

**Persepsi Followers dalam Media Sosial Tiktok Terhadap Akun @Mas Dolan Sebagai Media Referensi Wisata  
(Studi Kualitatif pada followers di wilayah Karanganyar)**

*Perception of Followers in Tiktok Social Media towards @Mas Dolan Account as a Tourism Reference Media*

*(Qualitative Study on followers in the Karanganyar area)*

**Ernawati Yuliana Safitri<sup>1</sup>, Dra. Nurnawati Hindra Hastuti, M.Si<sup>2</sup>,  
Sihabuddin, S.I.Kom., M.I.Kom<sup>3</sup>**

Ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet Riyadi Surakarta

**Abstrak**

Penggunaan tiktok sebagai media referensi wisata telah menjadi peranan yang efektif dibandingkan dengan media lama sehingga menimbulkan berbagai persepsi bagi para pengguna yang mengakses. Akun tiktok mas dolan merupakan suatu akun yang dapat menyajikan sebuah konten destinasi wisata yang hidden gems. Sehingga dari banyaknya referensi yang tersedia sering menimbulkan persepsi antar followers mengenai penggunaan media sosial yang tidak hanya sebagai media hiburan saja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana persepsi followers dalam media sosial tiktok terhadap akun mas dolan sebagai media referensi wisata. Dengan menggunakan teori persepsi yang dikemukakan oleh Bernard Berelson yang terbagi menjadi 3 yaitu sensasi, atensi dan interpretasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif untuk mengamati fenomena yang diteliti dengan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah informan merasa positif dengan adanya akun mas dolan dengan tampilan visual didalam kontennya dengan menambahkan narasi yang cukup menarik sehingga dapat memberikan informasi yang detail, menambah wawasan mengenai tempat wisata yang jarang diketahui, dan dapat membuka relasi antar followersnya.

***Kata kunci : persepsi, followers, media sosial tiktok***

**Abstract**

*The use of TikTok as a tourist reference media has become an effective role compared to old media so that it raises various perceptions for users who access. The tiktok mas dolan account is an account that can present content for tourist destinations that are hidden gems. So that from the many references available, it often causes perceptions among followers about the use of social media which is not only an entertainment medium. This study aims to analyze how followers perceive the Mas Dolan account on social media TikTok as a tourist reference medium. Using the theory of perception proposed by Bernard Berelson which is divided into 3, namely sensation, attention and interpretation. The research method used is qualitative to observe the phenomenon being studied using interviews, observations and documentation. The result of this study is that informants feel positive about the existence of a mas dolan account with a visual appearance in its content by adding a narrative that is quite interesting so that it can provide detailed information, add insight into tourist attractions that are rarely known, and can open relationships between their followers.*

***Keywords: perception, followers, tiktok social media***

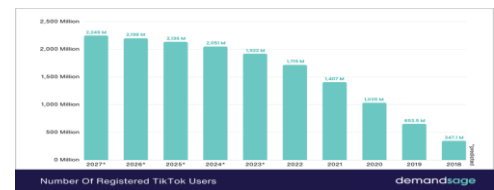
## 1. PENDAHULUAN

Saat ini teknologi dan ilmu pengetahuan semakin berkembang dalam mempengaruhi kehidupan masyarakat. Apalagi ditambah dengan adanya teknologi internet yang dapat menjadikan komunikasi dapat dengan mudah diakses. Menurut Daryanto dalam Deriyanto (2018) menjelaskan bahwasanya pada perkembangan teknologi dalam hal informasi begitu sangat penting salah satu buktinya yaitu dengan mudahnya mengakses informasi yang bisa dilakukan dimanapun dan juga kapanpun dengan menggunakan jejaring internet yang menyebar sangat luas dimana-mana.

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan yang akan dilakukan melalui media massa untuk berbagai tujuan komunikasi yang berguna untuk menyampaikan informasi kepada khalayak umum (Apriadi Dalam Ido, 2021, h.55). Sehingga perkembangan komunikasi massa di era digital saat ini semakin terus meningkat, bahkan membuat media massa kini menjadi arus utama dalam suatu proses komunikasi dan informasi.

Menurut Sya' (2020) memaparkan bahwasanya media baru adalah media online yang berbasis teknologi yang bersifat interaktif yang akan beroperasikan secara public atau private dengan menggunakan internet. Sehingga dengan adanya media sosial kini telah banyak merubah kehidupan sosial pada penggunaannya. Sehingga pemilihan media sosial dapat

menjadi peranan yang sangat efektif jika harus dibandingkan menggunakan media lama seperti televisi, majalah, brosur, baliho, radio, dan koran yang harus menggunakan modal yang begitu besar. selain itu, media sosial juga memiliki kemudahan akses jaringan internet dengan biaya yang jauh relatif lebih murah. Bahkan pesan yang dikirimkan melalui media sosial jauh lebih cepat jika dibandingkan dengan media lama, seperti contohnya pada media sosial tiktok.



sumber :

[demandsage.com](https://demandsage.com)

Kini popularitas pada penggunaan media sosial tiktok semakin tinggi dengan jumlah pengguna yang selalu meningkat hingga mencapai 1,56 pengguna aktif pada tahun 2024. Bahkan mayoritas pengguna media sosial tiktok adalah laki-laki dengan jumlah mencapai 52% sementara 48% adalah Wanita pada tahun 2024 (Singh, 2024).

Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang cukup populer dikalangan anak muda saat ini. Bahkan aplikasi tiktok ini juga merupakan suatu aplikasi yang membuat para penggunanya dapat membuat dan menyebarkan video dengan durasi pendek yang dipadukan dengan musik yang ada di dalam fiturnya. Tiktok memiliki beragam konten yang

mencangkup berbagai topik, gaya dan budaya yang menjadikan platform ini dapat menarik perhatian bagi penggunaanya (Intan, 2023).

Maraknya akun-akun yang berdatangan di media sosial tiktok ini telah menjadi tontonan rutin dikalangan anak muda. Sehingga fenomena ini telah terlihat dikalangan masyarakat. beberapa influencer yang membagikan referensi didalam akun tiktoknya seperti : @mamahzahra.official dengan jumlah followers 8.353 dengan menampilkan beragam konten seperti wisata, staycation dan kuliner ramah anak di wilayah (Pangandaran,Lampung, Jawa Timur, Depok, Sumedang, Jakarta, Bandung, Tangerang, Bogor), @Andinianstasiaa dengan jumlah followers 2348 menampilkan beragam konten seperti: Café, wisata dan hotel di wilayah (Jateng, Jatim, Bandung, Jogja, Semarang, Solo), @Dheakhairun dengan jumlah followers 111,7 rb yang memiliki beragam konten seperti wisata di wilayah (Jogja, Lombok, karimun jawa, wonosobo, bali), @wisata\_magetan dengan followers mencapai 13,3 rb yang menyajikan konten seperti : (seputar wisata diwilayah Magetan), @mas dolan dengan followers mencapai 380,3 rb yang menyajikan konten berupa Wisata, Kuliner, Penginapan termurah (Wonogiri, Magelang, Semarang, Jogja, Klaten,

Tawangmangu, Nganjuk, Karimun Jawa, Kebumen, Solo, Wonosobo, Purwokerto, Purbalingga, Cilacap, Malang, Sleman, Tulungagung, Magetan, Purworejo).

Akun tiktok mas dolan adalah salah satu akun yang menyajikan sebuah konten yang berisikan referensi mengenai destinasi wisata, kuliner dan penginapan termurah. Dengan memiliki jumlah followers sebanyak 380.3 rb, membuat akun tersebut cukup banyak dilirik oleh followers yang dikarenakan konten-kontennya dapat memberikan referensi wisata mengenai destinasi wisata yang berada di wilayah Wonogiri, Magelang, Semarang, Jogja, Klaten, Tawangmangu, Nganjuk, Karimun Jawa, Kebumen, Solo, Wonosobo, Purwokerto, Purbalingga, Cilacap, Malang, Sleman, Tulungagung, Magetan, Purworejo. Sehingga akun Mas Dolan sebagai salah satu pengguna yang cukup berpengaruh di Tiktok dalam konteks penyajian wisata. Bahkan dengan adanya penyajian konten yang memiliki ciri khas dan narasi yang cukup menarik sehingga akun tersebut tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga dapat membawa pengikutnya dalam pengalaman visual yang mendalam tentang tempat-tempat wisata yang dibagikan. Sehingga pengguna tiktok yang mengikuti akun Mas Dolan dapat memberikan persepsi mengenai

cara followers di wilayah Karanganyar dalam memandangi dan memilih destinasi wisata. Maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian mengenai persepsi followers dalam media sosial tiktok terhadap akun Mas Dolan sebagai media referensi wisata (Studi Kualitatif Followers di Wilayah Karanganyar).

### **KAJIAN PUSTAKA KOMUNIKASI**

Menurut Nugraha (2017, h.51-64) menjelaskan bahwasanya komunikasi sebagai sebuah proses yang akan menambahkan pada pertukaran pesan sehingga dapat menciptakan sebuah makna.

Unsur-unsur dalam komunikasi Menurut Hafied Cangara dalam Tamburaka (2012) sebagai berikut :

#### **1. Pesan**

Pesan adalah suatu bentuk komunikasi yang dimaknai sebagai sesuatu yang akan dikirimkan dari komunikator kepada komunikan.

#### **2. Media**

Media adalah suatu alat yang akan dipakai untuk membawa pesan dari komunikator kepada komunikan.

#### **3. Penerima**

Penerima adalah salah satu hal yang cukup penting dalam proses terjadinya komunikasi yang dikarenakan dapat

menjadi sasaran dari komunikasi itu sendiri.

#### **4. Efek**

Efek adalah suatu perubahan keyakinan dalam pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang akibat penerimaan pesan.

#### **5. Umpan balik**

Pada proses ini umpan balik dapat muncul dari pengaruh pesan yang akan ditimbulkan tetapi juga dapat muncul dari unsur komunikasi lainnya seperti pesan dan media.

#### **6. Lingkungan**

Lingkungan adalah suatu faktor yang dapat mempengaruhi komunikasi.

### **KOMUNIKASI MASSA**

Menurut Apriadi Dalam Buku Ido (2021, h.55) menjelaskan bahwa komunikasi massa adalah suatu proses dalam penyampaian pesan yang akan dilakukan melalui media massa dengan tujuan agar dapat menyampaikan informasi kepada khalayak umum.

Fungsi komunikasi massa menurut Menurut Effendy dalam Zaenal (2021) sebagai berikut :

- **Fungsi informasi**

Fungsi informasi juga dapat diartikan sebagai media massa yang menyebarkan informasi kepada masyarakat umum.

Sehingga masyarakat akan terus membutuhkan informasi karena berbagai jenis informasi yang dibutuhkan melalui komunikasi massa berkaitan dengan kebutuhan dan kepentingan masyarakat.

- **Fungsi Pendidikan**  
Dengan adanya fungsi Pendidikan ini dapat menyajikan informasi yang sifatnya mendidik, contohnya: mengajarkan nilai-nilai etika dan aturan-aturan yang harus dipatuhi bagi semua pengguna.
- **Fungsi mempengaruhi**  
Media massa dapat mempengaruhi para penggunanya melalui informasi, emosi dan perilaku.
- **Fungsi hiburan**  
Fungsi lain dari komunikasi massa adalah hiburan. Dalam media massa ini semua masyarakat dapat menerima informasi yang menghibur melalui media.

## **NEW MEDIA**

Menurut Sya' (2020) memaparkan bahwasanya Media baru adalah media online berbasis teknologi, yang bersifat fleksibel dan interaktif yang beroperasi

secara publik atau privat dengan menggunakan Internet. Kehadiran media yang dihasilkan dari media baru ini mempunyai dampak sosial yang kecil terhadap kehidupan masyarakat.

## **MEDIA SOSIAL**

Menurut Dewi (2019) memaparkan bahwasanya media sosial adalah bentuk hubungan masyarakat yang paling terbuka, menarik, dan interaktif. Melalui media sosial, setiap pengguna dapat mengedit, membuat, menerbitkan konten berita, foto, video, karena lebih fleksibel, efektif, dan efisien. Salah satu media yang cukup populer dikalangan anak muda seperti Tiktok, Instagram, Facebook dan lain-lain.

Menurut Siti (2020) memaparkan bahwasanya media sosial dapat memiliki beberapa manfaat. Beberapa manfaat dari media sosial seperti berikut:

- **Media pembelajaran**  
Media sosial dapat dijadikan sebagai media dalam pembelajaran. Hal ini dikarenakan dapat memungkinkan para penggunanya dalam berbagi informasi dengan pengguna lainnya.
- **Tempat dokumentasi**  
Media sosial dapat menjadi tempat untuk menyimpan dokumen berupa foto, video ataupun tulisan. Oleh karena itu, dengan berbagi konten ke

sosial media dapat memberikan keuntungan bagi pengguna media sosial lainnya untuk melihat sehingga dapat memberikan umpan balik atas konten yang telah diunggah.

- Media marketing  
Kegunaan lain dari sosial media adalah menjadi alat pemasaran. Bahkan media sosial juga bisa menjadi penghubung antara penjual dan konsumen.

### **PERSEPSI**

Menurut Ahmad (2020, h.28-41) memaparkan yaitu persepsi adalah sebuah langkah yang dapat mengatur serta menjelaskan pola stimulus di lingkungan.

Proses terjadinya persepsi dari Bernard Berelson dalam (Nurdin, 2013, h.167) yaitu sebagai berikut :

- Sensasi  
Sensasi merupakan suatu penginderaan yang dapat ditangkap melalui alat-alat indera meliputi mata, hidung, mulut, dan otak. rasa. Rangsangan ini kemudian dikirim ke otak.
- Atensi  
Atensi merupakan suatu hal yang terpenting sebelum menafsirkan suatu peristiwa sebab sebelum seseorang memberi respon kejadian ataupun rangsangan apapun, orang tersebut

terlebih dahulu harus memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut.

- Interpretasi  
Interpretasi adalah langkah yang sangat penting dalam persepsi. Sebab, manusia sebenarnya tidak bisa secara langsung mengartikan makna dari setiap objek.

### **Followers**

Followers atau bisa disebut juga dengan pengikut merupakan salah satu unsur terpenting dalam sebuah sosial media yang disarankan untuk dapat menunjukkan tingkat popularitas si pemilik akun. Oleh karena itu, followers adalah konsep sepihak artinya orang yang diikuti boleh mengikuti kembali, sehingga ada prinsip timbal balik.

### **Tik Tok**

Menurut Bambang (2021) tiktok adalah salah satu media sosial yang cukup populer dikalangan anak muda. Selain itu, aplikasi tiktok juga merupakan suatu aplikasi yang membuat penggunaanya dapat membuat dan menyebarkan video dengan durasi pendek yang dipadukan dengan music yang ada di dalam fituranya.

Fitur-fitur yang ada di dalam tiktok yaitu sebagai berikut :

1. Penambahan music  
Salah satu fitur aplikasi utama dalam TikTok adalah

menambahkan music. Pengguna mendapatkan fitur yang memungkinkan pengguna untuk menambahkan berbagai jenis musik ke video yang dibuat.

#### 2. Filter pada video

Filter dapat digunakan untuk menambahkan nada dan warna pada video yang sesuai dengan objek dalam video agar terlihat lebih baik dan lebih menarik bagi penonton yang menikmatinya.

#### 3. Stiker dan efek video

Aplikasi ini juga menyediakan lima kategori efek video yang bisa digunakan penggunanya, seperti efek visual, efek stiker, efek transisi, efek split, dan efek waktu. Selain itu, stiker yang disediakan dalam aplikasi juga beragam mulai dari stiker teks, suasana hati, gaya hidup, alam, dan berbagai stiker lain yang diinginkan hanya dengan memasukkan kata kunci.

#### 4. Voice changer

Fitur ini mengharuskan bagi para penggunanya dengan mengubah suara yang ada di dalam video yang telah dibuat. Dengan adanya fitur voice changer ini video yang dihasilkan pun

dapat menjadi lebih unik dan lucu.

#### 5. Live streaming

Tiktok juga memiliki fitur live streaming seperti halnya media sosial lainnya. Namun streaming hanya bisa digunakan untuk streaming jika sudah memiliki minimal 1000 followers.

### **METODE PENELITIAN**

Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007) dalam Murdiyanto (2020, h.19) memaparkan bahwasanya metodologi kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang akan menghasilkan data deskriptif yang meliputi kata-kata tertulis maupun lisan dari semua orang atau tingkah laku yang diamati.

### **TEKNIK PENENTUAN INFORMAN**

Teknik penentuan informan ini menggunakan *purposive sampling*. Menurut Notoatmodjo dalam Kumara (2018, h.4-5) memaparkan bahwa teknik *purposive sampling* adalah suatu teknik dalam pengambilan sampel yang didasarkan pada perkiraan adanya keistimewaan. Kriteria pada informan dalam penelitian ini merupakan :

- Followers memiliki aplikasi tiktok
- Followers aktif dari mas dolan

- 5 followers dari wilayah karanganyar

## JENIS DAN SUMBER DATA PENELITIAN

Menurut Pratiwi (2017) ada beberapa perolehan jenis dan sumber data yang diambil penulis yakni sebagai berikut:

- **Data Primer**  
Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli. Informan penelitian yang menjadi sumber informasi kunci ini ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling, dimana dilakukan pertimbangan tertentu mengenai sumber informasi yaitu respondennya adalah followers pada Akun Tiktok @Mas Dolan.

- **Data Sekunder**  
Sumber informasi sekunder dapat diperoleh dan melengkapi file-file yang tersedia melalui bahan-bahan dan dari perpustakaan. Sumber data sekunder penelitian ini didapatkan dari berbagai sumber pelengkap seperti dokumen, artikel, jurnal dan buku.

## TEKNIK PENGUMPULA DATA

- **wawancara**  
Proses wawancara dalam penelitian ini merupakan jenis wawancara yang

dilakukan dengan Semi Terstruktur yang dimana peneliti menggunakan pedoman wawancara sebagai acuan tetapi tidak mengikat pewawancara untuk dapat menyesuaikan urutan atau penambahan pertanyaan sesuai dengan situasi dan respons dari narasumber.

- **Observasi**  
Observasi yang dilakukan dengan menggunakan jenis observasi non-partisipan yang artinya peneliti tidak ikut aktif dalam kegiatan observasi atau hanya mengamati dari kejauhan. Maka dari itu, proses yang dilakukan dengan menggunakan teknik observasi ini dimana peneliti membuka terlebih dahulu akun tiktok dari mas dolan untuk mencari informasi di dalam akunnya agar dapat menghindari kesalahpahaman selama proses wawancara yang akan datang. Bahkan dari proses observasi ini dapat membantu mempersiapkan diri dengan baik sebelum melakukan wawancara sehingga memungkinkan dalam tanya jawab nanti untuk lebih memahami informan dan



mengarahkan percakapan dengan lebih baik.

- Dokumentasi

Maka dari itu, Bentuk dokumentasi yang akan dikumpulkan adalah dengan melakukan foto dan hasil rekaman dari handphone.

### **PENGEMBANGAN VALIDITAS DATA**

Dalam menguji kevalidan atau keakuratan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi seperti dengan teknik pemeriksaan data yang akan mengambil suatu data dari luar yang bertujuan untuk pemeriksaan data. Triangulasi Teknik Menurut Murdiyanto dalam Buku Penelitian Kualitatif (2020, h.69) memaparkan bahwasanya triangulasi teknik adalah suatu teknik triangulasi untuk menguji reliabilitas data yang dilakukan dengan membandingkan data menggunakan teknik berbeda dengan menggunakan sumber yang sama. Dimana data diperoleh melalui wawancara dan dikonfirmasi melalui observasi, dokumentasi atau kuesioner. Seperti halnya data dalam proses wawancara dikroscek dengan menggunakan dokumen yang tersedia, hasilnya akan sesuai atau berbeda. Jika hasil yang didapat berbeda dan tidak sesuai dengan sumber lain sebagai penguat maka data tersebut tidak akan digunakan dalam menurut validitas, sedangkan jika sesuai

maka data tersebut akan digunakan. Begitu juga dalam data-data lainnya.

### **TEKNIK ANALISIS DATA**

Menurut Miles Dan Huberman (1984) dalam Murdiyanto (2020, h.73) penelitian ini menggunakan model analisis interaktif.

- Pengumpulan Data

Informasi yang didapatkan dari wawancara, observasi dan dokumentasi dicatat dalam catatan lapangan yang terdiri dari dua bagian yaitu bagian deskriptif dan reflektif. Pada catatan deskriptif dapat diartikan sebagai catatan alamiah yaitu catatan atas apa yang dilihat, didengar, dilihat, dan dialami sendiri oleh peneliti tanpa adanya pemahaman atau pendapat peneliti terhadap peristiwa yang dialami.

- Reduksi Data

Selanjutnya, setelah bahan terkumpul, reduksi data meliputi identifikasi data yang relevan dan valid untuk memfokuskan perhatian pada data yang mengarah pada pemecahan masalah, penemuan, makna, atau menjawab pertanyaan penelitian.

- Penyajian Data

Penyajian data bisa berbentuk tulisan, gambar, tabel dan grafik. Tujuan

penyajian data untuk menggabungkan informasi sehingga bisa memberikan gambaran terhadap keadaan yang terjadi. Dalam hal ini, supaya peneliti tidak mengalami kesulitan dalam penguasaan informasi secara baik dan menyeluruh dan juga bagian-bagian tertentu dari hasil penelitian.

- Penarikan Kesimpulan  
Kesimpulan diambil pada saat proses penelitian, misalnya pada proses reduksi data, kesimpulan awal dapat diambil setelah pengumpulan data dan kesimpulan akhir setelah data terkumpul secara lengkap.

#### **ANALISIS PENELITIAN**

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis ingin menjawab bagaimana rumusan masalah mengenai persepsi followers dalam penggunaan media sosial tiktok terhadap akun @mas dolan sebagai media referensi wisata dengan studi kualitatif followers di wilayah karanganyar. Disini peneliti menggunakan teori dari proses terjadinya persepsi oleh Bernard Berelson (dalam Nurdin, 2013) yang dimana persepsi seseorang terhadap sesuatu yang dipengaruhi oleh 3 proses yang meliputi sensasi, atensi dan interpretasi

#### **1. Sensasi**

Menurut Bernard Berelson (dalam Nurdin, 2013) sensasi merupakan suatu penginderaan yang dapat ditangkap melalui alat-alat indera meliputi mata, hidung, mulut, dan otak. Sensasi pada tahapan awal, setelah peneliti melakukan wawancara dengan kelima informan tersebut sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tiktok menjadi pilihan utama dalam keseharian followers sebagai media referensi, dikarenakan tiktok dapat memberikan begitu banyak manfaat bagi para penggunanya yang dimana tiktok dikenal dengan bentuk konten yang unik berupa video pendek yang kreatif seperti halnya dengan adanya tambahan video singkat dengan latar belakang music atau voice-over yang menarik. Sehingga hal ini menjadi karakteristik yang unik pada platform tiktok yang mencakup bentuk konten yang bisa memberikan antusias yang cukup tinggi bagi para penggunanya. Selain itu, tiktok juga dikenal dengan interaksinya yang tinggi antara konten creator dan followers. Maka dari itu, tiktok tidak hanya

dijadikan sebagai media hiburan tetapi juga dapat memberikan informasi referensi yang diperlukan kepada para pengikutnya dengan menyajikan informasi yang up to date dan cepat. Selain itu, saat melihat konten-konten mas dolan membuat para followers akan melihat beberapa visual yang sangat menarik dari pembawaan mas dolan didalam videonya dengan gaya yang santai dan dapat memberikan informasi yang detail, sehingga memberikan rasa penasaran untuk mendatangi tempat wisata yang telah diunggah oleh mas dolan didalam akun tiktaknya.

## 2. Atensi

Menurut Bernard Berelson (Nurdin, 2013) atensi sangatlah penting karena sebelum menafsirkan suatu peristiwa yang dirasakan oleh panca indera maka terlebih dahulu dapat memperhatikan peristiwa tersebut. Rangsangan yang dapat menarik perhatian dianggap lebih penting daripada rangsangan yang tidak menarik.

Dari hasil wawancara, peneliti mencoba menganalisis

pada perhatian followers terhadap akun mas dolan. pada kelima informan tersebut memiliki pendapat yang hampir sama yang dimana akun mas dolan dapat menarik perhatian followers karena akun mas dolan dapat memberikan informasi yang lebih akurat, sehingga membuat para followers merasa lebih percaya dengan akun mas dolan dibandingkan influencer lainnya yang kurang fokus dalam menyajikan konten destinasi wisata. Bahkan konten mas dolan dikatakan sebagai media referensi wisata karena informative dan cukup jelas dalam hal editing, pengambilan video dan penyampaian informasinya sehingga dapat menarik perhatian para followers, hal ini dapat menjadi strategi dalam mempertahankan informan yang tertarik dengan konten destinasi wisata di platform media tiktok. Bahkan dari penyampaian informasinya yang ditambah lagi dengan adanya fitur dubbing yang ada didalam video mas dolan dapat dikategorikan sebagai komunikasi persuasive. Menurut

Effendy dalam buku psikologi komunikasi (2020) memaparkan bahwa komunikasi persuasif adalah suatu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau mempengaruhi orang lain. Oleh karena itu, konten yang dibagikan Mas Dolan juga berfungsi sebagai wadah bagi para pengikutnya untuk berinteraksi langsung dengan Mas Dolan yang begitu ramah sekaligus menyenangkan, sehingga hal itu dapat menjadi daya tarik bagi followers karena akun mas dolan begitu informative, sehingga komunikasi persuasif yang diterapkan menjadi kunci suksesnya pesan yang disampaikan kepada para pengikutnya.

### 3. Interpretasi

Interpretasi adalah langkah yang sangat penting dalam persepsi. Sebab, manusia sebenarnya tidak bisa secara langsung mengartikan makna dari setiap objek. Tetapi manusia hanya dapat menginterpretasikan makna informasi yang kita percayai dapat mewakili objek tersebut. Dengan demikian, informasi yang

akan diterima melalui persepsi bukanlah informasi mengenai objek yang sebenarnya, tetapi informasi tentang bagaimana objek itu muncul. Bahkan tidak semua rangsangan yang diterima oleh panca indera akan diinterpretasikan oleh seseorang karena tidak semua orang memiliki kesamaan dalam memberikan alasan. Disini penulis ingin mengetahui mengenai persepsi dari kelima informan tersebut dengan adanya konten pada akun mas dolan.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap kelima informan tersebut mengatakan bahwa akun "mas dolan" sangat informative, memberikan wawasan bagi penonton mengenai destinasi wisata yang jarang diketahui, dan dapat membuka relasi antar followersnya.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian ini mengenai persepsi followers dalam penggunaan media sosial tiktok terhadap akun @mas dolan sebagai media referensi wisata. Dalam hasil penelitian ini dapat ditemukan hasil positif dari konten tiktok mas dolan berdasarkan teori persepsi yang dikemukakan oleh Bernard Berelson, karena konten dari mas dolan dapat memberikan

wawasan bagi followers mengenai wisata yang belum pernah diketahui, dapat membuka relasi antar followers, dapat memberikan konten visual yang cukup menarik dengan kepercayaan diri mas dolan sebagai media informasi destinasi wisata. Sehingga tiktok sebagai media referensi dapat mempengaruhi followers untuk memanfaatkan waktu luang singkatnya berdasarkan rekomendasi yang ditampilkan di dalam konten video tiktok.

#### **SARAN**

Dalam proses penelitian ini tujuannya untuk mengetahui persepsi followers dalam penggunaan media sosial tiktok terhadap akun mas dolan sebagai media referensi wisata dalam studi kasus pada followers di wilayah karanganyar : Followers merasa konten yang diunggah oleh mas dolan ada beberapa postingan konten yang menurut followers merasa perlu untuk diperbaiki lagi. Mengenai postingan konten yang kurang dalam pemberian informasinya tersebut dapat membuat minat penonton menjadi kurang puas. Sehingga hal ini dapat mengakibatkan bahwa pesan yang akan disampaikan didalam kontennya kurang tersampaikan secara utuh.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Ahmad, S., Fourqoniah, F., & Dwivayani, K. D. (2020). Persepsi Followers Terhadap

Relationship Goals Dalam Video Selebgram Alfy Saga. 8(2), 28–41.

Bambang, W. (2021,8 Juni). Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-fiturnya?.

<https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>. pukul 00.56 WIB

Deriyanto, D., Qorib, F., Komunikasi, J. I., Tribhuwana, U., & Malang, T. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jisip*, 7(2), 77. [www.publikasi.unitri.ac.id](http://www.publikasi.unitri.ac.id)

Dewi Nurmasari, P., Rizal, A., & Dkk. (2019). Peran Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Siswa Sma Negeri 2 Binjai (Studi Pada Jurusan Ips Angkatan 2016). *Manajemen Tools*, 11(1), 35–44.

Ido Prijana (2021). Buku Ajar Komunikasi Massa (T. Qiara (ed.)). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.

Kumara, A. R. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 3–92.

Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Yogyakarta Press*. [http://www.academia.edu/download/35360663/METODE\\_PENELITIAN\\_KUALITAIF.docx](http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx)

Nugraha, R., & Maharani, D. (2017). Pola Komunikasi Interpersonal Pembina Lapas Terhadap Warga Binaan

Lapas Perempuan Kelas II a  
Palembang. *Jurnal Inovasi*,  
11(1), 51–64.  
[http://journal.binadarma.ac.id  
/index.php/jurnalinovasi/artic  
le/view/653](http://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/view/653)

Nurdin, A. (2013). Pengantar Ilmu  
Komunikasi. In A. Fauzi  
(Ed.), *Pengantar Ilmu  
Komunikasi*.

Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan  
Media Video Call Dalam  
Teknologi Komunikasi.  
*Ilmiah Dinamika Sosial*, 1,  
202–224.

Singh, S. (2024). *TikTok User  
Statistics 2024 (Global Data)*. 9  
April.  
[https://www.demandsage.com/ti  
ktok-user-statistics/pukul 15.00  
WIB](https://www.demandsage.com/tiktok-user-statistics/pukul-15.00-WIB)

Siti Nur, A. (2022,1 April). Menilik  
Sejarah Media Sosial,  
Manfaat, dan Contohnya.  
[https://katadata.co.id/sitinura  
eni/digital/6246823429ac2/m  
enilik-sejarah-media-sosial-  
manfaat-dan-contohnya](https://katadata.co.id/sitinuraeni/digital/6246823429ac2/menilik-sejarah-media-sosial-manfaat-dan-contohnya)

Sya, C., Misnawati, D., Jend, J., &  
No, A. Y. (2020).  
PENGUNAAN MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM  
PADA AKUN @ YHOOPHII  
\_ OFFICIAL SEBAGAI  
MEDIA KOMUNIKASI  
DENGAN PELANGGAN.  
*14(1)*, 32–41.

Tamburaka, A. (2012). *Agenda  
Setting Media Massa* (P. R.  
Persada (ed.))

Zaenal Mukarom (2021). *Teori-Teori  
Komunikasi Berdasarkan  
Konteks*.