

## PENGUNAAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA HIBURAN BAGI GENERASI Z

**Pardiaman Sinaga<sup>1</sup>, Anjar Partini<sup>2</sup>, ZamzandaniSadam<sup>3</sup>, Muhammad Ibrahim  
Khalil<sup>4</sup>, Silviana Purwanti<sup>5</sup>.**

<sup>1,2,3,4,5</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman

✉ Email: [pardi144sinaga@gmail.com](mailto:pardi144sinaga@gmail.com)

### *Abstract*

*This research aims to explore the use of the TikTok application as an entertainment media phenomenon that dominates various groups of society, especially generation Z. By adopting the diffusion of innovation theory, this research applies a case study and interview approach, which was selected through a purposive sampling technique. Data was obtained from five generation Z sources who have actively used TikTok for more than one year, with an average usage duration of one hour per day. Research findings show that generation Z's use of the TikTok application is not limited to just an entertainment medium, but has become an integral part of their lifestyle. The research results highlight the prevalence of use of the TikTok platform among generation Z, revealing that most of them tend to spend more time on TikTok compared to other online media platforms, such as Instagram and Twitter. The implications of these findings indicate a significant shift in media consumption preferences, with TikTok dominating the share of attention and interactions among generation Z. Therefore, this research provides valuable insights regarding changes in online media usage behavior, especially among generation Z which has had a significant impact in the development of current media trends.*

**Keywords :** *TikTok; Entertainment Media; Generation Z; Diffusion of Innovation*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami penggunaan aplikasi TikTok sebagai fenomena media hiburan yang merajai berbagai kalangan masyarakat, khususnya generasi Z. Dengan mengadopsi teori difusi inovasi, penelitian ini menerapkan pendekatan studi kasus dan wawancara, yang dipilih melalui teknik sampling purposive. Data diperoleh dari lima narasumber generasi Z yang aktif menggunakan TikTok selama lebih dari satu tahun, dengan durasi penggunaan rata-rata satu jam setiap harinya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok oleh generasi Z tidak terbatas hanya sebagai media hiburan, melainkan telah menjadi bagian integral dari gaya hidup mereka. Hasil penelitian menyoroti prevalensi penggunaan platform TikTok di kalangan generasi Z, mengungkapkan bahwa sebagian besar dari mereka cenderung menghabiskan lebih banyak waktu di TikTok dibandingkan dengan platform media online lainnya, seperti Instagram dan Twitter. Implikasi dari temuan ini mengindikasikan pergeseran signifikan dalam preferensi konsumsi media, dengan TikTok mendominasi pangsa perhatian dan interaksi di antara generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan wawasan yang berharga terkait perubahan perilaku penggunaan media online, khususnya pada kalangan generasi Z yang menghadirkan dampak signifikan dalam perkembangan tren media masa kini.

Kata Kunci : TikTok; Media Hiburan; Generasi Z; Difusi Inovasi

## **Pendahuluan**

Dalam Seperti yang kita tahu bahwa sekarang ini banyak sekali dari kalangan generasi saat ini atau biasa disebut generasi Z yang menggunakan berbagai macam dalam kehidupan sehari-harinya. Mereka biasa menggunakannya entah itu untuk sekedar mencari info terkini ataupun sebagai hiburan di waktu senggang. Tik Tok merupakan aplikasi yang berasal dari Tiongkok yang diluncurkan pertama kalinya pada tahun 2016. TikTok adalah suatu platform video musik dan jejaring sosial yang dimana semua pengguna atau penikmatnya dapat membuat, mengedit, dan membagikan klip video pendek ke sesama penggunanya. Sekarang ini platform media sosial lebih mengarahkan berbagai macam konten yang bisa dinikmati secara menyenangkan dan bisa dijangkau oleh orang banyak. TikTok merupakan salah satu bentuk media sosial yang kepopuleran dan pertumbuhannya sangat cepat berkembang. TikTok merupakan aplikasi media seluler yang punya tujuan yang sama “untuk video seluler berformat pendek” (TikTok, 2020). TikTok memiliki beberapa fitur yang dapat digunakan oleh penikmatnya, seperti mengedit dengan macam-macam filter, efek, teks, dan musik, semua itu dapat dengan mudah digunakan dan siapa saja bisa memahaminya.

Dilon (2020) mengemukakan bahwa pengguna aplikasi TikTok mendapatkan kesenangan dan kepuasan dari aplikasi tersebut. Menurut Efani & Budiman (2020) TikTok pada awalnya merupakan aplikasi yang dibuat untuk mencari tahu kreativitas para penggunanya melalui video yang unik, menarik serta menghibur dan bisa membuat para penggunanya semakin kreatif. TikTok juga memiliki sebuah teknologi kecerdasan buatan (AI Lab) dari Jinri Toutiao yang meliputi teknologi face recognition, boy recognition, dan juga 3D rendering dilengkapi dengan full-screen sticker, dancing game, AR sticker dan 3D coloring (Erfani & Budiman, 2020).

Sebuah konten hiburan yang terdapat dalam aplikasi Tik Tok sangat banyak disukai oleh anak remaja zaman kini atau biasa disebut generasi Z. Hasil penelitian Doyle (2020) bahwa terdapat 60% generasi Z yang menggunakan TikTok. Dari hal ini dapat diketahui bahwa generasi Z lebih senang dengan konten-konten yang disajikan oleh aplikasi TikTok dibanding dengan media sosial lainnya. Dan jika diperkirakan jumlah pengguna TikTok pada tahun 2024 ini telah mencapai 60,3 juta (Clement, 2020).

Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010 yang memiliki ketergantungan dan tidak dapat dipisahkan dari teknologi dan media sosial

(Ghazali, 2019). Pada aplikasi TikTok kisaran umur penggunanya 16 sampai 24 tahun lebih dari 40% dan sebesar 90% para pengguna itu sudah membuka aplikasi TikTok lebih dari sekali dalam seharinya (Fromm, 2020). Pendapat Bungin (Alyusi, 2016:25) audience mempunyai persyaratan yang erat dalam memenuhi pemanfaatan media. Hiburan dewasa secara virtual ini telah menjadi salah satu kebutuhan dalam masyarakat untuk bahan diskusi dalam hubungan sosial dan menyebarkan informal persahabatan. Tidak hanya itu, dalam mencari ketenaran dan popularitas merupakan salah satu motif atau tujuan perilaku pengguna dalam menggunakan atau memanfaatkan media sosial. Pengguna TikTok di Indonesia sebagian banyak kalangan remaja maupun mahasiswa dengan usia di antara 18 sampai 34 tahun. TikTok juga menjadi sebuah platform dalam menyalurkan kreatifitas, inspirasi, karya, ide, dan juga pendapat dari para penggunanya. Sebuah interview kecil dilakukan kepada beberapa pengguna untuk pra penelitian, dan ditemukan kalau pengguna media platform TikTok menggunakannya sebagai media hiburan, sekedar mengisi waktu kosong, atau bahkan sekedar narsisme demi sebuah popularitas di sekitar lingkungannya dan bahkan dalam masyarakat luas. Jangkauan media sosial yang sangat luas, yang didalamnya terdapat berbagai aktivitas yang bermacam-macam yang bisa membentuk pemahaman yang beraneka ragam dari tiap penggunanya.

Memahami proses berpikir dalam memanfaatkan hiburan online didorong oleh dua makna. Secara khusus proses dalam berpikir sebagai pengalihan dan alasan untuk kepribadian sendiri. Generasi Z sendiri merasa terlibat dalam memanfaatkan hiburan berbasis web dengan melihat inti dari hiburan virtual dan dalam menggunakannya mereka ingin lebih menunjukkan realitas mereka lewat hiburan online. Dalam memenuhi kebutuhan generasi Z dalam memanfaatkan hiburan virtual yakni pemenuhan surat menyurat dan data lokal. Dalam pemenuhan kebutuhan data merupakan hal penting dalam proses berpikir mental yang diingat dengan itu, walaupun hiburan online tak semata-mata bisa dijadikan sebagai sumber utama data, perlu diingat masih terdapat banyak media yang bermacam-macam seperti TV, media cetak, atau bahkan media transmisi. (Hidayat, 2021:56).

Dengan terdapat banyaknya konten-konten video dalam aplikasi Tik Tok, terdapat banyak orang yang bisa menempatkan diri di luar sana. Sebenarnya sebelum TikTok, Instagram merupakan media hiburan online yang banyak orang gunakan. Selaras (Pamungkas & Djulaeka, 2019) suatu aplikasi dengan efek yang unik dan menarik

digunakan dalam berbagai latar belakang dan kemudian dibuat dalam rekaman jangka pendek dengan hasil yang tidak biasa dan bisa dilihat pada pengguna Tik Tok melalui sistem login “untuk halaman Anda”, untuk program acara pengguna TikTok yang lainnya. Dengan gampangnya dalam membuat video dengan lagu-lagu yang sedang ramai atau viral dan kemudahan dalam mengedit video membuat orang dapat kreatif. Dalam platform TikTok juga banyak konten ‘racun’ yang disukai oleh kalangan remaja. Konten ini berisi konten yang dimana orang-orang menyarankan hal-hal yang mereka kira bagus. Konten ini juga didukung oleh program afiliasi. Program afiliasi unggulan yang bisa digunakan pengguna dalam memasarkan berbagai produk lewat konten tersebut (Khansa & Putri, 2022).

Penelitian ini terinspirasi dari karya sebelumnya milik Khoiriyati dan Saripah (2018) yakni mengenai pemanfaatan media sosial sebagai penuntun perubahan baik pada kepribadian, kreativitas, sosialisasi, kecerdasan dan hal lainnya. Dalam masyarakat, media sosial juga dapat sangat bermanfaat hal itu karena bisa mendekatkan yang jauh dan tidak hanya itu tetapi juga memiliki berbagai manfaat untuk kalangan tertentu. Tak lagi hanya sebagai media dalam menyampaikan pesan kepada yang jauh, kini media sosial telah digunakan sebagai media hiburan bagi orang-orang. Penelitian ini terinspirasi dari karya sebelumnya milik Rian Saputra dan Hast Dhuatu (2020) mengenai video sebagai peringan stres dan juga beban pikiran. Gabungan antara irama musik yang asik dapat dengan mudah mengubah suasana hati. Melalui sebuah studi bahwa gerak dalam meregangkan tubuh bisa mengurangi rasa lelah dan memperkuat diri, dan dengan musik TikTok dapat membuat kita bergerak, yang dapat mengurangi rasa lelah, karena hal itulah beban pikiran dan stres bisa berkurang.

Penelitian ini juga terinspirasi dari karya sebelumnya milik Deriyanto dan Qorib (2018) mengenai pengaruh disekitar yang bisa membikin seseorang ikut atau tertarik terhadap penggunaan media sosial, contohnya aplikasi TikTok dengan melaluibanyaknya orang yang mengaksesnya sehingga bisa mengubah sudut pandang pengguna aplikasi atau platform lainnya, yang dimana ketika awalnya tidak tertarik menjadi tertarik, dan juga memberikan manfaat yang dibutuhkannya seperti memperluas jaringan pertemanan, sekedar mencari hiburan yang menarik, atau mencari informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi fenomena penggunaan aplikasi TikTok sebagai media hiburan di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman. Fokus penelitian

meliputi pola konsumsi konten, motivasi penggunaan, dan dampaknya terhadap interaksi sosial.

Fenomena ini dapat terjadi karena adaptasi Generasi Z terhadap bentuk hiburan yang lebih visual dan singkat. TikTok menyediakan platform kreatif yang memungkinkan ekspresi diri melalui video pendek, sejalan dengan preferensi Generasi Z yang cenderung mencari hiburan instan dan berbagi pengalaman melalui media sosial. Selain itu, faktor kekinian, tren, dan kebutuhan untuk terlibat dalam komunitas daring juga menjadi pendorong utama fenomena ini di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi.

## **Tinjauan Pustaka**

### **A. Media dan Komunikasi**

Media adalah perantara yang menghubungkan sumber informasi dengan penerima pesan. Berbagai bentuk media, seperti koran, artikel online, film, dan televisi, memainkan peran penting dalam memfasilitasi akses informasi dan mengurangi kesalahpahaman. Dengan perkembangan zaman, media telah berevolusi dari bentuk kertas menjadi dapat diakses melalui alat elektronik.

Komunikasi adalah aktivitas fundamental dalam kehidupan manusia. Secara etimologi, "komunikasi" berasal dari bahasa Inggris "communication" yang artinya "to make common" atau membuat sesuatu menjadi umum. Komunikasi melibatkan perwujudan persamaan makna antara komunikator dan komunikan. Terdapat tipe komunikasi, seperti komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antarpribadi, komunikasi publik, dan komunikasi massa. Fungsi komunikasi termasuk mengontrol lingkungan, beradaptasi, dan mentransfer warisan sosial kepada generasi berikutnya.

### **B. New Media**

Perkembangan zaman yang semakin maju menciptakan hal-hal baru yang berguna bagi manusia dalam melakukan berbagai hal. Seperti halnya kemajuan teknologi dan platform digital yang telah dikembangkan atau dipatenkan dalam beberapa dekade terakhir, seperti internet, media sosial, aplikasi-aplikasi pintar, serta platform digital lainnya. Hal ini disebut sebagai New Media. New Media memiliki beberapa karakteristik dasar atau utama, yakni interaktif, bisa diakses secara cepat, dan memungkinkan penggunaannya dapat berperan aktif di dalamnya. Contoh ciri-ciri utama new media adalah bagaimana kemampuannya dalam memfasilitasi komunikasi dua arah antar pengguna,

yang sangat berbeda dengan media lama atau tradisional yang biasanya hanya bersifat satu arah. Dengan new media juga memungkinkan penggunaanya untuk membuat, menyebarkan, dan juga mengonsumsi konten-konten secara mandiri, tanpa melalui media-media lama atau tradisional seperti televisi, radio, atau surat kabar. Perkembangan atau kemajuan new media telah mengubah tentang bagaimana cara kita berkomunikasi, mencari atau mengakses informasi, dan juga berinteraksi dengan dunia. Dalam hal ini sudah banyak mempengaruhi berbagai aspek, seperti politik, ekonomi, budaya, dan pendidikan. Dengan kemampuan new media yang sangat cepat dan mudah telah menjadikannya sebagai aspek yang sangat berpengaruh dalam era digital sekarang.

#### C. Aplikasi TikTok

Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan platform digital saat ini, banyak sekali telah diciptakan berbagai aplikasi-aplikasi pintar yang menjadi hal menarik bagi masyarakat. Seperti contohnya adalah aplikasi TikTok. TikTok yang merupakan salah satu platform media sosial, memungkinkan penggunaanya untuk menciptakan dan membagikan video pendek yang biasanya berisi mengenai hal-hal yang berhubungan dengan hiburan dan informasi yang ada di seluruh dunia. Video TikTok biasanya berdurasi 15 hingga 60 detik, tergantung dari isi konten yang ada di video tersebut. Aplikasi ini begitu populer di seluruh dunia, banyak dari berbagai kalangan menggunakannya, tapi lebih didominasi oleh anak-anak atau generasi muda. Dalam aplikasi Tik Tok banyak sekali disediakan fitur-fitur untuk menunjang kreativitas penggunaanya untuk membuat video mereka terlihat lebih unik dan bagus, seperti fitur efek, filter, serta musik-musik yang sedang hits. Kesuksesan atau keberhasilan TikTok tidak lepas dari bagaimana kemampuannya dalam menghibur dan menghubungkan sesama penggunaanya lewat konten yang menarik dan interaktif.

#### D. Generasi Z

Generasi Z mengarah pada kelompok demografis yang lahir antara pertengahan tahun 1990-an hingga awal tahun 2010-an. Generasi ini merupakan mereka yang tumbuh besar dengan adanya kemajuan di era digital, yang dimana teknologi-teknologi seperti internet, media sosial, dan juga perangkat seluler menjadi bagian yang turun temurun dalam kehidupan mereka sedari kecil. Anggota-anggota dalam kelompok generasi Z biasanya sering diketahui sebagai suatu individu yang berhubungan atau dekat dengan yang namanya teknologi, kreatif dan juga berfokus atau berorientasi pada hasil. Mereka

juga cenderung memiliki sikap sangat toleran terhadap suatu perbedaan atau keragaman, lebih progresif dalam pandangan politik dan sosial, dan melakukan komunikasi dengan cara yang berbeda dari generasi-generasi sebelumnya, terutamadalam penggunaan media atau platform digital seperti media sosial dan aplikasi pesan lainnya.

Generasi Z atau yang sekarang sering disebut gen Z, biasa dibilang sebagai generasi yang gemar berbagi atau berkolaborasi, karena kecenderungan mereka yang selalu menggunakan media sosial untuk berbagi pengalaman, menyerukan keadilan sosial, dan juga ikut berperan aktif dalam gerakan sosial. Kelompok gen Z juga dikenal sebagai konsumen atau pengguna yang cerdas dan skeptis, melalui kemampuan mereka dalam mengakses sebuah informasi secara cepat dan kritis melalui internet.

#### E. Teori Difusi Inovasi

Teori difusi inovasi, yang pertama kali diperkenalkan oleh Everett Rogers, memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana ide, gagasan, dan teknologi tersebar dalam suatu sistem sosial. Difusi inovasi melibatkan proses komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan inovasi kepada kelompok masyarakat melalui media, dengan fokus pada penyebaran dalam kurun waktu tertentu. Konsep ini juga memiliki kaitan erat dengan perubahan sosial, yang terjadi melalui tahap penemuan, difusi, dan konsekuensi.

Adopsi inovasi, sebagai inti dari teori ini, merupakan proses pengambilan keputusan individu atau kelompok dalam menerima ide atau teknologi baru. Rogers mengidentifikasi lima tahap kunci yang terlibat dalam keputusan adopsi, yaitu pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan penegasan. Tahapan ini menggambarkan perjalanan individu atau kelompok dari awal pengetahuan tentang inovasi hingga konfirmasi atas keputusan adopsi.

Dalam konteks difusi inovasi, karakteristik inovasi memegang peran penting dalam mempengaruhi keputusan adopsi. Beberapa karakteristik tersebut mencakup keunggulan relatif, yang menunjukkan kelebihan inovasi dibandingkan alternatif lainnya; kompatibilitas, yang mencerminkan kesesuaian inovasi dengan nilai dan kebutuhan pengguna; kerumitan, yang mencakup tingkat kesulitan dalam penggunaan inovasi; kemampuan diuji, yang mencerminkan kemampuan pengguna untuk menguji inovasi sebelum adopsi; dan kemampuan diamati, yang menunjukkan sejauh mana inovasi dapat terlihat dan diakses oleh orang lain.

Proses adopsi inovasi juga melibatkan pemilihan solusi inovasi dari berbagai opsi yang dikenal dan diterapkan oleh individu atau kelompok masyarakat. Tahapan ini mencakup pengetahuan, di mana individu atau kelompok mengumpulkan informasi tentang inovasi; persuasi, di mana mereka diberikan argumen dan alasan untuk mengadopsi inovasi; keputusan, di mana mereka membuat keputusan akhir; implementasi, di mana inovasi diterapkan dalam kehidupan sehari-hari; dan penegasan, di mana individu atau kelompok mengonfirmasi dan mengevaluasi keputusan adopsi mereka.

Dengan demikian, keputusan adopsi tidak hanya tercermin dalam perubahan perilaku, tetapi juga dalam penerapan nyata inovasi dalam konteks masyarakat. Difusi inovasi, sebagai kerangka konsep, memberikan wawasan yang berharga tentang dinamika perubahan sosial dan penerimaan teknologi di berbagai tingkatan masyarakat.

### **Metode Penelitian**

Berisi Penelitian ini mengadopsi pendekatan studi kasus, wawancara, dan teknik sampling purposive untuk mendalaminya. Dalam penggunaan teknik studi kasus, penelitian ini berfokus pada empat informan yang memenuhi kriteria ketat, termasuk penggunaan aplikasi TikTok selama setidaknya satu tahun, dedikasi minimal satu jam setiap harinya, preferensi tinggi terhadap TikTok sebagai media hiburan utama, dan ketersediaan untuk diwawancara.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam sebagai metode komunikasi yang memungkinkan peneliti untuk merinci dan memahami pengalaman serta pandangan informan terkait penggunaan TikTok. Wawancara bertujuan untuk media informasi yang signifikan dan kontekstual terkait dengan aspek-aspek tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian ini.

Teknik sampling purposive di gunakan untuk memastikan pemilihan informan yang secara kualitatif dapat menyediakan data yang beragam dan relevan dengan fokus penelitian. Empat informan yang dipilih memiliki pengetahuan yang mendalam tentang aplikasi TikTok, menciptakan kerangka pemahaman yang kaya terkait tren penggunaannya. Dengan pendekatan ini, penelitian ini bertujuan mendapatkan wawasan mendalam tentang pengalaman dan preferensi generasi Z terkait penggunaan aplikasi TikTok, membuka jendela pengetahuan yang komprehensif tentang dampak aplikasi



tersebut dalam konteks media hiburan online.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Karakteristik Inovasi merupakan sesuatu yang bisa menentukan tingkat adopsi seseorang terhadap inovasi, yang terdiri atas lima karakteristik, ada relative advantage, compability, complexity, triability, dan observability. Rogers (1983). Terdapat empat ciri khas yang berkesinambungan dengan inovasi yang yakni diantaranya khusus, kebaruan, terencana, dan bergerak. Melihat dari media online platform TikTok yang terus berkembang dan menjadi inovasi bagi setiap orang, aplikasi TikTok yang menjadi bahan dalam kajian penelitian ini merupakan salah satu teknologi yang media online yang memungkinkan orang-orang dalam menggunakannya sebagai media hiburan, berbisnis secara online, sekedar menambah kreatifitas, dan hal lainnya. Menurut Head of User and Content Operations TikTok Indonesia, Angga Anugrah Putra, dalam dua tahun lebih TikTok telah hadir di Indonesia dan makin banyak dari kalangan masyarakat yang menikmati untuk berkreaitifitas didalamnya.

Aplikasi TikTok makin populer ketika masuk tahun 2017 sampai dengan saat ini, dan telah mencapai angka 1,5 miliar pengunduhan. TikTok juga berhasil mencapai macam-macam prestasi, dan salah satunya dalam melebihi pendapatan iklan digital pada negaranya yakni Google Play China, Patio. Pada bagian ke tiga telah berhasil menyalip Facebook dan Instagram dalam jumlah unduhan. Walaupun dulu aplikasi TikTok mengalami perkembangan yang naik turun, tetapi pada waktu itu TikTok sangat naik di negara asalnya Tiongkok. Pada awal perkembangannya, TikTok hanya menyediakan bahasa mandarin sebagai bahasa utama dalam aplikasi tersebut. Tetapi, dengan seiring berkembangnya ke seluruh penjuru dunia, aplikasi ini akhirnya menyediakan berbagai bahasa, dan salah satunya bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. TikTok adalah aplikasi yang didalamnya terdapat banyak sekali fitur-fitur atau special effect yang menarik dan unik.

Fitur-fitur itu dapat digunakan dengan mudah oleh semua kalangan ketika ingin membuat video pendek. Dari sini kita tahu bahwa TikTok merupakan aplikasi yang dimana kita bisa menambahkan efek ke dalam video pendek yang kita buat. Daripada hal itu, aplikasi TikTok juga telah mendapatkan banyak sekali dukungan-dukungan dari berbagai musisi yang ada di seluruh dunia. Semua pengguna dapat menambahkan lagu

ke dalam video pendek yang dibuat dengan bebas sesuai hati mereka. Secara tidak langsung TikTok telah menekankan kreativitas penggunanya dalam membuat video yang menarik dan unik dengan memanfaatkan fitur yang disediakan. Salah satu aspek yang menarik dari penggunaan TikTok adalah kreativitas yang ditunjukkan oleh pengguna, terutama generasi Z.

Salah satu daya tarik utama TikTok adalah kemampuannya untuk mendorong partisipasi aktif pengguna. Generasi Z tidak hanya menjadi konsumen konten, tetapi juga produsen konten. Mereka dapat dengan mudah membuat dan membagikan video mereka sendiri, memberikan rasa kepemilikan dan kontrol atas pengalaman mereka di platform ini. Generasi Z cenderung mencari konten yang dapat mereka identifikasi dan resonansi, dan TikTok menyediakan beragam konten yang sesuai dengan minat dan nilai-nilai mereka. Selain itu, kreasi video oleh pengguna biasa juga menjadi daya tarik tersendiri, membuat pengguna merasa lebih terlibat dan terhubung dengan komunitas TikTok.

Generasi Z menemukan daya tarik dalam penggunaan TikTok karena berbagai alasan. Salah satunya adalah format konten yang singkat dan mudah dicerna, sesuai dengan preferensi mereka yang cenderung memiliki perhatian yang singkat. Selain itu, adanya fitur editing yang mudah digunakan memungkinkan pengguna untuk menciptakan konten kreatif dengan cepat. Hal ini menjadikan TikTok sebagai platform yang menghibur sekaligus memungkinkan ekspresi diri secara bebas bagi generasi Z. Mereka menggunakan aplikasi ini untuk membuat video pendek yang beragam, mulai dari tarian yang rumit hingga lip-sync yang lucu.

TikTok memberi mereka kesempatan untuk mengekspresikan diri mereka secara kreatif dan menemukan komunitas yang mendukung. Studi oleh Lee, Sung, & Kim (2019) menunjukkan bahwa generasi Z menggunakan TikTok karena mereka menemukan kepuasan dalam menghibur diri sendiri dan berinteraksi dengan sesama pengguna. Penggunaan TikTok telah memberikan dampak yang signifikan terhadap budaya dan perilaku generasi Z. Mereka tidak hanya menjadi konsumen konten, tetapi juga menciptakan konten sendiri yang mencerminkan kepribadian dan minat mereka. Selain itu, kolaborasi antar pengguna TikTok dan kemampuan untuk menjadi "viral" dalam sekejap telah mengubah cara generasi Z berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain.

Selain sebagai media untuk mengekspresikan diri, TikTok juga menjadi tempat untuk berinteraksi dengan sesama pengguna. Melalui fitur seperti komentar, like, dan duet, pengguna dapat berinteraksi secara langsung dengan konten yang mereka nikmati. Hal ini membantu membangun komunitas yang kuat di dalam platform tersebut, di mana generasi Z dapat saling mendukung dan berbagi minat yang sama. TikTok telah membawa perubahan signifikan dalam budaya populer, terutama di kalangan generasi Z. Banyak tren, gaya, dan bahkan lagu-lagu yang menjadi viral di TikTok telah memengaruhi tren secara global. Para pengguna sering kali meniru gerakan tari atau meme yang populer di TikTok, menciptakan sebuah budaya yang unik dan dinamis. Penggunaan TikTok telah memberikan dampak signifikan terhadap budaya populer dan pola perilaku generasi Z. Mereka tidak hanya menjadi konsumen konten, tetapi juga menciptakan dan mempengaruhi tren baru. Selain itu, TikTok juga menjadi tempat untuk mengungkapkan pendapat politik, sosial, dan isu-isu penting lainnya.

Namun, dibalik kreativitas dan kesenangan yang dihadirkan oleh TikTok, ada juga dampak negatif yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah kecenderungan untuk membandingkan diri dengan konten yang diposting oleh pengguna lain, yang dapat menyebabkan perasaan tidak berdaya atau rendah diri. O'Dea (2021) menyoroti pentingnya pendidikan digital yang memadai untuk membantu generasi Z memahami dan mengelola dampak psikologis dari penggunaan TikTok. Selain itu, ada juga kekhawatiran tentang privasi data pengguna di TikTok. Sejumlah laporan telah menyoroti praktik pengumpulan data yang agresif oleh aplikasi ini dan penggunaannya untuk tujuan iklan dan penargetan. Albury et al. (2020) menunjukkan perlunya regulasi yang ketat untuk melindungi privasi pengguna, terutama anak-anak dan remaja yang menjadi pengguna utama TikTok.

Tetapi, tidak dapat dipungkiri bahwa TikTok telah menjadi sumber penghasilan bagi banyak kreator konten. Dengan fitur monetisasi seperti fitur kemitraan dan sponsor, para kreator konten dapat menghasilkan pendapatan dari popularitas mereka di platform ini. Mastro & Settanni (2020) menjelaskan bagaimana TikTok telah menjadi peluang bagi individu untuk membangun merek pribadi mereka dan memanfaatkan audiens global yang dimiliki oleh aplikasi ini. Orang tua memiliki peran penting dalam mengawasi penggunaan TikTok oleh anak-anak mereka. Mereka perlu memahami potensi risiko yang terkait dengan penggunaan aplikasi ini dan memberikan bimbingan serta pengawasan

yang tepat. Komunikasi terbuka antara orang tua dan anak juga sangat penting untuk memastikan penggunaan TikTok yang sehat dan bertanggung jawab. Pendidikan tentang penggunaan aplikasi TikTok juga perlu diperkuat, baik di lingkungan sekolah maupun di rumah. Hal ini dapat dilakukan melalui workshop, seminar, atau kampanye sosial yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang dampak positif dan negatif dari penggunaan TikTok, serta cara menggunakan aplikasi ini dengan bijak.

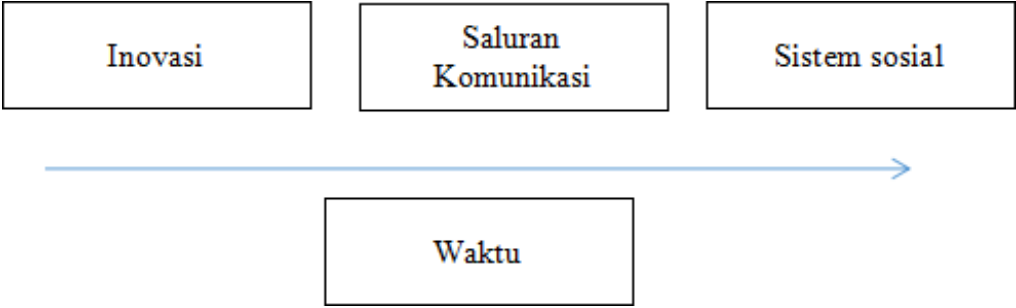
Bagi generasi Z, TikTok bukan hanya sekadar platform hiburan, tetapi juga tempat untuk mengekspresikan diri. Dengan fitur-fitur seperti filter wajah, efek suara, dan kemampuan editing yang mudah, TikTok memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk mengekspresikan kreativitas mereka dengan cara yang unik dan menyenangkan. Hal ini menjadi salah satu alasan utama mengapa aplikasi ini begitu populer di kalangan generasi Z. Integrasi fitur seperti filter wajah dan efek suara menambahkan aspek kreativitas yang membuat pengguna semakin tertarik dan terlibat. Hal ini memungkinkan generasi Z untuk mengeksplorasi identitas digital mereka dengan cara yang menyenangkan dan eksperimental.

Platform ini juga digunakan sebagai media untuk pendidikan dan kreativitas. Ada konten-konten yang informatif dan mendidik, seperti tutorial, tips, dan fakta-fakta menarik, yang memberikan nilai tambah bagi pengguna. Meskipun banyak yang menganggap TikTok sebagai sekadar platform hiburan ringan, ada juga potensi penggunaan yang lebih serius. Beberapa pengguna TikTok menggunakan platform ini untuk menyebarkan pesan-pesan penting, seperti kampanye sosial atau advokasi untuk isu-isu tertentu. Ini menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi alat yang kuat untuk menciptakan perubahan sosial positif. Dalam menghadapi fenomena penggunaan TikTok oleh generasi Z, perlu adanya keseimbangan antara memfasilitasi kreativitas dan kesenangan, serta melindungi pengguna dari potensi dampak negatif.

Sekolah, orang tua, dan pembuat kebijakan harus bekerja sama untuk menyediakan pendidikan digital yang komprehensif, mempromosikan literasi media, dan mengadvokasi regulasi yang memperhatikan privasi dan keamanan pengguna. Namun demikian, TikTok juga telah menunjukkan dampak positifnya. Banyak kreator konten yang sukses secara finansial dan mendapat kesempatan untuk berkolaborasi dengan merek-merek terkenal. Ini membuka pintu bagi generasi Z untuk mengejar karir di bidang kreatif dan memanfaatkan potensi mereka secara positif. Dari segi budaya, TikTok juga telah menjadi

wadah untuk mempopulerkan tren-tren baru dan memperluas pemahaman tentang kebudayaan populer di kalangan generasi Z.

Hal ini menciptakan kesempatan untuk berbagi dan menghormati budaya satu sama lain di tengah globalisasi digital. Dengan demikian, penggunaan aplikasi TikTok telah menjadi salah satu bagian integral dari kehidupan hiburan generasi Z, dengan dampak yang signifikan terhadap budaya, perilaku, dan kesehatan mental mereka.



Gambar 1. Teori difusi inovasi

Pada penelitian ini peneliti telah mengumpulkan beberapa responden yang membahas mengenai penggunaan aplikasi TikTok, dari situ kita dapat melihat apakah mereka menggunakan TikTok hanya sekedar media hiburan atau ada hal lainnya yang mereka manfaatkan dengan adanya aplikasi tersebut.

Tabel 1. Hasil Wawancara

| Informan   | Usia     | Hasil                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Informan 1 | 19 Tahun | Aplikasi TikTok bukan hanya sekedar media hiburan saja, tapi ada juga hal lain di dalamnya, kayak contoh kita bisa berbisnis secara online juga disitu, dan masih banyak hal lainnya yang kita bisa lakukan di TikTok.                                                       |
| Informan 2 | 19 Tahun | Dari hanya sekedar media hiburan, di TikTok kita juga bisa memperluas pertemanan, kita bisa melakukan livestreaming juga disitu dan itu salah satu fitur yang saya sukadari adanya aplikasi TikTok, dan fitur-fitur di dalamnya yang lengkap bisa menambah kreatifitas kita. |

|            |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Informan 3 | 19 Tahun | Aplikasi TikTok itu lebih update dari media sosial lainnya, banyak sesuatu yang baru bisa kita temui disitu duluan, sebelum ada di media sosial lainnya, dan menurut saya TikTok lebih cepat memberikan informasi daripada media online yang lain.                                                                                                                                                                      |
| Informan 4 | 20 Tahun | Di Dalam aplikasi Tik Tok biasanya banyak sekali orang mencari ketenaran disitu, mereka biasa membuat konten- konten yang menarik dan tidak sedikit pula orang yang membuat konten yang sepatutnya tidak pantas ditayangkan, seperti konten perempuan-perempuan yang mengumbar aurat mereka sambil joget-joget. Tetapi disamping itu TikTok juga merupakan salah satu platform penyampaian informasi yang begitu cepat. |
| Informan 5 | 18 Tahun | Dengan aplikasi TikTok kita bisa melihat berbagai macam konten video dengan durasi pendek yang isi nya terkadang edukasi, informasi, dan hal lainnya. Melalui TikTok juga kita bisa tampil dengan percaya diri dengan membuat konten video kita sendiri dengan fitur- fitur yang disediakan.                                                                                                                            |

Dijelaskan dari penelitian ini bisa dilihat bahwa 4 dari 5 informan menyatakan kalau aplikasi TikTok dapat dijadikan sebagai media hiburan, dengan adanya bermacam-macam konten yang disajikan serta fitur-fitur menarik yang dapat digunakan, dan cepatnya informasi-informasi yang tersampaikan dengan baik melalui aplikasi TikTok. Terdapat juga informan yang terasa dengan adanya aplikasi TikTok ini kita dapat dengan mudah memperluas jaringan pertemanan. Tetapi terdapat informan yang juga menganggap aplikasi TikTok hanya sebagai tempat bagi orang-orang yang ingin mencari popularitas dan menampilkan konten- konten yang tidak pantas diperlihatkan. Namun seluruh informan sepakat bahwa aplikasi TikTok merupakan salah satu platform penyampaian informasi yang sangat cepat dibanding media platform yang lain.

Dilihat dari teori difusi inovasi Rogers (1983) menjelaskan difusi sebagai suatu proses yang dimana suatu inovasi dikomunikasikan lewat penghubung tertentu dalam

jangka waktu khusus diantara sesama anggota suatu sistem sosial. Di sisi lain, difusi juga bisa diakui sebagai salah satu jenis perubahan sosial yakni suatu proses perubahan yang terjadi pada struktur dan fungsi sistem sosial.

Inovasi merupakan suatu gagasan, praktek, ataupun benda yang dikatakan baru oleh suatu individu atau masyarakat. Pemaknaan dikatakan baru terhadap suatu ide, praktik atau benda bagi sebagian orang, tetapi belum tentu juga terdapat pada sebagian lainnya. Keseluruhannya terletak pada apa yang dirasakan oleh suatu individu atau kelompok terhadap ide, praktek, dan juga benda tersebut. Tujuan utama dari difusi inovasi yakni dikaitkannya suatu inovasi, oleh anggota suatu sistem sosial. Sistem sosial tersebut bisa berupa individu, kelompok informal, organisasi, dan bisa sampai ke masyarakat.

Dilihat dari penelitian ini dapat mendukung penelitian sebelumnya milik Khoiriyati dan Saripah (2018) yakni mengenai pemanfaatan media sosial sebagai penuntun perubahan baik pada kepribadian, kreativitas, sosialisasi, kecerdasan dan hal lainnya. Dengan melihat dari hasil wawancara tersebut kita dapat mengetahui bahwa dengan adanya media TikTok bisa membuat para penggunanya memiliki kreatifitas, sosialisasi, dan kecerdasan dalam menggunakan aplikasi TikTok. Dan juga mendukung penelitian sebelumnya milik Deriyanto dan Qorib (2018) mengenai pengaruh disekitar yang bisa membikin seseorang ikut atau tertarik terhadap penggunaan media sosial, contohnya aplikasi TikTok dengan melalui banyaknya orang yang mengaksesnya sehingga bisa mengubah sudut pandang pengguna aplikasi atau platform lainnya, yang dimana ketika awalnya tidak tertarik menjadi tertarik, dan juga memberikan manfaat yang dibutuhkannya seperti memperluas jaringan pertemanan, sekedar mencari hiburan yang menarik, atau mencari informasi. Akan tetapi penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya milik Rian Saputra dan Hast Dhuatu (2020) mengenai video sebagai peringan stres dan juga beban pikiran. Karena dilihat dari pendapat responden yang tidak ada mengaitkan aplikasi TikTok sebagai media yang bisa menghilangkan stres atau beban pikiran.

## **Simpulan**

Kesimpulan dari penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai aplikasi TikTok sebagai lebih dari sekedar media hiburan. TikTok merangkum dimensi belanja online, peningkatan wawasan, dan bahkan membangun jejaring sosial di dalam

platform tersebut. Penting untuk dicatat bahwa penggunaan TikTok tidak hanya terbatas pada kalangan remaja, melainkan melibatkan berbagai kelompok usia, mulai dari anak-anak hingga orang tua.

Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur, termasuk kemampuan untuk mengedit, menggunakan filter dan efek kreatif, serta membuat konten yang unik. Kesimpulannya, TikTok bukan hanya sekadar sumber hiburan, tetapi juga menjadi medium bagi pengguna untuk mengekspresikan kreativitas, berbagi inspirasi, menghadirkan karya, menyampaikan ide, dan mengekspresikan pendapat mereka.

Selain itu, TikTok memiliki potensi finansial yang signifikan bagi penggunanya, baik melalui hasil dari konten yang dibuat maupun melalui aktivitas jual beli online yang dilakukan di dalam aplikasi. Dengan demikian, TikTok bukan hanya menjadi tempat untuk bersenang-senang, tetapi juga merupakan wadah bagi ekspresi diri, kolaborasi, dan peluang ekonomi yang dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Kesimpulan ini menggarisbawahi peran integral TikTok dalam menghubungkan dan memajukan berbagai aspek kehidupan digital dan sosial penggunanya.

#### **Daftar Pustaka**

- Al-Menayes, J. J. (2020). The Effect of TikTok Application on the Academic Achievement and Time Management Skills of Students in Higher Education. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 17(1), 1-17.
- Alpaslan, C. M., & Koçak, A. (2021). The Relationship between Social Media Usage, Social Appearance Anxiety, and Body Satisfaction in Adolescents. *\*Journal of Child and Adolescent Psychiatric Nursing\**, 34(1), 24-30.
- Alyusi, S. D. 2016. *Media Sosial: Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*. Jakarta: Prenada Media Group
- Batoebara, M. U. (2020). Aplikasi tik-tok seru-seruan atau kebohohan. *Network Media*, 3(2), 59-65.
- Bulele, Y. N. (2020, November). Analisis fenomena sosial media dan kaum milenial: studi kasus tiktok. In *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology* (Vol. 1, No. 1, pp. 565-572).
- Chusna, P. A., Zakiyah, D., & Noviani, Z. (2020). Analisis Dampak Fenomena Aplikasi Tik Tok Dan Music Dj Remix Terhadap Penyimpangan Perilaku Sosial Pada Anak Uia Sekolah Dasar. *JURNAL STUDI ISLAM AL-FIKRAH*, 129-147.



- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Tik Tok, Universitas Tribhuwana, Jurusan Ilmu Komunikasi dan FISIP. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7(2).
- Dhir, A., Pallesen, S., Torsheim, T., & Andreassen, C. S. (2017). Do age and gender differences exist in selfie-related behaviours?. *\*Computers in Human Behavior\**, 71, 1- 7.
- Efani, D. M., & Budiman, MA, S., M. Pd.(2020). Perilaku Narsistik Pada Anak Pecandu Aplikasi Tiktok. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 2, 36-46.
- Firhansyah Rizadhi, A. Analisis Data Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Kreativitas Analisis Data Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Kreativitas.
- Hadi, A. H. (2020). Analisis Penurunan Biaya Pada Produk Filter Bahan Bakar Menggunakan Metode Value Analisis Di PT Duta Nichirindo Pratama. 1(2), 28–36.
- Hidayat, S. 2021. Motif Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri. Skripsi thesis. IAIN Purwokerto
- Hsu, H. H., & Lu, T. J. (2020). TikTok Use and Its Role in Social Capital Cultivation: An Exploratory Study Among Adolescents. *Social Media + Society*, 6(2), 2056305120925507.
- Kelly, Y., Zilanawala, A., Booker, C., & Sacker, A. (2021). Social media use and adolescent mental health: Findings from the UK Millennium Cohort Study. *EClinicalMedicine*, 38,101018.
- Kosterman, R., Hawkins, J. D., & Mason, W. A. (2022). Social media use and adolescent mental health: Longitudinal findings from the Seattle Social Development Project. *Journal of Adolescent Health*, 70(1), 202-208.
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 133.
- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding, ‘micro-celebrity’ and the rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191-208.
- Khoiriyati, S., & Saripah, S. (2018). Pengaruh Media Sosial pada Perkembangan Kecerdasan Kognitif Anak Usia Dini. *AULADA: Jurnal Pendidikan Dan Perkembangan Anak*, 1(1),49- 60.

- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş. B., & Griffiths, M. D. (2018). Uses and gratifications of problematic social media use among university students: a simultaneous examination of the big five of personality traits, social media platforms, and social media use motives. *\*International Journal of Mental Health and Addiction\**, 16(3), 639-649.
- Lee, J., Sung, Y., & Kim, E. (2019). Why do young people use TikTok? A uses and gratifications perspective. *Computers in Human Behavior*, 104, 106-115.
- Li, Y., Lau, J. T., Mo, P. K., Su, X., & Tang, J. (2020). Age Disparity in the Use of Mobile Health Apps: A Cross-Sectional Survey of Usability and Acceptability Among Chinese Adults. *\*JMIR mHealth and uHealth\**, 8(5), e14592.
- Mastro, D. E., & Settanni, M. (2020). TikTok: An international internet sensation with viral potential. *International Journal of Communication*, 14, 5314-5329
- O'Dea, S. (2021). TikTok and its role in shaping digital identity among Generation Z. *Journal of Youth Studies*, 24(6), 832-847.
- Oeldorf-Hirsch, A., & Sundar, S. S. (2019). Posting, commenting, and tagging: Effects of sharing news stories on social media. *\*Journal of Broadcasting & Electronic Media\**, 63(3), 446-465.
- Pamungkas, R. T., & Djulaeka. (2019). Perlindungan Hukum Pemegang Hak Cipta Atas Lagu Yang Diunggah Pada Aplikasi Tiktok. *Simposium Hukum Indonesia*, 1(1), 394–423.
- Saputra, V. R., Dhuatu, C. H., & Giyato, G. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Mood Booster (the Usage of Tiktok App To Increase Mood Level). *Indonesian Fun Science Journal*, 2(1), 216-226.
- Shahreza, M. (2018). Implementasi Teori Difusi Inovasi pada Gerakan Bank Sampah. Bogor. Smith, A., & Jones, B. (2023). "TikTok and its Influence on Youth Culture: A Comparative Study of Generational Trends." *\*Journal of Digital Communication\**, 12(3), 102-118.
- Steers, M. L., Wickham, R. E., & Acitelli, L. K. (2020). Seeing everyone else's highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 39(8), 751–768.
- Susar, J. R., Qorib, F., & Fianto, L. (2022). Analisis Motif dan Perilaku Pengguna Media Sosial“Tik Tok”(Studi Analisis Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi)

(Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tribhuwana Tungadewi).

VIRANTI, D. N. (2021). Pengaruh Pemasaran Konten Hiburan Tiktok Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Tiktok: Studi Muslim Generasi Z.

West, L. M., & Lewis, M. L. (2023). TikTok: The (Not So) New Kid on the Block. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 67(2), 342-359.

Zhu, J. (2019). TikTok: a social media platform that young people love. *Library Hi Tech News*, 36(6), 1-3.

Zhu, Y., dan Chen, L. (2022). "The Impact of TikTok on Generation Z: A Review."  
\*Journal of Social Media Studies\*, 8(2), 45-62