

PERGESERAN SUMBER INFORMASI DARI YOUTUBE KE TIKTOK PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA SULAWESI TENGGARA

Nicky Astria Windiani¹⁾, Muslan²⁾ Ashar Hasyim³⁾, Nana Adriana Hutari⁴⁾

^{123&4}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nahdlatul Ulama

Sulawesi Tenggara, Kota Kendari

email: ¹asharhasyim50@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa pergeseran sumber informasi dari Youtube ke TikTok pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara dengan batasan masalah untuk mengamati pergeseran dari indikator konvergensi media pada platform. Manfaat penelitian ini untuk melihat seperti apa pergeseran sumber informasi yang terjadi. Lokasi penelitian adalah universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara dengan metode yang digunakan yaitu metode kualitatif. Penentuan informan ditentukan dengan *purposive sampling* berjumlah 12 orang. Data dikumpulkan dan dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan yaitu teori Konvergensi Media oleh Henry Jenkins.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pergeseran sumber informasi dari Youtube ke TikTok pada mahasiswa bersifat subjektif bergantung pada kebutuhan mahasiswa akan tren, hiburan dan informasi ringkas. Konvergensi yang terjadi cukup mampu menjelaskan perubahan preferensi mahasiswa untuk menyukai TikTok namun tidak cukup menggambarkan perubahan pilihan dalam sumber informasi. Kebutuhan mahasiswa dan digitalisasi mengharuskan untuk menggunakan multiplatform sebagai sumber informasi. Youtube dan TikTok memiliki keunggulannya masing-masing sehingga penggunaan platform secara bersamaan dan simultan adalah suatu keharusan.

Kata Kunci : Pergeseran; Sumber Informasi; Youtube; TikTok; Konvergensi

Abstract

This study aims to find out how the information sources shifting from Youtube to TikTok for Communication Science Students at Nahdlatul Ulama University, Southeast Sulawesi with problem boundaries to observe shifts from media convergence indicators on platforms. The benefit of this research is to see what kind of shift in information sources has occurred. The research location is the Nahdlatul Ulama University of Southeast Sulawesi with the method used is aqualitative method. Determination of informants was determined by purposive sampling of 12 people. Data were collected and analyzed using a qualitative descriptive method. The theory used is the theory of Media Convergence by Henry Jenkins.

The results of the study show that the shift in sources of information from Youtube to TikTok among students is subjective depending on the student's need for trends, entertainment and short information. The convergence that occurs is sufficient to explain changes in student preferences for liking TikTok but not sufficient to describe changes in choices in information sources. The needs of students and digitization require them to use multiple platforms as a source of information. Youtube and TikTok have their own advantages so using the platforms together and simultaneously is a must.

Keywords: Shifting; Information Resources; Youtube; TikTok; Convergence

PENDAHULUAN

Pengembangan teknologi, jaringan komunikasi dan media digital saat ini telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia mengakses informasi. Pengguna internet semakin bergantung pada platform media sosial untuk mendapatkan informasi. Salah satu platform yang paling sering di akses adalah YouTube. YouTube telah menjadi salah satu platform media sosial dengan konsep *sharing video* terpopuler di dunia. YouTube selama bertahun-tahun telah menjadi sumber utama informasi bagi pengguna internet.

TikTok adalah platform baru yang mulai populer di Indonesia sejak tahun 2017. TikTok mengusung konsep *video sharing* yang sama dengan YouTube namun memiliki perbedaan yang signifikan dalam segi teknis. TikTok melakukan terobosan dengan algoritma canggih yang mampu membaca minat dan preferensi penggunanya. TikTok juga menawarkan konsep interaksi sosial yang biasanya menjadi konsep dari media sosial pada umumnya. Dengan terobosan teknis tersebut, TikTok berhasil menjadi kompetitor YouTube sebagai platform *video sharing* yang paling digemari.

Pengguna Internet yang awalnya hanya menggunakan YouTube secara bertahap mulai mengadopsi TikTok ke dalam *smartphone* mereka. Dan tidak perlu waktu lama, popularitas YouTube mulai tersaingi oleh TikTok dari segi pengguna dan jam tayang. Pengguna YouTube di Indonesia utamanya di kalangan muda cenderung lebih lama mengakses TikTok daripada YouTube. Hal ini disebabkan kemampuan TikTok menciptakan tren dan viralitas yang ditimbulkan. Perubahan angka yang cukup signifikan tersebut membuat YouTube seolah terdisrupsi oleh kehadiran TikTok.

Mahasiswa sebagai kaum muda yang gandrung dengan tren dan konten viral secara otomatis memunculkan kebiasaan untuk lebih lama mengakses TikTok daripada YouTube. Kebiasaan tersebut juga nampak pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara yang terlihat lebih sering mengakses TikTok sebagai hiburan diwaktu senggang dan disela-sela jadwal perkuliahan. Selain sebagai hiburan, TikTok juga menjadi awal dari suatu penyebaran informasi. Mahasiswa Ilmu Komunikasi, cenderung memperbincangkan hal yang viral di TikTok ataupun memperoleh informasi-informasi lain yang unik dan lebih ringkas. YouTube tidak lagi menjadi pilihan satu-satunya sebagai sumber informasi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menguraikan setiap informasi dan menggunakan jenis penelitian deskriptif untuk menguraikan dan memecahkan masalah berdasarkan data tentang pergeseran sumber informasi dari Youtube ke Tiktok yang dilaksanakan di Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi. Informan pada penelitian ini adalah angkatan 2019-2022 yang berjumlah 130 orang namun dilakukan pemilihan 3 orang dari setiap angkatan sehingga total subjek dalam penelitian ini adalah 12 orang. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konvergensi dalam pergeseran pilihan media dari Youtube ke Tiktok

Konvergensi adalah proses penyatuan berbagai bentuk media tradisional yang terpisah menjadi satu kesatuan platform atau saluran media yang lebih terintegrasi. Hal tersebut diakibatkan oleh perkembangan teknologi digital dan konektivitas yang semakin pesat. Dalam konvergensi konten media dapat diproduksi, diakses dan didistribusikan melalui platform dan perangkat yang terintegrasi. Konvergensi juga mencakup pertukaran

format konten yang berbeda dan peran partisipasi pengguna yang berubah. Konvergensi menciptakan perubahan dalam cara kita mengonsumsi, berinteraksi dan berpartisipasi dalam media. Ini menghadirkan tantangan baru bagi industri, pengguna dan mengubah lanskap media yang kita kenal sebelumnya.

A. Konvergensi Budaya (Dominasi Tren dan Viralitas)

Konvergensi Budaya merujuk pada perpaduan elemen budaya yang sebelumnya terpisah, terutama melalui pengaruh teknologi dan media. Ini mencakup penyatuan tradisi, praktik, norma, dan ekspresi budaya yang berbeda menjadi satu kesatuan yang terhubung. Konvergensi budaya mengacu pada pergeseran budaya yang terjadi sebagai hasil dari integrasi teknologi dan media. Ini menciptakan pengalaman budaya yang baru, mengubah cara mengonsumsi, memproduksi, dan berpartisipasi dalam budaya populer.

Konvergensi budaya terjadi melalui pengaruh silang antar platform. Aspek konvergensi budaya yang dapat diamati adalah dominasi tren dan viralitas yang mempengaruhi perubahan preferensi mahasiswa dalam memilih sumber informasi. Observasi yang dilakukan oleh peneliti pada bulan Mei 2023 menemukan keadaan bahwa mahasiswa cenderung dipengaruhi oleh dominasi tren dan viralitas yang diciptakan oleh TikTok. Mahasiswa mengikuti *tren* di TikTok misalnya dalam pilihan istilah yang sedang populer, berita yang sedang viral hingga dalam pilihan produk dan musik.

Mahasiswa sering mengadaptasi istilah-istilah yang sedang tren di TikTok. Beberapa istilah populer di TikTok yang sering kita dengar seperti kata “*bestie*”, “*ghosting*”, “*ootd*” dan “*pov*”. Mahasiswa sering menggunakan istilah tersebut untuk berkomunikasi dalam kehidupan sosialnya. Mahasiswa juga sering mengobrol tentang berita yang sedang viral di TikTok. Seperti berita tentang Fahmi dan Anggi yang viral di awal bulan Juli. Tren TikTok juga menentukan pilihan mahasiswa dalam preferensi produk seperti fashion dan musik.

Kecenderungan untuk mengikuti tren yang dibentuk oleh TikTok menggambarkan konvergensi budaya yang terjadi. Pergeseran budaya yang terjadi adalah hasil dari integrasi teknologi dan media. Pergeseran tersebut menciptakan pengalaman budaya yang baru, mengubah cara mahasiswa mengonsumsi dan partisipasi dalam budaya populer. Dari indikator tentang dominasi tren dan viralitas, mahasiswa cenderung mengadopsi budaya baru yang sedang tren di TikTok dalam kehidupan sosial.

Mahasiswa sebagai generasi muda memiliki *nature* yang menuntut mereka untuk terus terinformasi dengan hal-hal yang sesuai dengan zaman. Kehidupan sosial dan tatanan komunikasi yang baru dalam bentuk sosial media menuntut mereka untuk lebih sering mengadopsi budaya yang sedang tren di TikTok. Kecenderungan mahasiswa sebagai generasi muda yang selalu ingin mengikuti perkembangan adalah salah satu hal yang mendorong ramainya TikTok dengan pengguna dari kalangan muda. Viralitas adalah sesuatu yang menimbulkan sensasi yang juga akan meningkatkan ketertarikan dari generasi muda itu sendiri. Kemampuan TikTok untuk menciptakan viralitas adalah penyebab kenapa budaya-budaya baru sering muncul dari TikTok kemudian melintas ke platform lain dan selanjutnya akan ramai menjadi tren di kalangan pengguna utamanya mahasiswa.

Kebutuhan mahasiswa akan tren dan viralitas ini terlihat hanya mampu dipenuhi oleh TikTok. Platform lain seperti Youtube kerap kali gagal untuk terdeteksi sebagai sumber viralitas. Bahkan jika Youtube menjadi sumber dari suatu tren, biasanya itu disebabkan karena konten Youtube tersebut diadaptasi ke TikTok dalam bentuk potongan video pendek. TikTok memviralkan potongan video tersebut dan menimbulkan tren budaya baru yang kemudian diserap dengan sangat cepat oleh pengguna TikTok termasuk kalangan mahasiswa.

Mahasiswa cenderung mengakses beragam platform media dalam keseharian mereka. Misalnya untuk pilihan media sosial, mahasiswa menggunakan *Instagram* dan *Twitter*. Untuk *social chat*, mahasiswa menggunakan *Whatsapp* dan *Messenger*. Sedangkan untuk pilihan platform video sharing, mahasiswa menggunakan *TikTok* dan *Youtube*. Kecenderungan akses multi platform tersebut dipengaruhi oleh cepatnya arus *supply* dan *demand* informasi di era internet. Tuntutan mahasiswa untuk update informasi yang lebih cepat dan akurasi informasi yang lebih akurat membuat mahasiswa menggunakan banyak platform dalam kesehariannya. Hal itu termasuk dalam pilihan mereka mengakses *Youtube* dan *TikTok* secara bergantian ataupun simultan yang didasari oleh kebutuhan mereka akan kecepatan informasi. Namun mahasiswa juga membutuhkan sumber informasi yang lebih banyak untuk jaminan kredibilitas dan akurasi. Penulis sebagai salah satu mahasiswa, juga mengalami hal yang sama yaitu memakai banyak media. Platform terlihat saling mempengaruhi satu sama lain dalam menunjukkan tren dan viralitas. Konvergensi budaya itu sendiri mencerminkan pergeseran pengaruh budaya dari satu platform ke platform lain yang berarti bahwa satu platform saja tidak cukup.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa *TikTok* mempengaruhi preferensi mahasiswa terhadap tren dan budaya populer yang disebabkan oleh keinginan mahasiswa untuk aktif mengikuti perkembangan, kecepatan perolehan informasi dan sebagai hiburan. Kesukaan mereka tidak mempengaruhi dalam proses pencarian detail informasi. Mahasiswa cenderung memperoleh informasi tertentu lebih awal dari *TikTok*, dan menggunakan platform lain seperti *Youtube* untuk memverifikasi informasi tersebut lebih detail. Kebutuhan banyak platform tersebut disebabkan oleh konvergensi budaya yang terjadi yaitu satu platform saling mempengaruhi satu sama lain. Pergeseran yang terjadi pada mahasiswa adalah pergeseran preferensi dari sisi kebutuhan terhadap tren dan hiburan. Mahasiswa tetap membutuhkan banyak platform sebagai pilihan sumber informasi. Konvergensi budaya yang terjadi hanya dapat menjelaskan perubahan preferensi mahasiswa terhadap tren dan viralitas namun tidak cukup untuk menjelaskan adanya pergeseran pilihan sumber informasi dari *Youtube* ke *TikTok*.

B. Konvergensi Teknologi (Integrasi Format Media)

Konvergensi teknologi merujuk pada proses penyatuan dan integrasi teknologi yang sebelumnya terpisah menjadi satu entitas yang terhubung. Menurut Jenkins, konvergensi teknologi memungkinkan perangkat, media, dan platform yang sebelumnya terpisah untuk saling berinteraksi, berbagi fungsi, dan menyajikan konten melalui satu perangkat yang terintegrasi. Konvergensi teknologi merupakan salah satu aspek utama yang mempengaruhi transformasi media, budaya, dan industri. Integrasi teknologi memungkinkan pergeseran dalam cara konten diproduksi, dikonsumsi, dan diakses oleh pengguna, serta mempengaruhi cara pengguna berinteraksi dengan media. Untuk mengamati konvergensi teknologi pada *Youtube* dan *TikTok*, dilakukan pengamatan pada aspek yang mencerminkan konvergensi teknologi itu sendiri yaitu integrasi format media.

Kebiasaan akses mahasiswa terhadap suatu platform dipengaruhi oleh format media yang diusung platform tersebut dalam menghadirkan konten yang sesuai dengan preferensi. *YouTube* menggunakan format vertikal dalam tampilan video yang sesuai dengan penggunaan pada perangkat mobile. Selain itu, *Youtube* juga menghadirkan format konten pendek yang dipadukan dengan integrasi media yang baru. *TikTok* menghadirkan istilah *For You Page* disingkat *FYP* yaitu halaman utama dalam aplikasi *TikTok* yang akan terus menerus menampilkan konten pendek dalam format vertikal yang telah disesuaikan dengan preferensi pengguna. Tampilan konten yang adaptif, durasi konten yang lebih pendek dipadukan dengan cara akses konten yang lebih canggih membuat *TikTok*

menimbulkan semacam adiksi yang menyebabkan penggunanya sering menghabiskan waktu yang cukup lama di TikTok.

Mahasiswa lebih menyukai format konten pendek yang dihadirkan oleh TikTok karena kebutuhan mereka akan hiburan dan informasi yang cepat dan efisien. Selain mahasiswa juga lebih nyaman dengan format video vertikal yang dihadirkan TikTok, format vertikal tersebut juga sangat sesuai dengan fitur *scroll* yang dihadirkan tiktok untuk mengakses video. Format baru jendela aplikasi yakni FYP (*For You Page*) juga membuat mahasiswa betah menghabiskan waktunya di TikTok karena konten yang disajikan di halaman FYP (*For You Page*) adalah konten dengan tema yang sesuai minat dan preferensinya. Jendela FYP (*For You Page*) ini terus menyajikan konten dengan minat yang sesuai dengan pengguna dan seolah memiliki stok video yang tidak terbatas. Pengguna hanya perlu terus *scroll* layar untuk menemukan konten yang disukainya.

Format baru yang diusung TikTok ini menimbulkan perubahan preferensi pengguna terhadap kebiasaan akses dan cara akses yang diinginkan terhadap suatu sumber informasi. Mahasiswa cenderung menyukai fitur *scroll* dengan media yang menyediakan konten yang lebih pendek dan membaca minat mereka dibanding metode lama seperti melakukan pencarian informasi lewat kolom *search* yang disediakan platform. Kemampuan adaptasi TikTok dengan konvergensi teknologi yang terjadi menimbulkan perubahan dalam preferensi pengguna dalam memilih platform. Terkait dalam konteks sumber informasi, konvergensi teknologi juga cukup mampu untuk menjelaskan penyebab berubahnya preferensi mahasiswa dari Youtube ke TikTok. Pengguna memperoleh pengalaman mencari hiburan yang baru dari TikTok. Hal ini dikarenakan kemampuan TikTok untuk lebih informatif dengan berbagai terobosan teknologinya dalam menyediakan informasi lebih cepat dalam bentuk konten yang lebih ringkas dan berulang.

C. Konvergensi Media (Konektivitas & Interaksi Sosial)

Konvergensi media secara umum diartikan sebagai proses penggabungan banyak platform menjadi satu titik jaringan yang terintegrasi. Henry Jenkins menjelaskan bahwa konvergensi media adalah proses penyatuan ataupun penggabungan yang terus terjadi antara berbagai unit media seperti industri, teknologi, konten dan publik. Konvergensi media menjadi hal yang penting untuk diterapkan mengingat kebutuhan masyarakat yang beralih pada kehidupan yang serba digital. Melalui konvergensi media, segala bentuk platform media yang sebelumnya terpisah-pisah digabungkan dalam sebuah platform media. Pengguna media dapat memilih media dengan lebih mudah untuk dikonsumsi dengan mengakses satu platform yang terkonvergensi.

Perkembangan media sebagai dampak dari konvergensi media telah mengubah lanskap media secara fundamental dan ini berdampak pada cara penggunaan dan konsumsi media, berbagi informasi dan keterlibatan dalam budaya. Konvergensi media yang terjadi mencakup aspek konektivitas dan interaksi sosial.

mahasiswa cenderung menyukai TikTok karena keterlibatan mereka dalam aplikasi tersebut. Keterlibatan yang dimaksud adalah interaksi sosial yang mereka dapat dengan mudah lakukan dengan pengguna lain ataupun dengan kreator melalui fitur yang telah disediakan oleh TikTok seperti fitur like, komentar, reaksi dan kolaborasi. Meskipun YouTube juga memiliki fitur serupa, namun Youtube memiliki pendekatan yang lebih terorganisir. Manusia sebagai makhluk sosial memiliki kebutuhan akan interaksi sosial yang tinggi. Kemampuan platform dalam menghadirkan fitur interaksi sosial yang lebih baik akan mempengaruhi pilihan pengguna dalam memilih platform utama mereka.

Kebutuhan interaksi sosial mahasiswa yang tinggi diakomodasi oleh TikTok dengan fitur yang dihadirkan dalam platformnya. Mahasiswa dengan mudah dapat mengomentari suatu konten, berkomunikasi dengan pengguna lain bahkan dengan kreator suatu konten itu

sendiri hingga dapat berkolaborasi dengan kreator. Perbaikan fitur interaksi sosial ini adalah bentuk konvergensi yang dilakukan TikTok. Tidak hanya mengadaptasi konsep *video sharing* dari Youtube, TikTok juga mengkolaborasikan konsep tersebut dengan konsep *social media* sehingga ketika pengguna mengakses TikTok, itu akan terasa seperti sedang mengakses Youtube dan *social media* secara bersamaan namun dengan *improve* yang jauh lebih baik dari segi format dan interaksi sosial.

Kebutuhan akan komunikasi dan interaksi sosial yang lebih dalam oleh mahasiswa menjelaskan bagaimana platform melakukan konvergensi untuk mengikuti preferensi pengguna. Fokus interaksi sosial yang disediakan oleh TikTok mendukung preferensi pengguna untuk lebih terlibat dan lebih aktif. Konvergensi yang terjadi dari aspek konektivitas dan interaksi sosial ini cukup mampu menjelaskan alasan perubahan preferensi mahasiswa untuk cenderung menyukai TikTok karena mereka tidak lagi *passif* sebagai penerima informasi namun juga dapat terhubung dan berinteraksi dengan sumber informasinya.

Pergeseran Sumber Informasi Mahasiswa dari Youtube ke Tiktok

Sejak tahun 2019 TikTok dan penggunaannya bertumbuh sangat signifikan. Sebagai media sosial dengan konsep serupa dengan YouTube yakni *video sharing*, TikTok mulai menggoyang popularitas YouTube yang selama satu dekade terakhir tidak memiliki kompetitor. TikTok hadir sebagai *new media* dengan prinsip konvergensi yang memadukan tren *video sharing* milik YouTube dan kekuatan interaksi sosial dari platform *social media*. TikTok menawarkan konsep konten video yang singkat dan cepat, berbeda dengan video panjang di YouTube.

TikTok juga menawarkan pengguna untuk menjadi kreator yang dapat meraih popularitas dengan kemudahannya dalam berbagi video. TikTok menawarkan penggunaannya untuk berbisnis di dalam platform melalui TikTok Shop. TikTok bahkan menawarkan konsep baru seperti pembuatan video interaktif, penggunaan musik dan efek visual yang menarik. Namun yang menjadi kekuatan utama TikTok adalah algoritma yang dimilikinya. Algoritma ini secara efektif mampu terus menerus menyajikan video pendek sesuai dengan minat dan preferensi pengguna sehingga banyak pengguna yang betah berlama-lama menghabiskan waktunya mengakses aplikasi TikTok.

Konvergensi yang dijelaskan sebelumnya memberikan gambaran bahwa penyatuan ataupun penggabungan metode dan integrasi teknis pada Youtube dan TikTok sedikit banyaknya turut mempengaruhi perubahan preferensi mahasiswa dalam hal kebiasaan mereka mengakses platform tertentu. Mahasiswa menyukai TikTok karena kebutuhan akan hiburan singkat, tuntutan untuk kecepatan informasi dan tren yang relevan. Mahasiswa ataupun pengguna media pada umumnya cenderung menyukai konten yang lebih singkat tapi informatif. Kebiasaan ini sudah terjadi sejak lama, misalnya pembaca koran yang cukup terinformasi dengan judul *headline* yang singkat. Penonton TV yang terinformasi dari *running text* pada sebuah acara berita. Fenomena kebutuhan informasi yang singkat itu juga terlihat pada media digital seperti TikTok. Platform dengan konten ringkas dan kreatif ini muncul dan memberikan tantangan pada Youtube.

Perubahan preferensi yang terjadi memang didasari oleh kebutuhan mahasiswa akan konten ringkas yang menghibur dan juga kebutuhan akan tren yang populer. Perubahan preferensi tersebut adalah dampak dari konvergensi budaya yang terjadi oleh kehadiran TikTok. Berdasarkan observasi, peneliti menemukan bahwa mahasiswa cenderung meragukan kualitas konten dan informasi yang beredar dari konten TikTok. Faktanya, peneliti juga sering menemukan konten di TikTok yang bersifat spekulasi dan cenderung berdasarkan opini. Mahasiswa sebagai entitas terpelajar, membutuhkan informasi yang orisinal dan kredibel. TikTok tidak mampu memberikan hal tersebut. Selain karena jumlah

kreator yang tidak terbatas sehingga akan banyak kreator yang membuat kontennya asal-asalan dan tidak profesional, tiktok juga tidak mengindahkan Hak Cipta atas suatu konten. Akibatnya kredibilitas suatu informasi yang diperoleh di TikTok sering diragukan.

Pertentangan informasi yang terjadi disebabkan oleh kecenderungan kreator yang mengandalkan konten yang bersifat viral dan sensasional. Informasi yang disajikan di TikTok sering kali hanya sebatas permukaan dan tidak memberikan konteks yang memadai. Informan selaku mahasiswa menunjukkan keinginan mereka untuk lebih berhati-hati dan memperoleh informasi dari sumber yang lebih terpercaya dan kredibel.

Observasi yang dilakukan peneliti juga memberikan fakta bahwa mahasiswa cenderung menggunakan banyak platform untuk mengakses informasi. Di era digitalisasi dan internet sekarang, suplai informasi menjadi sangat cepat. Hal tersebut menyesuaikan dengan tuntutan akan informasi yang juga sangat tinggi. Namun, bukan hanya kecepatan, keakuratan dan detail informasi juga sangat dibutuhkan. Karena hal tersebut satu platform saja tidak akan cukup untuk memenuhi kebutuhan sehingga sering terjadi penggunaan dua platform serupa oleh satu pengguna. Seperti penggunaan Youtube dan TikTok untuk kebutuhan informasi yang berbasis audio-visual. Kecenderungan mengakses platform TikTok disebabkan oleh kebutuhan pengguna akan suplai informasi yang lebih cepat dan format informasi yang lebih ringkas dari TikTok. Namun ketidakmampuan tiktok memberikan informasi yang kredibel, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya membuat pengguna juga menggunakan platform lain yaitu Youtube. Dengan durasi video yang lebih panjang, dan kualitas video yang sering lebih baik dari segi *production value* membuat penggunaan *multiplatform* untuk sumber informasi ini masih terjadi.

Jika dibandingkan dengan TikTok, maka YouTube unggul dalam penyediaan informasi yang kredibel. Sedangkan TikTok unggul dalam efektifitas penyajian konten yang cepat dan ringan sesuai preferensi dan minat pengguna. TikTok unggul dalam kecepatannya memberikan konten ringkas yang relevan, meski informasi yang diberikan terkadang kekurangan kredibilitas. Berdasarkan hal tersebut diketahui bahwa YouTube yang selama beberapa tahun telah menjadi sumber kredibel, ternyata masih menjadi pilihan walau popularitas TikTok juga naik. Meski tidak lagi menjadi satu-satunya pilihan sumber informasi, YouTube masih dipercaya dengan kredibilitas kreatornya dan kualitas konten yang disajikan. Hampir semua mahasiswa Ilmu Komunikasi masih mengakses YouTube secara regular setiap hari meski dalam durasi yang tidak begitu lama. Pada kasus tertentu, TikTok digunakan secara simultan dengan Youtube untuk menggali informasi akan hal tertentu.

YouTube dan TikTok memiliki pendekatan yang berbeda dalam penyampaian informasi. Perbedaan pendekatan tersebut telah dijelaskan dari sisi konvergensi budaya yang terjadi pada TikTok yakni mahasiswa lebih menyukai konten dengan format video pendek. Informan menggunakan TikTok dengan kontennya yang ringkas dan langsung ke inti sebagai pengenalan terhadap suatu informasi kemudian menggunakan YouTube untuk mempelajari lebih lanjut tentang informasi tersebut. Penggunaan secara simultan ini menjelaskan tidak adanya pergeseran yang terjadi melainkan suatu kombinasi.

Opini dan preferensi mahasiswa terkait perbandingan informasi yang mereka dapatkan dari TikTok dan YouTube tersebut beragam. Beberapa mahasiswa melihat YouTube sebagai sumber informasi yang lebih kredibel dan mendalam, sementara yang lain melihat TikTok sebagai sumber informasi yang lebih cepat dan menghibur. Penting untuk mengembangkan keterampilan pemilahan informasi dan kritis saat mengonsumsi konten dari kedua platform tersebut. Terkait pergeseran yang terjadi dalam pemilihan media sebagai sumber Informasi, memang terdapat kecenderungan mahasiswa sebagai generasi muda untuk lebih sering mengakses TikTok daripada YouTube. Dari sisi konvergensi teknologi, secara algoritma, TikTok lebih baik dalam segi pemenuhan preferensi dan minat

mahasiswa. Tiktok mampu memberikan suplai informasi yang lebih cepat, lebih ringan dan lebih ringkas sehingga terkesan menghibur sekaligus informatif. Dari segi konvergensi budaya, Tiktok mampu secara cepat menghadirkan dominasi budaya populer, berita viral yang heboh dan berbagai tren yang mempengaruhi preferensi mahasiswa atas pilihan produk. Sedangkan dari sisi media, TikTok mampu secara lebih baik untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia sebagai makhluk sosial dengan fitur interaksi sosial yang dihidirkannya.

Berbagai bentuk konvergensi yang terjadi menjelaskan adanya pergeseran preferensi platform dari Youtube ke TikTok dalam beberapa konteks tertentu. Mahasiswa sebagai entitas pelajar mengharuskannya menggunakan multi-platform untuk kebutuhan informasi dalam era digitalisasi yang serba cepat. Akan tetapi, Mahasiswa tidak hanya membutuhkan kecepatan suplai informasi namun juga akurasi dari informasi itu sendiri. YouTube lebih unggul dalam pemenuhan kebutuhan akurasi informasi tersebut dengan format kontennya yang lebih panjang dan proses verifikasi orisinalitas kontennya yang lebih ketat. Sedangkan TikTok unggul dalam hal teknis seperti kecepatan suplai informasi, penciptaan tren dan interaksi sosial. Perbedaan keunggulan dan kebutuhan multiplatform ini menjelaskan bahwa pergeseran sumber informasi pada mahasiswa adalah pergeseran yang bersifat subjektif tergantung dari kebutuhan mahasiswa itu sendiri karena dalam keadaan yang sebenarnya, digitalisasi dan perkembangan teknologi komunikasi mengharuskan pengguna untuk terus mengakses lebih dari satu platform.

SIMPULAN

Penelitian yang telah dilakukan, dapat diperoleh kesimpulan bahwa konvergensi dari aspek dominasi tren, integrasi format dan interaksi sosial mampu menjelaskan bergesernya preferensi mahasiswa untuk menyukai TikTok. Akan tetapi pergeseran yang terjadi adalah pergeseran yang subjektif berdasarkan kebutuhan mahasiswa akan hal tertentu seperti tren dan interaksi sosial. Mahasiswa sebagai entitas terpelajar membutuhkan banyak platform sumber informasi. Media kemudian melakukan konvergensi dan mempengaruhi satu sama lain sesuai kebutuhan mahasiswa. Youtube hadir memberi informasi dengan *production value* yang lebih baik dan isi konten yang detail. Sedangkan TikTok menyediakan suplai informasi lebih cepat, ringan dan menghibur. Sehingga kebutuhan dualisme platform adalah hal yang normal dan harus terjadi karena digitalisasi dan perkembangan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Budyatna, Muhammad., dan Leila Mona Ganiem. 2011. *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Darmastuti, Rini. 2013. *Mindfulness dalam Komunkasi antar Budaya*. Yogyakarta: Buku Litera
- Deddy Mulyana. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- McQuail, Denis. 2011. *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Muhtadi, Asep Saeful. 2015. *Metode Peneitian Komunikasi Peneitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Bandung: Pustaka Setia.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: Simbioasa Rekatama Media.
- Nuruddin. 2015. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Vera, Nawiroh. 2016. *Komunikasi Massa*, Bogor: Ghalia Indonesia.

