



Analisis Dampak Media Tik Tok Pada Komunikasi Mahasiswa Sosiologi Agama di IAKN Tarutung

Been Gentle Simbolon, Hartamuti Pasaribu, Hemalia Nainggolan, Gabe Pernida
Simbolon, Roida Lumbantobing, S.Sos, M.Pd
Institut Agama Kristen Negeri Tarutung
*beensimbolon10@gmail.com, pasaribuhartamuti23@gmail.com,
hemalianainggolan@gmail.com, gabesimbolon65@gmail.com,
tobingroida4@gmail.com*

Abstract (English)

This research was conducted to analyze the impact of TikTok media on the communication of sociology of religion students at IAKN Tarutung. This research uses a qualitative approach to gain an in-depth understanding of the impact of TikTok media on the communication of sociology of religion students at IAKN Tarutung. Research Location This research was conducted at the Tarutung State Christian Religion Institute (IAKN), a higher education institution located in Tarutung city, North Tapanuli Regency, North Sumatra Province. The results of this research are that the use of TikTok does not only influence their communication style in terms of usage. emoji, memes and casual language, but also creates a preference for visual content and entertainment in interpersonal communication. The implications of these changes require a deep understanding of how effective and efficient communication can be maintained in an environment increasingly dominated by social media. With a better understanding of the influence of TikTok and other social media, students can be more careful in managing their social interactions and maintaining meaningful communication in this digital era.

Article History

Submitted: 9 May 2024
Accepted: 18 May 2024
Published: 19 May 2024

Key Words

Impact of social media, Tiktok, Communication

Abstrak (Indonesia)

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dampak media tiktok pada komunikasi mahasiswa sosiologi agama di IAKN Tarutung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang dampak media Tiktok terhadap komunikasi mahasiswa sosiologi agama di IAKN Tarutung. Lokasi Penelitian Penelitian ini dilakukan di Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Tarutung, sebuah institusi pendidikan tinggi yang terletak di kota Tarutung, Kabupaten Tapanuli Utara, Provinsi Sumatera Utara. Adapun hasil dari penelitian ini adalah penggunaan TikTok tidak hanya memengaruhi gaya komunikasi mereka dalam hal penggunaan emoji, meme, dan bahasa santai, tetapi juga menciptakan preferensi terhadap konten visual dan hiburan dalam komunikasi interpersonal. Implikasi dari perubahan ini membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana komunikasi yang efektif dan efisien tetap dapat dipertahankan dalam lingkungan yang semakin didominasi oleh media sosial. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh TikTok dan media sosial lainnya, mahasiswa dapat lebih cermat dalam mengelola interaksi sosial mereka dan mempertahankan komunikasi yang bermakna dalam era digital ini.

Sejarah Artikel

Submitted: 9 May 2024
Accepted: 18 May 2024
Published: 19 May 2024

Kata Kunci

Dampak Medsos, Tiktok, Komunikasi





PENDAHULUAN

Media sosial adalah melakukan aktivitas baru tanpa harus kontak fisik. Media Sosial itu sendiri adalah tempat yang membuat penggunanya itu bisa mengekspresikan dirinya ataupun beraktifitas, berteman, memberikan informasi, dan membuat sebuah ikatan sosial bersama dengan yang lainnya secara virtual (Nasrullah, 2015). Media sosial itu sendiri menurut Sam Decker (Mass Relevance) memiliki pengertian aktivitas yang dilakukan oleh lebih dari satu orang di berbagai dunia yang bertujuan untuk menghasilkan sebuah konten (Putu Agus, 2020).

Di media sosial ada karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh media lainnya. Menurut (Nasrullah, 2016) berikut adalah enam karakteristik yang dimiliki oleh media sosial; 1) Jaringan (network) Setiap media sosial pasti mempunyai karakter jaringan sosial, 2) Informasi (Information) Informasi adalah bagian yang terpenting dalam suatu media sosial. Setiap orang yang menggunakan media sosial pasti akan mengganti profil, membuat sebuah konten, melakukan komunikasi antara satu sama lain, dan itu semua didalamnya mengandung informasi, 3) Arsip (Archive) Ketika kita mendapatkan informasi dari media sosial, terkadang hal dilakukan adalah menyimpan informasi tersebut. Dan tidak lupa juga kita ingin melihat lagi informasi yang telah kita simpan di waktu kapanpun, 4) Interaksi (Interactivity) Interaksi adalah salah satu hal yang sering orang-orang lakukan setiap hari, 5) penyebaran (Share/sharing) Media sosial tidak hanya media yang menghasilkan konten, melainkan juga bisa dikembangkan menjadi distribusi oleh penggunanya.

Media sosial sudah menjadi teman untuk aktifitas kita dalam kehidupan sehari-hari. Banyak sekali manfaat yang bisa dirasakan dari kehadiran media sosial. Adapun manfaat- manfaat media sosial sebagai berikut:

- Media sosial sebagai tempat berinteraksi. Untuk berinteraksi dengan antar individu sekarang tidak harus pergi keluar rumah. Dengan menggunakan media sosial kini kita berinteraksi dengan teman kita hanya bermodalkan duduk di kursi saja. Bahkan untuk melakukan interaksi dengan individu yang berada di negara lain saja sudah mudah, dan bisa dijangkau. Selain menghemat waktu, media sosial bisa membuat interaksi yang dilakukan seolah-olah di tempat yang kita inginkan.
- Media sosial sebagai sumber informasi. Semakin berkembangnya teknologi, informasi yang dulunya susah diperoleh kini makin mudah dan beragam. Media sosial merupakan media yang dalam penyebaran informasinya itu berlangsung sangat cepat. Dengan hanya ketukan jari saja, informasi itu bisa dibuat dan juga diperoleh. Walaupun untuk keakuratan informasinya tersebut tidak bisa dibilang akurat. Tetapi mencari informasi kini lebih mudah berkat media sosial.
- Media sosial sebagai hiburan. Selain sumber informasi, terdapat banyak sekali konten di media sosial yang bisa dijadikan hiburan untuk mengisi waktu luang, atau bahkan hanya sekedar membunuh rasa bosan.
- Media sosial sebagai penyalur hobi. Dulu ketika kita sedang suka dengan suatu hal dan ingin mencobanya itu tidak ada medium untuk menyalurkannya. Dengan adanya media sosial. Setiap individu bisa mengekspresikan hobinya melalui



konten yang telah dibuat oleh individu itu sendiri. Contohnya jika hobi menyanyi, bisa membuat konten cover lagu dari musik yang digemarinya.

- Media sosial sebagai tempat untuk berbisnis. Untuk memulai bisnis, tidak perlu lagi bingung untuk memikirkan bagaimana cara memasarkannya atau mungkin dalam penjualannya. Kini dengan media sosial bisa digunakan sebagai tempat promosi juga menarik minat konsumen kepada produk yang akan dijual.

Tiktok merupakan salah satu media sosial yang berasal dari Cina. Media sosial ini adalah media yang sedang menjadi pusat perhatian di negara Indonesia. Aplikasi ini diluncurkan di bulan September 2016 oleh Zhang Yin. Dikembangkan oleh perusahaan Bytedance, yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang artificial intelligence atau Ai.Video yang bisa dibagikan adalah video pendek yang berdurasi 15 detik hingga 3 menit dan memberikan fasilitas bagi penggunaanya untuk membagikan konten video diiringi oleh musik. Tiktok dapat diunduh dan digunakan di perangkat smartphone baik itu Android atau IOS. Tersedia di Google Plays, Apple Store, dan sumber lainnya.

Komunikasi atau talimarga adalah "suatu proses ketika seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain". Komunikasi dapat berbentuk verbal dan nonverbal. Rongers dan D. Lawrence Kincaid menegaskan bahwa komunikasi adalah proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau bertukar informasi, menghasilkan saling pengertian yang mendalam. Secara etimologis, kata komunikasi berasal dari bahasa latin "communicare" yang artinya "menyampaikan". Menurut asal katanya tersebut, arti komunikasi adalah proses penyampaian makna dari satu entitas atau kelompok ke kelompok lainnya melalui penggunaan tanda, simbol, dan aturan semiotika yang dipahami bersama.

Berikut jenis-jenis komunikasi

1. Komunikasi lisan Komunikasi lisan adalah jenis komunikasi pertama sekaligus menjadi jenis komunikasi yang paling sering kita lakukan setiap hari. Dalam hal ini, komunikasi yang dilakukan bisa dengan rekan kantor, sahabat, atau orang asing yang hanya kita temui sekali. Entah itu, komunikasi lisan dengan mengobrol langsung berhadapan atau lewat alat komunikasi seperti smartphone. Selain itu, komunikasi lisan dapat dikatakan sebagai komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan lisan atau mulut kita. Biasanya, semakin dekat hubungan seseorang, maka mereka akan lebih sering berkomunikasi secara lisan, bahkan saat sedang sibuk sekalipun.
2. Komunikasi tertulis Kalau komunikasi lisan adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan lisan, maka komunikasi tertulis adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan bantuan media tulisan. Di masa lalu, komunikasi tertulis hanya terbatas pada tulisan tangan dan dikirimkan dalam bentuk surat. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, komunikasi tertulis kini juga bisa dilakukan dengan bantuan gadget atau gawai kita. Adapun media yang bisa digunakan untuk komunikasi tertulis, seperti email, chat di WhatsApp, Instagram, dan sejumlah media sosial lainnya. Meskipun tidak benar-benar ditulis dengan tangan, tetapi tetap saja dengan menggunakan sejumlah aplikasi tersebut kita akan menghasilkan teks atau tulisan.



3. Nonverbal Komunikasi nonverbal adalah penggunaan bahasa tubuh, gerak tubuh dan ekspresi wajah untuk menyampaikan informasi kepada orang lain. Ini dapat digunakan baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Misalnya, Anda mungkin tersenyum secara tidak sengaja saat mendengar ide atau informasi yang menyenangkan atau menyenangkan
4. Visual Komunikasi visual adalah tindakan menggunakan foto, seni, gambar, sketsa, bagan, dan grafik untuk menyampaikan informasi. Visual sering digunakan sebagai bantuan selama presentasi untuk memberikan konteks yang membantu di samping komunikasi tertulis dan / atau verbal. Karena orang memiliki gaya belajar yang berbeda, komunikasi visual mungkin lebih membantu bagi beberapa orang untuk mengonsumsi ide dan informasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang dampak media TikTok terhadap komunikasi mahasiswa sosiologi agama di IAKN Tarutung. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman dan persepsi mahasiswa secara rinci, serta memahami konteks sosial dan budaya yang mempengaruhi penggunaan media TikTok. Partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa program sosiologi agama di IAKN Tarutung. Pemilihan partisipan dilakukan secara bertujuan (*purposive sampling*) untuk memastikan keberagaman dalam hal jenis kelamin, usia, tahun studi, dan tingkat keterlibatan dalam penggunaan media TikTok. Partisipan yang terlibat dalam wawancara mendalam dipilih berdasarkan kepentingan dan pengalaman mereka dengan media TikTok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Media TikTok pada Komunikasi Mahasiswa

1 Pengaruh Konten TikTok terhadap Komunikasi Mahasiswa

Studi ini menggali dampak konten TikTok terhadap pola komunikasi mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten yang ditampilkan di TikTok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap cara mahasiswa berkomunikasi. Konten-konten yang kreatif, lucu, dan menghibur di TikTok cenderung mempengaruhi gaya komunikasi mahasiswa, yang tercermin dalam percakapan sehari-hari mereka. Penggunaan emoji dan meme dalam komunikasi juga meningkat setelah terpapar konten TikTok, menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya memengaruhi penggunaan kata, tetapi juga simbol-simbol dan ekspresi visual dalam komunikasi.

2 Perubahan Pola Komunikasi Digital

Selain penggunaan emoji dan meme, penggunaan bahasa yang lebih santai dan ekspresif juga menjadi hasil signifikan dari penggunaan TikTok. Mahasiswa cenderung menggunakan bahasa yang lebih santai dan tidak formal dalam komunikasi digital mereka, seperti singkatan, slang, dan frasa yang biasa digunakan dalam konteks media sosial. Perubahan ini mencerminkan adaptasi terhadap gaya komunikasi yang dominan di platform media sosial saat ini.



3 Implikasi Terhadap Komunikasi Interpersonal Mahasiswa

Dampak penggunaan TikTok pada komunikasi mahasiswa memiliki implikasi yang luas terhadap interaksi sosial dan interpersonal mereka. Perubahan dalam pola komunikasi dapat memengaruhi cara mahasiswa berinteraksi dengan teman-teman mereka, sementara preferensi terhadap konten visual dan hiburan juga dapat memengaruhi dinamika dalam grup atau komunitas mahasiswa. Hal ini menciptakan lingkungan komunikasi yang lebih santai dan kreatif, tetapi juga menuntut kesadaran untuk mempertahankan komunikasi yang efektif dan efisien.

Dampak Positif dan Negatif Penggunaan Aplikasi TikTok pada Mahasiswa

1. Dampak Positif

Penggunaan TikTok membawa dampak positif seperti sebagai media penambah wawasan dan pengetahuan melalui konten edukatif, media mencari teman yang memperluas jaringan pertemanan, dan sebagai media penghibur yang membuat penggunaannya terhibur dan senang.

2. Dampak Negatif

Namun, penggunaan berlebihan TikTok juga memiliki dampak negatif seperti minimnya interaksi dan komunikasi dengan lingkungan sekitar. Mahasiswa yang kecanduan TikTok cenderung fokus pada perangkat mereka dan kurang memperhatikan orang di sekitarnya.

KESIMPULAN

Dampak penggunaan aplikasi TikTok pada komunikasi mahasiswa mencakup perubahan yang signifikan dalam pola komunikasi dan interaksi sosial mereka. Penggunaan konten TikTok yang kreatif, lucu, dan menghibur mempengaruhi gaya komunikasi mahasiswa, dengan peningkatan penggunaan emoji, meme, dan bahasa yang lebih santai dan ekspresif dalam komunikasi sehari-hari. Implikasi dari perubahan ini mencakup pengaruh terhadap interaksi antar teman, dinamika dalam grup atau komunitas, serta memengaruhi cara pesan dan emosi disampaikan.

Meskipun penggunaan TikTok membawa dampak positif seperti peningkatan wawasan dan pengetahuan, penggunaan yang berlebihan juga dapat menimbulkan dampak negatif seperti minimnya interaksi dengan lingkungan sekitar. Mahasiswa perlu memiliki kesadaran untuk menggunakan TikTok secara seimbang dan sehat, serta mempertahankan kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dan efisien dalam lingkungan yang semakin didominasi oleh media sosial. Dengan pemahaman yang mendalam tentang dampak TikTok dan media sosial lainnya, mahasiswa dapat mengelola interaksi sosial mereka dengan lebih baik dan mempertahankan komunikasi yang bermakna dalam era digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. (2019). Faktor Penyebab Abortus di Indonesia Tahun 2010-2019 : Studi Meta Analisis, 182–191
- Boyd, D.M., Ellison, Nicole B., 2007, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol 13 No 1.
- Eric. Karjaluoto. 2008. A Primer in Sosial Media. A SmashLAB White Paper.



- Garcia, M., & Rodriguez, S. (2025). "Konsumsi Konten Visual dan Gaya Komunikasi di Antara Pengguna TikTok: Studi Kasus Mahasiswa Universitas." *Tinjauan Psikologi Media*, 12(1), 78-93.
- Kim, E., & Park, S. (2027). "Efek TikTok terhadap Penggunaan Bahasa dan Gaya Komunikasi di Kalangan Mahasiswa: Studi Longitudinal." *Kuartal Komunikasi Digital*, 18
- Kriyawati, N., & Rahmawati, D. (2022). Pengaruh Konten TikTok terhadap Komunikasi Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Mahasiswa*, 10(2), 45-58.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Oemarjati, S. dkk. , 2002. *Panduan Teknis Penyusunan Skripsi*. Jakarta: UIPress.