

ANALISIS KEBIASAAN BERMEDIA SOSIAL TIKTOK DI KALANGAN MAHASISWA PRODI ILKOM UNTAG SURABAYA ANGKATAN 2021-2022

¹Budi Santoso, ²Edy Sudaryanto, ³Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
overload604@gmail.com

Abstract

This research aims to analyze the influence of internal and external factors on individual behavior in social media usage. By employing a descriptive quantitative approach, the study explores how these factors contribute to shaping habitual behaviors in social media platforms. The findings indicate that internal factors, such as motivation, emotional needs, and personal gratification, contribute 54% to the behavior, while external factors, including social environment, accessibility, and media algorithms, account for 46%. These findings align with the Uses and Gratifications Theory, which highlights the role of personal motivation in media use, and the Social Cognitive Theory, which emphasizes environmental influences and observational learning. The synergy between internal and external factors reveals a comprehensive perspective on habitual social media behavior. The study offers theoretical recommendations to further develop these theories in the context of social media and practical suggestions for students, educational institutions, and future researchers to promote healthier and more productive media usage.

Keywords: Social Media Habits, Social Media, TikTok

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap perilaku individu dalam penggunaan media sosial. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana kedua faktor tersebut berkontribusi dalam membentuk kebiasaan bermedia sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal, seperti motivasi, kebutuhan emosional, dan gratifikasi personal, memberikan kontribusi sebesar 54%, sedangkan faktor eksternal, seperti lingkungan sosial, aksesibilitas, dan algoritma media, menyumbang 46%. Temuan ini sejalan dengan Teori Kegunaan dan Kepuasan yang menyoroti peran motivasi pribadi dalam penggunaan media, serta Teori Kognitif Sosial yang menekankan pengaruh lingkungan dan pembelajaran melalui observasi. Sinergi antara faktor internal dan eksternal memberikan perspektif yang komprehensif terhadap kebiasaan bermedia sosial. Penelitian ini memberikan rekomendasi teoretis untuk pengembangan teori dalam konteks media sosial serta saran praktis bagi mahasiswa, institusi pendidikan, dan peneliti selanjutnya untuk mendukung penggunaan media sosial yang lebih sehat dan produktif.

Kata kunci: Kebiasaan Bermedia Sosial, Media Sosial, TikTok

Pendahuluan

Dalam era digital saat ini, hubungan antara internet sangat erat dalam kehidupan sehari-hari (Rahardjo & Soetjiningsih, 2022). Kemajuan teknologi komunikasi telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berinteraksi, berbagi informasi, hingga membangun identitas diri. Internet dan media sosial menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, termasuk generasi muda. Salah satu platform media sosial yang berkembang pesat adalah TikTok. Aplikasi yang pertama kali dirilis pada tahun 2016 oleh ByteDance ini telah menjadi fenomena global, menarik jutaan pengguna dengan konten video pendek yang kreatif dan interaktif. TikTok menawarkan pengalaman bermedia sosial yang unik melalui fitur-fitur seperti algoritma *For You Page* (FYP), komentar, duet, hingga tantangan viral (Yang et al., n.d.). Hal ini menjadikan TikTok tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga platform untuk membangun jejaring sosial dan mengekspresikan kreativitas. Penggunaan TikTok yang semakin meningkat menciptakan kebiasaan bermedia sosial yang menarik untuk diteliti, terutama di kalangan mahasiswa.

Perkembangan gadget berperan besar dalam perkembangan akses dan aset media sosial di Indonesia (Febriannur Rachman et al., n.d.). Mahasiswa, sebagai generasi muda yang aktif menggunakan media sosial, sering memanfaatkan TikTok untuk berbagai kebutuhan, mulai dari hiburan hingga memperluas jejaring sosial. Fenomena kecanduan internet muncul sebagai dampak dari evolusi teknologi komunikasi yang memberikan pengaruh besar terhadap perilaku manusia (Aisyah, n.d.). Kebiasaan bermedia sosial TikTok di kalangan mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari dalam diri individu (faktor internal) maupun lingkungan sosial mereka (faktor eksternal). Faktor internal meliputi frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, dan perhatian terhadap isi pesan. Sementara itu, faktor eksternal mencakup keterlibatan sosial, yang terdiri dari rasa ingin tahu terhadap tren dan pemenuhan kebutuhan informasi.

TikTok juga menyediakan fitur kreatif seperti efek khusus untuk video dan foto, filter AR dan penyimpanan musik yang besar, hal tersebut memudahkan pengguna untuk lebih kreatif dalam membuat konten yang unik serta menarik (Laila, 2024). Penelitian ini berfokus pada kebiasaan bermedia sosial TikTok di kalangan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Mahasiswa ilmu komunikasi dipilih sebagai subjek karena mereka memiliki keterkaitan yang erat dengan media sosial, baik sebagai pengguna aktif maupun sebagai calon profesional di bidang komunikasi. Dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan faktor-faktor yang memengaruhi kebiasaan bermedia sosial TikTok secara sistematis dan terukur.

TikTok juga digunakan sebagai sarana pendidikan oleh guru dan dosen dalam beberapa kasus (Vedhitya, 2023). Namun, platform ini memiliki potensi dampak negatif terhadap kesehatan mental penggunanya. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih baik tentang kebiasaan bermedia sosial di kalangan mahasiswa, khususnya pada platform TikTok. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu komunikasi, sekaligus manfaat praktis bagi mahasiswa dan institusi pendidikan dalam memanfaatkan media sosial secara bijak. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi langkah awal dalam memahami dinamika kebiasaan bermedia sosial di era digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode survei untuk menggambarkan kebiasaan bermedia sosial TikTok di kalangan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya angkatan 2021-2022. Data primer diperoleh melalui kuesioner berbasis skala Likert lima poin yang disebarluaskan secara online melalui Google Form kepada responden.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah 327 mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sampel penelitian dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, menghasilkan 180 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling, sehingga setiap mahasiswa memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai responden.

Pengukuran Variabel

Penelitian ini menganalisis faktor internal dan eksternal dalam kebiasaan bermedia sosial TikTok.

- a. Faktor internal: meliputi frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, dan atensi terhadap isi pesan.
- b. Faktor eksternal: mencakup keterlibatan sosial yang terdiri dari dimensi rasa ingin tahu terhadap tren dan pemenuhan kebutuhan informasi.

Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap item kuesioner relevan menggunakan analisis korelasi dengan SPSS versi 25. Reliabilitas diuji menggunakan metode Cronbach's Alpha, dengan nilai di atas 0,7 menunjukkan konsistensi yang baik.

Teknik Analisis data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS dan Microsoft Excel. Tahapan pengolahan data meliputi editing, coding, dan tabulasi. Hasil analisis disajikan dalam bentuk visual seperti diagram batang dan lingkaran untuk mempermudah interpretasi.

Definisi Operasional

- c. Frekuensi penggunaan: Seberapa sering mahasiswa mengakses TikTok.
- d. Durasi penggunaan: Waktu yang dihabiskan dalam satu sesi.
- e. Atensi terhadap isi pesan: Tingkat perhatian mahasiswa terhadap konten TikTok.
- f. Keterlibatan sosial: Partisipasi aktif dalam tren dan interaksi di TikTok.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kebiasaan bermedia sosial TikTok di kalangan mahasiswa dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu faktor internal dan eksternal.

Faktor Internal

Faktor internal mencakup tiga indikator:

Frekuensi Penggunaan

Frekuensi penggunaan TikTok memiliki nilai sebesar 41,43% yang termasuk kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menggunakan TikTok dengan intensitas yang tidak terlalu sering dalam kegiatan

sehari-hari. faktor ini mungkin dipengaruhi oleh preferensi pribadi, waktu luang yang tersedia, atau tingkat kebutuhan terhadap konten yang ada di TikTok.

Durasi Penggunaan

Durasi penggunaan TikTok memperoleh nilai sebesar 50% yang masuk dalam kategori sedang. Responden rata-rata menghabiskan waktu tertentu saat menggunakan TikTok, tetapi tidak sampai tahap intensitas yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok digunakan dengan cara yang terukur dan efisien, lebih sering untuk memenuhi kebutuhan hiburan atau informasi dalam waktu yang terkendali.

Atensi Terhadap Isi Pesan

Atensi terhadap isi pesan mendapat nilai sebesar 47,83% yang juga termasuk dalam kategori rendah. Hal ini menggambarkan bahwa perhatian mahasiswa terhadap konten TikTok cenderung bersifat selektif. Sebagian besar responden mungkin hanya memperhatikan konten yang mereka anggap relevan atau menarik, sementara konten lainnya cenderung diabaikan.

Faktor Eksternal

Faktor eksternal meliputi dua dimensi utama yang berhubungan dengan keterlibatan sosial:

Rasa Ingin Tahu yang Kuat terhadap Tren

Dimensi ini memiliki skor 49,38%, termasuk kategori rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun ada ketertarikan terhadap tren di TikTok, responden tidak secara aktif mengikuti semua tren yang ada. Ketertarikan mereka cenderung terbatas pada tren yang relevan dengan preferensi atau kebutuhan mereka.

Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Dimensi ini memiliki skor 60,80%, yang termasuk kategori sedang. Responden merasa bahwa TikTok cukup memenuhi kebutuhan mereka akan informasi. Platform ini digunakan untuk mendapatkan pengetahuan atau berita yang relevan, sering kali didorong oleh ekspektasi sosial atau keinginan untuk tetap terinformasi.

Hasil penelitian ini mendukung teori *Uses and Gratifications*, yang menyatakan bahwa individu menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Bagi mereka, media sosial telah menjadi bagian penting yang dianggap sebagai kebutuhan utama dalam kehidupan sehari-hari (Mtsn & Utara, n.d.). Faktor internal menunjukkan bagaimana responden secara aktif menggunakan TikTok untuk memenuhi kebutuhan hiburan dan informasi sesuai preferensi pribadi. Sementara itu, teori Kognitif Sosial menjelaskan pengaruh faktor eksternal, seperti keterlibatan sosial dan rasa ingin tahu terhadap tren. Lingkungan sosial, norma, dan tekanan untuk mengikuti tren tertentu mendorong mahasiswa untuk menggunakan TikTok sebagai cara untuk tetap relevan dalam komunitas mereka. Keseimbangan antara faktor internal dan eksternal mencerminkan bahwa perilaku bermedia sosial dipengaruhi oleh kebutuhan individu (internal) sekaligus pengaruh lingkungan sosial (eksternal). Kontribusi faktor internal yang lebih besar menunjukkan bahwa kebiasaan bermedia sosial mahasiswa lebih banyak

dipengaruhi oleh preferensi pribadi, sementara faktor eksternal melengkapi dengan menyediakan motivasi tambahan melalui interaksi sosial dan tren.

Penutup

Penelitian ini mengungkapkan bahwa kebiasaan bermedia sosial TikTok di kalangan mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal, seperti frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, dan atensi terhadap isi pesan, memiliki pengaruh dominan dalam menentukan pola kebiasaan mahasiswa. Sementara itu, faktor eksternal, seperti rasa ingin tahu terhadap tren dan pemenuhan kebutuhan informasi, melengkapi dengan memberikan dorongan melalui pengaruh sosial dan tren digital. Kombinasi kedua faktor ini menunjukkan bahwa perilaku bermedia sosial mahasiswa merupakan hasil interaksi antara kebutuhan individu dan pengaruh lingkungan sosial.

Hasil penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan tentang kebiasaan bermedia sosial, tetapi juga memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dan praktik dalam penggunaan media sosial secara bijak. Diharapkan, mahasiswa dapat mengelola waktu dan tujuan penggunaan media sosial dengan lebih efektif, sementara institusi pendidikan dapat meningkatkan literasi digital mahasiswa melalui program yang mendukung pemanfaatan media sosial secara produktif dan bertanggung jawab. Penelitian ini juga membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk mengeksplorasi variabel lain yang dapat memengaruhi perilaku bermedia sosial dalam konteks yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Aisyah. (N.D.). *Hubungan Antara Fear Of Missing Out (Fomo) Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja Skripsi*.
- Febriannur Rachman, R., Maulana, A., & Al Fikri, Z. (n.d.). *Penyuluhan Bermedia Sosial yang Baik di Pondok Pesantren Ibnu Fathullah*.
<https://ejournal.nun.or.id/index.php/abdiman>
- Laila. (2024, May 24). *Penemu TikTok: Fenomena dan Bagaimana Sejarahnya?* Gramedia.
https://www.gramedia.com/best-seller/penemu-tiktok/?srsltid=AfmBOooVoXIL3wPyxWTgSHL-HSCC0L_4Kj_x2tAMkuG61AuaPZYoqJYy#Profil_Zhang_Yiming_Penemu_Tiktok_dan_Sejarahnya
- Mtsn, N., & Utara, A. (n.d.). Pengaruh Media Sosial Pada Persepsi Diri Remaja. In *Journal of Multicultural Education and Social Studies (JOMESS)* (Vol. 01, Issue 1).
- Rahardjo, L. K. D., & Soetjiningsih, C. H. (2022). Fear of Missing Out (FOMO) dengan Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(3), 460–465. <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.328>
- Vedhitya, M. (2023, April 23). *TikTok: Sejarah, Fenomena, dan Pengaruhnya bagi Kehidupan Digital*. Marketeers. <https://www.marketeers.com/tiktok-sejarah-fenomena-dan-pengaruhnya-bagi-kehidupan-digital/>
- Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (n.d.). *Analysis of the Reasons and Development of Short Video Application-Taking Tik Tok as an Example*. <https://doi.org/10.25236/iciss.2019.062>