

ANALISIS FENOMENA SOSIAL MEDIA DAN KAUM MILENIAL: STUDI KASUS TIKTOK

Yohana Noni Bulele¹, Tony Wibowo²

Universitas Internasional Batam^{1,2}

Email: 1531026.yohana@uib.edu¹, tony.wibowo@uib.ac.id²

Abstract:

The purpose of this research is to providing information about applications that are in demand by many young people (millennial), TikTok, especially during this pandemic, as we know, physical contact have begun to be prohibited, some people think this application can help in terms of provide entertainment, but this research will not only discuss the benefits of TikTok as a means of entertainment. Currently the TikTok application is one of the most downloaded applications. This research was conducted using interview and meta-analysis methods to facilitate the research process. The results of this study are information about the benefits of the TikTok application that can be felt not only for young people but also for all people.

Keywords: *social media, tiktok, millennial*

Abstrak:

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai aplikasi yang sedang diminati oleh banyak anak muda yaitu TikTok, khususnya selama pandemi ini, dimana seperti yang kita ketahui, kegiatan dalam bentuk kontak fisik sudah mulai dilarang, sehingga banyak yang menganggap aplikasi ini dapat membantu dalam hal memberikan hiburan, namun disini peneliti tidak hanya akan membahas mengenai manfaat TikTok sebagai sarana hiburan. Saat ini aplikasi TikTok menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak diunduh. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dan meta analisis untuk mempermudah proses penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah informasi mengenai manfaat aplikasi TikTok yang bisa dirasakan tidak hanya bagi anak muda tetapi juga semua kalangan.

Kata kunci: *media sosial, tiktok, milenial*

PENDAHULUAN

Selain akses internet, *smartphone* yang canggih juga kini dilengkapi dengan bermacam macam aplikasi dan fitur serta dilengkapi dengan resolusi kamera rendah hingga paling tinggi. Tidak hanya itu, kecanggihannya juga hampir menyamai perangkat komputer, dimana *smartphone* bisa menginstall program-program yang terdapat dalam komputer seperti *Microsoft Office* dan *Winamp*. aplikasi media sosial lain pun dapat diinstall seperti *Facebook, Twitter, Line,*

Whatsapp, Instagram, Youtube dan beberapa program untuk mempermudah dan memanjakan kehidupan manusia (Putra & Patmaningrum, 2018).

Munculnya berbagai *platform* aplikasi penyedia pembuatan video dengan hal-hal yang menarik, memberikan tanda bahwa era digital semakin merajai pengguna *smartphone*, dilihat dari banyaknya konten video yang tersebar di berbagai media sosial dan Negara, salah satunya Indonesia. Kecepatan internet yang semakin maju

juga membantu pertumbuhan konten video untuk diunggah ke internet. Bagi para pengguna *smartphone*, *platform* atau aplikasi yang menyediakan pembuatan video yang menarik tersedia dengan berbagai pilihan (Susilowati, 2018).

Aplikasi TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan *platform* video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi tersebut memperbolehkan penggunanya untuk membuat video music dengan durasi singkat. Sepanjang kuartal pertama (Q1) 2018, TikTok mengukuhkan diri sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh yakni sebanyak 45,8 juta kali. Jumlah tersebut berhasil mengalahkan beberapa aplikasi populer lainnya seperti, YouTube, Whatsapp, Facebook Messenger, dan Instagram. Pengguna aplikasi TikTok di Indonesia kebanyakan adalah anak usia sekolah dan milenial atau yang kita kenal dengan sebutan Generasi Z (Handy & Wijaya, 2020).

Banyaknya pengguna aplikasi TikTok di Indonesia yang mencapai lebih dari 10 juta, mayoritas penggunanya adalah anak usia sekolah (peserta didik), maka dari itu dapat kita ketahui aplikasi

TikTok telah menjadi primadona, dan digandrungi para milenial yang mayoritasnya adalah anak sekolah (Aji & Setiyadi, 2019).

Penelitian ini dilakukan untuk menunjukkan kepada anak muda bahwa, media sosial yang biasa dikenal sebagai media untuk mencari hiburan bisa menjadi media yang dapat memberikan banyak hal positif seperti sumber informasi atau lahan bisnis. Selain itu, aplikasi ini juga dapat memberikan ruang pada siapa saja yang ingin berkreasi dalam mengekspresikan diri atau mengembangkan kreatifitas.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini terinspirasi dari karya Khoiriyati dan Saripah (2018) tentang manfaat media sosial sebagai pembawa perubahan baik pada kepribadian, kreatifitas, sosialisasi, kecerdasan dan lainnya. Untuk dunia, media sosial juga sangat bermanfaat dikarenakan dapat mendekatkan yang jauh dan juga memiliki beberapa manfaat bagi sebagian kalangan tertentu. Tidak lagi sebagai media untuk penyampai pesan kepada yang jauh, media sosial kini telah menjelma menjadi media untuk hiburan,

bersosialisasi, menentukan *lifestyle*, media untuk bisnis, sampai media pendidikan.

Penelitian ini terinspirasi dari karya Michael Hartono (2019) tentang aplikasi sosial video pendek ini (TikTok) yang dapat membantu para *user* untuk bisa menjadi *content creator*, dikarenakan aplikasi ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, yang dapat mendorong kreativitas penggunanya.

Penelitian ini terinspirasi dari karya Rian Saputra dan Hast Dhuatu (2020) tentang video sebagai penetralisir stres dan beban pikiran. Paduan musik yang menyenangkan dapat mengubah suasana hati. Berdasarkan studi literasi dari jurnal *Psychological Science*—gerak meregangkan tubuh dapat mengurangi rasa lelah dan memperkuat diri—gerak yang dilakukan saat bermain TikTok dapat mengalihkan rasa lelah kita. Dengan demikian tingkat stres dapat berkurang.

Penelitian ini terinspirasi dari karya Deriyanto dan Qorib (2018) tentang pengaruh lingkungan yang dapat

membuat seseorang tertarik terhadap media sosial, seperti pengguna media sosial yang melihat aplikasi TikTok berdasarkan seberapa banyak orang di sekitarnya yang mengakses aplikasi TikTok sehingga dapat mengubah sudut pandang pengguna aplikasi lain, dimana awalnya pengguna aplikasi lain tersebut tidak tertarik akhirnya menjadi tertarik, serta mendapatkan manfaat yang dia butuhkan seperti dapat memperluas jaringan pertemanan, mendapat hiburan menarik, hingga memberi informasi.

Penelitian ini terinspirasi dari karya Massie (2020) tentang peran aplikasi TikTok di masa pandemi ini. Pembatasan aktivitas diluar rumah saat masa pandemi virus corona meningkatkan penggunaan internet dan media sosial terlebih lagi penggunaan terhadap aplikasi media *short video* yaitu TikTok. Para pengguna TikTok mendapatkan 3 kategori konten terutama yaitu konten hiburan seperti video-video lucu atau humoris, video kesenian ataupun video berisikan tips-tips. Kemudian terdapat konten edukasi yang berfungsi untuk memberikan bukan hanya pengetahuan namun juga keterampilan. Terakhir, konten

pemasaran yang mempersuasi seseorang untuk tertarik bahkan akhirnya mencoba atau menggunakan hal-hal yang dipasarkan tersebut.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan studi pustaka dan wawancara, dimana peneliti mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik yang diangkat dari berbagai sumber diantaranya berita atau forum dan menanyakan informasi seputar TIKTOK dengan beberapa narasumber.

Dalam penelitian ini Kami menggunakan metode wawancara yang merupakan teknik komunikasi dalam menggali beberapa data yang diperlukan. Metode wawancara ini digunakan untuk mengungkapkan data yang berkaitan dengan kebutuhan dalam penelitian (Hadi, 2020).

Penelitian ini juga menggunakan metode meta analisis. Secara sederhana, penelitian meta analisis merupakan analisis atas analisis, atau dengan arti lain meta analisis dapat dilakukan analisis secara komperhensif terhadap beberapa analisis dari berbagai hasil penelitian mengenai topik yang telah dipilih. Sebagai penelitian, meta analisis adalah

kajian dari beberapa hasil penelitian dalam masalah yang sejenis (Hidayat, 2018).

HASIL

PENULIS	TAHUN	JENIS PUBLIKASI
Khoiriyati dan Saripah	2018	Media sosial membawa perubahan tidak hanya pada kepribadian tetapi juga pada kreatifitas, sosialisasi, dan kecerdasan.
Michael Hartono	2019	Aplikasi TIKTOK dapat membantu usernya untuk menjadi <i>content creator</i> .
Rian Saputra dan Hast Dhuatu	2020	Video dapat menjadi penetralisir stress dan dapat mengubah suasana hati.
R. Marini	2019	Aplikasi ini dapat menjadi penghilang bosan dan dapat menghibur.

B. Prianbodo	2018	Banyak remaja yang mengunduh aplikasi ini dan menggunakannya sebagai ajang eksistensi diri.
--------------	------	---

Terdapat beberapa kesamaan antara jurnal dan responden mengenai aplikasi TIKTOK ini, diantaranya variasi video yang dimiliki TIKTOK menjadikan aplikasi ini sebagai salah satu penyedia atau sumber informasi bagi penggunanya, dimana informasi ini dapat digunakan untuk kegiatan atau keperluan studi.

Tidak hanya bermanfaat sebagai sumber informasi, aplikasi ini juga bisa menjadi media penghibur karena beberapa responden menganggap bahwa konten yang ada di TIKTOK menghibur. Selain itu, salah satu responden juga mengatakan bahwa selama ia menggunakan aplikasi TIKTOK, responden tersebut semakin giat untuk melatih kemampuan editingnya agar dapat menghasilkan konten yang menarik.

Aplikasi ini juga bisa mengajak para responden untuk membuat macam-

macam video yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya, seperti *dubbing* dan menyanyi duet dengan orang lain.

Namun, dari banyaknya hal positif yang didapat, aplikasi ini juga tidak luput dari video video yang tidak layak ditonton, menurut salah satu responden.

Kesimpulan yang didapat dari peneliti terdahulu dan responden yang diwawancara, aplikasi ini dapat menjadi salah satu aplikasi yang bermanfaat tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi juga sebagai sumber informasi dan pengasah kreatifitas. Sehingga aplikasi ini cocok untuk digunakan semua kalangan, sesuai ketentuan minimum usia pengguna TIKTOK.

PEMBAHASAN

Menurut Angga Anugrah Putra, *Head of User and Content Operations* TikTok Indonesia, selama dua tahun lebih TikTok hadir di Indonesia semakin banyak masyarakat yang menikmati untuk berkreatifitas di TikTok.

Melihat bebasnya anak remaja yang menggunakan aplikasi ini, tentu saja membuat kahwatir para orang tua yang merasa anaknya belum siap untuk menggunakan sosial media. Oleh karena

itu, Jeff Collins bagian Kepercayaan dan Keamanan TikTok mengatakan bahwa fitur “Family Pairing” memungkinkan orang tua user untuk menyesuaikan pengaturan keselamatan anak remaja mereka berdasarkan kebutuhan individu. Sehingga para orang tua tidak perlu terlalu khawatir.

Selain itu dilansir dari cnbcindoensia.com, TikTok juga telah menyumbangkan dana sebesar Rp 100 miliar ke Indonesia melalui Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB). Donasi ini ditunjukkan kepada ahli waris tenaga medis yang berguguran selama pandemi corona berlangsung di Indonesia.

Aplikasi Tik Tok semakin populer sejak diluncurkan tahun 2017 sampai saat ini yang telah berhasil membukukan 1,5 miliar unduhan. Bahkan TikTok telah mencetak berbagai macam prestasi, salah satunya menyalip pendapatan iklan digital di negaranya yaitu pendapatan Google China, Patis. Pada kuartal 3 dari Januari sampai September 2019 berhasil menyalip unduhan Facebook dan Instagram.

Dibalik kesuksesan aplikasi tersebut, TikTok sempat diblokir di

Indonesia, pada pertengahan April 2018. Menurut Dirjen Aptika Kominfo, Samuel Pangerapan, TikTok dinilai negatif untuk anak-anak karena terdapat pelanggaran konten seperti pornografi, asusila, hingga pelecehan agama.

Selain alasan konten “negatif” keamanan data juga menjadi salah satu pemicu pemblokiran aplikasi TikTok. Namun, menurut *Head of Communications* TikTok Indonesia, Cathrine Siswoyo, mereka selalu memperbarui keamanan dan memprioritaskan *data privacy* pengguna secara resmi.

Aplikasi TikTok dijadikan sebagai ajang eksistensi diri yang bangga untuk ditunjukkan kepada orang lain. Sesuai dengan usia perkembangan sekolah dasar, rasa ingin tahu yang tinggi membuat mereka lebih *enjoy* mencoba semua konten yang ada pada aplikasi TikTok berdurasi 15 detik. Dengan berbagai efek musik, stiker, serta gambar 3 dimensi lainnya. Mereka akan lebih betah memainkan gawai daripada duduk manis belajar mengerjakan PR dari sekolah (Chusna et al., 2020)

KESIMPULAN

Tik Tok merupakan aplikasi yang bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja, serta materi kontennya pun bisa dibilang bebas. Sehingga “*content creator*” dapat berbagi banyak hal, tidak terfokus pada satu topik atau tema yang ingin dibagikan di media sosial dan tidak membutuhkan banyak *property* atau tempat khusus dalam pembuatan kontennya.

Melihat kondisi yang sedang dialami sekarang ini (pandemi) dimana banyak negara bahkan Indonesia menerapkan PSBB dan menjaga jarak, tidak salah untuk menjadikan TikTok sebagai sarana hiburan, komunikasi, sumber informasi, bahkan penghilang stress dan kebosanan.

Meskipun media sosial identic dengan anak muda, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk para orang dewasa untuk menggunakan aplikasi ini sesuai dengan kebutuhan masing masing dengan tidak melanggar aturan yang ada

Terlepas dari dampak negative yang terdapat dalam aplikasi tersebut, semuanya kembali lagi kepada pemilik akun, ingin menggunakan aplikasi ini untuk kegiatan yang bermanfaat atau tidak. Namun, melihat banyaknya

manfaat positif yang dijabarkan, peneliti berharap aplikasi ini dapat membantu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, W. N., & Setiyadi, D. B. P. (2019). APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN KETERAMPILAN BERSASTRA. *Psikologi Perkembangan*, VI(October 2013), 1–224.
- Chusna, P. A., Zakiyah, D., & Noviani, Z. (2020). Analisis Dampak Fenomena Aplikasi Tik Tok Dan Music Dj Remix Terhadap Penyimpangan Perilaku Sosial Pada Anak Usia Sekolah Dasar. *JURNAL STUDI ISLAM AL-FIKRAH*, 129–147.
- Hadi, A. H. (2020). *Analisis Penurunan Biaya Pada Produk Filter Bahan Bakar Menggunakan Metode Value Analisis Di PT Duta Nichirindo Pratama*. 1(2), 28–36.
- Handy, M., & Wijaya, D. (2020). *KONSUMSI MEDIA SOSIAL BAGI KALANGAN PELAJAR (STUDI PADA HYPERREALITAS TIK TOK)*. 3(2), 170–192.
- Hidayat, A. (2018). META ANALISIS: PENTINGNYA SELF DAN PEER ASSESMENT DALAM

Volume 1 Nomor 1 Edisi Agustus 2020

PEMBELAJARAN. *Jurnal
Basicedu*, 2(1), 95–101.

Putra, A., & Patmaningrum, D. A. (2018).

Pengaruh Youtube di Smartphone
Terhadap Perkembangan
Kemampuan Komunikasi
Interpersonal Anak. *Jurnal
Penelitian Komunikasi*, 21(2), 159–
172.

<https://doi.org/10.20422/jpk.v21i2.589>

Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi

Tiktok Sebagai Personal Branding
Di Instagram (Studi Deskriptif
Kualitatif Pada Akun
@bowo_allpennliebe). *Jurnal
Komunikasi*, 9(2), 176–185.

<https://doi.org/10.31294/jkom.v9i2.4319>