan eksistensi, terlebih menjaga tujuan utamanya yang ingin memberikan informasi kepada masyarakat seluas-luasnya. Saran ini terutama disampaikan kepada Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia, tempat peneliti berkarya dan mengabdikan. Aktivitas kreator *LIVE* TikTok merupakan imitasi dari kegiatan penyiaran melalui televisi yang berjaya selama sekian puluh tahun sebelum maraknya industri media baru. Kehadiran fitur *LIVE* dalam *new media* menjawab keresahan masyarakat yang cenderung *mobile* dan tetap ingin menikmati hiburan yang bervariasi melalui gawainya. Fitur *LIVE* media sosial terutama TikTok juga menyediakan perangkat gamifikasi yang membuat penggunaannya mendapatkan pengalaman lebih. Audiens tidak hanya menonton, tapi juga berinteraksi langsung dan terlibat dalam hiburan yang mereka tonton.