

MODEL PEMANFAATAN TIKTOK PADA MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO

Bidrotul Ragil Amini^{1*}, Junaidi Songidan², Hariyanto³

^{1*,2,3} Universitas Muhammadiyah Metro, Kota Metro, Indonesia

**Corresponding author. Jl. Ki Hajar Dewantara 116 Iringmulyo, 34112, Kota Metro, Indonesia.*

E-mail: [^{1*\)}bidrotulragil1234@gmail.com](mailto:bidrotulragil1234@gmail.com)
[^{2\)}junaidisongi@gmail.com](mailto:junaidisongi@gmail.com)
[^{3\)}kpihariyanto@gmail.com](mailto:kpihariyanto@gmail.com)

Abstrak

Pekembangan pesat zaman, khususnya dibidang teknologi, telah mengubah kebiasaan manusia dalam berinteraksi dan berkomunikasi. Munculnya media baru atau new media telah mempermudah interaksi manusia dengan memanfaatkan teknologi. Salah satu produk new media adalah media sosial, yang memberikan kesempatan kepada setiap individu untuk mengeksplorasi minat mereka secara online. Salah satu media sosial yang banyak diminati kalangan remaja saat ini yaitu TikTok. Banyak motivasi para pengguna TikTok dalam memanfaatkannya. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi model pemanfaatan TikTok oleh mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), angkatan 2020, Universitas Muhammadiyah Metro. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap mahasiswa KPI angkatan 2020 yang aktif menggunakan TikTok. Hasil penelitian ini menunjukkan TikTok memberikan manfaat bagi mahasiswa KPI angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Metro, yaitu, (1) pemenuhan kebutuhan informasi, (2) pemenuhan kebutuhan identitas, (3) pemenuhan kebutuhan hiburan, (4) pemenuhan kebutuhan interaksi sosial, dan (5) pemenuhan kebutuhan penghindaran dan relaksasi.

Kata Kunci: Mahasiswa, Model, Pemanfaatan, TikTok.

Abstract

The rapid development of the times, especially in the field of technology, has changed habits humans interact and communicate. The emergence of new media has facilitated human interaction by utilizing technology. One of the new media products is social media, which provides an opportunity for every individual to explore their interest online. One of the social media that is in great demand among teenagers today is TikTok. There are many motivations for TikTok users to use it. This study aims to investigate the TikTok utilization model by student of the Islamic communication and broadcasting study program (KPI), class of 2020, Muhammadiyah Metro University. This research uses a qualitative approach with descriptive methods. Data was collected through in-depth interviews and observation of 2020 KPI students who actively uses TikTok. The results of this study show that TikTok provides benefit for 2020 Muhammadiyah Metro University KPI students, namely, (1) fulfillment of information needs, (2) fulfillment of identity needs, (3) fulfillment of entertainment needs, (4) fulfillment of social interaction needs, and (5) fulfillment of avoidance and relaxation needs.

Keyword: Models, Students, TikTok, Utilization.



This is an open access article under the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin menjadi pesat hingga hari ini, khususnya dibidang teknologi, membuat kebiasaan manusia dalam berinteraksi dan berkomunikasi mengalami banyak pergantian. Di era kemajuan teknologi

seperti saat ini melahirkan new media (media baru) sebagai sarana untuk mempermudah dalam berinteraksi. Interaksi yang dibentuk manusia menjadi lebih simpel dengan menjadikan kedatangan new media (media baru) sebagai sarana untuk

memudahkan keterbatasan komunikasi konvensional tatap muka (Zis, Effendi & Roem, 2021).

Media sosial menjadi salah satu produk dari kehadiran new media yang memberikan kesempatan bagi setiap orang untuk lebih mengeksplorasi penggunaannya terhadap minat-minat yang dapat ditemukan di internet (Siddiqui & Singh, 2016). Sosial media menjadi salah satu alat yang menjadikan manusia memiliki kemampuan berinteraksi yang lebih cair dibandingkan dengan cara lama. Media sosial memainkan peran penting dalam mengubah gaya hidup orang-orang yang memfasilitasi siapa pun untuk mempublikasikan serta mengakses informasi, bekerjasama dalam upaya membangun relasi secara online.

Media sosial tidak hanya digunakan untuk bertukar pesan, namun juga dapat digunakan untuk mencari bermacam informasi, digunakan untuk belajar, mencari hiburan, mengeksplor diri, berbisnis hingga untuk bekerja. Sosial media adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Hal ini juga membuat seorang pengguna tidak hanya berperan sebagai konsumen tetapi juga menjadi produsen informasi.

Media sosial dapat diakses dengan menggunakan internet dan siapapun dapat mengaksesnya. Tidak terkecuali kaum milenial, yang sering menggunakan media sosial untuk berinovasi dengan membuat konten-konten kreatif. Para pengguna media sosial pun dapat dengan bebas berkomentar, menyalurkan pendapatnya, tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada. Tidak heran jika kehadiran media sosial menjadi fenomena.

Berdasarkan data tahun 2022, pengguna aktif media sosial di Indonesia mengalami peningkatan. Pada Januari 2022 Indonesia pengguna media sosial aktif meningkat sebanyak 12,35% dari tahun sebelumnya. Lebih tepatnya jumlah pengguna aktif media sosial pada awal 2022 adalah sebanyak 191 juta orang sedangkan pada 2021 sebesar 170 juta orang. Dengan total populasi 273.5 juta lebih, hal tersebut membuktikan hampir dari setengah penduduk Indonesia telah menjadi pengguna aktif media sosial (Zakiyyah & Fathurohman, 2022).

Pengguna media sosial terbanyak berasal dari kalangan usia 20-29 tahun (generasi milenial). Sebanyak 93,5% dari kelompok generasi milenial memiliki akun media sosial. Salah satu media sosial yang banyak diminati dikalangan remaja saat ini yaitu TikTok. Sebagai media sosial yang banyak digandrungi dikalangan remaja, saat ini TikTok menduduki peringkat ketiga sebagai media sosial yang banyak digunakan.

Berdasarkan data bulan april tahun 2022, penggunaan TikTok yang cukup besar membuat Indonesia menduduki peringkat ke 2 dengan penggunaan TikTok terbesar di dunia setelah Amerika Serikat, dengan pengguna aktif bulanan TikTok di Indonesia sebesar 99,1 juta orang pada April 2022 (Rizaty, 2022).

TikTok adalah platform media sosial yang semakin populer di kalangan pengguna internet. Seperti halnya media sosial lainnya, TikTok juga memiliki akses yang sangat luas. Tidak hanya dapat berkomunikasi, kita juga dapat menemukan informasi yang secara global. Sistem sosial di dalam TikTok adalah dengan mengikuti, menonton, memberi komentar, memberi tanda suka pada akun dan konten pengguna lainnya serta dapat berbagi video.

Karena TikTok memiliki berbagai konten yang cenderung mengarah konten hiburan, hal ini membuat para penggunanya banyak menghabiskan waktunya untuk mengakses TikTok, sehingga dapat menyebabkan penggunanya menjadi kecanduan untuk mengakses TikTok.

Kecanduan untuk mengakses sosial media menimbulkan banyak dampak negatif pada manusia, seperti menunda-nunda pekerjaan, kurangnya interaksi sosial dan kepedulian terhadap orang-orang disekitar serta menghabiskan waktu untuk hal yang sia-sia. Hal ini juga berdampak pada kesehatan fisik dan mental.

TikTok banyak digunakan oleh generasi milenial, terkhusus dikalangan mahasiswa. Mahasiswa yang notabennya membutuhkan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, menjadikan pengguna media sosial didominasi oleh kalangan mahasiswa, termasuk mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Universitas Muhammadiyah Metro.

Mahasiswa merupakan kelompok yang aktif dalam menggunakan media sosial, baik untuk tujuan akademik maupun hiburan. TikTok menawarkan pengalaman pengguna yang unik dan menarik melalui konten video pendek yang beragam, mulai dari hiburan, pengetahuan tren, seni dan banyak lagi. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam memanfaatkan platform ini dalam kontes kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil pra survey, mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Metro aktif menggunakan media sosial TikTok. Dalam hal ini ada beberapa model mahasiswa dalam memanfaatkan TikTok di kegiatannya

sehari-hari. Melihat dari fenomena tersebut dan merujuk pada latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, peneliti ingin meneliti model pemanfaatan TikTok pada Mahasiswa KPI angkatan 2020 UM Metro.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dilakukan penelitian dengan judul Model Pemanfaatan TikTok Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islma Universitas Muhammadiyah Metro. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana model pemanfaatan TikTok pada mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini berbentuk penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang diupayakan untuk mengamati permasalahan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan sifat objek tertentu, penelitian deskriptif bertujuan untuk memaparkan, menggambarkan dan memetakan fakta-fakta berdasarkan cara pandang atau kerangka berfikir tertentu (Roosinda et. al., 2021). Metode ini berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan kondisi, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, efek yang terjadi atau kecenderungan yang tengah berkembang.

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah sumber data primer dan sumber data sekunder Sumber data primer dalam penelitian ini adalah: wawancara interview, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Metro angkatan 2020. Dalam penelitian ini peneliti memakai teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi untuk mengumpulkan hasil kegiatan selama proses berlangsung.

Langkah-langkah dalam menganalisis data penelitian ini meliputi tiga tahap utama. Pertama, *Data Reduction* (Reduksi Data), yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, dan memfokuskan pada aspek-aspek penting yang relevan dengan masalah. Kedua, *Data Display* (Penyajian Data), dimana berbagai metode dan teknik digunakan untuk menggambarkan rincian data secara keseluruhan. Ketiga, *Conclusion Drawing/Verification*, yaitu proses induksi data sehingga makna data dapat ditemukan dan kesimpulan yang tepat dapat diambil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengidentifikasi berbagai kebutuhan yang dipenuhi melalui penggunaan TikTok, meliputi kebutuhan informasi, identitas, hiburan, interaksi sosial, serta penghindaran dan relaksasi. Analisis ini memberikan gambaran bagaimana platform media sosial ini dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk mendukung aktivitas akademik dan keseharian mereka.

Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggunaan Media Sosial TikTok Dikalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pemenuhan kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang berhubungan dengan informasi, pengetahuan dan pemahaman pemahaman. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat atau dorongan-dorongan untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran dan dorongan untuk penyelidikan (Hannabuss, 2009). Mahasiswa menggunakan TikTok untuk memperoleh informasi yang relevan dengan minat dan kebutuhan masing-masing.

Pengguna dapat mengikuti atau hanya sekedar menonton akun-akun yang menyediakan konten edukatif atau

informasi terkini yang mereka minati. Mahasiswa dapat menggunakan TikTok untuk mencari ataupun mengikuti berita dan mendapat informasi tentang isu-isu aktual. Konten-konten pendek seperti video berita singkat atau diskusi topikal membantu mereka untuk tetap up-to-date dengan peristiwa terkini. Selain itu mereka juga dapat mencari tutorial, tips, berbelanja online atau sumber pendidikan melalui platform ini. Sehingga ini tentunya dapat memudahkan aktivitas pemenuhan informasi dalam sehari-hari.

Berdasarkan dari penelitian ini kebutuhan informasi menjadi salah satu model pemanfaatan media sosial TikTok pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, angkatan 2020, Universitas Muhammadiyah Metro. Mahasiswa memanfaatkan media sosial TikTok untuk memperoleh informasi. Informasi yang diminati oleh mahasiswa pun berbeda-beda. Dalam penelitian ini, dari 19 pengguna aktif TikTok terdapat 9 pengguna yang memanfaatkan TikTok sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi. Contoh, pemenuhan kebutuhan informasi yang dilakukan oleh mahasiswa KPI UM Metro yaitu untuk mengetahui berita terbaru yang sedang buming atau tren. Informasi dikemas dengan bentuk video yang dinilai lebih menarik, singkat dan jelas.

Pemenuhan Kebutuhan Identitas Penggunaan Media Sosial TikTok Dikalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pemenuhan Kebutuhan identitas merupakan pemenuhan kebutuhan yang berhubungan dengan kepribadian pengguna. TikTok memungkinkan mahasiswa untuk mengekspresikan identitasnya melalui konten yang dibuat dan bagikan (Soliha, 2015). Mahasiswa dapat membuat video yang mencerminkan minat, hobi dan kepribadian mereka. Media sosial

TikTok juga memberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam tren dan tantangan yang populer, yang dapat membantu membangun identitas sosial mereka di kalangan sesama mahasiswa. TikTok menjadi wadah bagi mahasiswa yang tertarik pada konten tertentu untuk mengekspresikan minat mereka.

Salah satunya, mahasiswa dengan memiliki ketertarikan pada musik tertentu dapat membagikan video cover atau konten musik yang mereka sukai. Sehingga orang lain tahu bahwa ia adalah seseorang yang menyukai musik.

Pada penelitian ini pemenuhan kebutuhan identitas juga berkaitan dengan kebutuhan mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial TikTok untuk secara kreatif mengekspresikan diri melalui konten yang dibuat. Mereka membuat dan diunggah video yang mencerminkan minat, bakat dan kepridadian mereka.

Konten-konten kreatif yang dibuat oleh mahasiswa yaitu, video atau foto diri sendiri yang diberi lagu supaya lebih menarik, juga video random yang menarik, seperti tempat estetik, jalan, langit dan lainnya yang diberi tulisan berupa quotes. Selain itu konten kreatif yang berupa video yang diisi dengan quotes atau puisi yang diucapkan oleh mahasiswa itu sendiri.

Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Penggunaan Media Sosial TikTok Di kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

Kebutuhan hiburan melibatkan pengguna media sebagai sumber kesenangan dan hiburan. Pemenuhan kebutuhan hiburan berkaitan dengan aktivitas yang memberikan kesenangan, kegembiraan, dan hiburan kepada pengguna media (Monggilo, 2016). Sebagai platform yang menyediakan berbagai video pendek yang menarik, TikTok menawarkan hiburan bagi penggunanya.

Pemenuhan kebutuhan ini dapat dipenuhi dengan menonton konten-konten yang lucu dan menghibur atau menginspirasi. TikTok juga memberikan akses ke berbagai konten seperti musik, komedi, tarian, lip sync, yang dapat menghilangkan stres dan memberikan hiburan yang ringan. Pada penelitian ini terdapat 6 mahasiswa KPI UM Metro, memiliki minat pada konten-konten hiburan, sehingga mahasiswa memilih menonton video hiburan seperti menonton kartun, film, komedi dan video hiburan lainnya yang mereka minati. Menggunakan TikTok untuk mencari konten-konten hiburan dapat memicu perasaan positif.

Pemenuhan Kebutuhan Interaksi Sosial Penggunaan Media Sosial TikTok Di kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pemenuhan kebutuhan interaksi sosial yaitu penggunaan media sebagai sarana untuk berinteraksi dan membangun relasi dengan teman-teman melalui media (Syahyudin, 2019). TikTok memiliki jangkauan yang luas sehingga membuat pengguna dapat membangun koneksi dengan pengguna lain menjadi lebih luas.

TikTok memberikan kesempatan penggunanya untuk mendapatkan ataupun memberi pengakuan dan apresiasi pengguna lain dengan cara memfollow akunnya, like, komen, dan berbagi video. Hal ini dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka dan memperkuat ikatan sosial melalui interaksi yang berhubungan dengan karya mereka.

Berdasarkan pada penelitian ini pemenuhan kebutuhan interaksi sosial menjadi model pemanfaatan media sosial TikTok bagi mahasiswa KPI UM Metro. Bentuk pemenuhan kebutuhan interaksi sosial yaitu mahasiswa mengikuti akun pengguna lain, memberikan komentar, menyukai, atau berbagi konten dengan pengguna lain.

teman-temannya. Begitu pun sebaliknya mahasiswa juga mendapat hal yang sama dari konten-konten yang mereka unggah.

Pemenuhan Kebutuhan Penghindaran dan Relaksasi Penggunaan Media Sosial TikTok Dikalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pemenuhan kebutuhan penghindaran dan relaksasi merupakan ketika seseorang mencari cara untuk menghindari atau melarikan diri dari stres, kebosanan, ketegangan atau situasi yang tidak menyenangkan (Budi, 2020). Ini berarti mereka berusaha untuk menjauh dari hal-hal yang mungkin membuat mereka cemas, khawatir, atau tidak nyaman. Mencari dan menonton video menarik merupakan salah satu contoh dari pemenuhan kebutuhan penghindaran dan relaksasi. Media sosial dapat memberikan jeda yang menyegarkan dan membantu individu untuk merasa santai dan nyaman.

TikTok menyediakan hiburan yang efektif untuk mengalihkan pikiran mereka dari tekanan masalah pribadi. Melalui video lucu, tarian, konten tentang alam yang memberikan ketenangan serta konten menarik lainnya, pengguna dapat melupakan sejenak beban hidup dan mendapat kesegaran mental.

Berdasarkan hasil penelitian dapat di ketahui bahwa Mahasiswa memanfaatkan TikTok untuk berbagai kebutuhan, termasuk informasi, identitas, hiburan, interaksi sosial, dan relaksasi. Dari 19 pengguna aktif, 9 di antaranya menggunakan TikTok sebagai sumber utama informasi. Mereka mengakses konten edukatif, berita terkini, dan tutorial yang relevan dengan minat mereka. Format video pendek dinilai lebih menarik dan mudah dipahami, sehingga efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi.

TikTok juga memungkinkan mahasiswa mengekspresikan diri melalui konten yang mencerminkan minat dan kepribadian mereka. Partisipasi dalam tren populer membantu membangun identitas sosial. Mereka memproduksi konten kreatif seperti video musik, quotes, dan puisi untuk mengekspresikan identitas pribadi dan sosial.

Selain itu, TikTok menyediakan berbagai konten lucu, menghibur, dan menginspirasi yang membantu mahasiswa menghilangkan stres. Enam mahasiswa menggunakan TikTok untuk menonton konten hiburan seperti kartun, film, dan komedi, memberikan hiburan ringan yang menyegarkan. TikTok juga memungkinkan mahasiswa membangun koneksi sosial dengan mengikuti, menyukai, mengomentari, dan berbagi konten, yang memperkuat ikatan sosial dan meningkatkan rasa percaya diri.

Akhirnya, mahasiswa menggunakan TikTok untuk melarikan diri dari stres dan ketegangan. Menonton video lucu, tarian, dan pemandangan alam membantu mereka merasa santai dan nyaman, memberikan jeda dari tekanan sehari-hari. TikTok efektif sebagai platform untuk memenuhi berbagai kebutuhan mahasiswa, baik informasi, identitas, hiburan, interaksi sosial, maupun relaksasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan TikTok pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020 menemukan lima model pemanfaatan. Mahasiswa menggunakan TikTok untuk mencari informasi, sebagai sarana hiburan, mengapresiasi konten kreatif sebagai bentuk interaksi sosial, mengekspresikan diri, dan untuk relaksasi. Mahasiswa Komunikasi dan

Penyiaran Islam angkatan 2020 lebih banyak menjadi konsumen daripada produsen, lebih memilih menikmati konten yang dibuat oleh orang lain berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

Berdasarkan temuan penelitian ini, ada beberapa saran untuk memaksimalkan pemanfaatan TikTok pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam. Mahasiswa perlu manajemen waktu yang dihabiskan di TikTok agar tidak mengganggu produktivitas akademik dan kegiatan lainnya. Selain itu, mereka sebaiknya memilih konten yang bermanfaat dan relevan, serta produktif dalam memproduksi konten dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi, H. I. S. (2020). *Manajemen Konflik Mengelola Marah & Stres Secara Bijak*. Deepublish.
- Hannabuss, S. (2009). The International Encyclopedia of Communication. *Reference Reviews*, 23(1), 20-22.
- Monggilo, Z. M. (2016). Kajian Literatur Tentang Tipologi Perilaku Berinternet Generasi Muda Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 31-48.
- Rizaty, M. A. (2022). *Pengguna TikTok Tebesar Kedua di Dunia*, diakses dari: <https://dataindonesia.id>, pada tanggal 12 Januari 2023
- Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. G. S., Anisah, H. U., Siahaan, A. L. S., Islamiati, S. H. D., ... & Fasa, M. I. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Zahir Publishing.
- Siddiqui, S., & Singh, T. (2016). Social media its impact with positive and negative aspects. *International journal of computer applications* technology and research, 5(2), 71-75.
- Soliha, S. F. (2015). Tingkat ketergantungan pengguna media sosial dan kecemasan sosial. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1-10.
- Syahyudin, D. (2019). Pengaruh gadget terhadap pola interaksi sosial dan komunikasi siswa. *Gunahumas*, 2(1), 272-282.
- Zakiyyah, A. A., & Fathurohman, I. (2022). Kesantunan Berbahasa dalam Bersosial Media. In *Seminar Nasional Peran Bahasa dan Sastra Indonesia dalam Industri Kreatif Era 5.0* (Vol. 1, No. 1, pp. 48-55).
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan perilaku komunikasi generasi milenial dan generasi z di era digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69-87.