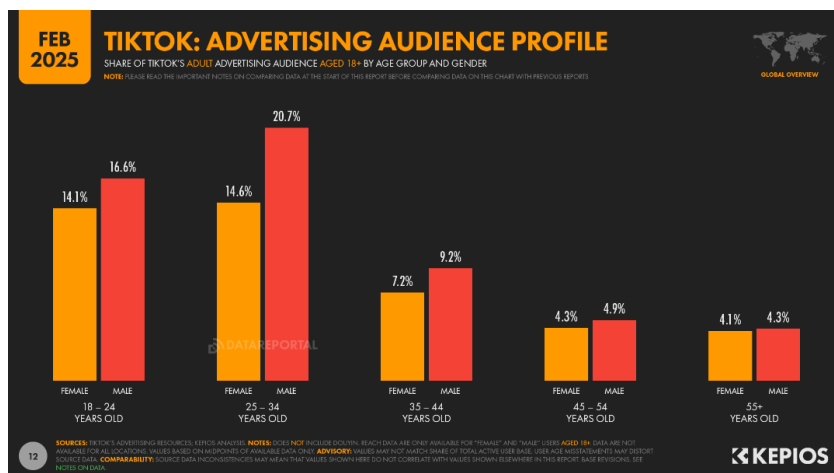


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini kehadiran TikTok sebagai salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan, mengingat aplikasi ini baru diluncurkan pada tahun 2016 (Yendra et al., 2024). Menurut data yang dilansir dari DataReportal, Indonesia menjadi negara kedua dalam pengguna tiktok terbanyak didunia, sebanyak 108 Juta pengguna tiktok yang aktif sepanjang tahun 2025. DataReportal menunjukkan bahwa usia rata-rata pengguna TikTok pada Januari 2025 berada diantara 25-34 tahun dengan persentase pengguna Wanita 14,6% dan pengguna pria 20,7% dan terbanyak kedua yaitu berusia 18-24 tahun dengan persentase pengguna Wanita 14,1% dan pengguna pria berusia 16,6%.



Gambar 1.1 Tabel Persentasi Usia Pengguna Tiktok
Sumber: DataReportal 2025

Menurut Rahmana, et al. dalam Yendra et al. (2024). Tiktok saat ini menjadi sarana yang tepat untuk mendapatkan informasi yang cepat dan menarik. TikTok adalah platform jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya membuat konten yang berdurasi 15 hingga 60 detik dengan penyajian yang kreatif. Jenis konten yang tersedia di tiktok meliputi materi yang bersifat edukatif, informatif, berbasis ulasan dan interaktif (Yunita, 2025). Konten tersebut dapat diberi tambahan musik sebagai elemen pendukung untuk menarik perhatian audiens.

Pada awal kemunculannya, TikTok sempat dipandang sebelah mata oleh masyarakat karena hanya menampilkan konten joget-joget. Namun, seiring waktu, banyak pengguna khususnya dari kalangan Generasi Z menggunakannya sebagai sarana edukasi dan mengekspresikan kreativitas suatu individu dalam berbagai bentuk seni visual. Menurut data yang dikeluarkan Business of Apps pada 2021 dalam Bur et al. (2023), sekitar 60% penggunaan aplikasi tiktok berasal dari kalangan Generasi Z atau biasa disebut dengan Gen Z.

Generasi Z merupakan kelompok yang kelahirannya antara pertengahan 1990-an hingga pertengahan 2000-an. Gen Z adalah generasi yang lahir dan besar dalam era yang serba digital, dan terbiasa dengan informasi yang bersifat cepat, singkat, dan visual. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Robert Katz dalam Stanford Report (2022), Generasi Z memiliki karakter yang bersifat pragmatis yang dimana mereka cenderung memiliki pandangan yang realistis dan berfokus pada hasil dan dampak yang praktis terutama dalam hal finansial.

Media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang refleksi diri, internalisasi nilai, serta pembentukan identitas individu (Liandy & Amir, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa platform digital seperti TikTok memiliki peran yang semakin luas dalam kehidupan generasi muda, termasuk dalam penyampaian nilai budaya. Seiring meningkatnya penggunaan tiktok dalam menampilkan berbagai video-video hiburan dan edukasi, platform ini juga telah menjadi media dalam menampilkan berbagai kebudayaan-kebudayaan yang ada di Indonesia. Menurut Nabila et al. (2025) dalam era globalisasi saat ini, sangat penting dalam mempromosikan dan memperkenalkan budaya bangsa.

TikTok memiliki potensi dalam mempromosikan dan melestarikan budaya Indonesia, khususnya budaya tradisional. Konten budaya ini dapat dengan mudah menarik perhatian Generasi Z yang lebih terbiasa dengan informasi dalam bentuk visual dan interaktif. Dengan menggunakan fitur-fitur inovatif TikTok, Generasi Z dapat mengekspresikan kekayaan budaya Indonesia dengan lebih menarik dan relevan dengan perkembangan saat ini, (Nabila et al., 2025). Salah satu kekayaan budaya yang direpresentasikan dalam konten TikTok yaitu tradisi Rambu Solo', yang merupakan tradisi pemakaman adat masyarakat suku Toraja, Sulawesi Selatan.

Menurut Suhamihardja dalam Salu et al. (2018), etnik Toraja terkenal dengan etnik yang memegang teguh adat istiadatnya. Setiap pekerjaan dalam lingkungan masyarakat harus dilakukan sesuai dengan adat, karena menyimpang dari adat adalah suatu pantangan, terutama dalam upacara kematian. Pada umumnya upacara kematian atau pemakaman adat etnik Toraja dilakukan besar-besaran hal ini disebabkan oleh kepercayaan masyarakat Toraja bahwa apabila Rambu Solo' dilakukan dengan meriah dan banyak harta yang dikorbankan, maka orang yang meninggal memiliki status sosial yang tinggi.

Rambu Solo' merupakan upacara adat suku Toraja yang bertujuan untuk menghormati dan menghantarkan arwah orang yang sudah meninggal dunia menuju alam roh, bersama leluhur mereka di tempat peristirahatan (Septiani et al., 2024). Menurut Suliono et al. (2024) pelaksanaan Rambu Solo' tidak hanya menjadi tanggung jawab keluarga inti namun didalam upacara Rambu Solo' mengandung nilai gotong royong dan solidaritas antar masyarakat disekitar upacara adat dilaksanakan.

Rambu Solo' sebagai salah satu tradisi budaya etnik Toraja yang kini banyak dikenal luas melalui media sosial, terutama platform TikTok. Salah satu kreator yang memperkenalkan budaya Toraja adalah akun TikTok @Yayat.junior yang memiliki pengikut atau followers sebanyak 109.900. Konten – konten yang ditampilkan yaitu tradisi dan budaya Toraja, khususnya kemegahan tradisi Rambu Solo' yang dikemas melalui pendekatan visualisasi yang kreatif. Konten yang ia tampilkan menonjolkan potongan prosesi adat, seperti penerimaan tamu, ma'pasonglo, to ma'badong, to

ma'randing, pengorbanan kerbau, hingga prosesi penguburan, yang dikemas dalam durasi singkat dengan transisi dinamis, efek visual, musik khas daerah, bahkan musik modern. Gaya penyajian ini membuat tradisi Rambu Solo' tampil megah, menarik, dan mudah diakses oleh khalayak muda, khususnya Generasi Z.

Penyajian konten budaya dengan pendekatan visual yang kreatif menunjukkan bahwa estetika visualisasi memiliki peran penting dalam penyampaian pesan di media digital. Adanya estetika visual dalam video tidak hanya memberikan kenyamanan saat menonton, tetapi juga mampu membentuk persepsi dan makna yang diterima audiens. Dalam konteks TikTok, visual yang estetik dapat meningkatkan ketertarikan penonton, di mana unsur estetika seperti komposisi gambar, pencahayaan, warna, dan kualitas video berpengaruh dalam membangun pesan visual yang efektif serta menarik perhatian audiens yang mendalam (Agustini et al., 2025)

Penyajian dalam format singkat yang berdurasi sekitar 15 hingga 60 detik dapat menarik perhatian generasi Z, sebagai pengguna utama TikTok yang memiliki ketertarikan terhadap konten yang singkat, menarik, dan mengandung unsur estetika serta musik. Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas mengenai persepsi masyarakat terhadap tradisi Rambu Solo' serta peran media digital dalam pelestarian budaya, sebagaimana ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul	Metodologi	Kesimpulan
1	Marchelinus Sapan, Moh. Bahzar, dan Asnar (2024)	"Studi Tentang Persepsi Masyarakat Suku Toraja Atas Upacara Rambu Solo' di Kecamatan Dende Piongan Napo"	Penelitian kualitatif deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat masih memandang rambu solo' sebagai warisan budaya dan simbol penghormatan terakhir yang perlu dilestarikan. Namun, menurut Sebagian masyarakat pelaksanaan rambu solo' ini juga telah bergeser menjadi ajang dalam menunjukkan status sosial dan kekayaan keluarga. Oleh karna itu beberapa informan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa tradisi ini kini dinilai lebih menonjolkan gengsi dan reputasi makna spiritualnya.
2.	Nurin Nauvalia dan Ikwon Setiawan (2022)	Peran Media TikTok dalam Memperkenalkan Budaya Bahasa Indonesia"	Penelitian Kualitatif Deskriptif	Hasil dari penelitian ini yaitu aplikasi tiktok bermanfaat dalam memperkenalkan ragam bahasa daerah Indonesia dan menunjukkan bahwa tiktok berperan efektif dalam melestarikan keanekaragaman Bahasa daerah kepada audiens luas, terutama generasi muda melalui konten-konten yang menarik dan kreatif.

No.	Nama Peneliti	Judul	Metodologi	Kesimpulan
3.	Ernawati Yuliana Safitri, Nurnawati Hindra Hastuti, Sihabuddin, (2025)	Persepsi Followers Di Karanganyar Terhadap Akun Tiktok @Mas Dolan Sebagai Media Referensi Wisata	Penelitian kualitatif deskriptif	Hasilnya menunjukkan bahwa followers memiliki persepsi positif karena konten visual menarik, narasi informatif, dan fitur seperti musik dan filter yang membangun interpretasi positif tentang destinasi tersembunyi. Konten yang menarik dan informatif mampu meningkatkan wawasan dan membangun hubungan, meskipun beberapa postingan perlu diperbaiki agar pesan tersampaikan secara utuh. Secara umum, akun ini berperan penting dalam membentuk persepsi positif dan mempengaruhi pilihan wisata followers di wilayah tersebut.

Sumber: Penelitian terdahulu

Berdasarkan ketiga penelitian sebelumnya, terlihat bahwa fokus penelitian mengenai persepsi terhadap tradisi Rambu Solo' dan peran media digital terhadap pelestarian budaya masih memiliki keterbatasan dalam cakupannya. Penelitian yang dilakukan oleh Sapan et al. (2024) lebih menitikberatkan pada persepsi masyarakat lokal Toraja terhadap pelaksanaan tradisi Rambu Solo' secara langsung di lapangan. Penelitian ini lebih fokus pada aspek sosial, ekonomi, dan nilai-nilai budaya dalam kehidupan masyarakat Toraja tanpa melibatkan media digital sebagai ruang baru hadirnya tradisi rambu solo' dalam dunia digital.

Kemudian pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Safitri et al. (2025) menjelaskan proses terjadinya persepsi followers melalui tiga tahapan yaitu sensasi, atensi, dan interpretasi, dengan metode kualitatif deskriptif yang berfokus pada akun TikTok @Mas Dolan sebagai media referensi wisata. Penelitian tersebut menitikberatkan pada bagaimana unsur visual, narasi, dan fitur TikTok membentuk persepsi terhadap destinasi wisata dan memengaruhi pilihan berwisata followers. Sedangkan, penelitian yang akan dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur proses terjadinya persepsi Gen Z terhadap konten Rambu Solo', khususnya pada aspek estetika visualisasi dan makna budaya dari tradisi rambu solo' yang disajikan dalam bentuk konten TikTok.

Sementara itu, penelitian oleh Nauvalia & Setiawan (2022) dengan judul "Peran media TikTok dalam memperkenalkan bahasa daerah Indonesia", dalam penelitian tersebut tidak membahas secara spesifik persepsi audiens terhadap konten budaya yang ditampilkan. Dengan demikian, belum ada penelitian yang mengkaji secara kuantitatif persepsi Generasi Z terhadap representasi budaya tradisional seperti tradisi Rambu Solo' dalam TikTok. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menelusuri

bagaimana Generasi Z sebagai pengguna dominan tiktok dalam merespons dan menilai penyajian konten tradisi Rambu Solo' yang ditampilkan dalam TikTok.

Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah pergeseran cara dimana generasi muda khususnya Generasi Z dalam mengenal dan menonton tradisi Rambu Solo' melalui media digital. Kehadiran konten budaya yang ditampilkan dalam akun @Yayat.junior dapat memperluas jangkauan informasi dan memperkenalkan budaya Toraja kepada khalayak yang lebih luas. Namun di sisi lain, penyajian Rambu Solo' dalam format digital cenderung menonjolkan aspek estetika visualisasi konten, yang dimana prosesi adat tersebut dikemas secara kreatif melalui penggunaan efek visual, transisi dinamis, musik, dan gaya penyuntingan video, tanpa banyak menjelaskan makna makna budaya yang terkandung di dalamnya.

Dalam konteks tersebut, pemilihan Generasi Z sebagai subjek penelitian terletak pada karakteristik mereka yang lahir dan besar di era yang serba digital serta menempati posisi sebagai pengguna dominan TikTok di Indonesia. Tanpa pemahaman persepsi Generasi Z terhadap konten budaya seperti tradisi Rambu Solo', upaya pelestarian warisan adat Toraja berisiko tergerus oleh globalisasi digital, di mana konten yang hanya menonjolkan visual menarik tapi kurang menjelaskan makna budaya bisa mengurangi nilai dan makna yang ada pada tradisi.

Pemilihan akun tiktok @Yayat.junior sebagai focus studi dalam penelitian ini karena akun tersebut merupakan salah satu akun TikTok yang memiliki jumlah followers terbanyak dibandingkan dengan akun lain yang menampilkan konten tradisi Rambu Solo' di TikTok. Selain itu, akun ini juga menunjukkan tingkat engagement penonton yang tinggi. Tingginya engagement tersebut menunjukkan bahwa konten yang disajikan mampu menarik perhatian serta mendorong interaksi aktif dari audiens, khususnya Generasi Z. Mayoritas konten yang disajikan dalam akun ini juga secara konsisten berfokus pada budaya Toraja, tanpa mencampurkan konten pribadi kreatornya. Hal ini menjadikan akun Yayat.junior lebih kredibel sebagai media representasi budaya, karena pesan yang disampaikan tetap terarah dan tidak mencampurkan konten di luar konteks budaya. Akun tersebut berpotensi menjadi jembatan pelestarian budaya Toraja di era digital saat ini namun, tanpa mengetahui persepsi Gen Z sebagai audiens, konten yang ada akan terkesan hanya sebagai hiburan semata, tanpa menangkap nilai dan makna budaya dari tradisi Rambu Solo' yang terkandung di dalamnya.

Berdasarkan fenomena yang ada, penelitian ini berfokus untuk melihat bagaimana Generasi Z menilai dan merespons konten Rambu Solo' di TikTok, khususnya dari sisi tampilan visualisasi dan pesan budaya dari tradisi yang terdapat dalam isi konten. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengukur secara kuantitatif bagaimana proses persepsi Generasi Z terbentuk terhadap dua aspek utama dalam konten Rambu Solo' pada akun TikTok @Yayat.junior, yaitu: aspek estetika visualisasi, dan pemaknaan pesan budaya dalam tradisi rambu solo' yang mereka tangkap dari konten.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi Gen Z terhadap aspek estetika visualisasi penyajian konten tradisi Rambu Solo' di akun TikTok @Yayat.junior?

2. Bagaimana persepsi Gen Z terhadap makna budaya dari tradisi rambu solo' yang ditampilkan melalui konten tiktok pada akun @Yayat.junior?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan persepsi Gen Z terhadap aspek estetika visualisasi penyajian konten tradisi Rambu Solo' di akun TikTok Yayat Junior.
2. Untuk mendeskripsikan persepsi Gen Z terhadap makna budaya dari tradisi rambu solo' yang ditampilkan melalui konten tiktok pada akun @Yayat.junior

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberi kontribusi dalam rangka perkembangan ilmu komunikasi, terutama komunikasi antara budaya dalam media digital. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bantuan rujukan bagi penelitian serupa dikemudian hari.

1.4.2 Kegunaan praktis

Kegunaan praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih luas dan memperkaya pemahaman tentang bagaimana audiens (Gen Z) mempersepsi pesan budaya yang dikemas dalam bentuk konten video di media sosial TikTok, serta menjadi referensi untuk penelitian sejenis yang meneliti persepsi audiens terhadap representasi budaya di media digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran bagi kreator konten dalam menyusun strategi komunikasi visual yang lebih efektif dan edukatif dalam menyajikan konten-konten budaya melalui media sosial Tiktok.

1.5 Kerangka Konseptual

1.5.1 Persepsi

Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan memahami rangsangan yang diterimanya menjadi gambaran yang bermakna dan utuh tentang dunianya. Persepsi muncul karena adanya rangsangan dari luar yang mempengaruhi seseorang melalui kelima indranya. Menurut Joseph A. Devito dalam Mulyana (2023) persepsi adalah proses yang menjadikan kita sadar akan objek, peristiwa, dan terutama orang-orang melalui kelima indra kita yaitu penglihatan, pembauan, pengecap, sentuhan, dan pendengaran.

Pada penelitian ini persepsi terbentuk dari suatu individu khususnya Generasi Z yang menerima rangsangan atau stimulus dari luar melalui panca indra, lalu memberi perhatian dan kemudian menafsirkan rangsangan sehingga membentuk persepsi terhadap suatu objek yaitu konten Rambu Solo' di TikTok. Berikut 3 tahap proses terjadinya persepsi dalam penelitian ini yaitu:

a. Sensasi

Sensasi merupakan tahap awal ketika generasi Z menerima rangsangan atau stimulus melalui panca indra terutama penglihatan dan pendengaran. Pada tahap ini Generasi Z menangkap berbagai elemen-elemen dalam konten seperti tampilan visual, warna, pencahayaan, transisi, suara, serta simbol-simbol adat yang muncul dalam video. Sensasi disini

berfungsi sebagai pintu masuk informasi sebelum dipilih dan diolah lebih lanjut.

b. Atensi

Atensi adalah tahap kedua yang dimana individu memberikan perhatian terhadap objek yang bersangkutan. Atensi muncul pada rangsangan yang dianggap lebih penting, relevan, atau menarik dibandingkan rangsangan lainnya. Dalam penelitian ini, elemen yang dapat menimbulkan atensi tidak hanya yang mencolok secara visual (seperti warna, kualitas gambar, pencahayaan, dan transisi video), tetapi juga elemen yang memuat makna budaya, seperti simbol adat yang dikenali, dan nilai serta makna dari tradisi Rambu Solo'.

c. Interpretasi

Interpretasi merupakan tahap Generasi Z memberikan makna terhadap rangsangan yang telah mereka lihat dan perhatikan dalam konten tradisi Rambu Solo' di TikTok. Pada tahap ini, mereka mengaitkan apa yang dilihat dan didengar dengan, pengalaman, dan nilai yang dimiliki, sehingga dapat menilai dan memaknai penyajian konten Rambu Solo' di TikTok. Penonton atau Generasi Z akan menginterpretasikan aspek estetika visualisasi penyajian konten dan makna budaya dari tradisi rambu solo' yang terdapat dalam konten yang kemudian diintegrasikan menjadi persepsi akhir yaitu positif atau negatif.

Ketiga komponen diatas menjelaskan bagaimana proses persepsi terjadi dalam diri Generasi Z mulai dari menerima informasi melalui pancaindra (sensasi), kemudian memberikan perhatian terhadap objek yang bersangkutan (atensi), hingga memberi makna terhadap apa yang dilihat dan didengar (interpretasi). Menurut Irwanto (200) setelah suatu individu berinteraksi dengan objek di dipersepsikan, hasil persepsi tersebut dapat terbagi menjadi dua, yaitu persepsi positif dan persepsi negatif.

a. Persepsi Positif

Persepsi positif adalah persepsi yang menggambarkan segala bentuk pengetahuan dan respon yang dilanjutkan dengan pemanfaatannya. Dalam penelitian ini, persepsi positif muncul Ketika Gen Z menilai konten Rambu Solo' di TikTok memiliki aspek estetika visual yang menarik dan penyampaian makna budaya dari konten tersebut bermakna yang dapat dilihat dari cara Gen Z memahami nilai ritual dan menghargai budaya tersebut.

b. Persepsi Negatif

Persepsi Negatif adalah pengetahuan dan tanggapan yang bertentangan dengan objek. Dalam konteks ini, persepsi negatif terjadi ketika Gen Z menilai konten dari segi estetika visual buruk dan tidak dapat memahami makna budaya dalam konten tersebut.

1.5.2 Media Sosial TikTok

TikTok adalah Platform media sosial saat ini yang banyak diminati di kalangan remaja dan orang dewasa di seluruh dunia. Pengguna TikTok bisa membuat video dengan durasi antara 15 hingga 60 detik, biasanya disertai musik, menampilkan tarian, atau aksi lucu (Yunita, 2025). Platform ini dilengkapi dengan berbagai fitur kreatif, seperti musik, filter, dan efek visual lainnya yang dapat menjadikannya stimulus utama bagi Gen Z dalam penelitian ini.

Sebagai salah satu media sosial yang memiliki berbagai fitur kreatif dalam penelitian ini TikTok berfungsi sebagai penyedia rangsangan struktural yang mendorong paparan konten budaya seperti tradisi Rambu Solo', sehingga memicu tahap sensasi (visual-auditif) dan atensi (elemen atraktif). Dengan fitur kreatif yang terdapat dalam tiktok memengaruhi seberapa kuat stimulus menarik perhatian dan dibawa ke tahap interpretasi oleh Gen Z.

1.5.3 Konten Rambu Solo'

Konten budaya dalam konteks komunikasi modern merupakan bentuk penyampaian pesan yang memuat nilai, makna, dan simbol budaya tertentu yang disebarkan melalui berbagai media digital. Salah satu bentuk konten budaya yang ditampilkan dalam TikTok adalah konten tentang upacara pemakaman etnik Toraja atau Rambu Solo'. Dalam konteks ini, konten Rambu Solo' di TikTok berperan sebagai sarana komunikasi budaya, yakni proses penyampaian pesan, nilai, dan simbol adat kepada khalayak yang lebih luas, terutama generasi Z.

Adanya konten ritual Rambu Solo' di TikTok, khususnya melalui akun *@Yayat.junior* dengan visualisasi prosesi adat yang dikemas secara kreatif dan menarik, konten tersebut tidak hanya berfungsi sebagai hiburan atau dokumentasi semata, tetapi juga menjadi media yang dapat membentuk opini dan sikap terhadap tradisi Toraja. Konten ini berperan sebagai objek persepsi spesifik yang menjadi stimulus, bagi Generasi Z melalui pancaindera, sehingga memicu proses persepsi lengkap (sensasi → atensi → interpretasi). Dalam kerangka ini, konten tradisi rambu solo' berfungsi sebagai variabel bebas yang membentuk persepsi Generasi Z yaitu Variabel terikat. Konten ini secara spesifik terdiri dari dua elemen utama yang menjadi stimulus terbentuknya persepsi Gen Z, yaitu:

a. Estetika Visual

Pada elemen ini meliputi penyajian konten seperti pengambilan gambar/video yang menarik, pencahayaan yang baik dari video, penggunaan musik, efek transisi yang kreatif, warna-warna cerah atau dramatis, serta efek visual yang membuat konten terlihat lebih menarik dan kreatif. Penyajian visual yang estetik dapat meningkatkan ketertarikan penonton, di mana unsur estetika seperti komposisi gambar, pencahayaan, warna, dan kualitas video berpengaruh dalam membangun pesan visual yang efektif serta menarik perhatian audiens yang mendalam (Agustini et al., 2025)

Dalam konteks media sosial tiktok, estetika ini menjadi faktor utama yang dapat menarik perhatian Gen Z, yang terbiasa dengan konten cepat dan kreatif. Ritual Rambu Solo' yang aslinya panjang dan kompleks diubah menjadi format ringkas yang estetik, sehingga hal tersebut dapat memicu proses persepsi mulai dari sensasi hingga interpretasi terhadap estetika visualisasi penyajian konten.

b. Makna Budaya

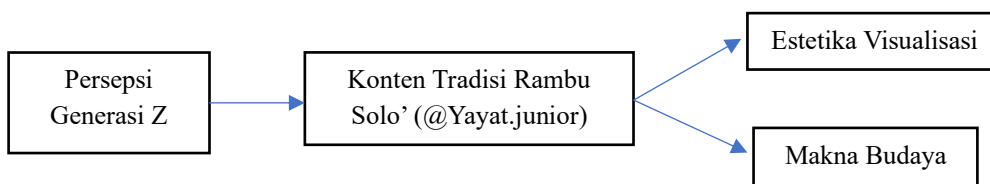
Upacara rambu solo' mengandung beberapa makna dalam prosesi dan partisipasi masyarakat. Salah satu nilai penting yang terkandung dalam tradisi ini adalah nilai pendidikan sosial yang mengajarkan tentang solidaritas, gotong royong, cinta kasih terhadap keluarga, serta penghormatan terhadap leluhur (Patiung et al., 2025).

Makna budaya tersebut kemudian direpresentasikan dalam konten akun TikTok @Yayat.junior melalui video singkat yang menggabungkan berbagai potongan prosesi saat pelaksanaan tradisi Rambu Solo'. Konten ini berfungsi sebagai stimulus yang memungkinkan Generasi Z untuk menangkap, memproses, dan menginterpretasikan nilai budaya Toraja, khususnya dalam pelaksanaan upacara tradisi Rambu Solo', sesuai dengan persepsi dan pengalaman mereka sendiri.

1.5.4 Generasi Z

Generasi Z merupakan kelompok yang kelahirannya antara pertengahan 1990-an hingga pertengahan 2000-an. Dikutip dari Binus Higher Education (2023) "Generasi Z atau yang dikenal dengan sebutan Gen Z, merupakan generasi yang lahir diantara tahun 1996-2012." Gen Z sendiri berasal dari kata "Zoomer" karena mereka lahir dan tumbuh saat teknologi berkembang sangat cepat. Mereka memiliki kesempatan untuk selalu mengikuti perkembangan teknologi dan internet secara dekat. Karena tumbuh bersamaan dengan kemajuan teknologi, Gen Z terbiasa hidup dilingkungan yang terus bergerak cepat dan segalanya bisa diakses dengan mudah melalui perangkat yang disebut smartphone.

Dikutip Binus Higher Education (2023), Generasi Z adalah generasi yang lahir dan besar dalam era yang serba digital, dan terbiasa dengan informasi yang bersifat cepat, singkat, dan visual. Dengan karakter yang tumbuh dalam era yang serba digital tersebut, orientasi Generasi Z tidak hanya terbatas pada kreativitas visual, tetapi juga berpengaruh pada bagaimana mereka memandang realitas sosial dan budaya. Dari adanya karakteristik ini membentuk cara pandang mereka terhadap berbagai peristiwa, termasuk budaya, khususnya budaya tersebut ditampilkan melalui ruang digital. Persepsi Gen Z terhadap suatu budaya sangat dipengaruhi oleh bagaimana budaya itu ditampilkan di ruang digital. Dalam konteks penelitian ini, persepsi Gen Z terhadap ritual Rambu Solo' terbentuk melalui representasi konten yang mereka saksikan di TikTok



Gambar 1.2 Kerangka Konseptual
Sumber: Peneliti

1.6 Defenisi Operasional

1.5.5 Persepsi Generasi Z

Persepsi dalam penelitian ini adalah proses kognitif Generasi Z sebagai followers akun TikTok @Yayat.junior dalam menerima, memperhatikan, dan memaknai konten tradisi Rambu Solo', yang diukur melalui aspek sensasi, atensi, dan interpretasi terhadap estetika visualisasi penyajian konten dan makna budaya dari tradisi rambu solo' yang ditampilkan.

1.5.6 Konten Tiktok Yayat Junior

Akun TikTok Yayat Junior merupakan akun kreator konten yang menampilkan video pendek bertema budaya, khususnya mengenai tradisi upacara pemakaman atau Rambu Solo' dari etnik Toraja. Akun tiktok yayat junior menampilkan ulang dokumentasi dan pengemasan ulang suatu adat dengan gaya khas tiktok yang menggunakan musik, efek, dan transisi video yang dapat menarik perhatian generasi muda. Konten tradisi rambu solo' merupakan merupakan tayangan video pendek yang menampilkan unsur-unsur budaya Toraja, khususnya tradisi pemakaman adat yang dikemas dengan gaya visual modern di platform TikTok. Konten ini berisi potongan video upacara adat, musik latar, narasi atau teks penjelas, serta penggunaan efek transisi dan estetika visual khas TikTok untuk menarik perhatian audiens.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih 3 bulan, yang dimulai pada bulan November 2025 hingga bulan Januari 2026 yang berlokasi di sekitar kota Makassar. Penelitian ini berfokus pada proses terjadinya persepsi Generasi Z terhadap tradisi Rambu Solo' etnik Toraja melalui representasi video upacara adat rambu solo' dalam konten tiktok @Yayat.junior.

1.7.2 Jenis penelitian

1.7.2.1 Pendekatan penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif, melalui Teknik survei dengan menggunakan angket (kuesioner).

1.7.2.2 Berdasarkan tujuan

Berdasarkan tujuannya, penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, yaitu menjelaskan atau menggambarkan data yang telah terkumpul dari jawaban responden yang diperoleh melalui kuesioner. Menurut Sugiyono (2021) statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi Gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi, tanpa melakukan analisis dan membuat Kesimpulan yang berlaku untuk umum.

1.7.3 Populasi dan Sampel

1.7.3.1 Populasi

Menurut sugiyono (2021) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang menjadi pengikut akun Tiktok @Yayat.Junior. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 109.800.

1.7.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari sejumlah individu yang dipilih dari populasi sebagai wakil yang diambil dengan menggunakan teknik tertentu. Dalam penentuan sampel, peneliti menggunakan teknik non- probability sampling yang dimana teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Adapun kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Warga Indonesia
2. Generasi Z (berusia 13-28 tahun)
3. Pengikut akun tiktok @Yayat.junior.

Adapun Teknik penentuan jumlah sampel yang diperlukan menggunakan rumus Krejcie dan Morgan dengan taraf kesalahan 5% sehingga ditemukan jumlah sampel sebesar 382,76 dan dibulatkan menjadi 383 sampel.

Rumus Krejcie dan Morgan:

$$n = \frac{X^2 \cdot N \cdot P(1-P)}{(N-1) \cdot d^2 + X^2 \cdot P(1-P)}$$

$$n = \frac{3,841 \times 109.800 \times 0,5 (1-0,5)}{(109.800-1) \times 0,05^2 + 3,841 \times 0,05 (1-0,5)}$$

$$n = \frac{3,841 \times 109.800 \times 0,5 \times 0,5}{109.799 \times 0,0025 + 3,841 \times 0,05 \times 0,5}$$

$$n = \frac{105.435,45}{275,45775}$$

$$n = 382,76$$

1.7.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

1.7.4.1 Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan atau sumber data pertama. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner yang akan dibagikan dengan memberikan sejumlah pertanyaan dan pernyataan yang telah ditulis dalam lembar kuesioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah tersedia dalam berbagai bentuk dokumen atau catatan arsip. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari beberapa jurnal, buku, dan penelitian terdahulu yang terkait dengan topik penelitian yang sedang dilakukan.

1.7.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Kuesioner dibagikan kepada responden yang termasuk dalam kategori Generasi Z, karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi Generasi Z terhadap penyajian konten tradisi Rambu Solo' di platform TikTok.

Pembagian kuesioner dilakukan secara langsung melalui tautan digital (Google Form) agar lebih mudah diakses oleh responden. Kuesioner ini digunakan untuk memperoleh data mengenai bagaimana persepsi, pemahaman, dan sikap responden terhadap konten yang menampilkan tradisi Rambu Solo' di TikTok.

Berikut tahapan dalam pembuatan kuesioner:

- a. Menentukan kisi-kisi kuesioner (angket)
- b. Menentukan jumlah butir pertanyaan & pernyataan kuesioner
- c. Menentukan tipe kuesioner (angket) yang digunakan
- d. Menentukan skor item angket berdasarkan skala pengukuran yang digunakan.

Menurut Sugiyono (2020), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada angket penelitian, digunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Dalam hal ini kelima klasifikasi jawaban yang diberikan dengan kemungkinan pemberian skor sebagai berikut:

1. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi nilai 5
2. Jawaban Setuju (S) diberi nilai 4
3. Jawaban Netral (N) diberi nilai 3

4. Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2

5. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1

1.7.5 Teknik Analisis Data

1.7.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2020), uji validitas penting dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu instrument pengukuran mampu mengukur variable yang hendak diukur dengan akurat. Untuk melakukan uji validitas peneliti menggunakan program SPSS lalu diukur dengan cara membandingkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% maka terdapat korelasi antar variabel yang dihubungkan dan dinyatakan valid sedangkan jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka tidak terdapat korelasi antar variabel yang dihubungkan dan dinyatakan tidak valid.

Sementara itu, uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu instrument penelitian menghasilkan data yang konsisten dan stabil. Menurut sugiyono (2020), uji reliabilitas merupakan alat uji yang digunakan untuk menunjukan sejauh mana istrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan dengan berulang-ulang. Untuk melakukan uji reliabilitas peneliti menggunakan program SPSS lalu diukur dengan cara membandingkan nilai Cronbach's alpha dan r_{tabel} . Kuisisioner dinyatakan reliabel apabila Cronbach's alpha $> 0,6$ atau Cronbach's alpha $> r_{tabel}$.

1.7.5.2 Teknik Analisis Statistik Deskriptif

Teknik analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Dengan cara mendeskripsikan dan menggambarkan data yang telah terkumpul. Adapun pengolahan datanya menggunakan program aplikasi SPSS. Untuk mengetahui jawaban responden maka data dianalisis menggunakan rata-rata keseluruhan skor yang telah dibuat dengan model skala likert. Analisis deskriptif pada hasil penelitian survey akan dikerjakan dalam bentuk tabel frekuensi dan persentase.

Kemudian data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner akan diolah untuk melihat rata-rata skor (mean), median, modus, dan standar deviasi dari masing-masing indikator.

- **Mean (rata-rata)** digunakan untuk mengetahui kecenderungan umum atau nilai tengah dari keseluruhan jawaban responden terhadap setiap indikator pernyataan. Sugiyono (2021) Rata-rata (mean) didapat dengan menjumlahkan data dari seluruh individu dalam suatu kelompok, kemudian dibagi dengan jumlah individu yang ada pada kelompok tersebut.

- **Median** digunakan untuk melihat nilai tengah dari data yang telah diurutkan, sehingga dapat menggambarkan distribusi persepsi responden apakah cenderung tinggi, sedang, atau rendah.
- **Modus** digunakan untuk menunjukkan nilai yang paling sering muncul dalam jawaban responden, yang merepresentasikan kategori jawaban terbanyak dari seluruh sampel.
- **Standar deviasi** digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat penyebaran atau variasi jawaban responden terhadap rata-rata. Nilai standar deviasi yang kecil menunjukkan bahwa jawaban responden relatif homogen, sedangkan nilai yang besar menunjukkan adanya variasi atau perbedaan pendapat yang cukup tinggi di antara responden.

Selanjutnya, hasil rata-rata (mean) dari setiap indikator dikategorikan berdasarkan interval skor untuk mengetahui tingkat persepsi responden terhadap variabel yang diteliti. Untuk menentukan kategori jawaban responden dapat digunakan rumus interval sebagai berikut: $\text{Interval} = (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / \text{Jumlah Kategori}$. Metode pengukuran skor persepsi dalam penelitian ini menggunakan kuesioner skala Likert dengan skor tertinggi 5 dan skor terendah 1, sehingga diperoleh rumus skala interval sebagai berikut:

$$\text{Skala Interval} = \frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = 0,8$$

Jadi jarak antara setiap titik adalah 0,8, sehingga penilaian persepsi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Sangat positif	4.21 – 5.00
b. Positif	3.41 – 4.20
c. Sedang	2.61 – 3.40
d. Negatif	1.81 – 2.60
e. Sangat Negatif	1 – 1.80

Dengan demikian, hasil pengukuran berupa mean, median, modus, dan standar deviasi akan dianalisis secara deskriptif untuk memberikan gambaran umum mengenai persepsi responden terhadap setiap pernyataan penelitian. Hasil analisis data disajikan dalam bentuk statistik deskriptif yang meliputi tabel frekuensi, persentase, nilai mean, median, modus dan standar deviasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Persepsi

Kata persepsi berasal dari bahasa Inggris, yaitu *perception*, yang berarti persepsi, penglihatan, dan tanggapan. Persepsi adalah sumber pengetahuan baru yang diperoleh seseorang mengenai dunia dan lingkungan yang mengelilinginya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi diartikan sebagai tanggapan atau penerimaan langsung terhadap sesuatu atau proses seseorang memahami berbagai hal melalui panca inderanya. Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan memahami rangsangan yang diterimanya menjadi sebuah gambaran yang bermakna dan utuh tentang dunianya.

Dalam kehidupan sehari-hari setiap individu akan menerima berbagai stimulus atau suatu rangsangan berupa informasi, peristiwa, dan lainnya yang berasal dari lingkungan sekitar. Menurut Fahmi (2020) dalam setiap peristiwa yang manusia alami, akan dihadapkan pada bentuk stimulus di dalam pikiran yang membentuk menjadi persepsi. Stimulus atau rangsangan tersebut akan diberi makna atau arti oleh manusia, proses pemberian makna inilah yang disebut persepsi. Persepsi terbentuk karena adanya rangsangan dari luar yang ditangkap melalui kelima indera dan kemudian diinterpretasikan oleh pikiran seseorang.

Menurut DeVito dalam Mulyana (2023) persepsi adalah proses yang menjadikan kita sadar akan objek, peristiwa, dan terutama orang-orang melalui kelima indera kita yaitu penglihatan, pembauan, pengecap, sentuhan, dan pendengaran. Syarat-syarat terjadinya persepsi menurut Sunaryo dalam Hermuningsih dan Wardani (2016) adalah sebagai berikut:

1. Adanya suatu objek yang dipersepsi
2. Adanya perhatian yang merupakan langkah awal untuk mempersiapkan diri mengenali sesuatu.
3. Adanya alat indera/reseptor yaitu alat yang berfungsi untuk menerima stimulus
4. Saraf sensoris sebagai alat penghubung untuk meneruskan stimulus ke otak, sehingga otak bisa memberi respon sesuai rangsangan tersebut.

Menurut Walgito dalam Nisa et al. (2023) persepsi merupakan suatu proses dimana seseorang menerima stimulus melalui alat inderanya atau yang disebut proses sensoris. Namun proses tersebut tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya adalah proses persepsi. Persepsi adalah cara seseorang memahami hal-hal yang mereka lihat atau rasakan. Suatu individu menerima rangsangan dari lingkungan, memikirkan artinya, dan kemudian membentuk pandangan atau pemahaman mereka tentang apa yang mereka alami.

Menurut Elen (2023) Faktor-faktor yang berperan dalam persepsi dapat dikemukakan adanya faktor:

1. *Objek yang dipersepsi*, objek akan menghasilkan stimulus yang diterima oleh alat indra atau reseptor.
2. *Alat Indra, Saraf, dan System Saraf Pusat*, alat indra atau reseptor berfungsi untuk menerima stimulus. Setelah diterima, stimulus tersebut diteruskan melalui saraf sensoris menuju saraf pusat, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Untuk menghasilkan respons, dibutuhkan saraf motoris
3. *Perhatian*, untuk dapat menyadari dan membentuk persepsi, dibutuhkan suatu perhatian. Perhatian merupakan tahap yang mempersiapkan individu untuk melakukan proses persepsi. Perhatian adalah bentuk pemusatan atau konsentrasi seluruh aktivitas individu pada suatu objek atau sekelompok objek tertentu
4. *Proses Terjadinya Persepsi*, Persepsi terjadi ketika objek menimbulkan stimulus, lalu stimulus tersebut mengenai alat indra atau reseptor.
5. *Organisasi Persepsi*, organisasi persepsi berkaitan dengan bagaimana seseorang mengelola dan menangkap informasi yang diterimanya.
6. *Objek Persepsi*, Objek yang dapat dipersepsi sangat beragam, mencakup segala sesuatu di sekitar manusia.

Menurut Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken serta Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson (Mulyana, 2023), persepsi terdiri dari tiga tahapan. Berikut ketiga tahapan tersebut:

a. Sensasi

Sensasi memiliki peran penting dalam kehidupan kita sehari-hari. Sensasi merupakan langkah awal yang berkaitan dengan pesan yang dikirimkan ke otak melalui alat Indera yang kita miliki, misalnya (indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pengecap dan indra pendengar). Reseptor sensorik inilah yang menjadi penghubung antara otak manusia dengan lingkungan sekitarnya.

Semua indra berperan dalam kelangsungan komunikasi manusia. Melalui alat indra, manusia dapat memperoleh pengetahuan dan semua kemampuan untuk berinteraksi dengan dunianya. Sensasi merupakan proses pengumpulan informasi sensorik, sementara persepsi adalah proses penafsiran informasi tersebut.

b. Atensi

Atensi adalah tahap menafsirkan atau menanggapi suatu peristiwa atau stimulus yang berkaitan dengan suatu objek. Atensi merupakan suatu tahap dimana seseorang memperhatikan informasi yang telah ada sebelum seseorang menginterpretasikannya (Kartikawati, 2018). Rangsangan yang menarik perhatian cenderung dianggap lebih penting dibandingkan yang tidak menarik perhatian.

c. Interpretasi

Interpretasi merupakan tahap terpenting atas informasi yang telah diperoleh melalui salah satu atau lebih indra manusia. Interpretasi adalah proses penafsiran informasi atau pemberian makna dari informasi yang telah di tangkap dan diperhatikan dan tahap interpretasi

merupakan tahapan terakhir dari proses terbentuknya persepsi. Persepsi dikatakan sebagai inti komunikasi, maka interpretasi adalah inti dari persepsi (Mulyana, 2023). Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut.

Tiga komponen tersebut menjelaskan bagaimana proses persepsi terjadi dalam diri atau individu, yaitu ketika individu menerima informasi melalui panca indera, kemudian merasakan rangsangan tersebut, lalu memahami dan menafsirkan bagaimana individu tersebut mengambil makna dari apa yang dilihatnya. Persepsi dalam diri manusia tidak timbul begitu saja, tentu ada faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Krech dan Crutchfield dalam Irawan, (2018) menyebutkan bahwa persepsi ditentukan oleh faktor fungsional dan faktor struktural.

1. Faktor Fungsional

Faktor fungsional adalah faktor-faktor yang bersifat pribadi. Faktor fungsional berasal dari pengalaman masa lalu, kepribadian, suasana emosi dan latar belakang budaya atau sering disebut faktor-faktor personal dari suatu individu. Hal-hal fungsional yang mempengaruhi persepsi ini lazim disebut sebagai kerangka rujukan, sedang di dalam kegiatan komunikatif, kerangka rujukan mempengaruhi bagaimana seseorang melekatkan makna pada pesan yang diterimanya atau dengan kata lain yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli tersebut.

2. Faktor Struktural

Faktor struktural berasal dari sifat stimuli dan efek-efek yang dihasilkannya pada saraf seseorang. Suatu individu tidak menerima semua rangsangan secara lengkap, jadi suatu individu mengisinya dengan interpretasi yang konsisten dengan rangkaian stimuli yang telah diterima. Faktor struktural merupakan faktor eksternal yang memengaruhi terjadinya persepsi yang berasal dari karakteristik objek-objek yang terlibat di dalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat memengaruhi sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya.

Faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi persepsi individu terhadap satu objek atau stimulus. Persepsi seseorang atau kelompok mungkin sangat berbeda dengan persepsi orang lain, meskipun keadaannya sama. Perbedaan persepsi mungkin disebabkan oleh perbedaan individu, kepribadian, sikap, dan motivasi.

Menurut Irwanto (2002) setelah suatu individu berinteraksi dengan objek di dipersepsikan, hasil persepsi tersebut dapat terbagi menjadi dua, yaitu persepsi positif dan persepsi negatif.

a. Persepsi Positif

Persepsi positif adalah persepsi yang menggambarkan segala bentuk pengetahuan dan respon yang dilanjutkan dengan pemanfaatannya.

b. Persepsi Negatif

Persepsi negatif adalah persepsi yang menggambarkan seluruh pengetahuan dan tanggapan yang dianggap tidak sesuai dengan objek yang dipersepsikan. Biasanya ditunjukkan dengan menolak hingga menentang suatu objek yang di persepsi.

2.2 Generasi Z

Generasi Z merupakan kelompok yang kelahirannya antara pertengahan 1990-an hingga pertengahan 2000-an. Dikutip dari Binus Higher Education (2023) “Generasi Z atau yang dikenal dengan sebutan Gen Z, merupakan generasi yang lahir diantara tahun 1996-2012.” Gen Z sendiri berasal dari kata “Zoomer” karena mereka lahir dan tumbuh saat teknologi berkembang sangat cepat. Mereka memiliki kesempatan untuk selalu mengikuti perkembangan teknologi dan internet secara dekat. Karena tumbuh bersamaan dengan kemajuan teknologi, Generasi Z terbiasa hidup dilingkungan yang terus bergerak cepat dan segalanya bisa diakses dengan mudah melalui perangkat yang disebut smartphone.

Generasi Z memiliki sifat-sifat yang terbiasa menggunakan teknologi, lebih suka menyampaikan pesan secara visual, senang bekerja sama, serta berbagai ide dengan orang lain, dan peduli pada pembentukan citra diri. Karakteristik Generasi Z terbiasa mengonsumsi informasi yang bersifat cepat, padat, dan visual yang dimana hal itu dapat menarik perhatian Generasi Z (Syahrani, 2025). Dengan memiliki karakteristik tersebut generasi Z memiliki pengaruh yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan, seperti bisnis, Pendidikan, dan budaya populer.

Dikutip Binus Higher Education (2023), Generasi Z adalah generasi yang lahir dan besar dalam era yang serba digital, dan terbiasa dengan informasi yang bersifat cepat, singkat, dan visual. Kreativitas Generasi Z sering kali diekspresikan melalui media visual dan digital, seperti video, musik, desain grafis, serta proyek teknologi lainnya. Selain itu partisipasi Generasi Z dalam media sosial juga meningkatkan identitas suatu budaya.

Dengan karakter yang tumbuh dalam era yang serba digital tersebut, pola pikir dan orientasi Generasi Z tidak hanya terbatas pada kreativitas visual, tetapi juga berpengaruh pada bagaimana mereka memandang realitas sosial dan budaya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Robert Katz dalam Stanford Report (2022), Generasi Z memiliki karakter yang bersifat pragmatis yang dimana mereka cenderung memiliki pandangan yang realistis dan berfokus pada hasil dan dampak yang praktis terutama dalam hal finansial. Dari adanya karakteristik ini membentuk pola pikir dan cara pandang mereka terhadap

berbagai peristiwa, termasuk budaya, khususnya ketika budaya tersebut ditampilkan melalui ruang digital.

Dengan demikian, karakteristik Generasi Z yang dekat dengan teknologi, media sosial, serta terbiasa mengonsumsi informasi visual dapat memengaruhi cara mereka memahami dan mempersepsikan suatu budaya yang ditampilkan melalui media digital, seperti konten Rambu Solo' di media sosial TikTok

2.3 Media Sosial TikTok

TikTok merupakan aplikasi media sosial dan platform berbagi video musik yang berasal dari Tiongkok dan dirilis pada bulan September 2016, aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat serta membagikan video musik pendek hasil kreasi mereka sendiri (Yendra et al., 2024). TikTok berfungsi sebagai platform media sosial yang memungkinkan individu untuk memproduksi, berbagi, dan melihat video singkat. Aplikasi ini memungkinkan pengguna gadget untuk dengan mudah menghasilkan video imajinatif dengan berbagai efek menarik yang mudah digunakan.

Platform ini sangat populer di kalangan remaja dan orang dewasa muda di seluruh dunia. Pengguna TikTok bisa membuat video dengan durasi antara 15 hingga 60 detik, biasanya disertai musik, menampilkan tarian, atau aksi lucu. (Yunita, 2025). Menurut Yunita (2025), TikTok memudahkan pembuatan konten yang sesuai dengan ide dan kreativitas pengguna, sekaligus menjadi tempat untuk membangun komunitas, mencari tren terbaru, serta mempromosikan diri atau bisnis kepada audiens yang lebih luas.

TikTok dilengkapi dengan berbagai fitur kreatif, seperti musik, filter, dan efek visual lainnya, yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri mereka dengan cara yang unik dan menarik. Keberagaman fitur ini membuat TikTok tidak hanya sebagai ruang untuk berbagi hiburan, tetapi juga tempat untuk berkreasi, mengikuti tren, dan bahkan menyuarakan opini. Menurut Panayitsa & Falah, (2024), platform tiktok dilengkapi dengan berbagai fitur kreatif, seperti musik, filter, dan efek visual lainnya, yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri mereka dengan cara yang unik dan menarik.

TikTok sebagai salah satu media sosial yang berperan sebagai media komunikasi massa yang memungkinkan penyebaran informasi dan nilai-nilai suatu budaya kepada masyarakat luas (Fahmi, 2020). Melalui karakteristiknya yang berbasis video singkat dan mudah diakses, TikTok mampu menjangkau audiens yang lebih luas serta mempercepat proses penyebaran informasi di ruang digital. Seiring perkembangan media digital TikTok memiliki potensi besar dalam mempromosikan dan melestarikan budaya Indonesia, khususnya budaya tradisional. Menurut Setiawan & Rizki (2022), TikTok menawarkan peluang besar untuk mempromosikan budaya lokal karena platformnya sangat diminati oleh generasi muda.

Di Indonesia TikTok telah melampaui peranannya sebagai platform hiburan semata, dan kini menjadi alat penting untuk memperkenalkan, melestarikan, dan bahkan merayakan keragaman budaya lokal (Panayitsa &

Falah, 2024). Namun, dengan kehadiran suatu budaya tradisional dalam media digital khususnya tiktok membawa tantangan pada bagaimana keaslian tradisi dari kebudayaan tersebut ditampilkan. Sebagaimana dijelaskan oleh Lubis & Amir (2025), otentisitas telah muncul sebagai konsep penting yang mencerminkan keprihatinan sosial dan budaya yang lebih luas tentang identitas, kebenaran, dan representasi diri di lingkungan daring. Oleh karena itu, persepsi audiens terhadap konten budaya seperti Rambu Solo' sangat bergantung pada sejauh mana konten tersebut mampu mempertahankan nilai otentisitasnya di tengah arus digitalisasi.

2.4 Rambu Solo'

Rambu solo' merupakan upacara adat dari Sulawesi Selatan Kabupaten Tana Toraja yang berkaitan dengan kematian seseorang dan bertujuan untuk menghormati dan menghantarkan jiwa atau arwah dari seseorang yang telah meninggal dunia menuju alam roh. Alam roh yang dimaksud adalah tempat keabadian para leluhur mereka di sebuah tempat peristirahatan yang disebut Puya. Untuk mencapai tujuan tersebut, masyarakat Toraja melakukan upacara adat pemakaman yang dikenal dengan nama Rambu Solo' dengan cara memperlakukan jasad seseorang dengan sebaik-baiknya (Anggraeni & Putri, 2021)

Tradisi rambu solo' merupakan ritual adat dan keagamaan (ada' dan aluk) masyarakat Toraja yang hingga saat ini masih terus dilaksanakan dan akan terus ada selama orang Toraja masih ada dan berpegang kuat pada aktivitas budaya dan keyakinan iman yang dimilikinya. Menurut Setiamin et al. (2024), rambu solo' adalah upacara pemakaman etnik toraja yang didalamnya terdapat nilai-nilai yang tumbuh dan berkembang baik bagi masyarakat suku Toraja maupun luar Toraja yaitu nilai Pendidikan sosial.

Menurut Suliono et al. (2024) Pelaksanaan Rambu Solo' tidak hanya menjadi tanggung jawab keluarga inti saja namun dalam upacara pelaksanaan tradisi Rambu Solo' mengandung nilai gotong royong dan solidaritas antar masyarakat disekitar upacara adat. Salah satu nilai penting yang terkandung dalam tradisi ini adalah nilai pendidikan sosial yang mengajarkan tentang solidaritas, gotong royong, cinta kasih terhadap keluarga, serta penghormatan terhadap leluhur (Patiung et al., 2025).

Nilai-nilai sosial tersebut menjadikan Rambu Solo' tidak hanya sebagai upacara adat semata, tetapi juga sebagai sarana pendidikan sosial bagi masyarakat, terutama generasi muda. Melalui tradisi ini, masyarakat diajarkan tentang pentingnya solidaritas, kerja sama, penghormatan terhadap leluhur, serta menjaga hubungan sosial dalam masyarakat.

2.5 Konten Rambu Solo'

Menurut Koentjaraningrat dalam Yunita (2025) Dari sudut pandang studi budaya, internet berfungsi sebagai ranah tempat budaya dihasilkan, disebarluaskan, dan dialami. Dari perspektif studi budaya, internet berperan sebagai ruang untuk menciptakan, mendistribusikan, dan menikmati budaya.

Media massa memiliki peran sebagai sumber yang mampu memberikan informasi apa saja dan berperan sebagai alat utama dalam penyebaran budaya (Zahra et al., 2020). Aplikasi TikTok menampilkan berbagai jenis konten seperti materi pembelajaran, materi informatif, materi ulasan, dan materi yang interaktif.

Seiring perkembangan teknologi digital, kebudayaan-kebudayaan lokal kini dikemas dalam bentuk konten, seperti video pendek yang berdurasi 30-60 detik di platform TikTok. Menurut Junaedi et al. (2025), media sosial memiliki potensi besar dalam merepresentasikan suatu budaya melalui tampilan visual yang dibangun secara kreatif, representasi visual tersebut dapat berperan dalam membentuk cara pandang dan memengaruhi persepsi publik terhadap warisan budaya. Konten digital adalah representasi baru dari praktik budaya yang dimediasi oleh teknologi, di mana kebudayaan-kebudayaan lokal tidak hanya dilestarikan secara fisik, tetapi juga dapat dimaknai ulang oleh audiens melalui interaksi daring.

Konten budaya dalam konteks komunikasi modern merupakan bentuk penyampaian pesan yang memuat nilai, makna, dan simbol budaya tertentu yang disebarkan melalui berbagai media digital. Salah satu konten budaya yang ditampilkan dalam TikTok adalah konten mengenai upacara pemakaman etnik Toraja atau Rambu Solo'. Dalam konteks ini, konten Rambu Solo' di Tiktok berperan sebagai sarana komunikasi budaya, yakni proses penyampaian pesan, nilai, dan simbol adat kepada khalayak yang lebih luas. Menurut Said 2019 dalam Patiung et al. (2025). pengenalan tradisi rambu solo' melalui media digital tidak hanya memperluas akses informasi saja tetapi dapat menarik minat generasi muda untuk lebih memahami budaya mereka.

Adanya konten ritual Rambu Solo' di TikTok, khususnya melalui akun *@Yayat.junior* dengan visualisasi prosesi adat yang dikemas secara kreatif dan menarik, dari berbagai video-video prosesi rambu solo'. Konten tersebut tidak hanya berfungsi sebagai hiburan atau dokumentasi semata, tetapi juga menjadi media yang membentuk persepsi dan sikap publik terhadap tradisi Toraja. Dengan cara ini, TikTok menjadi ruang baru bagi pewarisan budaya yang mampu menjangkau generasi muda di ranah digital.

Oleh karena itu, di era sekarang ini tradisi Rambu Solo' tidak hanya dilihat secara langsung dalam ruang fisik saja, tetapi juga dapat dinikmati dalam ruang digital yang dikemas secara menarik dan kreatif dengan penggunaan efek visual, musik, serta narasi yang disesuaikan dengan tren media sosial. Hal ini membuat penyajian tradisi Rambu Solo' menjadi lebih atraktif dan mudah diterima oleh Generasi Z yang terbiasa dengan konten visual yang menarik dan kreatif.

Melalui konten tersebut, tradisi Rambu Solo' tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga sebagai media komunikasi budaya yang dapat membentuk persepsi dan cara pandang audiens terhadap budaya tersebut. Dalam proses pembentukan persepsi tersebut, terdapat beberapa aspek yang dapat memengaruhi cara audiens memahami konten, di antaranya adalah aspek estetika visualisasi penyajian dan makna budaya yang terkandung dalam konten tersebut.

a. Estetika visual

Estetika visual suatu konten dalam tiktok menekankan penggunaan elemen-elemen visual seperti warna, pencahayaan, kualitas video, audio, transisi, efek, dan musik latar video (background). Elemen-elemen ini tidak hanya berfungsi sebagai hiasan, melainkan dapat memperkuat struktur narasi dalam penyampaian pesan pada suatu video. Menurut Green dan Jenkins dalam Syahrani, (2025) mengatakan bahwa konten video pendek dengan kombinasi elemen-elemen visual mampu meningkatkan pemahaman audiens lebih baik dari penyampaian secara tradisional.

Adanya estetika visual dalam video tidak hanya memberikan kenyamanan saat menonton, tetapi juga mampu membentuk persepsi dan makna yang diterima audiens. Dalam konteks TikTok, visual yang estetik dapat meningkatkan ketertarikan penonton, di mana unsur estetika seperti komposisi gambar, pencahayaan, warna, dan kualitas video berpengaruh dalam membangun pesan visual yang efektif serta menarik perhatian audiens yang mendalam (Agustini et al., 2025).

Dalam konteks konten budaya, strategi visualisasi yang kuat perlu berjalan beriringan dengan pemahaman audiens terhadap budaya yang ditampilkan tidak mengalami pemaknaan yang salah. Menurut Syahrani (2025) meskipun video berdurasi pendek efektif dalam menarik perhatian audiens, penyampaian pesan dalam konten harus dirancang secara cermat dalam konteks tersebut, strategi visual yang kuat harus berjalan seiring dengan pemilihan pesan inti yang tepat. Penggunaan efek visual yang berlebihan, transisi cepat, atau elemen hiburan yang dominan juga dapat berisiko mengalihkan perhatian audiens Generasi Z.

b. Makna budaya

Makna dari suatu budaya merupakan nilai, simbol, dan kebiasaan yang hidup dalam suatu masyarakat dan diwariskan secara turun-temurun melalui praktik sosial, dan tradisi budaya. Dalam konteks penelitian ini, makna budaya dipahami sebagai pesan simbolik yang terkandung dalam tradisi adat Toraja yaitu upacara rambu solo' yang direpresentasikan melalui konten digital, dalam media sosial TikTok.

Dalam tradisi pelaksanaan upacara rambu solo' memiliki beberapa nilai pendidikan yang terdapat dalam prosesi dan partisipasi masyarakat. Salah satu nilai penting yang terkandung dalam tradisi ini adalah nilai pendidikan sosial yang mengajarkan tentang solidaritas, gotong royong, cinta kasih terhadap keluarga, serta penghormatan terhadap leluhur (Patiung et al., 2025).

Selama acara adat berlangsung, seluruh anggota masyarakat Toraja terlibat, baik dalam mempersiapkan upacara maupun dalam mendukung keluarga yang sedang berduka sebagai bentuk cinta kasih. Partisipasi dalam tradisi ini mengajarkan pentingnya bekerja sama, saling membantu, serta memperkuat hubungan sosial antar masyarakat dalam suatu daerah (Patiung et al., 2025). Selain itu, Upacara Rambu Solo juga mengajarkan

generasi muda untuk menjaga hubungan yang baik dengan leluhur dan lingkungan sekitar, serta mempertahankan tradisi yang telah diteruskan turun temurun.

Ketika Rambu Solo' ditampilkan dalam konten TikTok, makna budaya tersebut mengalami proses representasi, yaitu bagaimana realitas suatu budaya dikemas, dipilih, dan ditampilkan melalui simbol visual, dan estetika dalam suatu media. Menurut Stuart Hall dalam Radja & Sunjaya, (2024) Proses ini berkaitan tentang bagaimana makna dari suatu budaya dibentuk dan disampaikan melalui berbagai media, dalam konteks tersebut terjadi proses pengodean, di mana seseorang membuat konten dengan memilih, mengedit, dan mengemas makna tertentu yang ada dalam suatu budaya menjadi sebuah simbol seperti konten video.

Realitas yang ada dalam suatu budaya dipilih, dan ditampilkan dalam bentuk simbol visual, serta estetika tertentu agar sesuai dengan karakter media dan minat audiens. Makna budaya tersebut tidak hanya berasal dari tradisi itu sendiri, tetapi juga akan terbentuk melalui cara konten disajikan dan bagaimana penonton mempersepsikan pesan yang diterimanya melalui konten.