

Peran Aplikasi Tiktok Dalam Transformasi Perilaku Mahasiswa

Pia Khoirotun Nisa^{1*}, Mutia Hana², Syawla Malika Azzahra³, Muhammad Bintang Prayoga⁴, Jafar M. Az Zarkasyi⁵, Azka Aisul M⁶

¹⁻⁶Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

ARTICLE INFO

Article history:

Received November 27, 2024

Revised November 29, 2024

Accepted December 9, 2024

Available online 18 December, 2024

Kata Kunci:

Peran; Tiktok; Perilaku

Keywords:

Role, Tiktok, Behavior



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRAK

TikTok sebagai platform media sosial berbasis video pendek telah menjadi tren global yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk perilaku mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana aplikasi TikTok berkontribusi terhadap perubahan perilaku mahasiswa, baik dari sisi positif maupun negatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam dan analisis konten untuk memahami pola penggunaan TikTok. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa TikTok berperan dalam mendorong kreativitas, mengubah pola komunikasi, serta memengaruhi gaya hidup mahasiswa. Namun, aplikasi ini juga memiliki dampak negatif, seperti munculnya ketergantungan, penurunan produktivitas, dan eksposur terhadap konten yang kurang sesuai. Studi ini menekankan pentingnya literasi digital untuk memaksimalkan dampak positif penggunaan TikTok dan mengurangi dampak negatifnya. Temuan ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi institusi pendidikan dan masyarakat dalam menyikapi perkembangan media sosial secara bijaksana.

ABSTRACT

TikTok as a short video-based social media platform has become a global trend that affects various aspects of life, including student behavior. This research aims to analyze how the TikTok application contributes to changes in student behavior, both from the positive and negative sides. This research uses a qualitative approach with in-depth interview methods and content analysis to understand TikTok usage patterns. Research results reveal that TikTok plays a role in encouraging creativity, changing communication patterns, and influencing student lifestyles. However, this application also has a negative impact, such as the emergence of dependence, decreased productivity, and exposure to inappropriate content. This study emphasizes the importance of digital literacy to maximize the positive impact of using TikTok and reduce its negative impact. This finding is expected to be a guide for educational institutions and the community in responding to the development of social media wisely.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan ini, dan akan selalu mendapatkan tantangan dan respons penting yang akan selalu dijalani karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan.¹ Meskipun teknologi pada dasarnya adalah alat atau perluasan keterampilan manusia, teknologi telah mengambil sifat independen yang membatasi cara-cara orang hidup dan berperilaku. Teknologi terus berkembang, dan inovasi baru yang selalu dimaksudkan untuk meningkatkan eksistensi manusia dan membuka peluang baru untuk berbagai aktivitas. Di era digital saat ini, media sosial telah muncul sebagai kebutuhan dasar bagi semua orang.

Kehadiran media sosial yang bertumpu pada kekuatan sistem *Internet of Things*(IoT) diprediksi akan terus berkembang dengan penggunaan gadget, seperti tablet, smartphone maupun laptop memudahkan orang-orang untuk mengakses informasi serta mempermudah memenuhi kebutuhan hidup. Tujuan utama media sosial adalah untuk memfasilitasi komunikasi global di antara individu dengan menghilangkan hambatan geografis dan temporal dan memungkinkan berbagi informasi dari lokasi mana pun. Orang-orang lebih memilih media sosial saat ini, dan hal ini terus berkembang. Bisnis

¹ Budiman, Noor. *Teknologi dan Perkembangan Ilmu Pengetahuan: Sebuah Pandangan Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018, hlm. 45.

media sosial saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya perusahaan pengembang aplikasi yang bermunculan, sehingga meningkatkan tingkat persaingan.

Pada tahun 2024, TikTok terus menjadi salah satu platform media sosial dengan pertumbuhan pengguna yang signifikan, terutama di Indonesia. Aplikasi yang berasal dari Tiongkok ini menawarkan durasi video hingga 10 menit, jauh lebih panjang dibandingkan saat pertama kali diluncurkan dengan hanya 15 detik.² TikTok menyediakan beragam fitur menarik seperti musik, filter, stiker, efek visual, dan alat pengeditan video canggih yang memungkinkan pengguna mengekspresikan kreativitas mereka dengan lebih bebas. Platform ini digunakan oleh berbagai kalangan, mulai dari artis hingga pengguna biasa yang ingin berbagi video kreatif mereka. Hingga pertengahan 2024, jumlah pengguna TikTok di Indonesia telah mencapai lebih dari 50 juta orang, menjadikannya salah satu platform media sosial terpopuler di negara tersebut.

Menurut survei terbaru yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, Indonesia memiliki lebih dari 221 juta pengguna internet, dengan mayoritas pengguna berasal dari kalangan Generasi Z (berusia 10-25 tahun). Sebanyak 64% dari seluruh pengguna internet di Indonesia berada dalam rentang usia 15-20 tahun, menunjukkan dominasi kaum muda dalam penggunaan internet. TikTok, yang kini telah menjadi salah satu platform media sosial paling populer, diikuti oleh Instagram dan Facebook, mendominasi preferensi penggunaan media sosial di kalangan remaja.³

TikTok adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna membuat film berdurasi pendek dengan efek yang menarik dan dapat dibagikan dengan teman atau pengguna lain. Aplikasi ini menawarkan berbagai efek khusus yang unik dan menarik yang mudah untuk digunakan. Aplikasi Tiktok ini menawarkan berbagai macam dukungan musik, memungkinkan pengguna untuk tampil dengan berbagai tarian, gaya bebas, dan banyak cara lainnya, yang menginspirasi kreativitas pengguna untuk menjadi pembuat konten.

Mulyana menyatakan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi penggunaan TikTok, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Pengaruh eksternal meliputi hal-hal seperti riwayat keluarga, informasi yang dikumpulkan, keinginan dan pemahaman tentang, ukuran, intensitas, pertentangan, barang baru, dan seberapa familier atau anehnya suatu objek.⁴

Orang-orang menggunakan aplikasi Tik Tok untuk berbagi video, seperti rekaman kapal tenggelam atau peristiwa lain, dengan pengguna lain untuk menyebarkan informasi dengan cepat. Informasi membentuk identitas media sosial karena platform tersebut membangun konten, melakukan percakapan, dan merepresentasikan identitasnya melalui informasi.⁵ Oleh karena itu, informasi memiliki dampak yang signifikan terhadap penggunaan aplikasi TikTok, karena seseorang yang tidak mengetahui tentang Tik Tok tidak akan mengenali aplikasi ini dan tidak akan bisa menggunakannya.

Ada berbagai macam pengaruh sosial dalam efek penggunaan media sosial, baik yang baik maupun yang buruk. Manfaatnya meliputi kemudahan untuk membangun pertemanan, menggunakannya sebagai platform untuk beriklan atau komunikasi dengan teman, dan menggantikan metode lain untuk mendapatkan informasi, seperti berita terbaru atau edukasi teknologi. Selain itu, ada juga dampak buruknya, terutama jika menggunakan media sosial secara berlebihan, yang dapat menyebabkan perilaku yang buruk, penyebaran informasi yang salah, kurangnya interaksi dengan lingkungan sekitar, dan kurangnya fokus saat belajar.⁶

Perilaku sosial adalah lingkungan saling ketergantungan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia. Sebagai contoh, manusia bergantung pada satu sama lain untuk membantu mereka mencapai kebutuhan dasar mereka dalam hidup; mereka tidak dapat melakukannya sendiri, menciptakan hubungan saling ketergantungan.⁷ Gagasan utamanya adalah bahwa kehidupan manusia bergantung pada lingkungan berbasis komunitas yang saling mendukung satu sama lain. Oleh karena

² "Pengguna TikTok di Indonesia Mencapai 50 Juta pada Tahun 2024," Antara News, 10 Juli 2024, diakses 28 September 2024, <https://www.antaranews.com>.

³ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), "Survei Penggunaan Internet di Indonesia 2016," diakses pada 1 Oktober 2024.

⁴ Demmy Deriyanto dan Fathul Qorib, *Psikologi Sosial Pengaruh Penggunaan Media Sosial di Kalangan Remaja* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 201), hlm. 78.

⁵ Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), hlm. 125.

⁶ Prasetyo, Bagus. "Dampak Positif dan Negatif Media Sosial terhadap Perilaku Sosial." *Jurnal Ilmu Sosial* 15, no. 3 (2024): 112-120.

⁷ Sihombing, Rani. "Interaksi Sosial di Era Digital: Pengaruh Media Sosial terhadap Komunitas." *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi* 12, no. 1 (2024): 23-30.

itu, manusia harus dapat bekerja sama, saling menghormati, menahan diri untuk tidak melanggar hak-hak orang lain, dan menunjukkan toleransi dalam situasi sosial.

Perilaku sosial merupakan aspek fundamental yang membentuk interaksi antara individu dalam masyarakat. Lingkungan saling ketergantungan ini sangat penting untuk kelangsungan hidup manusia, karena setiap individu memiliki peran dan kontribusi yang berbeda dalam memenuhi kebutuhan bersama. Manusia tidak dapat hidup secara terpisah; mereka membutuhkan orang lain untuk memenuhi berbagai kebutuhan, mulai dari kebutuhan dasar seperti makanan, tempat tinggal, dan kesehatan, hingga kebutuhan emosional dan psikologis.

Ketergantungan ini dapat terlihat dalam berbagai bentuk interaksi sosial, mulai dari hubungan keluarga, pertemanan, hingga kolaborasi dalam lingkungan kerja.⁸ Misalnya, dalam sebuah keluarga, setiap anggota memiliki tanggung jawab tertentu untuk memastikan kesejahteraan bersama. Anak-anak membutuhkan bimbingan dan dukungan dari orang tua, sementara orang tua juga bergantung pada anak-anak untuk memberikan cinta dan kebahagiaan. Selain itu, dalam konteks yang lebih luas, komunitas yang saling mendukung dan bekerja sama dapat mengatasi tantangan yang lebih besar, seperti bencana alam atau masalah ekonomi, dengan lebih efektif dibandingkan individu yang beroperasi sendirian.

Selanjutnya, hubungan saling ketergantungan ini juga menciptakan jaringan sosial yang memperkaya kehidupan manusia. Melalui interaksi dengan orang lain, individu dapat belajar, berbagi pengalaman, dan membangun empati. Hal ini penting untuk pengembangan diri dan pertumbuhan sosial, karena interaksi dengan orang lain dapat membuka wawasan baru dan memberikan dukungan emosional.

Sikap saling menghormati dan menghargai setiap peran dalam komunitas memungkinkan terciptanya hubungan yang harmonis dan produktif.⁹ Untuk menciptakan masyarakat yang damai, manusia harus mampu menahan diri dari tindakan yang melanggar hak-hak orang lain. Penghormatan terhadap batas-batas sosial dan hak asasi sangat penting dalam menjaga keseimbangan di dalam komunitas. Dengan menunjukkan toleransi, terutama dalam menghadapi perbedaan budaya, pandangan, atau keyakinan, setiap individu dapat berkontribusi dalam membangun lingkungan yang inklusif dan penuh rasa saling pengertian.

Perilaku sosial seseorang berbeda-beda, tergantung bagaimana mereka bereaksi terhadap orang lain. Dalam hal bekerja sama, misalnya, ada orang yang mendahulukan kepentingan bersama di atas kepentingannya sendiri dengan tekun dan sabar. Sebaliknya, ada juga yang malas, tidak sabar, dan hanya termotivasi oleh kepentingan pribadi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mahasiswa di Fakultas Dakwah UIN Jakarta mengubah perilaku sosial mereka sebagai akibat dari penggunaan aplikasi Tik-Tok.

KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori

Landasan Teori Reinforcement Imitation

Teori Reinforcement Imitation atau penguatan melalui imitasi yang diperkenalkan oleh Neal E. Miller dan John Dollard pada tahun 1941 dalam bukunya *Social Learning and Imitation* menyatakan bahwa perilaku manusia, termasuk pola-pola yang diperlihatkan dalam media, tidak terjadi secara kebetulan atau muncul dari "ruang hampa." Menurut Miller dan Dollard, perilaku dan keputusan yang terlihat dalam media merupakan hasil dari proses pembelajaran yang melibatkan penguatan (reinforcement) melalui imitasi atau peniruan terhadap perilaku yang ada di sekitarnya.

Teori ini menekankan bahwa media berperan dalam memperkuat pola-pola perilaku tertentu di masyarakat melalui penyajian konten yang menarik dan berulang. Konten tersebut berpotensi menimbulkan pengaruh ketika audiens meniru perilaku yang dianggap bermanfaat atau menarik, terutama yang sudah berulang kali ditampilkan atau dipromosikan dalam media. Dengan demikian, konten media tidak bersifat netral atau bebas kepentingan, melainkan terbentuk dari faktor internal maupun eksternal yang terus-menerus memberikan penguatan terhadap perilaku tertentu.

Reinforcement Imitation Theory yang dikemukakan oleh Miller dan Dollard, peran aplikasi TikTok dalam transformasi perilaku mahasiswa dapat dipahami melalui beberapa level yang menggambarkan bagaimana aplikasi ini mempengaruhi pola perilaku dan sikap mahasiswa, sebagai berikut:

a. Same Behavior

Same behavior adalah perilaku yang sama, yang dimana dua individu atau lebih merespon masing-masing dengan bebas terhadap lingkungan yang sama. Individu mahasiswa berperan sebagai pengguna

⁸ Damsar, *Pengantar Sosiologi Perilaku*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.

⁹ Prasetyo, Bagus. "Dampak Positif dan Negatif Media Sosial terhadap Perilaku Sosial." *Jurnal Ilmu Sosial* 15, no. 3 (2024): 112-120

utama yang mengkonsumsi dan meniru konten yang ada di TikTok. Mahasiswa, sebagai bagian dari generasi muda, sering terpengaruh oleh konten-konten yang mereka anggap menarik, bermanfaat, atau relevan dengan gaya hidup mereka. Efek dari TikTok pada ini adalah terbentuknya kebiasaan untuk meniru perilaku, tren, atau gaya hidup yang sering ditampilkan oleh kreator konten atau influencer di platform ini. Meski pengaruh individu secara langsung mungkin tidak terlalu besar, kebiasaan mahasiswa meniru perilaku tertentu di TikTok menunjukkan bagaimana platform ini mendorong perubahan perilaku mereka melalui penguatan berulang dari konten yang dilihat.

b. Copying

Pada copying ini individu berusaha sama perilakunya dengan perilaku orang lain. Mahasiswa mengakses TikTok berdasarkan rutinitas tertentu, seperti mengikuti tren populer atau menonton konten yang dihasilkan oleh algoritma TikTok. Algoritma ini mengarahkan mahasiswa untuk terpapar secara terus-menerus pada konten tertentu yang menguatkan pola perilaku tertentu, seperti tren belanja, gaya hidup, dan hiburan. Mahasiswa menjadi mencocokkan perilakunya dengan apa yang telah dipengaruhi oleh apa yang dia lihat dari TikTok. Individu menjadikan TikTok sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mereka yang mempengaruhi perilaku mereka secara tidak langsung namun kuat.

c. Matched-dependent behavior

Pada hal ini individu berusaha menyamai tindakan orang lain yang dia lihat karena mendapatkan imbalan atau imitatifnya. TikTok sebagai platform memiliki struktur dan kebijakan yang mendukung penguatan perilaku melalui konten yang dihasilkan pengguna. Kepemilikan dan kebijakan TikTok, termasuk aturan algoritma yang memprioritaskan konten yang populer dan mendapatkan banyak interaksi, berperan dalam mengatur jenis konten yang muncul di feed pengguna. Melalui struktur ini, TikTok berperan dalam mengarahkan konten yang diperkuat dan diulang, sehingga mahasiswa lebih cenderung meniru atau terpengaruh oleh konten yang diangkat oleh sistem. Banyak pengaruh dari TikTok yang bisa memperoleh imbalan seperti ada beberapa programnya seperti affiliate, online shop, gift TikTok dan sebagainya. Dari hal itu banyak yang menyamai tindakan orang lain untuk melakukannya agar mendapat imbalan dari perilaku tiruannya.

Dalam Teori Reinforcement Imitation, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga menjadi alat yang berpengaruh kuat dalam membentuk perilaku mahasiswa melalui proses penguatan dan imitasi yang melibatkan berbagai tingkat pengaruh. Paparan berulang terhadap konten baik berupa video singkat, iklan, maupun trend lifestyle secara bertahap mempengaruhi cara mahasiswa memandang dan menanggapi dunia di sekitar mereka. Konten yang ditampilkan oleh TikTok diatur oleh algoritma yang secara cermat memprioritaskan konten relevan sesuai dengan preferensi dan aktivitas pengguna.

Dalam proses imitasi ini, mahasiswa tidak hanya meniru perilaku yang mereka lihat, tetapi juga mengembangkan preferensi, aspirasi, dan keinginan yang dipengaruhi oleh lingkaran sosial digital yang mereka bangun. Pengaruh eksternal yang melibatkan iklan, influencer, serta endorsement dari merek-merek terkenal juga memainkan peran signifikan dalam memperkuat norma konsumsi yang mereka lihat di TikTok. Sebagai hasilnya, platform ini tidak hanya memberikan informasi atau hiburan semata, tetapi juga menciptakan proses reinforcement nilai dan sikap yang berulang kali diasosiasikan dengan penghargaan sosial, seperti jumlah like dan komentar positif.

Dengan demikian, proses ini memperkuat keyakinan dan persepsi tertentu dalam diri mahasiswa, yang pada akhirnya mengubah cara mereka berinteraksi dengan lingkungan sekitar, memengaruhi keputusan konsumsi mereka, hingga membentuk pandangan hidup mereka secara keseluruhan. Teori Reinforcement Imitation ini menggambarkan bagaimana TikTok tidak hanya mencerminkan gaya hidup populer, tetapi secara aktif membentuknya melalui siklus penguatan dan imitasi yang mendalam di antara penggunanya.

a. Reinforcement Imitation

Dalam teori ini, perilaku cenderung berulang apabila mendapatkan penguatan positif, seperti penghargaan, pengakuan, atau kesenangan pribadi yang dirasakan oleh individu.¹⁰ Pada konteks media sosial, khususnya TikTok, prinsip ini menjadi sangat relevan karena platform tersebut memberikan dorongan kuat pada pengguna, termasuk mahasiswa, untuk meniru konten populer yang mereka lihat. Jika konten tersebut mendapatkan respon positif seperti banyaknya suka, komentar, dan pengikut baru, pengguna semakin terdorong untuk melanjutkan atau mengulangnya.¹¹

TikTok sebagai platform video singkat yang berfokus pada hiburan visual, menjadi ruang digital yang kuat dalam membentuk perilaku pengguna melalui algoritma yang menampilkan konten-konten

¹⁰ Neal E. Miller & John Dollard, *Social Learning and Imitation*, (New Haven: Yale University Press, 1941), hlm. 45-47.

¹¹ Tim Dwyer, "The Influence of Social Media Algorithms on Content Consumption," *Journal of Media Studies*, vol. 15, no. 3, (2020): 123-125.

sesuai preferensi masing-masing pengguna. Proses penguatan yang terjadi melalui algoritma ini membuat mahasiswa lebih mungkin untuk meniru perilaku atau gaya hidup tertentu yang didorong oleh kreator atau influencer yang mereka ikuti. Algoritma ini memanfaatkan kecenderungan reinforcement imitation, di mana mahasiswa mengulang perilaku tertentu yang mendapatkan apresiasi sosial dari platform.¹²

b. Media Sosial TikTok

TikTok adalah platform media sosial yang memungkinkan penggunanya membuat, mengedit, dan berbagi video pendek berdurasi antara 3 hingga 10 menit. Dirilis oleh ByteDance pada September 2016, aplikasi ini dengan cepat menjadi populer di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa. TikTok memfasilitasi kreativitas dan ekspresi diri melalui berbagai bentuk konten seperti tarian, komedi, dan tantangan (challenge). Dalam prosesnya, aplikasi ini telah membentuk budaya digital baru di mana pengguna dapat menampilkan sisi kreatif mereka kepada audiens yang lebih luas.

Salah satu fitur kunci TikTok adalah "For You Page" (FYP), yang menggunakan algoritma untuk menyesuaikan konten sesuai dengan preferensi pengguna.²⁶ Fitur ini memungkinkan pengguna biasa untuk mendapatkan popularitas secara cepat, karena konten mereka dapat diakses oleh lebih banyak orang. Akibatnya, TikTok berperan penting dalam membangun komunitas digital yang interaktif, di mana penggunanya saling berpartisipasi dalam tren dan tantangan yang sedang viral, menciptakan peluang besar bagi individu untuk mendapatkan perhatian di dunia maya.

c. Pengaruh TikTok Terhadap Perilaku Sosial Mahasiswa

Menurut teori perilaku sosial, perilaku individu terbentuk melalui interaksi dengan lingkungannya (Ritzer). Konten viral di TikTok dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap pola perilaku mahasiswa, terutama dalam hal mengikuti tren dan peniruan gaya hidup.¹³ Mahasiswa dapat berpartisipasi dalam kegiatan yang mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan orang lain baik secara online maupun offline dengan menggunakan TikTok, sebuah situs media sosial yang menyediakan konten video singkat dan interaktif.

Ruswanto menyatakan bahwa perilaku sosial memerlukan perilaku yang mempertimbangkan keberadaan orang lain, dan interaksi ini menjadi lebih kompleks di lingkungan TikTok. Selain kontak tatap muka, para siswa juga terlibat dalam interaksi digital. Karena paparan yang diterima siswa terhadap komunitas global yang terdiri dari beragam kebiasaan dan gaya hidup pengguna, tempat digital seperti TikTok dapat secara efektif membentuk perilaku sosial.

d. Transformasi Perilaku Mahasiswa Melalui TikTok

Selain itu, TikTok juga memengaruhi bagaimana mahasiswa menampilkan diri mereka secara online. Dengan membuat dan membagikan konten, para mahasiswa membangun citra diri yang dapat memengaruhi hubungan mereka, baik secara online maupun dalam kehidupan nyata. Dukungan sosial dari konten yang diterima secara luas atau menjadi viral dapat mendukung perilaku tertentu. Efek ini memiliki potensi untuk secara signifikan mengubah persepsi siswa tentang siapa mereka dan bagaimana mereka berinteraksi dengan orang lain, baik secara online maupun offline dari waktu ke waktu.

e. GEN Z

Generasi Z atau yang dikenal sebagai generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan kelompok demografis yang unik karena mereka tumbuh di era digitalisasi yang sudah sangat maju. Berbeda dengan generasi sebelumnya, Generasi Z sangat akrab dengan teknologi dan media sosial sejak usia dini, yang menjadikan mereka sebagai generasi yang selalu terkoneksi dan memiliki akses informasi yang tak terbatas. Hal ini menciptakan karakteristik tersendiri dalam cara berpikir, berperilaku, dan cara berkomunikasi mereka.

Generasi Z dikenal lebih mandiri, kreatif, serta cenderung kritis dalam menyikapi informasi yang mereka terima di media sosial. Mereka juga menunjukkan preferensi terhadap interaksi berbasis visual seperti video dan gambar yang banyak disediakan oleh platform media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok.¹⁴ Selain itu, Generasi Z memiliki pola perilaku konsumsi yang berbeda, lebih menyukai produk yang dipersonalisasi, memiliki kesadaran tinggi terhadap isu lingkungan dan sosial, serta cenderung memilih merek yang memiliki nilai atau misi sesuai dengan prinsip mereka.

¹² Rizky Pratama, "Media Sosial sebagai Sarana Pembentukan Perilaku Konsumsi," *Jurnal Komunikasi dan Media*, vol. 10, no. 2, (2021): 50-52.

¹³ Hwang, H. (2020). "TikTok and its Impact on Social Behavior Among Young Adults." *Journal of Youth Studies*, 23(9), 1234-125.

¹⁴ Laura A. Wankel & Charles Wankel, "The Digital Natives Are Restless: Using Social Media in the Classroom," *Journal of Applied Research in Higher Education*, vol. 4, no. 2, (2012): 50-55.

Pemahaman terhadap psikologi Generasi Z sangat penting untuk menciptakan pendekatan komunikasi dan pemasaran yang sesuai dengan nilai dan pola perilaku mereka. Dengan karakteristik yang kuat dalam penguasaan teknologi, kepekaan sosial, dan keterikatan mereka pada media sosial, Generasi Z diharapkan menjadi kelompok yang berperan besar dalam membentuk tren dan nilai di masa depan. Pemahaman yang mendalam mengenai karakteristik mereka akan memungkinkan organisasi, lembaga pendidikan, serta perusahaan untuk berinteraksi secara efektif dengan Generasi Z, sehingga strategi yang diterapkan lebih relevan dan responsif terhadap kebutuhan dan preferensi mereka.

f. Pengguna

Konsep pengguna atau user dalam konteks digital dan media sosial mengacu pada individu yang aktif menggunakan platform daring untuk berkomunikasi, mencari informasi, atau melakukan transaksi. Pengguna memiliki peran sentral dalam sistem media sosial karena mereka tidak hanya sebagai konsumen informasi tetapi juga sebagai produsen konten. Setiap pengguna memiliki kemampuan untuk membentuk, membagikan, dan mendistribusikan konten yang pada akhirnya memengaruhi audiens yang lebih luas.

Pengguna media sosial cenderung dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk demografi, psikologi, dan motivasi penggunaan. Faktor-faktor ini dapat mencakup kebutuhan akan konektivitas sosial, pencarian informasi, hiburan, dan terkadang untuk tujuan ekonomi atau profesional, seperti promosi bisnis atau personal branding. Teori pengguna dalam konteks media digital menunjukkan bahwa mereka memiliki kendali besar atas pengalaman mereka di dunia maya, yang dibentuk berdasarkan algoritma platform dan preferensi pribadi yang memungkinkan pengalaman yang sangat dipersonalisasi.¹⁵

METODE

Subyek penelitian dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik sampling purposive. Menurut Sugiyono (2018:124), sampling purposive merupakan cara untuk menentukan informan dengan pertimbangan tertentu. Informan penelitian sendiri merupakan contoh atau sebagian individu yang diteliti sebab jumlah populasi penelitian yang dikategorikan besar dan tidak dapat diteliti seluruhnya (satu per satu). Adapun subyek penelitian dalam tulisan ini, adalah mahasiswa fakultas dakwah UIN Jakarta, yang menggunakan aplikasi Tiktok sebagai media dalam membentuk perilaku kehidupannya. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah penggunaan aplikasi TikTok oleh mahasiswa, serta bagaimana interaksi dengan platform tersebut memengaruhi perubahan perilaku mereka dalam berbagai aspek kehidupan.

Sumber Penelitian dalam penelitian ini, penulis mengelompokkan sumber data menjadi dua bentuk data: Data Primer: yaitu data utama yang akan diolah dan dianalisa yang bersumber dari observasi dan wawancara langsung dengan mahasiswa fakultas dakwah UIN Jakarta yang menggunakan aplikasi Tiktok sebagai media dalam membentuk perilaku kehidupannya, Data Sekunder: yaitu data yang tidak langsung diberikan kepada peneliti, misalnya peneliti mendapatkan data melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari buku, internet, dan data pendukung lain seperti arsip dan dokumen tertulis lainnya. Teknik pengumpulan data yaitu Observasi, Wawancara (Interview), Dokumentasi.

Teknik analisis data yang dipakai penelitian ini adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah pengumpulan data yang sudah ada, selanjutnya dianalisis dan dirangkai secara sistematis dan sistematis untuk mendeskripsikan masalah yang diteliti. Verifikasi data adalah salah satu bagian penting dari penelitian kualitatif. Teknik verifikasi didalam penelitian kualitatif diantaranya pengujian verifikasi (memperbesar cakupan pengamatan, triangulasi, meningkatkan ketekunan, menganalisis masalah negatif, menggunakan bahan referensi atau mereview peserta), transferabilitas, dependabilitas, maupun konfirmabilitas. Verifikasi data bertujuan untuk menunjukkan validitas, reliabilitas, dan generalisabilitas dari hasil penelitian kualitatif.

HASIL

Temuan Data Pengaruh TikTok Terhadap Transformasi Perilaku Mahasiswa

Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah narasumber mahasiswa Gen Z yang aktif menggunakan TikTok, kami menemukan bahwa aplikasi ini memainkan peran penting dalam membentuk perilaku pengguna terkait isu-isu sosial dan tren yang sedang berkembang. Temuan ini dijelaskan dengan menggunakan teori *Reinforcement Imitation* yang mencakup tiga tingkatan yaitu

¹⁵ Boyd, Danah, & Nicole Ellison, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship," *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, no. 1, (2007): 210-230.

same behavior, copying, matched-dependent behavior. Berdasarkan wawancara, ditemukan bahwa TikTok memberikan dampak signifikan dalam membentuk pandangan mahasiswa terkait berbagai isu.

a. Same Behavior

Same behavior adalah perilaku yang sama, yang dimana dua individu atau lebih merespon masing-masing dengan bebas terhadap lingkungan yang sama. Sikap personal dari pembuat konten atau pengguna sangat berpengaruh pada cara mereka menyajikan informasi di TikTok. Salah satu narasumber, Rivaldi, menjelaskan, "Sikap pembuat konten, terutama influencer yang memiliki banyak pengikut, memengaruhi jenis konten yang mereka unggah." Misalnya, mahasiswa yang sering mengikuti konten motivasi atau pendidikan dari influencer tertentu di TikTok cenderung terinspirasi untuk menerapkan saran atau informasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Pengguna yang memiliki minat khusus, seperti literasi finansial atau pengembangan diri, akan mengubah perilaku mereka sesuai dengan konten yang disajikan oleh influencer yang mereka percayai. Jadi banyak individu yang mengikuti perilaku dengan bebas masing-masing

b. Copying

Pada copying ini individu berusaha sama perilakunya dengan perilaku orang lain. TikTok berperan dalam membentuk konten yang dilihat oleh mahasiswa. Algoritma TikTok yang disesuaikan dengan preferensi pengguna memunculkan konten-konten yang sering mereka tonton atau sukai. Rivaldi menambahkan, "Semakin sering aku like atau follow konten terkait produktivitas, makin banyak juga konten yang serupa muncul di timeline." Kirey menambahkan bahwa mahasiswa sering kali terpapar tren yang serupa di halaman For You Page, yang mendorong perilaku kolektif tertentu, seperti mengikuti tren belajar online atau konten yang berkaitan dengan kesuksesan akademik. Dengan algoritma yang terus menyesuaikan preferensi pengguna, TikTok menjadi media yang memperkuat minat dan perilaku mahasiswa terhadap isu atau tren tertentu. Jadi individu berusaha menyamai perilakunya dengan perilaku yang ia lihat pada konten TikTok dengan sesuai algoritma kontennya.

c. Matched-dependent Behavior

Pada hal ini individu berusaha menyamai tindakan orang lain yang dia lihat karena mendapatkan imbalan atau imitatifnya. Sebagai sebuah platform, TikTok juga memiliki kebijakan dan aturan yang mengatur konten yang dapat diunggah. Beberapa narasumber menyebutkan bahwa TikTok cenderung mempromosikan konten yang tidak kontroversial dan mengikuti pedoman komunitas. Kirey mengungkapkan bahwa "konten yang dianggap melanggar aturan TikTok, seperti konten yang terlalu provokatif atau politik, sering kali dihapus atau tidak muncul di timeline." Rivaldi juga menyatakan bahwa TikTok sering melakukan sensor terhadap konten sensitif atau mengarahkan konten ke bentuk yang lebih aman bagi pengguna muda, sehingga pembatasan ini memengaruhi jenis konten yang sering diakses dan diminati oleh mahasiswa. Jadi individu disini juga menyamai perilaku yang ia lihat di TikTok karena mau mendapatkan imbalannya. Seperti TikTok memiliki program affiliate, online shop, live streaming, gift di TikTok dan sebagainya. Dari program ini jika mengikuti sesuai dengan ketentuan yang telah dibuat TikTok bisa mendapatkan imbalannya berupa salary yang bisa ditarik saldonya melewati e-wallet atau transfer rekening bank.

Temuan Data Factor Inside dan Outside Dalam Peran Tiktok Pada Transformasi Perilaku Mahasiswa

Dalam konteks peran TikTok dalam transformasi perilaku mahasiswa, faktor internal (inside) dan eksternal (outside) memiliki peran signifikan dalam membentuk narasi dan perilaku yang berkembang di platform tersebut. Berdasarkan wawancara dengan sejumlah narasumber mahasiswa yang aktif menggunakan TikTok, ditemukan bahwa faktor inside TikTok, seperti algoritma dan desain fitur platform, sangat memengaruhi jenis konten yang ditampilkan dan dikonsumsi. Azra, salah satu narasumber, menyatakan, "Faktor inside TikTok itu lebih ke algoritma yang selalu rekomendasiin konten yang sesuai sama apa yang kita sering tonton atau like."

Di sisi lain, faktor outside meliputi pengaruh yang datang dari luar, seperti teman sebaya, komunitas online, serta figur publik atau influencer yang populer di TikTok. Menurut Daus, "Faktor outside itu lebih ke pengaruh dari teman-teman atau influencer di TikTok yang sering ikut tren tertentu. Misalnya, kalau ada tren beli produk A yang lagi viral di TikTok, rasanya kayak pengen ikut beli juga karena semua orang ngomongin itu." Hal ini menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti tekanan sosial dan tren yang sedang populer dapat memengaruhi perilaku konsumtif dan gaya hidup mahasiswa. Kirey menambahkan, "Kadang tuh, konten di TikTok ngasih kita ide baru atau pandangan baru tentang lifestyle, yang bikin kita ingin mencoba hal-hal yang sebelumnya nggak terpikirkan."

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa level individu dan rutinitas media adalah yang paling berpengaruh dalam transformasi perilaku mahasiswa di TikTok. Pada level individu, sikap dan preferensi pribadi dari mahasiswa memengaruhi konten yang mereka pilih untuk ditonton atau diikuti. Sedangkan pada level rutinitas media, algoritma TikTok memainkan peran penting dalam membentuk

pola konsumsi konten dengan terus menghadirkan konten yang sesuai dengan kebiasaan pengguna. Kedua level ini menunjukkan bahwa baik preferensi individu maupun sistem algoritma TikTok sangat berperan dalam mengarahkan perubahan perilaku dan minat mahasiswa terhadap tren, gaya hidup, serta pilihan konsumsi di platform tersebut.

PEMBAHASAN

Peran

Peran yang dimaksud ini adalah individu dalam melakukan sesuatu yang memiliki tanggung jawab. Teori Reinforcement Imitation menyoroti bagaimana individu cenderung meniru perilaku orang lain, terutama ketika mereka melihat hasil positif dari tindakan tersebut. Dalam konteks TikTok, platform ini berfungsi sebagai sarana bagi mahasiswa untuk mengekspresikan diri dan mengadopsi perilaku baru melalui interaksi dengan konten yang mereka konsumsi. Melalui hasil wawancara dengan narasumber yang merupakan mahasiswa pengguna aktif TikTok, terlihat bahwa aplikasi ini memiliki dampak signifikan dalam mempengaruhi transformasi perilaku mahasiswa.

Aplikasi TikTok

Aplikasi TikTok adalah salah satu media sosial yang hampir dimiliki semua orang. Salah satu aspek penting dari teori TikTok dalam menyajikan konten yang relevan dengan minat dan kebiasaan pengguna sesuai algoritma. Ketika mahasiswa berinteraksi dengan konten tertentu, seperti video tentang gaya hidup sehat, algoritma akan terus menghadirkan video yang serupa. Algoritma TikTok tidak hanya sekadar menyajikan konten, tetapi juga berfungsi untuk memperkuat perilaku dan pilihan gaya hidup mahasiswa melalui eksposur berulang terhadap konten yang relevan.

Dalam konteks ini, TikTok menjadi platform yang tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga memfasilitasi proses pembelajaran sosial. Mahasiswa cenderung meniru perilaku yang mereka lihat di TikTok karena mereka ingin mendapatkan hasil yang serupa atau mengadopsi gaya hidup yang dianggap menarik. Dengan demikian, platform ini berfungsi sebagai wadah di mana mahasiswa dapat mengeksplorasi identitas mereka dan mengadopsi perilaku baru berdasarkan interaksi mereka dengan konten. Dalam banyak kasus, tren yang muncul di TikTok memiliki dampak langsung pada cara mahasiswa menjalani kehidupan sehari-hari mereka.

Transformasi

Transformasi atau perubahan yang dimaksud ini bisa baik atau buruk, sesuai individu itu bersikap seperti apa dan menanggapi. Pengaruh TikTok dalam mengubah perilaku mahasiswa tidak hanya terbatas pada aspek positif. Meskipun banyak konten yang mempromosikan gaya hidup sehat atau produktif, ada juga konten yang bisa mendorong perilaku negatif, seperti pemborosan atau konsumsi berlebihan. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa harus kritis dalam memilih konten yang mereka konsumsi, mengingat bahwa tidak semua yang viral di TikTok adalah positif. Dengan memahami potensi kedua sisi ini, mahasiswa dapat lebih bijak dalam menavigasi konten yang mereka ikuti dan dampaknya terhadap perilaku mereka.

Secara keseluruhan, teori Reinforcement Imitation menjelaskan bahwa TikTok berkontribusi pada transformasi perilaku mahasiswa dengan menggabungkan faktor-faktor individu dan algoritma platform. Dengan menyediakan lingkungan di mana perilaku positif dapat diperkuat dan ditiru, TikTok telah menjadi alat yang efektif untuk membentuk identitas dan perilaku mahasiswa. Melalui konten yang beragam dan respons yang diberikan oleh komunitas, mahasiswa memiliki peluang untuk berkembang dan mengeksplorasi berbagai aspek diri mereka melalui media sosial.

Perilaku Mahasiswa

Perilaku adalah sikap individu dalam hal yang dilakukan dan merespon sesuatu seperti apa. Mahasiswa adalah individu yang sedang mempelajari banyak pelajaran tidak hanya ilmu dan materi saja tetapi juga belajar untuk disiplin, bersikap yang baik, mengatur waktu serta memilih pergaulan yang baik atau buruk. Banyak pengaruh dalam dunia perkuliahan mulai dari internal maupun eksternal. Maka dari itu, mahasiswa adalah pelajar yang dipilih untuk melanjutkan pendidikan yang lebih atau maha dari siswa dikutip dari narasi Najwa Shihab. Pada perilaku mahasiswa disini membahas tentang, bagaimana kebiasaan dan rutinitas di platform seperti TikTok dapat mempengaruhi perilaku pengguna, terutama mahasiswa, melalui proses peniruan dan penguatan perilaku yang dilihat. TikTok, sebagai platform berbasis algoritma, memiliki mekanisme produksi konten yang secara langsung mempengaruhi bagaimana isu-isu tertentu, seperti tren perilaku mahasiswa, disajikan. Algoritma TikTok menyesuaikan konten berdasarkan interaksi pengguna, sehingga ketika mahasiswa sering menonton, menyukai, atau berbagi konten tertentu, platform ini akan terus menyajikan video yang serupa, memperkuat kebiasaan dan perilaku yang ingin ditiru.

Narasumber yang diwawancarai menjelaskan bahwa interaksi mereka dengan konten di TikTok berkontribusi pada pembentukan pola perilaku baru. Misalnya, jika seorang mahasiswa sering

menonton video yang mengedukasi tentang gaya hidup sehat atau strategi belajar, algoritma TikTok akan terus menyajikan lebih banyak konten terkait, mendorong mahasiswa untuk meniru dan mengadopsi perilaku tersebut. Fenomena ini menunjukkan bagaimana algoritma dapat menciptakan lingkaran penguatan di mana perilaku yang diinginkan semakin dikuatkan melalui penyajian konten yang relevan dan menarik.

Selain itu, fitur-fitur TikTok seperti "For You Page" (FYP) dan tantangan viral juga berperan penting dalam memperluas jangkauan konten dan mempromosikan perilaku yang diinginkan. Ketika mahasiswa berpartisipasi dalam tantangan yang sedang tren, mereka tidak hanya meniru perilaku yang mereka lihat tetapi juga berkontribusi pada pembentukan norma sosial di antara rekan-rekan mereka. Dengan demikian, TikTok berfungsi sebagai arena pembelajaran sosial di mana perilaku baru dapat tersebar dengan cepat dan menjadi norma baru di kalangan mahasiswa.

Namun, tantangan juga muncul dalam bentuk kebijakan konten yang diterapkan oleh platform. Seperti yang diungkapkan oleh beberapa narasumber, ada kalanya konten tertentu, seperti isu sensitif atau perilaku kontroversial, dibatasi oleh algoritma TikTok, yang dapat mempengaruhi seberapa luas dan cepat informasi tersebut tersebar. Ini menunjukkan bahwa meskipun platform memiliki potensi untuk menguatkan perilaku positif, intervensi algoritmik juga dapat menghambat akses terhadap konten yang berpotensi merugikan atau menyesatkan.

Secara keseluruhan, teori Reinforcement Imitation menekankan bahwa TikTok memiliki peran signifikan dalam membentuk dan mengubah perilaku mahasiswa melalui proses peniruan yang didorong oleh algoritma. Dengan menjadikan perilaku tertentu lebih terlihat dan menarik, TikTok menciptakan lingkungan di mana mahasiswa dapat belajar dan mengadopsi norma baru, yang dapat berimplikasi pada transformasi perilaku di masyarakat yang lebih luas. Hal ini menunjukkan pentingnya penelitian lanjutan untuk memahami bagaimana media sosial dapat membentuk perilaku generasi muda dan dampaknya terhadap kehidupan sehari-hari.

Lebih lanjut, algoritma TikTok juga tampak mengatur distribusi konten berdasarkan popularitas dan interaksi, sehingga perilaku yang dianggap positif dan menguntungkan sering kali lebih terlihat. Dengan fitur seperti "For You Page" (FYP), TikTok mendorong pengguna untuk meniru perilaku yang banyak diadopsi oleh orang lain, sehingga menciptakan siklus penguatan di mana tren perilaku tertentu semakin mendominasi. Hal ini menunjukkan bahwa organisasi media sosial seperti TikTok tidak hanya memengaruhi perilaku individu, tetapi juga berkontribusi pada pembentukan norma sosial di kalangan pengguna.

Di samping itu, terdapat tantangan dalam bentuk kebijakan pembatasan yang dapat menyebabkan frustrasi di kalangan pengguna. Mahasiswa yang menginginkan akses ke informasi dan konten tertentu dapat merasa terhambat ketika algoritma secara tiba-tiba membatasi atau menghapus konten yang mereka minati. Ini menciptakan ketidakpastian yang dapat menghambat kemampuan mahasiswa untuk berpartisipasi dalam diskusi yang lebih luas dan beragam.

Secara keseluruhan, teori Reinforcement Imitation menggarisbawahi pentingnya memahami bagaimana kebijakan internal dan algoritma yang diterapkan oleh TikTok dapat membentuk perilaku mahasiswa. Melalui proses peniruan yang didorong oleh algoritma, platform ini menciptakan lingkungan di mana perilaku tertentu dapat diperkuat, namun juga dapat terhambat oleh kebijakan yang membatasi akses terhadap konten tertentu. Dengan demikian, analisis lanjutan tentang interaksi antara kebijakan media sosial dan perilaku pengguna sangat diperlukan untuk memahami dinamika yang

Dalam kasus TikTok, algoritma platform memainkan peran penting dalam menyajikan konten kepada pengguna. Konten yang banyak dilihat dan disukai, sering kali didorong oleh influencer, menjadi model perilaku yang ditiru oleh mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun TikTok menawarkan platform untuk berbagi ide dan informasi, pengaruh eksternal seperti hubungan bisnis dan sponsor dapat membatasi jenis konten yang ditampilkan. Misalnya, mahasiswa mungkin lebih cenderung melihat dan meniru perilaku yang ditampilkan oleh influencer yang memiliki afiliasi dengan merek atau perusahaan tertentu, meskipun konten tersebut tidak selalu mencerminkan perspektif yang adil atau komprehensif terhadap isu-isu tertentu.

Sejumlah narasumber menekankan bahwa konten yang didukung oleh influencer di TikTok sering kali mencerminkan kepentingan bisnis atau politik tertentu. Mahasiswa yang mengonsumsi konten ini mungkin tidak menyadari adanya bias dalam informasi yang mereka terima, dan ini dapat membentuk pandangan mereka terhadap isu-isu sosial atau politik. Misalnya, jika seorang influencer terkenal menyajikan informasi yang menyinggung isu sensitif dengan cara yang tidak seimbang, mahasiswa yang mengikuti mereka mungkin mengadopsi pandangan yang sama tanpa mempertanyakan sumber atau konteksnya.

Lebih jauh lagi, mahasiswa yang terpapar pada narasi tertentu yang dipromosikan oleh influencer dapat merasa tertekan untuk menyesuaikan perilaku mereka dengan apa yang dianggap populer atau diterima dalam komunitas online mereka. Hal ini menciptakan siklus di mana perilaku dan sikap tertentu diperkuat melalui peniruan, sementara pandangan yang berbeda atau alternatif mungkin terabaikan. Dalam konteks ini, influencer tidak hanya memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap isu tertentu, tetapi juga dapat memengaruhi perilaku konsumsi mereka, baik dalam hal merek yang mereka pilih maupun cara mereka berinteraksi dengan konten di platform.

Tekanan eksternal dari pemerintah atau entitas bisnis juga dapat memainkan peran dalam menentukan konten yang muncul di TikTok. Misalnya, jika TikTok berupaya untuk menjaga hubungan baik dengan sponsor atau mitra bisnis, mereka mungkin lebih cenderung membatasi penyebaran konten yang dapat dianggap kontroversial atau berisiko. Ini berarti bahwa mahasiswa yang menggunakan platform tersebut mungkin tidak memiliki akses penuh ke informasi yang beragam, yang dapat memengaruhi kemampuan mereka untuk membentuk pandangan kritis terhadap isu-isu yang penting.

Secara keseluruhan, teori Reinforcement Imitation menjelaskan bagaimana pengaruh eksternal, baik dari entitas politik, korporasi, maupun individu berpengaruh seperti influencer, dapat membentuk perilaku mahasiswa di TikTok. Dengan memahami bagaimana konten tertentu diperkuat dan ditiru, kita dapat melihat bagaimana dinamika kekuasaan di luar platform berkontribusi pada pembentukan norma sosial dan perilaku di kalangan generasi muda, serta potensi pembatasan terhadap kebebasan berekspresi dan akses informasi yang seimbang.

Dalam konteks pengaruh TikTok terhadap transformasi perilaku mahasiswa, ideologi pro-Palestina yang banyak dianut oleh pengguna TikTok dapat menghasilkan pola konsumsi konten yang sama. Misalnya, ketika mayoritas mahasiswa mengikuti akun atau konten yang mendukung gerakan pro-Palestina, mereka akan lebih cenderung meniru dan berpartisipasi dalam narasi yang sama. Konten yang mendukung Palestina akan mendapatkan lebih banyak interaksi, seperti likes dan shares, sehingga semakin memperkuat eksposur terhadap ideologi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa apa yang dianggap sebagai "trending" di TikTok tidak hanya dipengaruhi oleh algoritma platform, tetapi juga oleh keyakinan kolektif dan ideologi yang dianut oleh komunitas pengguna.

Hasil wawancara dengan narasumber mengungkapkan bahwa mahasiswa yang aktif di TikTok sering kali terpengaruh oleh diskusi dan konten yang muncul dalam fitur seperti trending topics atau video di Space. Ketika konten yang berisi dukungan terhadap Palestina menjadi viral, mahasiswa merasa terdorong untuk berbagi, berkomentar, atau terlibat dalam diskusi yang lebih luas. Dalam hal ini, TikTok tidak hanya menjadi platform untuk berbagi hiburan, tetapi juga sebagai ruang untuk membentuk dan menyebarkan ideologi kolektif.

Lebih lanjut, sikap pro-Palestina di kalangan pengguna dapat menyebabkan tindakan kontra-narasi terhadap konten yang dianggap menentang atau merugikan pandangan tersebut. Misalnya, jika ada konten yang menyudutkan Palestina, pengguna dapat aktif membantah atau menyanggah konten tersebut, menciptakan lingkungan di mana mahasiswa merasa didorong untuk memperkuat posisi mereka melalui interaksi di platform. Ini menunjukkan bahwa ideologi yang dominan di TikTok dapat membentuk respons kolektif yang mengarah pada penguatan perilaku yang mendukung ideologi tersebut.

Dengan demikian, teori Reinforcement Imitation menjelaskan bagaimana ideologi dominan di TikTok dapat memengaruhi perilaku mahasiswa, di mana konten yang sering dilihat dan ditiru mencerminkan nilai-nilai yang dianut oleh komunitas. Proses peniruan ini tidak hanya memperkuat pandangan yang ada, tetapi juga dapat membentuk pola pikir dan tindakan mahasiswa dalam menghadapi isu-isu sosial dan politik, seperti konflik di Gaza. TikTok, dengan segala fitur interaktifnya, menyediakan ruang bagi mahasiswa untuk terlibat dalam diskusi ideologis, sehingga ideologi mayoritas berperan penting dalam membentuk perilaku dan norma yang berkembang di kalangan generasi muda.

Factor Inside dan Outside Dalam Peran Tiktok Pada Transformasi Perilaku Mahasiswa

Dalam konteks teori Reinforcement Imitation, faktor internal dan eksternal berperan penting dalam memahami bagaimana TikTok memengaruhi transformasi perilaku mahasiswa.

Faktor Internal (Inside) mengacu pada elemen-elemen yang ada di dalam platform TikTok itu sendiri. Algoritma TikTok menentukan jenis konten yang muncul di halaman pengguna, yang sangat dipengaruhi oleh preferensi dan interaksi pengguna sebelumnya. Misalnya, mahasiswa yang sering berinteraksi dengan konten pro-Palestina akan lebih banyak melihat video yang mendukung pandangan tersebut.

Oleh karena itu, konten yang muncul dalam feed mereka tidak hanya mencerminkan apa yang mereka suka, tetapi juga dapat memperkuat keyakinan mereka terhadap isu-isu tertentu, termasuk politik dan sosial. Ketika mahasiswa terus-menerus terpapar pada konten yang mendukung satu ideologi, mereka cenderung meniru perilaku dan pandangan yang sama, menghasilkan efek penguatan dalam opini dan tindakan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa fitur internal TikTok, seperti algoritma rekomendasi dan tren, berfungsi untuk memperkuat pola perilaku yang ada di kalangan pengguna.

Faktor Eksternal (Outside), di sisi lain, mencakup pengaruh dari luar TikTok yang dapat memengaruhi bagaimana konten diproduksi dan dikonsumsi. Misalnya, tekanan dari opini publik, tren sosial, dan gerakan di luar platform dapat menciptakan gelombang dukungan atau penolakan terhadap isu-isu tertentu. Jika mayoritas pengguna TikTok, termasuk mahasiswa, memiliki pandangan pro-Palestina, mereka akan lebih cenderung untuk berbagi, berkomentar, dan membuat konten yang mendukung posisi tersebut.

Sebaliknya, jika ada pengaruh dari kelompok-kelompok tertentu yang mempromosikan pandangan kontra, maka narasi tersebut juga dapat muncul dan menyebar di platform. Dalam konteks ini, influencer juga memiliki peran penting, karena mereka dapat membentuk pendapat dan perilaku mahasiswa dengan menyebarkan konten yang dipilih atau diproduksi berdasarkan pandangan tertentu.

Ketika kedua faktor ini berinteraksi, mereka menciptakan lingkungan di mana konten yang paling sering dilihat dan ditiru akan terus memperkuat ideologi tertentu di kalangan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok bukan hanya platform hiburan, tetapi juga ruang di mana identitas dan pandangan sosial dibentuk dan dikembangkan. Dengan demikian, dinamika kompleks yang melibatkan faktor internal dan eksternal di TikTok dapat berdampak besar pada perilaku mahasiswa, di mana mereka lebih cenderung meniru dan berpartisipasi dalam narasi yang didominasi oleh ideologi tertentu, seperti dukungan terhadap Palestina.

Dengan demikian, teori Reinforcement Imitation menjelaskan bagaimana TikTok berfungsi sebagai medium yang memperkuat dan mereplikasi perilaku dan pandangan yang ada di kalangan mahasiswa, dipengaruhi oleh interaksi antara elemen internal platform dan pengaruh eksternal dari masyarakat luas.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok memainkan peran yang signifikan dalam transformasi perilaku mahasiswa, khususnya di kalangan Generasi Z. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi dan arena diskusi yang mempengaruhi cara mahasiswa memahami dan berinteraksi dengan isu-isu sosial dan politik. Dalam konteks ini, pengaruh TikTok dapat dilihat melalui dua dimensi utama: pengaruh konten dan pengaruh interaksi sosial.

Pertama, konten yang dihasilkan di TikTok, terutama dari influencer dan pengguna populer, memiliki kemampuan besar untuk membentuk persepsi dan perilaku mahasiswa. Mahasiswa cenderung meniru perilaku dan pandangan yang mereka lihat dalam video yang viral, yang menciptakan pola peniruan sosial yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok berperan sebagai agen sosial yang mempercepat adopsi ide dan norma baru di kalangan mahasiswa.

Kedua, faktor internal (inside) dan eksternal (outside) berkontribusi dalam mengarahkan dinamika perilaku mahasiswa di TikTok. Faktor internal mencakup kebijakan konten dari TikTok dan keputusan individu pengguna dalam memilih dan membuat konten. Misalnya, algoritma yang menonjolkan konten tertentu dapat mempengaruhi apa yang dilihat oleh pengguna dan, pada gilirannya, membentuk pandangan mereka. Sementara itu, faktor eksternal mencakup tekanan sosial dan budaya yang berasal dari lingkungan sekitar, seperti dukungan teman sebaya dan respons dari komunitas lebih luas, yang dapat memperkuat atau mengubah sikap dan perilaku mahasiswa.

Secara keseluruhan, pengaruh TikTok terhadap transformasi perilaku mahasiswa menciptakan tantangan dan peluang. Di satu sisi, TikTok memungkinkan akses cepat dan luas terhadap informasi serta memfasilitasi keterlibatan sosial yang lebih besar. Di sisi lain, validitas informasi yang diterima melalui platform ini sering kali dipertanyakan, mengingat adanya potensi disinformasi dan bias yang dapat mempengaruhi persepsi mahasiswa. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan kritis dalam mengonsumsi konten di TikTok, serta menerapkan proses verifikasi yang lebih ketat untuk informasi yang mereka terima. Dengan demikian, TikTok dapat berfungsi sebagai alat yang konstruktif dalam membentuk perilaku sosial, asalkan pengguna dapat menyaring dan menganalisis konten dengan bijaksana.

SARAN

a. Akademisi

Berdasarkan temuan mengenai pengaruh TikTok terhadap transformasi perilaku mahasiswa, akademisi disarankan untuk lebih mendalami studi tentang dinamika penggunaan media sosial, terutama TikTok, dalam membentuk persepsi dan perilaku di kalangan Generasi Z. Penelitian lanjutan dapat difokuskan pada pengembangan model literasi digital yang mencakup bukan hanya aspek teknis, tetapi juga kemampuan kritis mahasiswa dalam menyaring informasi yang mereka konsumsi di platform tersebut. Akademisi juga dapat mengeksplorasi lebih dalam pengaruh faktor internal (inside) dan eksternal (outside) yang membentuk perilaku mahasiswa di TikTok, serta dampaknya dalam konteks isu-isu sosial dan politik. Dengan memperkaya literatur terkait, akademisi dapat membantu menciptakan kerangka teoritis yang kuat untuk memahami dampak TikTok dan media sosial lainnya terhadap perilaku generasi muda.

b. Praktisi

Praktisi media dan jurnalis diharapkan untuk meningkatkan transparansi dan akurasi dalam penyampaian informasi yang terkait dengan perilaku mahasiswa di TikTok. Mereka perlu memperkuat proses verifikasi informasi dan menyaring konten sebelum disebarluaskan, mengingat kecepatan serta jangkauan TikTok yang dapat mempengaruhi perilaku dan persepsi publik secara cepat. Selain itu, penting bagi platform TikTok untuk aktif dalam menyediakan edukasi literasi digital bagi penggunanya. Mereka dapat mengembangkan fitur atau kampanye yang mendukung pengguna dalam mengidentifikasi informasi valid dan mendorong keterlibatan kritis terhadap konten yang mereka konsumsi. Praktisi juga dapat menjalin kolaborasi dengan akademisi untuk menciptakan alat verifikasi informasi yang lebih efektif, sehingga dampak disinformasi dapat diminimalkan.

REFERENSI

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), "Survei Penggunaan Internet di Indonesia 2016," diakses pada 1 Oktober 2024.
- Asrori, M. (2020). *Kepentingan Bersama dalam Masyarakat*. Jakarta: Alfabeta.
- Boyd, Danah, & Nicole Ellison, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship," *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, no. 1, (2007): 210-230.
- Boyd, Danah, & Nicole Ellison, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship," *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, no. 1, (2007): 210-230.
- Brusilovskiy, E. et al. (2026). "Social Media Use and Self-Esteem Among Adolescents." *Jurnal Psikologi Remaja*, vol. 5, no. 1, 2026, hlm. 22-30.
- Budiman, Noor. *Teknologi dan Perkembangan Ilmu Pengetahuan: Sebuah Pandangan Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018, hlm. 45.
- Chomairha, V. W., Prabandari, R. D., Fudholi, M. I., & Nisa, P. K. (2024). Kontruksi Sosial Terhadap Fenomena Remaja Berhijab Di Media Sosial Tiktok. *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni*, 2(3), 378-384.
- Citra, D., Agustin, L. A., Saputri, L. E., Alif, M. H., & Nisa, P. K. (2024). Pembentukan Opini Publik Dalam Fenomena "Buat Apa Sekolah?" Di Aplikasi Tiktok.
- Demmy Deriyanto dan Fathul Qorib, *Psikologi Sosial Pengaruh Penggunaan Media Sosial di Kalangan Remaja* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 201), hlm. 78.
- Dyah Kumala, A., Salsabillah, S. R., Rohman, A. A., Azmi, M. R., & Nisa, P. K. (2024). Analisis Peniruan Trend Ashoka dalam TikTok. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student (JIS)*, 2(2), 19-32.
- Fitriananda, N. E., Nisa, D. C., Naufal, A., & Nisa, P. K. (2024). Strategi Pemasaran Dakwah Digital Dengan Menganalisis Kinerja Iklan Dalam Kampanye Sosial Dan Komersial (Studi Deskriptif Pada Akun@ Ayah_Amanah). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(4), 846-851.
- Friedrichs, Robert. *The Sociology of Science: A Critical Introduction*. New York: New York University Press, 1970.
- Gamez-Guadia, J. et al. (2013). "Cyberbullying: A New Challenge for School Social Workers."
- Guba, E.G., dan Lincoln, Y.S. *Competing Paradigms in Qualitative Research*. Dalam *The Handbook of Qualitative Research*, diedit oleh Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln. Thousand Oaks: Sage Publications, 1988, hlm. 89-115.
- H Abu Ahmad. (2006). *Teori Perilaku Sosial*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Hwang, H. (2020). "TikTok and its Impact on Social Behavior Among Young Adults." *Journal of Youth Studies*, 23(9), 1234-1250.
- Hwang, H. (2020). "Understanding the 'For You' Page Algorithm on TikTok." *Journal of Communication Studies*, 30(4), 511-526.

- Laura A. Wankel & Charles Wankel, "The Digital Natives Are Restless: Using Social Media in the Classroom," *Journal of Applied Research in Higher Education*, vol. 4, no. 2, (2012): 50-55.
- Locke, J. (2001). *Emotional Regulation: The Role of Social Media*. Dalam Styawan, A. (2016). "Media Sosial dan Kesehatan Mental: Dampak dan Tantangan." *Jurnal Psikologi Sosial*, vol. 9, no. 3, 2016, hlm. 88-97.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: UIP, 2014, hlm. 87.
- Mulyana, Deddy. *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma dan Aplikasi*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 2017, hlm. 41-43.
- Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), hlm. 125.
- Neal E. Miller & John Dollard, *Social Learning and Imitation*, (New Haven: Yale University Press, 1941), hlm. 45-47.
- Pengguna TikTok di Indonesia Mencapai 50 Juta pada Tahun 2024, *Antara News*, 10 Juli 2024, diakses 28 September 2024, <https://www.antaranews.com>.
- Prabowo, Hendra. *Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2020, hlm. 45.
- Prasetyo, Bagus. "Dampak Positif dan Negatif Media Sosial terhadap Perilaku Sosial." *Jurnal Ilmu Sosial* 15, no. 3 (2024): 112-120.
- Prawiro, Hadi. "Pendekatan Fenomenologi dalam Penelitian Sosial." *Jurnal Penelitian Sosial* 10, no. 1 (2022): 45-60.
- Rahmat, Rudi. "Konstruktivisme dalam Pendidikan: Sebuah Pendekatan Teoritis." *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan* 9, no. 2 (2020): 135-142.
- Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial dan Ilmu Politik*, 1(4), 17-27.
- Rizky Pratama, "Media Sosial sebagai Sarana Pembentukan Perilaku Konsumsi," *Jurnal Komunikasi dan Media*, vol. 10, no. 2, (2021): 50-52.
- Rizky Pratama, "Media Sosial sebagai Sarana Pembentukan Perilaku Konsumsi," *Jurnal Komunikasi dan Media*, vol. 10, no. 2, (2021): 50-52.
- Sarlito, W. (2015). "Interaksi Sosial dalam Kehidupan Manusia." *Jurnal Psikologi Sosial*, 8(1), 32-40.
- Setiawan, H. (2018). "Kerjasama dan Toleransi dalam Masyarakat." *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 11(2), 200-210.
- Sihombing, Rani. "Interaksi Sosial di Era Digital: Pengaruh Media Sosial terhadap Komunitas."
- Siti Marfuah, *TikTok dan Perubahan Perilaku Generasi Muda*, (Jakarta: PT Gramedia, 2022), hlm. 78-80.
- Tim Dwyer, "The Influence of Social Media Algorithms on Content Consumption," *Journal of Media Studies*, vol. 15, no. 3, (2020): 123-125.
- Uhlir, S. (2016). "Social Comparison and Its Impact on Adolescent Mental Health." *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, vol. 8, no. 2, 2016, hlm. 115-123.
- Umar, Husein. *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013, hlm. 60.
- Zakiya, D. P. *Strategi Komunikasi Persuasif Akun Tiktok@ Hiyung_Agam Sebagai Media Berdakwah* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).