

PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MEMBENTUK GAYA HIDUP MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA SULAWESI TENGGARA

¹⁾Ratri Saputri, ²⁾Mahdar, ³⁾La Ode M Nasir

(^{1,2,3})Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara
 Email: ¹ratri.saputri4@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Peran Media Sosial TikTok dalam Membentuk Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara serta faktor-faktor apa yang menyebabkan mahasiswa menggunakan media sosial TikTok. Dalam penyusunan ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Menggunakan penentuan informan *snowball* serta untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan empat metode pengumpulan data yakni keabsahan data, observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa dari hasil penelitian Peran Media Sosial TikTok dalam Membentuk Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara, peneliti menarik kesimpulan sesuai dengan teori SOR (Stimulus-Organisme-Response) yang telah dikembangkan oleh McQuail serta konsep-konsep komunikasi, dimana media sosial TikTok memiliki peran dalam membentuk gaya hidup mahasiswa FISIP Unusra dengan menyajikan informasi-informasi terbaru serta berita-berita yang bermanfaat sehingga mahasiswa merasa puas dan terus menerus ingin menggunakan media sosial tersebut. Sehingga mahasiswa memiliki perubahan gaya hidup yang signifikan yaitu seperti gaya berpakaian, bersosialisasi dan aktivitas yang berkurang setelah menggunakan media sosial TikTok. Kemudian faktor-faktor yang menyebabkan mahasiswa memilih menggunakan media sosial TikTok yaitu adanya konten yang menarik, trend-trend yang sedang viral, dapat mengekspresikan diri, banyak informasi yang bermanfaat sampai pada mudah digunakan.

Kata Kunci: Media Sosial; TikTok; Gaya Hidup; Mahasiswa

Abstract

This research aims to find out the role of TikTok social media in shaping the lifestyle of students at the Faculty of Social and Political Sciences, Nahdlatul Ulama University, Southeast Sulawesi and what factors cause students to use TikTok social media. In this preparation, researchers used descriptive qualitative research methods. Using the snowball determination of informants and to collect the required data, researchers used four data collection methods, namely data validity, observation, interviews and documentation. Based on the results of field research that has been carried out, it can be concluded that from the results of the research on the Role of TikTok Social Media in Shaping the Lifestyle of Students at the Faculty of Social and Political Sciences, Nahdlatul Ulama University, Southeast Sulawesi, the researchers drew conclusions in accordance with the SOR (Stimulus-Organism-Response) theory.) which has been developed by McQuail as well as communication concepts, where social media TikTok has a role in shaping the lifestyle of FISIP Unusra students by presenting the latest information and useful news so that students feel satisfied and continue to want to use this social media. So students have significant lifestyle changes, namely clothing style, socializing and reduced activity after using TikTok social media. Then the factors that cause students

to choose to use TikTok social media are interesting content, viral trends, being able to express themselves, lots of useful information and being easy to use.

Keywords: *Social Media; TikTok, Lifestyle; Students*

PENDAHULUAN

Keberadaan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang luar biasa telah membuka babak baru dalam kehidupan masyarakat modern guna mendapatkan informasi secara otonom. Hampir setiap orang memiliki akses terhadap informasi-informasi tersebut dimanapun di dunia ini. Sebagian besar masyarakat tidak bisa lepas dari ketergantungan pada teknologi tersebut (Syahrudin, 2020). Berdasarkan hasil survey APJII (APJII, 2023) (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023 (Multazam et al., 2024).

Pemanfaatan internet akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Media internet tidak lagi hanya sekedar menjadi media komunikasi semata, tetapi juga sebagai bagian yang tak terpisahkan dari dunia bisnis industri, pendidikan, dan pergaulan sosial Khususnya pada media sosial yang pertumbuhannya sangat meningkat. Media sosial yang marak belakangan ini seperti Instagram adalah produk teknologi media baru yang kini sedang digemari banyak kalangan (Peldi et al., 2024). Media sosial adalah *platform* media yang memiliki fokus pada eksistensi pengguna yang memberikan fasilitas bagi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai media atau fasilitator online yang memperkuat hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Funch dalam (Nasrullah, 2015). Meningkatnya penggunaan media sosial ini didasari pada berbagai aspek, salah satunya sebagai media dalam mencari informasi. Beragam informasi bisa kita dapatkan pada media sosial tidak terkecuali gaya hidup. Di era ini, media sosial digunakan oleh kalangan muda sebagai media mereka dalam membentuk gaya hidup salah satunya pada platform media sosial TikTok.

TikTok merupakan sebuah aplikasi jaringan sosial dan platform video musik asal Tiongkok yang diluncurkan pada September tahun 2016. Aplikasi tersebut dipergunakan para penggunanya untuk membuat video musik berdurasi pendek mereka sendiri, rahmana 2022 dalam (Masda et al., 2024). Dengan viralnya media sosial TikTok membuat khalayak selalu mengikuti perkembangan trend dengan selalu meniru dan membuat perilaku khalayak mulai berubah, mulai dari cara berpakaian, komunikasi, serta pola hidup, sampai pada gaya hidup mereka. Gaya hidup memiliki arti yang banyak, dalam hal ini dapat diartikan sebagai bagian dari bidang ilmu pengetahuan pada masing-masing tokoh yang mengemukakan pendapatnya.

Gaya hidup masyarakat yang diharapkan yakni bagaimana khalayak yang mengisi waktunya untuk menambah pengetahuan, keterampilan, keahlian, serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan yang positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai khalayak yang bermanfaat. (Yunus, 2021)

Penelitian tentang Peran Media Sosial TikTok dalam Membentuk Gaya Hidup Mahasiswa sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, namun belum ada yang spesifik meneliti terkait peran media sosial TikTok dalam membentuk gaya hidup mahasiswa Unusra, di mana sebagian dari mahasiswa unusra merupakan pengguna aktif media sosial TikTok.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menganalisis hasil penemuan dan menjelaskan menggunakan kata-kata (Nasution, 2023). Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara berkaitan dengan gaya hidupnya dan penggunaan media sosial TikTok. Informan penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu

Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara yang menggunakan media sosial TikTok.

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* yaitu teknik pengambilan sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit kemudian menjadi membesar, hal ini dikarenakan sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari informan yang lain yang digunakan sebagai sumber data Sugiyono (2017).

HASIL PENELITIAN

Peran Media Sosial Tiktok dalam Membentuk Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara

Media sosial TikTok merupakan salah satu media paling populer saat ini, di mana hampir seluruh remaja merupakan pengguna aktif media sosial ini terutama di kalangan mahasiswa. sebagian mahasiswa dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara aktif dalam menerima dan menggunakan media sosial TikTok, media sosial TikTok menyajikan banyak informasi kepada mahasiswa yang begitu menarik, sehingga mahasiswa memilih untuk aktif menggunakan media sosial TikTok tersebut, dengan aktifnya mahasiswa menggunakan media sosial TikTok menyebabkan mahasiswa mengalami perubahan kebiasaan atau gaya hidup mengikuti perkembangan yang ada. Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi selaku generasi milenial pun juga ikut dalam perkembangan-perkembangan yang mereka dapatkan pada media sosial TikTok.

1. Stimulus

Stimulus adalah elemen dari pesan atau konten yang dirancang untuk memicu perhatian dan respons dari audiens. Ini merupakan komponen penting dalam memahami bagaimana media mempengaruhi perilaku, sikap, dan pemikiran audiens mereka. Stimulus dapat mempengaruhi audiens secara kognitif, afektif, atau perilaku, dan respons ini sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan individu dari audiens. Stimulus adalah salah satu komponen utama dalam komunikasi yang mencakup pesan atau rangsangan yang disampaikan dari komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (penerima pesan). Stimulus dalam komunikasi ini bisa berupa kata-kata, gambar, suara, atau bentuk lain yang digunakan untuk mempengaruhi penerima pesan agar merespon sesuai harapan pengirim. Efektivitas stimulus dalam komunikasi dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, serta latar belakang pengalaman individu yang menerima pesan tersebut. Model ini menekankan pentingnya pemahaman tentang bagaimana stimulus mempengaruhi individu dan bagaimana respons terhadap stimulus tersebut dapat bervariasi tergantung pada konteks dan pengalaman pribadi.

Sebagian dari mahasiswa mendapatkan informasi dari media sosial TikTok yang cukup beragam, seperti informasi yang sedang viral, berita-berita yang menarik, tutorial dan masih banyak lagi informasi yang disajikan oleh media sosial TikTok. Mahasiswa menggunakan media sosial TikTok sebagai salah satu media sosial untuk mencari informasi sebab di media sosial TikTok mahasiswa bisa mendapatkan beragam informasi yang terbaru dan tentunya bermanfaat, di tambah media sosial TikTok selalu mengalami perkembangan mengikuti zaman sehingga sebagian mahasiswa menghabiskan sebagian waktunya hanya untuk membuka media sosial TikTok, dengan adanya hal tersebut tentunya mempengaruhi kebiasaan, pola tidur sampai pada gaya hidup keseharian mahasiswa.

2. Organism

Organisme dalam konteks media dan komunikasi merujuk pada audiens atau penerima pesan media. McQuail menggunakan istilah ini untuk menekankan bahwa audiens tidak hanya sebagai penerima pasif, tetapi sebagai entitas aktif yang berinteraksi

dengan dan merespons pesan media. Dalam arti singkatnya, organisme adalah organisasi atau individu (komunikator) yang menerima pesan atau informasi dari komunikator. Organisme menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikator. Organisme adalah satu perspektif dalam teori komunikasi yang mengibaratkan media massa atau organisasi komunikasi sebagai sebuah organisme hidup. Dalam pandangan ini, media berfungsi sebagai sistem biologis, dengan berbagai elemen yang saling berinteraksi dan beradaptasi untuk mencapai keseimbangan dan kelangsungan hidup. McQuail melihat audiens sebagai bagian integral dari sistem komunikasi massa, yang berfungsi sebagai penghubung antara media dan masyarakat. Audiens sebagai "organisme" membantu menentukan bagaimana pesan media disebarluaskan, diterima, dan diadaptasi dalam konteks sosial yang lebih luas. Secara keseluruhan, konsep "organisme" menurut McQuail menggambarkan audiens sebagai entitas aktif dan dinamis dalam proses komunikasi massa. Ini menekankan peran penting audiens dalam menafsirkan dan merespons pesan media, serta bagaimana mereka berinteraksi dengan informasi dalam konteks sosial dan budaya mereka.

Sebagian mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara adalah penerima informasi beragam dari media sosial TikTok, ini sejalan dengan asumsi teori yang dikutip oleh Abidin (2022) yaitu Teori SOR (Stimulus-Organisme-Response) yang telah dikembangkan oleh McQuail pada tahun 2010. Penerima informasi dari media sosial TikTok salah satunya yaitu mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara, dimana media sosial memberikan atau menyajikan informasi-informasi terbaru dan menarik sehingga mahasiswa tertarik untuk mengonsumsi informasi tersebut secara terus menerus. Sebagai contoh, media sosial TikTok memberikan informasi terkait *fashion* atau gaya hidup yang baik maka mahasiswa yang melihat informasi tersebut dan tertarik maka mahasiswa akan terus menerus melihat konten atau informasi tersebut dan tanpa sadar terus menerus menggunakan media sosial TikTok.

3. Respon

Respon yaitu bagaimana reaksi emosional seseorang terhadap konten media, seperti perasaan senang, marah, atau sedih yang ditimbulkan oleh pesan media. Serta tindakan yang diambil seseorang sebagai akibat dari pesan media, seperti perubahan dalam perilaku, pembelian produk, atau keterlibatan dalam aktivitas tertentu termasuk bagaimana pesan media mempengaruhi interaksi sosial atau pandangan sosial di dalam masyarakat. Setiap proses efek media terhadap individu harus diawali dengan perhatian atau terpaan oleh beberapa pesan media. Hasilnya menjangkau waktu dan membuat suatu perbedaan, seringnya pada orang dalam jumlah banyak. Response dalam komunikasi dapat didefinisikan sebagai reaksi atau tanggapan penerima pesan terhadap pesan yang diterima, response ini merupakan bagian penting dalam proses komunikasi karena menunjukkan bahwa pesan tersebut diterima, dipahami, dan memberikan dampak pada penerima. Response ini tidak selalu harus langsung dan eksplisit, response bisa berupa perubahan sikap atau pandangan yang terjadi setelah menerima pesan tertentu. Respons ini bisa bersifat positif atau negatif, tergantung pada bagaimana pesan diterima dan diimplementasikan. Secara keseluruhan, respons menurut McQuail menggarisbawahi pentingnya memahami audiens sebagai aktor aktif dalam komunikasi massa. Audiens tidak hanya menerima pesan media tetapi juga menafsirkan, menyesuaikan, dan meresponsnya berdasarkan konteks sosial dan budaya mereka, serta kebutuhan dan motivasi pribadi mereka.

Stimulus atau informasi yang disampaikan oleh media sosial TikTok yaitu informasi seperti hiburan, cara berpakaian, dan berita terbaru. Serta organisme atau orang yang

menerima informasi yaitu mayoritas dari mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara yang dimana hampir seluruh mahasiswa FISIP Unusra adalah pengguna aktif media sosial TikTok. Selanjutnya yaitu respons atau perubahan yang terjadi setelah mahasiswa menggunakan media sosial TikTok yaitu bagaimana gaya hidup sebagian mahasiswa yang mengalami perubahan, dimulai dari gaya berpakaian, bersosialisasi sampai mempengaruhi aktivitas harian mahasiswa.

Faktor-Faktor penyebab Mahasiswa Memilih Menggunakan Media Sosial TikTok

Media sosial TikTok memiliki peran dalam membentuk gaya hidup mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara dengan menyajikan informasi-informasi terbaru serta berita-berita yang bermanfaat sehingga mahasiswa merasa puas dan terus menerus ingin menggunakan media sosial TikTok tersebut. Sehingga mahasiswa memiliki perubahan gaya hidup yang signifikan yaitu seperti gaya berpakaian, bersosialisasi dan aktivitas yang berkurang setelah menggunakan media sosial TikTok. Kemudian faktor-faktor yang menyebabkan mahasiswa memilih menggunakan media sosial TikTok yaitu adanya konten yang menarik, trend-trend yang sedang viral, dapat mengekspresikan diri, banyak informasi yang bermanfaat sampai pada mudah digunakan.

SIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti simpulkan bahwa mengenai stimulus atau informasi yang disampaikan oleh media sosial TikTok yaitu informasi seperti hiburan, cara berpakaian, dan berita terbaru. Serta organisme atau orang yang menerima informasi yaitu mayoritas dari mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara yang dimana hampir seluruh mahasiswa FISIP Unusra adalah pengguna aktif media sosial TikTok. Selanjutnya yaitu respons atau perubahan yang terjadi setelah mahasiswa menggunakan media sosial TikTok yaitu bagaimana gaya hidup sebagian mahasiswa yang mengalami perubahan, dimulai dari gaya berpakaian, bersosialisasi sampai mempengaruhi aktivitas harian mahasiswa.
2. Adapun faktor-faktor yang menyebabkan mahasiswa memilih menggunakan media sosial TikTok yaitu adanya konten yang menarik, trend-trend yang sedang viral, dapat mengekspresikan diri, banyak informasi yang bermanfaat sampai pada mudah digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Masda, Suyuti, N., & Asmurti. (2024). *Media sosial tiktok sebagai sumber informasi fashion*. 2(2), 140–146.
- Multazam, Kasim, H. S., & Purwitasari, P. (2024). *Strategi komunikasi pemasaran selebgram dalam branding produk di instagram*. 2(2), 147–152.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Harfa Creativ.
- Peldi, Syahrudin, & Asmurti. (2024). *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI REPRESENTASE GAYA*. 2(2), 78–83.
- Syahrudin. (2020). *PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI TERHADAP EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTARPRIBADI MAHASISWA*. *Ilmu Komunikasi*.
- Yunus, U. (2021). *DIGITAL BRANDING; teori & praktik*. Simbiosis Rekatama Media.