

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI SARANA EDUKASI DAN BISNIS BAGI MAHASISWA IAKN

Megawati Tamba Tua Manalu, Rejeki Sitanggang, Rafika Dear Saragih, Nopri Damai Yanti
Simangunsong, Roida Lumbantobing, S.Sos., M. Pd
Institut Agama Kristen Negeri Tarutung (IAKN)
megaamnl@gmail.com, sitanggangrejeki58@gmail.com, noprisimangunsong17@gmail.com,
dan rafikasaragih30@gmail.com

Submitted: 9 May 2024

Accepted: 18 May 2024

Published: 19 May 2024

Abstrak

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, khususnya melalui media sosial seperti TikTok, telah membawa dampak yang signifikan di Indonesia, termasuk di kalangan mahasiswa Institut Agama Kristen Negeri Tarutung. Dalam media sosial tiktok juga banyak mahasiswa yang menggunakan media tersebut sebagai promosi maupun bisnis yang dapat menghasilkan uang bagi penggunaannya. Dari hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa menggunakan TikTok sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan informasi. Mereka melihat TikTok sebagai platform yang bermanfaat dan menguntungkan karena menyediakan berbagai jenis konten video, termasuk konten edukatif, inspiratif, dan motivasional. Dalam media sosial tiktok juga banyak mahasiswa yang menggunakan media tersebut sebagai promosi maupun bisnis yang dapat menghasilkan uang bagi penggunaannya.

Kata kunci: Teknologi, Edukasi, Bisnis

Abstract

The development of communication and information technology, especially through social media such as TikTok, has had a significant impact in Indonesia, including among students at the Tarutung State Christian Institute. In TikTok social media, many students also use this media as a promotion or business that can make money for its users. From the results of this research, it can be concluded that students use TikTok as a means to fulfill information needs. They see TikTok as a useful and profitable platform because it provides various types of video content, including educational, inspirational and motivational content. In TikTok social media, many students also use this media as a promotion or business that can make money for its users.

Keywords: Technology, Education, Business

Pendahuluan

Perkembangan Zaman yang berganti ganti setiap tahunnya membuat yang namanya Perubahan. Seiring dengan berkembangnya zaman pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih di era konvergensi ini menimbulkan munculnya beragam keunikan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu teknologi informasi dan komunikasi yang mengalami pertumbuhan yang sangat pesat yaitu media sosial. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”. Jenis media sosial yang di kenal masyarakat sangat beragam.

Buku yang berjudul Media Sosial (Nasrullah, 2015:39) mengungkapkan bahwa ada enam kategori besar media sosial. Pertama, Social networking merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual. Contoh dari jaringan sosial adalah Facebook dan Instagram. Kedua, Blog adalah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan sebagainya. Ketiga, Microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya contohnya Twitter. Keempat, Media Sharing media sosial ini memungkinkan pengguna untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara online.

Generasi Z adalah generasi peralihan dari generasi Y saat teknologi mulai berkembang. Generasi Z ialah generasi yang lahir tahun 1995 sampai 2010 atau kisaran umur 25 sampai 10 tahun. Karakteristik generasi Z, menurut Grail Research (2011), adalah generasi pertama yang sebenar-benarnya generasi internet. Jika generasi sebelumnya yaitu Y masih mengalami transisi teknologi hingga menuju internet, maka generasi Z lahir saat teknologi tersebut sudah tersedia. Hal itulah yang membuat generasi ini memiliki karakter yang menggemari teknologi, fleksibel, lebih cerdas, dan toleran pada perbedaan budaya. Perbedaan yang mencolok antara generasi Z dengan generasi lainnya ialah penggunaan telepon seluler. perkembangan teknologi pada era modern ini tidaklah mengherankan kalau masyarakat sangat kreatif dalam memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi yang mengalami kemajuan pesat hingga saat ini, dengan cara membuat karya-karya baru maupun melakukan komunikasi dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi komunikasi dan informasi.

Media merupakan alat untuk membantu pembelajaran. Menurut Arsyad (2006), kata media berasal dari bahasa latin medius yang berarti „tengah“, „perantara“ atau „pengantar“. Sedangkan Sanjaya (2014, p. 57) mendefinisikan media sebagai perantara dari sumber informasi (source) ke penerima informasi (receiver). Jadi media adalah perantara atau pembawa suatu informasi dari sumber ke penerimanya. Edukasi merupakan suatu proses belajar dari tidak tahu tentang nilai menjadi tahu dan dari tidak mampu mengatasi sendiri menjadi mandiri. Jadi media edukasi adalah perantara suatu proses belajar dari suatu sumber ke penerimanya untuk mendapatkan suatu informasi agar yang tidak tahu menjadi tahu dan yang tidak mampu mengatasidiri menjadi mandiri. Media edukasi bisa berupa materi pembelajaran, soal latihan, video, permainan dan lain-lain. Salah satu media edukasi yang saat ini paling disukai oleh generasi Z yaitu video. Video pembelajaran dalam Tik Tok akan ditampilkan dari 15 detik hingga tiga menit. Kelebihan pembelajaran dengan menggunakan bantuan media sosial Tik Tok yaitu pembelajaran akan lebih menarik, karena disertai ilustrasi, musik latar, dapat diakses kapanpun dan di manapun, mudah digunakan, serta penggunaannya yang tidak terbatas.

Selain menjadi sarana Edukasi Tiktok juga sebagai sarana untuk melakukan Bisnis Menurut Bigissimo Tiktok menjadi salah satu pilihan media sosial yang cukup menarik dan potensi yang besar. Bigissimo baru saja menggunakan Tiktok pada tahun 2020-2021 dan bisa dikatakan adanya perubahan yang terjadi dalam penjualan Bigissimo melalui Tiktoknya. Tiktok dimasa ini menjadi sebuah media bisnis yang saat ini ngetrend jika video fyp dan memiliki follower tiktok yang banyak kemungkinan pemilik akun akan mendapat Endorse. Tahapan awal sebuah perkembangan dalam membangun konten cukup melihat seberapa banyak orang menyukai Video tersebut. Karena dengan membuat akun Bigissimo pada Tiktok, ini membuat orang jadi mengetahui kehadiran Bigissimo itu sudah lama ada. Bigissimo juga memperbarui kualitas Videonya dan musik. Setiap hari Bigissimo mendapatkan orderan melalui Tiktok Shop yang baru saja digunakan.

Perkembangan budaya populer saat ini di Indonesia sangat besar peran generasi millennial seperti Mahasiswa, dimana para millennial sangat aktif dan intens terhadap teknologi baru. Aplikasi Tiktok memberi banyak edukasi yang dapat dipelajari orang-orang mulai dari pembelajaran mengenai pengetahuan umum hingga sampai ke materi sekolah atau kuliah juga dan tiktok juga menjadi sebuah sarana Bisnis . Fasilitas yang diberikan Tiktok bagi para Konten Kreator khususnya yang ada di Indonesia, yaitu mengedit foto dan video dengan berbagai macam filter sehingga dapat menghasilkan konten-konten yang menarik dan bermanfaat. Dapat diketahui bahwa Tiktok memproduksi berbagai macam konten video dan salah satunya konten edukasi. Pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai sarana edukasi ini sudah banyak dirasakan oleh pengguna Tiktok di semua kalangan melalui berbagai macam video edukasi yang sudah disalurkan. Media sosial modern ini menjadi wadah pertukaran informasi serta wadah untuk mencari konten edukasi yang dimana hal tersebut menjadikannya lebih mempunyai nilai efektif dalam pemenuhan kebutuhan informasi penunjang akademik. Maka dari itu berdasarkan uraian latar belakang yang sudah dijelaskan penulis diatas, maka penulis akan membahas pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai sarana edukasi dan Bisnis bagi Mahasiswa IAKN.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Mengenai penelitian ini tentang Pemanfaatan media sosial tiktok sebagai sarana edukasi dan bisnis bagi Mahasiswa IAKN. Jenis penelitian yang kami gunakan adalah kualitatif. Menurut Robert Bogdan dan Steven J. Taylor, Pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu metode yang digunakan untuk memahami fenomena sosial melalui interpretasi mendalam terhadap data yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman konteks sosial, makna yang terkandung dalam pengalaman manusia, serta pemahaman mendalam tentang peran dan interaksi sosial di dalamnya. Metode ini melibatkan pengumpulan data dalam bentuk kata-kata, gambar, atau simbol-simbol, dan menggunakan analisis induktif untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena yang diteliti.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi penelitian yang dilakukan peneliti sebagai tempat pengambilan data adalah di Kampus IAKN Tarutung . Penelitian dilakukan pada tanggal 12 Maret 2024 pada pukul 12.00-15.00 Wib. Alasan kelompok kami memilih lokasi ini adalah karena data yang kami butuhkan sesuai dengan kriteria informan yang ada di lokasi ini, sehingga penelitian ini dilakukan di lokasi tersebut.

Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan berupa data deskriptif, misalnya dokumen pribadi, catatan lapangan, tindakan responden, dan lain-lain. Dalam penelitian ini diusahakan mengumpulkan data deskriptif yang banyak dituangkan dalam bentuk laporan dan uraian. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman video atau audiotapes, pengambilan foto.

Terdapat 2 macam sumber data, yakni:

a. Data primer

Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya seperti melalui wawancara, survei, eksperimen, dan sebagainya. Data primer biasanya selalu bersifat spesifik karena disesuaikan oleh kebutuhan peneliti. Dalam proses pengumpulan data peneliti melibatkan informan aktif dalam

berpartisipasi, data yang dikumpulkan melalui kegiatan survei, observasi, dan wawancara.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Biasanya data-data ini berupa diagram, grafik, atau tabel sebuah informasi penting seperti sensus penduduk. Data sekunder bisa dikumpulkan melalui berbagai sumber seperti buku, situs, atau dokumen pemerintah. Dalam proses pengumpulan data peneliti mendapatkan berbagai data sekunder dengan memanfaatkan situs, buku, artikel jurnal, catatan internal organisasi dan lain sebagainya.

Teknik pengumpulan data

Penelitian ini digunakan dengan 3 teknik yakni:

a. Wawancara

Wawancara dalam penelitian kualitatif adalah suatu proses interaksi antara peneliti dan responden, di mana peneliti mengajukan pertanyaan terbuka untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengalaman, sikap, persepsi, dan pemikiran responden terkait dengan fenomena yang diteliti. Wawancara dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk menggali data kualitatif yang kaya dan mendalam, serta memungkinkan peneliti untuk memahami konteks sosial dan makna yang terkandung dalam perspektif responden. Nugrahani, F. (2014). Wawancara juga dimulai dengan menghubungi informan terlebih dahulu, kemudian peneliti datang mendatangi lokasi. Alat yang digunakan peneliti dalam proses pengumpulan data adalah smartphone untuk merekam suara.

b. Observasi

Observasi dalam penelitian kualitatif adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan sistematis terhadap perilaku, interaksi, situasi, atau konteks sosial yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Dalam observasi, peneliti secara langsung mengamati dan mencatat apa yang terjadi dalam lingkungan yang sedang diteliti, baik melalui pengamatan partisipatif (berinteraksi dengan subjek penelitian) maupun pengamatan non-partisipatif (mengamati tanpa ikut terlibat dalam interaksi). Merriam, S.B., & Tisdell, E. J. (2015).

c. Dokumentasi

Studi dokumentasi dalam penelitian kualitatif adalah metode pengumpulan data yang melibatkan peneliti dalam mengakses, mengevaluasi, dan menganalisis dokumen, arsip, rekaman, atau bahan tertulis lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Studi dokumentasi bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti melalui analisis terhadap informasi yang terdapat dalam dokumen-dokumen tersebut.

Teknik analisis data

Analisis data adalah suatu fase penelitian kualitatif yang sangat penting karena melalui analisis data inilah peneliti dapat memperoleh wujud dari penelitian yang dilakukan. Analisis data juga merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis catatan temuan penelitian melalui pengamatan dan wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang fokus yang dikaji dan menjadikannya sebagai temuan untuk orang lain, mengedit, mengklasifikasi, mereduksi dan menyajikannya. Analisis data dalam metode penelitian kualitatif dilakukan secara terus-menerus dari awal hingga akhir

penelitian dengan induktif dan mencari pola, model, tema, serta teori. Dalam penelitian kualitatif, data yang muncul lebih banyak yang berwujud kata-kata bukan rangkaian angka. Data kualitatif dikumpulkan dalam berbagai cara misalnya: observasi, wawancara, intisari dokumen, rekaman kemudian diproses melalui pencatatan, pengetikan, dan penyuntingan selanjutnya dianalisis secara kualitatif.

Hasil dan Pembahasan

1. Aplikasi TikTok

TikTok adalah platform media sosial di mana pengguna dapat membuat dan berbagi video singkat, biasanya berkisar dari 15 detik hingga satu menit. Platform ini dikenal karena beragamnya konten, termasuk lip-sync, tarian, sketsa komedi, konten edukatif, dan lainnya. Platform ini menggunakan algoritma untuk menyesuaikan konten dengan minat pengguna, sehingga sangat menghibur dan membuat ketagihan bagi banyak orang. Sejak diluncurkan, TikTok telah menjadi sangat populer, terutama di kalangan demografi yang lebih muda, dan dengan cepat berkembang menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak diunduh di seluruh dunia. Selain itu, TikTok menawarkan berbagai fitur interaktif, termasuk komentar, like, dan berbagi, yang memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam komunitas yang dinamis dan saling mendukung. Dengan demikian, TikTok tidak hanya menjadi platform untuk menonton konten yang menarik, tetapi juga untuk berpartisipasi dalam penciptaan dan budaya kolaboratif yang sedang berkembang secara global.

Berdasarkan hasil wawancara dengan sanchay simanjuntak, mengatakan bahwa “tiktok adalah salah satu aplikasi paling diminati oleh anak muda saat ini. Karena tiktok memiliki ciri khas nya tersendiri, tiktok memiliki banyak fungsi dalam 1 aplikasi, disana bisa belanja, membuat video, bahkan saya sendiri bisa belajar tentang perkuliahan dalam aplikasi ini. Tiktok salah satu aplikasi terlengkap dibandingkan dengan aplikasi lain”. Adapun hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa IAKN, Nelly silitonga (22) mengatakan bahwa “tiktok salah satu aplikasi yang paling sering saya buka, walaupun video saya sedikit penonton tapi ada kesenangan tersendiri untuk saya untuk mengisi waktu luang. Kadang-kadang saya juga lebih sering membuka tips belajar, teori pembelajaran dari tiktok, lebih jelas karna dijelaskan dengan video”

TikTok telah menjadi sangat populer di kalangan berbagai kelompok usia, termasuk mahasiswa. Platform tersebut menawarkan beragam konten pendek yang seringkali kreatif dan menghibur, menjadikannya sangat menarik bagi mereka yang ingin bersosialisasi, menghibur diri, atau bahkan membagikan karya mereka sendiri. TikTok telah menjadi salah satu aplikasi paling populer di kalangan mahasiswa karena beberapa alasan. Pertama, platform ini menawarkan format konten pendek yang sesuai dengan gaya hidup yang sibuk dan singkat dari banyak mahasiswa, memungkinkan mereka untuk mengakses hiburan dan konten kreatif dengan cepat. Kedua, TikTok menyediakan beragam konten yang dapat disesuaikan dengan minat dan preferensi individu, mulai dari tarian, musik, komedi, hingga tips belajar dan kehidupan sehari-hari. Hal ini membuatnya relevan dan menarik bagi berbagai jenis mahasiswa. Selain itu, fitur interaktif seperti duet dan tantangan memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain, menciptakan komunitas yang ramah dan mendukung di platform tersebut. Dengan demikian, TikTok telah menjadi tempat bagi mahasiswa untuk menghabiskan waktu luang, mengekspresikan kreativitas mereka, dan terhubung dengan sesama pengguna di seluruh dunia.

2. Fitur Tiktok

a. FYP (For your Page)

For You Page (FYP) adalah bagian yang sangat penting dari pengalaman pengguna di TikTok. Ini adalah halaman beranda yang disesuaikan secara individual, dirancang untuk menampilkan video yang dianggap relevan atau menarik berdasarkan perilaku pengguna di platform tersebut. TikTok menggunakan algoritma yang canggih untuk menganalisis interaksi pengguna, seperti video yang mereka tonton, like, komentar, dan bagikan, untuk menyusun FYP yang sesuai. Algoritma ini memungkinkan TikTok untuk menampilkan berbagai jenis konten, mulai dari tarian, lip-sync, komedi, hingga tutorial dan inspirasi kreatif, yang cocok dengan minat dan preferensi masing-masing pengguna. Setiap pengguna memiliki FYP yang unik, yang terus diperbarui dan disesuaikan secara dinamis sesuai dengan perilaku pengguna. Interaksi pengguna dengan video di FYP, seperti like, komentar, dan berbagi, juga memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman mereka di platform. Sesuai dengan namanya, For Your Page atau jika diterjemahkan berarti Halaman untuk Anda, fitur ini akan memperlihatkan video berdasarkan jenis video yang banyak Anda lihat atau sukai.

Hasil wawancara dengan informan Nova Simbolon mengatakan bahwa “Banyak konten video tiktok yang fyp itu dikarenakan video yang di unggah itu menarik dan konten lucu dan video tiktok fyp dipengaruhi oleh jam upload unggahan video di jam ramai orang membuka aplikasi tiktok, Saat jam kerja kemungkinan orang jarang membuka aplikasi tiktok sehingga video yang di unggah tidak fyp. Selain itu cara nya biar fyp tiktok mengikuti apa yang sedang viral di tiktok seperti membuat video tiktok yang viral di waktunya, Sedangkan menurut informan Sancay Simanjuntak mengatakan bahwa, “Video fyp di tiktok karna mengunggah video dengan kualitas tinggi, dikalangan yang hpnya tidak bagus kemungkinan video yang di hasil kan buram tidak jernih karna itu orang tidak tertarik untuk menonton video yang diunggah. Seperti saya sendiri juga sering mengunggah video ke tiktok dengan video trend tapi hasil video buram jadi video saya jarang fyp di tiktok”.

You Page (FYP) adalah fitur kunci dalam aplikasi TikTok yang menyajikan pengalaman pengguna yang disesuaikan secara individual. Melalui penggunaan algoritma yang kompleks, TikTok mampu menyajikan konten yang relevan dan menarik bagi setiap pengguna berdasarkan perilaku mereka di platform. FYP memungkinkan pengguna untuk menemukan berbagai jenis konten, mulai dari tarian hingga komedi, yang sesuai dengan minat dan preferensi mereka. Dengan interaksi pengguna yang aktif, seperti like, komentar, dan berbagi, FYP terus diperbaiki dan disesuaikan secara dinamis untuk meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Sebagai inti dari pengalaman TikTok, For You Page membantu memperkuat posisi TikTok sebagai salah satu platform media sosial terkemuka yang menawarkan pengalaman personal dan mendalam kepada jutaan pengguna di seluruh dunia.

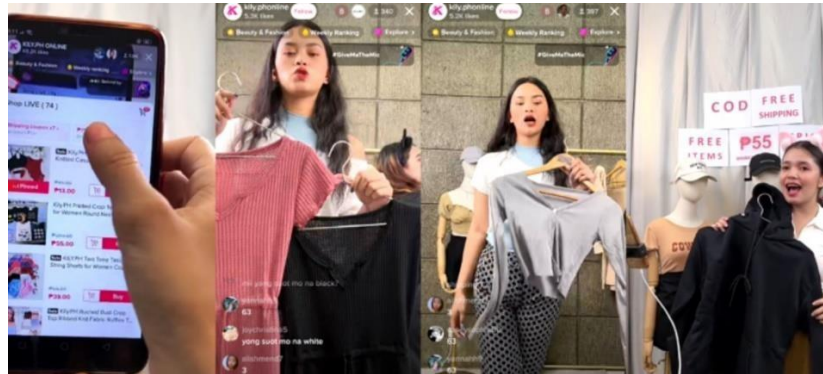
b. Tiktok Shop

Saat ini, TikTok tidak memiliki fitur "TikTok Shop" di platformnya sendiri. Namun demikian, TikTok telah mulai mengeksplorasi opsi untuk memperluas layanan e-commerce-nya. Beberapa upaya yang telah dilakukan oleh TikTok dalam hal ini meliputi:

- a. Kemitraan dengan Penjual: TikTok telah menjalin kemitraan dengan beberapa merek dan penjual untuk memungkinkan mereka memasarkan produk mereka secara langsung kepada pengguna TikTok. Ini terutama terjadi melalui kolaborasi dengan influencer atau melalui iklan yang ditampilkan di platform.

- b. Fitur Pembelian: TikTok telah mulai menguji fitur pembelian di platformnya. Misalnya, pengguna dapat melihat produk dalam video dan langsung membelinya tanpa meninggalkan aplikasi TikTok. Fitur ini masih dalam tahap pengembangan awal.
- c. TikTok For Business: TikTok telah meluncurkan platform TikTok For Business yang menyediakan berbagai alat dan fitur pemasaran untuk merek dan penjual. Ini mencakup opsi seperti iklan berbayar, pembiayaan kreator, dan alat analisis yang membantu merek untuk meningkatkan visibilitas dan kinerja kampanye mereka di platform.
- d. Meskipun saat ini belum ada "TikTok Shop" yang serupa dengan fitur belanja yang ada di platform media sosial lainnya seperti Instagram Shop, TikTok sedang menggali potensi dalam industri e-commerce dan berupaya untuk menyediakan lebih banyak opsi bagi merek dan penjual untuk terlibat dengan pengguna secara langsung melalui platform mereka. Dengan populasi pengguna yang besar dan terus berkembang, TikTok memiliki potensi yang besar untuk menjadi salah satu destinasi belanja online yang signifikan di masa depan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan bersama saudara, Nova simbolon bahwa "TikTokshop dapat membantu para penggunanya dalam berbelanja dan tidak lagi harus jauh jauh pergi ke toko untuk mendapatkan apa yang kita mau, dengan adanya tiktok shop ini sangat membantu bagi kami sebagai mahasiswa yang sering membutuhkan keperluan seperti baju dan yang lainnya. Dan keuntungan menggunakan tiktok shop ini mereka memberikan real picture barang yang ingin kita beli dan menyertakan penjelasan yang membuat kita yakin untuk memesan barang dari sana". Kemudian adapun hasil wawancara dengan Enjel Sihombing mengatakan bahwa, "tiktok shop ini sangat menguntungkan bagi kalangan mahasiswa yang harga jual nya lebih murah dari aplikasi pembelian yang lain. Makanya saya selalu menggunakan tiktok shop untuk membeli keperluan saya seperti baju bahkan sampai makanan, karena di tiktok shop sudah banyak menjual makanan ringan dan berat, harga nya pun sangat ramah dikantong kalangan pelajar seperti kami ini. Tiktok shop juga memberikan review tentang produk yang mereka jual sehingga tidak akan ragu dalam membeli barang disana, maka dari itu hingga saat ini saya selalu menggunakan tiktok shop sebagai media pembelian saya karena simpel dan tidak ribet". Dengan demikian, TikTok Shop memperluas pengalaman belanja online bagi pengguna dengan menyediakan akses yang lebih mudah dan langsung ke produk-produk yang mereka lihat dalam konten TikTok. Ini memberikan peluang baru bagi merek dan penjual untuk memasarkan produk mereka kepada audiens yang luas dan terlibat secara langsung dengan pengguna TikTok.

c. Live Streaming

TikTok Live adalah fitur di platform TikTok yang memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran video secara langsung kepada pengikut mereka. Berbeda dengan video TikTok biasa yang direkam dan diunggah, di TikTok Live, pembuat konten dan penonton dapat berinteraksi secara langsung. Selama siaran langsung, penonton dapat mengirim komentar, memberikan "hati" sebagai tanda suka, dan bahkan memberikan hadiah virtual kepada pembuat konten. Fitur ini memberikan kesempatan bagi pembuat konten untuk berkomunikasi secara langsung, menjawab pertanyaan, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pengikut mereka. TikTok Live juga sering digunakan oleh bisnis untuk promosi, demonstrasi produk, atau mengadakan acara khusus.

Salah satu fitur menarik dari TikTok Live adalah Gift TikTok. Gift adalah cara bagi penonton untuk menunjukkan apresiasi kepada pembuat konten favorit mereka dalam bentuk hadiah virtual. Untuk dapat memberikan gift, penonton dapat membeli 'Koin TikTok,' yang kemudian dapat digunakan untuk membeli 'hadiah' yang akan dikirim selama siaran TikTok Live. Hadiah ini bisa berupa gambar atau animasi. Berikut adalah beberapa manfaat yang bisa diperoleh bisnis dari TikTok Live:

- a. **Memasarkan Produk:** TikTok Live menjadi platform yang efektif untuk memperkenalkan produk atau layanan baru kepada audiens secara langsung. Bisnis dapat menggunakan siaran langsung untuk memberikan informasi detail tentang produk, menunjukkan fitur-fitur unik, dan memberikan contoh penggunaan langsung kepada pengikut mereka.
- b. **Interaksi Langsung dengan Pelanggan:** Melalui TikTok Live, bisnis dapat berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan mereka. Ini memungkinkan untuk menjawab pertanyaan secara real-time, memberikan tips dan saran, serta menerima umpan balik langsung dari pengguna. Interaksi langsung seperti ini dapat membantu membangun kepercayaan dan koneksi yang lebih kuat dengan pelanggan.
- c. **Meningkatkan Kesadaran Merek:** TikTok Live dapat membantu meningkatkan kesadaran merek dengan menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui siaran langsung, bisnis dapat memperkenalkan nilai-nilai merek mereka, menceritakan cerita perusahaan, dan menarik perhatian calon konsumen. Hal ini membantu membangun citra merek yang kuat dan membedakan bisnis dari pesaing.
- d. **Demonstrasi Produk:** Siaran langsung memungkinkan bisnis untuk mendemonstrasikan produk atau layanan mereka secara langsung kepada pengguna. Ini dapat membantu calon konsumen untuk memahami lebih baik cara kerja produk, fitur-fitur penting, dan manfaat yang mereka tawarkan. Demonstrasi langsung ini bisa menjadi alat yang sangat efektif untuk meningkatkan minat dan kepercayaan pelanggan.

d. Showcase

Product Showcase adalah fitur yang memungkinkan pelanggan untuk berbelanja langsung dari akun penjual atau kreator di TikTok. Fitur ini ditampilkan dengan ikon kantong belanja di halaman profil akun TikTok. Melalui Product Showcase, pelanggan dapat dengan mudah menelusuri berbagai produk dan merek, termasuk produk yang ditawarkan oleh kreator. Product Showcase adalah fitur yang menghadirkan pengalaman belanja langsung kepada pengguna TikTok, memungkinkan mereka untuk menjelajahi dan membeli produk langsung dari akun penjual atau kreator di platform tersebut. Fitur ini terletak di halaman profil akun TikTok dan ditandai dengan ikon kantong belanja yang khas. Melalui Product Showcase, pengguna dapat dengan mudah menemukan berbagai produk dan merek yang tersedia di TikTok. Ini mencakup tidak hanya produk dari penjual resmi atau merek terkenal, tetapi juga produk yang ditawarkan oleh kreator yang aktif di platform. Dengan demikian, pengguna memiliki akses ke berbagai macam barang, mulai dari pakaian dan aksesoris hingga barang elektronik dan produk kecantikan. Salah satu keunggulan utama dari Product Showcase adalah kemudahannya dalam menelusuri dan menemukan produk yang diminati. Pengguna dapat menjelajahi berbagai kategori produk, melakukan pencarian berdasarkan kata kunci, atau bahkan menelusuri produk dari akun yang mereka ikuti. Ini memungkinkan pengguna untuk menemukan produk yang sesuai dengan minat dan preferensi mereka dengan cepat dan mudah. Selain itu, Product Showcase juga memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan penjual atau kreator. Mereka dapat melihat informasi produk yang lengkap, termasuk deskripsi, harga, dan ulasan pengguna. Mereka juga dapat menghubungi penjual atau kreator untuk bertanya tentang produk atau melakukan pembelian langsung melalui platform TikTok.

Berdasarkan wawancara dengan saudara Sancay Simanjuntak mengatakan bahwa, “showcase ini hanya dapat dimiliki oleh konten creator yang sudah memiliki followers di atas 1000. Showcase ini dapat membantu saya dalam memperjual belikan barang orang lain yang memberikan saya imbalan beberapa persen dari setiap penjualan nya. Memang ini sangat membantu saya untuk menambah uang jajan, apalagi saya anak kuliah yang membutuhkan banyak dana untuk jajan kerjain tugas dan sebagainya. Saya beruntung dapat mengetahui showcase ini karena saya hanya membuat barang ke etalase terus buat video dan mendapatkan uang. TikTok sangat memberikan saya kemudahan dalam mencari uang jajan. Dengan adanya Product Showcase, TikTok memberikan pengalaman belanja yang lebih langsung dan interaktif kepada pengguna. Ini tidak hanya memberikan kemudahan dalam menemukan dan membeli produk, tetapi juga membuka peluang baru bagi penjual dan kreator untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan meningkatkan penjualan mereka.

e. Duet

TikTok masih menjadi platform sosial media yang banyak digunakan semenjak popularitasnya naik pada 2020 silam. Selain sebagai sarana komunikasi dan hiburan, saat ini TikTok juga menjadi media untuk mencari nafkah lewat berbagai fitur yang disediakan. Oleh sebab itu banyak orang yang tertarik untuk menggunakan berbagai fitur di dalamnya termasuk cara duet di TikTok. Fitur Duet di TikTok memungkinkan para pengguna untuk berkolaborasi dengan kreator lain dengan cara yang kreatif dan interaktif. Dengan cara duet di TikTok pengguna dapat memposting video berdampingan dengan video dari kreator lain di TikTok. Dua video akan ditampilkan di layar terpisah dan diputar secara bersamaan, menciptakan kesempatan untuk membuat konten yang seru dan unik. Hasil wawancara dengan Informan Sandra Sihombing Mengatakan bahwa, “Memiliki konten yang menarik, unik, dan berbeda dengan pengguna lain akan menambah minat pengguna lain untuk melihat

video tiktok yang kita unggah apabila kita melakukan duet di TikTok dengan pengguna lain yang lebih terkenal atau memiliki reputasi yang lebih tinggi. Sehingga peluang untuk meningkatkan jumlah follower semakin meningkat, kita membuat video duet di TikTok dengan, teman, pengguna lain, influencer, idola, hingga sebuah brand. Namun perlu kita tahu bahwa duet dapat dilakukan selama pengguna yang memiliki konten asli mengizinkannya”.



Namun, fitur duet hanya dapat digunakan oleh pengguna yang akunnya tidak diprivat. Pengguna juga dapat mengatur siapa saja yang dapat duet dengan videonya dengan pengaturan privasi. Pengguna juga memiliki kontrol penuh atas video Duet yang berkaitan dengan video miliknya. Pengguna dapat melihat atau menghapus video Duet dan Stitch yang terkait dengan videonya. Namun, jika pengguna memutuskan untuk menghapus Duet yang berkaitan dengan video miliknya, semua video tersebut, termasuk video asli, akan dihapus secara permanen.

f. Editing



TikTok memperkenalkan alat pengeditan baru untuk memberi pengguna lebih banyak kebebasan berkreasi dengan konten mereka. Fitur baru TikTok ini memungkinkan pengguna untuk dengan mudah menyesuaikan klip, suara, gambar dan teks. Fitur baru TikTok ini, memungkinkan pengguna menumpuk, memotong, dan membagi klip video. Sudah cukup mudah untuk mengedit dan memosting video di TikTok, tetapi alat baru ini memberi pembuat konten lebih banyak cara untuk bermain-main dengan konten mereka dan membuatnya lebih intuitif. Selain alat video baru, TikTok juga menambahkan alat baru untuk suara, karena pengguna sekarang dapat memotong, memangkas, dan mengatur durasi suara yang mereka gunakan dalam video. Kamu juga sekarang dapat menambahkan efek suara. Suara memainkan bagian besar dari video di TikTok dan sering menjadi dasar bagi banyak tren. Tidak mengherankan jika TikTok memberi pengguna lebih banyak cara untuk

memasukkan suara ke dalam konten mereka. TikTok juga memberi pengguna kemampuan untuk mengedit, memposisikan, dan mengatur durasi teks dengan lebih mudah. TikTok juga telah meluncurkan fitur Mode Foto baru yang memungkinkan kamu berbagi postingan karsel gambar yang secara otomatis ditampilkan satu demi satu. Kamu dapat menambahkan musik ke gambar, yang dapat digesek oleh pemirsa dengan kecepatan mereka sendiri. TikTok mengatakan fitur baru ini dirancang untuk memberi pengguna cara berbagi gambar berkualitas tinggi di aplikasi.

3. Tiktok sebagai media edukasi

TikTok telah berkembang menjadi lebih dari sekadar platform hiburan semata. Saat ini, platform ini juga menjadi sumber informasi dan belajar yang signifikan. Berbagai konten edukasi tersebar luas di TikTok, menjadikannya sebagai media edukasi yang relevan dan populer. Berikut adalah beberapa penjelasan mengenai bagaimana TikTok menjadi media edukasi:

- a. Pertama, TikTok menawarkan cara yang menarik dan inovatif untuk menyampaikan informasi. Dengan format video pendek yang seringkali diiringi oleh musik, teks yang menarik, dan efek visual yang kreatif, pengguna dapat belajar dengan cara yang lebih menyenangkan dan menghibur.
- b. Kedua, TikTok memiliki beragam topik yang mencakup berbagai bidang pengetahuan. Mulai dari ilmu pengetahuan, sejarah, matematika, bahasa, keterampilan hidup, hingga kesehatan mental dan fisik, pengguna dapat menemukan konten edukasi yang sesuai dengan minat dan kebutuhan belajar mereka.
- c. Ketiga, TikTok sangat mudah diakses melalui ponsel pintar, sehingga memungkinkan pengguna untuk belajar di mana pun dan kapan pun mereka mau. Ini membuatnya sangat cocok untuk belajar di luar jam sekolah atau kuliah, saat dalam perjalanan, atau bahkan saat istirahat.
- d. Keempat, TikTok memungkinkan pengguna untuk menjadi kreator konten mereka sendiri. Ini memberikan kesempatan bagi individu untuk berbagi pengetahuan mereka sendiri atau memperluas pemahaman mereka tentang suatu topik dengan cara yang unik.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada saudari Winda Purba bahwasannya “Tiktok itu merupakan sebuah aplikasi yang sangat spesial yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah. Penggunaan tiktok ini memiliki manfaat yang banyak digunakan oleh semua kalangan terutama bagi mahasiswa sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Saudari Winda juga mengatakan bahwa dalam aplikasi tiktok ini ada begitu banyak edukasi yang perlu dipelajari oleh orang-orang mulai dari pembelajaran umum hingga sampai ke materi sekolah atau materi perkuliahan juga. Bahkan pemandangan media sosial tiktok sebagai sarana edukasi ini sudah banyak dirasakan oleh pengguna tiktok. Dia juga mengatakan tiktok itu membawa pengaruh positif bagi perkuliahannya dimana dalam tiktok tersebut dia mendapat banyak ilmu tentang perkuliahan tentang bagaimana cara untuk menjadi mahasiswa yang kreatif juga karena dia juga mahasiswa dari prodi pariwisata. Banyak ilmu yang didapat dalam meningkatkan ilmunya mengenai ilmu kepariwisataan”. Sedangkan Berdasarkan wawancara kepada saudari Sondang Pasaribu mengatakan “Tiktok menjadi aplikasi yang sering digunakan atau sangat digemari oleh semua kalangan karena dalam tiktok tersebut ada banyak konten atau pun video yang memberi pembelajaran dan sangat menginspirasi. Menurut saudari Sondang juga bahwa tiktok itu merupakan suatu aplikasi yang unik karena apapun yang kita cari pasti akan selalu muncul terlebih dalam media pembelajaran. Tiktok

juga memberi manfaat dalam edukasi pada kalangan mahasiswa karena dalam sosial media tiktok ini kita mendapat kan ilmu ataupun materi pembelajaran baru”.

4. Tiktok sebagai media bisnis

TikTok telah menjadi platform yang signifikan dalam dunia bisnis, terutama dalam pemasaran dan promosi merek. Berikut adalah beberapa cara di mana TikTok digunakan sebagai media bisnis:

- a. Pemasaran Influencer: Banyak merek bekerja sama dengan kreator TikTok yang berpengaruh (influencer) untuk mempromosikan produk atau layanan mereka kepada audiens yang lebih luas. Influencer dapat membuat konten yang kreatif dan menarik yang menggambarkan merek secara positif, menciptakan kesan yang kuat pada pengikut mereka.
- b. Kampanye Berbayar: TikTok menyediakan opsi untuk memasang iklan berbayar, termasuk iklan video dalam berbagai format seperti iklan di For You Page, iklan brand takeovers, iklan Hashtag Challenges, dan iklan banner. Ini memungkinkan merek untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran merek mereka.
- c. Hashtag Challenges: TikTok merupakan tempat yang ideal untuk mengadakan Hashtag Challenges, di mana merek dapat mengajak pengguna untuk membuat video berdasarkan tema atau konsep tertentu yang terkait dengan merek. Ini membantu meningkatkan interaksi pengguna dan kesadaran merek, serta mendorong partisipasi aktif dari komunitas TikTok.
- d. Konten Branded: Merek juga dapat membuat konten sendiri untuk dipublikasikan di akun TikTok mereka. Konten ini dapat berupa tutorial produk, behind-the-scenes dari proses produksi, atau bahkan konten kreatif yang bersifat hiburan. Ini membantu merek untuk terlibat secara langsung dengan audiens mereka dan memperkuat hubungan merek dengan pengikutnya.
- e. Analisis dan Pengukuran: TikTok menyediakan alat analisis dan pengukuran yang memungkinkan merek untuk melacak kinerja kampanye mereka secara lebih rinci. Ini termasuk metrik seperti jumlah tampilan, like, komentar, dan berbagi, serta pemahaman lebih mendalam tentang demografi dan minat audiens.

Kesimpulan

Pemanfaatan media sosial TikTok sebagai sarana edukasi dan bisnis bagi mahasiswa IAKN memiliki potensi yang signifikan. Dengan strategi yang tepat, TikTok dapat menjadi platform efektif untuk memperluas pengetahuan, keterampilan, dan juga peluang bisnis bagi mahasiswa. Namun, kesuksesan dalam memanfaatkan TikTok memerlukan pemahaman mendalam tentang audiens, konten yang relevan, dan konsistensi dalam penggunaan platform tersebut. Penelitian ini menyoroti pentingnya integrasi teknologi dalam pendidikan dan bisnis, terutama dalam konteks penggunaan media sosial yang populer seperti TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok bukan hanya merupakan platform hiburan semata, tetapi juga dapat menjadi alat efektif untuk pembelajaran dan pengembangan keterampilan bagi mahasiswa. Selain itu, penelitian ini menegaskan bahwa mahasiswa IAKN memiliki potensi besar untuk menjadi penggerak inovasi dalam memanfaatkan media sosial untuk kegiatan edukasi dan bisnis. Dengan demikian, kesimpulan penelitian ini menekankan pentingnya mendukung dan memperkuat upaya mahasiswa dalam memanfaatkan potensi positif dari platform media sosial seperti TikTok.

DAFTAR PUSTAKA

- Grail Research. 2011 Consumer of Tomorrow Insight and Observations About Generation Z.
- Nasrullah, R. 2015. Media 36nstru: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Irsyad, A. (2006). Media Pembelajaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Sanjaya (2014). Strategi Pembelajaran, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bogdan, Robert C. & Steven J. Taylor. 1992. *Introduction to Qualitative Research Methods : A Phenomenological Approach In The Social Sciences*
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2015). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. San Francisco, CA: Wiley.
- Fitri, A. I., & Dwiyaniti, S. A. I. (2021). Efektivitas Media Tiktok Dan Influencermendongkrak Penjualan Lippie Serum Raeccadipandemi Covid19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 4(1), 345–353.
- Mulyani, Yani Sri (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi*. Vol.11 No.1 Juni 2022