

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Fenomena Penggunaan Fitur *Repost* (Posting Ulang) di Platform TikTok sebagai Bentuk Refleksi Perasaan (Studi Fenomenologi pada Generasi Z di Kota Bandung). Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena yang semakin umum dijumpai di kalangan Generasi Z, di mana fitur *Repost* TikTok tidak lagi sekadar digunakan untuk berbagi konten, melainkan telah berkembang menjadi medium untuk mengekspresikan perasaan yang sulit diungkapkan secara verbal dan langsung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis motif, tindakan, dan makna penggunaan fitur *Repost* TikTok sebagai bentuk refleksi perasaan pada Generasi Z di Kota Bandung. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz, melalui wawancara mendalam kepada enam informan inti Generasi Z berusia 21-25 tahun di Kota Bandung, satu informan ahli psikolog, dan satu informan akademisi dosen ilmu komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *because motive* yang dominan adalah hambatan verbal, pengalaman tidak divalidasi dalam komunikasi langsung, dan resonansi emosional dengan konten algoritmik. *In-order-to motive* yang ditemukan mencakup dua orientasi yang fluktuatif yaitu melegakan perasaan diri sendiri dan berharap orang tertentu memahami kondisinya tanpa konfrontasi langsung. Tindakan *repost* berlangsung melalui seleksi konten yang intuitif namun selektif, dengan mempertimbangkan audiens secara situasional, dan memilih fitur *repost* atas dasar jarak emosional yang aman. Adapun tab *repost* dimaknai melalui beragam metafora, diantaranya jurnal, diari, dinding, dan topeng yang bermuara pada tiga makna utama, arsip emosional pribadi, ruang ekspresi yang aman dari penghakiman, dan sumber validasi kolektif. Secara keseluruhan, fitur *Repost* TikTok telah bertransformasi menjadi medium ekspresi emosional yang khas bagi Generasi Z yaitu sebuah cara untuk didengar tanpa harus bersuara.

Kata Kunci: Fenomenologi, Fitur *Repost*, Generasi Z, Refleksi Perasaan, TikTok

ABSTRACT

This study aims to examine the Phenomenon of Using the Repost (Re-posting) Feature on the TikTok Platform as a Form of Emotional Reflection (A Phenomenological Study on Generation Z in Bandung City). This research is motivated by an increasingly common phenomenon among Generation Z, in which TikTok's Repost feature is no longer used merely to share content, but has evolved into a medium for expressing feelings that are difficult to convey verbally and directly. The purpose of this study is to analyze the motives, actions, and meanings behind the use of TikTok's Repost feature as a form of emotional reflection among Generation Z in Bandung City. The method used is qualitative research with Alfred Schutz's phenomenological approach, conducted through in-depth interviews with six core Generation Z informants aged 21—25 years in Bandung City, one expert informant (a psychologist), and one academic informant (a lecturer in communication studies). The results show that the dominant because motive is verbal barriers, the experience of not being validated in direct communication, and emotional resonance with algorithmic content. The in-order-to motive encompasses two fluctuating orientations: relieving one's own feelings and hoping that a specific person will understand their condition without direct confrontation. The act of reposting takes place through an intuitive yet selective content selection process, with situational audience consideration, and the choice of the repost feature based on a sense of emotional safety. The repost tab is interpreted through various metaphors, including journal, diary, wall, and mask, all converging into three main meanings: a personal emotional archive, a safe space for expression free from judgment, and a source of collective validation. Overall, TikTok's Repost feature has transformed into a distinctive medium of emotional expression for Generation Z in a way to be heard without having to speak.

Keywords: Generation Z, Phenomenology, Emotional Reflection, Repost Feature, TikTok.

RINGKESAN

Ieu panalungtikan boga tujuan pikeun mikanyaho kumaha Fénoména Panggunaan Fitur Repost (Posting Ulang) di Platform TikTok salaku Wangun Réfléksi Parasaan (Studi Fénoménologi dina Generasi Z di Kota Bandung). Ieu panalungtikan dilatar belakangi ku fénoména anu beuki ilahar kapanggih di kalangan Generasi Z, dimana fitur Repost TikTok henteu ngan saukur digunakeun pikeun ngabagikeun konten, tapi geus mekar jadi médium pikeun ngébréhkeun parasaan anu hésé dikedalkeun sacara verbal jeung langsung. Tujuan tina ieu panalungtikan nyaéta pikeun nganalisis motif, tindakan, jeung harti panggunaan fitur Repost TikTok salaku wangun réfléksi parasaan dina Generasi Z di Kota Bandung. Méthode anu digunakeun nyaéta panalungtikan kualitatif kalawan pendekatan fénoménologi Alfred Schutz, ngaliwatan wawancara jero ka genep informan inti Generasi Z anu umurna 21—25 taun di Kota Bandung, hiji informan ahli psikolog, jeung hiji informan akademisi dosen ilmu komunikasi. Hasil panalungtikan nétélakeun yén because motive anu dominan nyaéta halangan verbal, pangalaman henteu divalidasi dina komunikasi langsung, jeung résonansi émosional jeung konten algoritmik. In-order-to motive anu kapanggih ngawengku dua orientasi anu fluktuatif, nyaéta ngirangan parasaan sorangan jeung miharep jalma tartantu ngarti kana kaayaanana tanpa konfrontasi langsung. Tindakan repost lumangsung ngaliwatan seleksi konten anu intuitif tapi selektif, kalawan pertimbangan audiens anu situasional, jeung milih fitur repost dumasar kana jarak émosional anu aman. Tab repost dipiknahna ngaliwatan rupa-rupa métafora, di antarana jurnal, diari, tembok, jeung topeng, anu sadayana muara kana tilu harti utama, nyaéta arsip émosional pribadi, rohangan éksprési anu aman tina penilaian, jeung sumber validasi koléktif. Sacara kaseluruhan, fitur Repost TikTok geus ngarobah jadi médium éksprési émosional anu has pikeun Generasi Z nyaéta cara pikeun kadéngé tanpa kedah nyarita.pikeun kadéngé tanpa kedah nyarita.

Kecap Konci: Fénoménologi, Fitur Repost, Generasi Z, Réfléksi Parasaan, TikTok.