

Antusiasme Penggunaan Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa Kpi Angkatan 20 (Studi Komparatif Laki-Laki Dan Perempuan)

Sakinatul Hayati, Rofika Lailatur Rohmah, Ulil Absor Billah, Suhartono

Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Madura

shaakinakinaa@gmail.com

Abstrak

Media sosial merupakan media komunikasi berbasis internet dimana para penggunanya dapat terus berinteraksi tanpa ada batas ruang dan waktu yang menjadi penghambat interaksi manusia pada zaman dulu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara lebih luas dan mendalam mengenai antusiasme serta respon atau tanggapan yang berupa pendapat dari mahasiswa KPI angkatan 20 terhadap penggunaan aplikasi tiktok. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data berupa angket atau kuesioner yang dibagikan kepada responden. Hasil yang diperoleh peneliti adalah bahwa penggunaan aplikasi tiktok pada mahasiswa KPI angkatan 20 di dominasi oleh mahasiswi dengan kisaran 70 persen dari total keseluruhan mahasiswa angkatan 20.

Kata kunci : Antusiasme , Tiktok, KPI

Abstract

Social media is an internet-based communication medium where users can continue to interact without any space and time limits that hinder human interaction in the past. The purpose of this study was to find out more broadly and in depth about the enthusiasm and responses or responses in the form of opinions from KPI students from batch 20 to the use of the tiktok application. The research method used is quantitative with data collection in the form of questionnaires or questionnaires distributed to respondents. The results obtained by the researcher are that the use of the Tiktok application for KPI students of batch 20 is dominated by female students with a range of 70 percent of the total number of students in batch 20.

Keywords: Enthusiasm, Tiktok, KPI

Pendahuluan

Saat ini, keberadaan media sosial menjadi suatu kebutuhan bagi manusia. Media sosial dipandang sebagai perantara yang mampu membuat penggunanya mendapat dan menyebarkan informasi secara cepat kepada pengikutnya. Media sosial menjadi salah satu media yang banyak digunakan oleh manusia modern baik untuk berkomunikasi maupun menyebarkan informasi dalam bentuk personal maupun berkelompok. Media sosial dipilih menjadi media komunikasi karena tak lagi perlu adanya batas ruang dan waktu yang dimana menjadi sebuah masalah atau penghalang bagi manusia dalam berkomunikasi di masa lalu. Era modern, manusia dipermudah melakukan berbagai hal dalam berkomunikasi. Contoh kemudahan yang diciptakan adalah berinteraksi melalui internet.

Semakin berkembangnya internet memunculkan pola interaksi yang dapat dilakukan tanpa harus berada dalam ruang dan waktu yang sama.

Menurut Anthony Giddens, adanya modernitas hubungan ruang dan waktu terputus kemudian ruang perlahan-lahan terpisah dari tempat. Dasar media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan web baru berbasis internet yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi, dan membentuk sebuah jaringan secara online sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. Post di blog, tweet, atau video Youtube dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis.

Media sosial adalah sebuah media online yang para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isu meliputi blog, jejaring sosial, Wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan Wiki merupakan bentuk yang paling umum digunakan masyarakat diseluruh dunia. Kaplan & Haenlein, mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi web yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user generated content.⁸¹

Perkembangan teknologi yang sangat pesat di era globalisasi saat ini telah memberikan banyak manfaat dalam kemajuan di berbagai aspek sosial, salah satunya adalah berkomunikasi menjadi lebih mudah dan cepat. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, komunikasi antar remaja di lingkungan sosial maupun di lingkungan sekolah sekarang sudah menguasai ilmu teknologi yang menggunakan jaringan internet, yaitu media sosial. Ratri dalam penelitiannya menjelaskan bahwa istilah media sosial mengacu pada berbagai layanan berbasis internet dan mobile yang memungkinkan pengguna untuk dapat bergabung dalam percakapan daring, berkontribusi dalam konten yang dibuat oleh pengguna, atau bergabung dengan komunitas daring.

Perkembangan media sosial ini membuat remaja sendiri mulanya berlomba-lomba dalam membina komunitas melalui jaringan internet terutama media sosial yang terdiri dari Facebook, Twitter, YouTube, Tiktok, Instagram, WhatsApp, Game Online dan masih banyak lagi. Dalam perkembangan teknologi sekarang, salah satu media sosial yang paling menonjol yang sangat populer di kalangan anak-anak maupun remaja dan mahasiswa adalah media social Tik Tok.⁸²

TikTok merupakan aplikasi video musik dan jejaring sosial asal Cina resmi yang meramalkan industri digital di Indonesia. Tik Tok menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Media sosial ini menghadirkan special effects yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah.

Saat ini video menjadi salah satu konten yang paling digemari warganet secara global, termasuk Indonesia. Video bahkan menjadi mata pencaharian baru bagi kaum milenial untuk meraup untung dari iklan yang tayang di channel video mereka. Video juga telah menjadi senjata baru untuk marketing sebagai brand communication strategy. Untuk memfasilitasi mereka dalam membuat

⁸¹ Mela Rahmayani, Muhamad Ramdhani, Fardiah Oktariani Lubis. 2021. *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa*. Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia. 6 (7)

⁸² Desy Oktaheriyani, M. Ali Wafa, Shen Shadiqien. *Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin)*

video menarik, kemudian banyak pengembang berlomba-lomba untuk menciptakan aplikasi edit video.

TikTok memungkinkan pengguna untuk secara cepat dan mudah membuat video-video pendek yang unik untuk kemudian dibagikan ke temanteman dan dunia. Memberdayakan pemikiran-pemikiran yang kreatif sebagai bentuk revolusi konten, menjadikan media sosial ini sebagai sebuah wujud tolak ukur baru dalam berkreasi bagi para online content creators di seluruh dunia, terutama Indonesia.

Perkembangan industri pada media sosial saat ini sangat melonjak tajam. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan pengembang aplikasi Perkembangan industri pada media sosial saat ini sangat melonjak tajam. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan pengembang aplikasi.⁸³

Banyaknya perusahaan pengembang aplikasi media sosial dengan berbagai kelebihan. Begitu pula dengan salah satu aplikasi media sosial yang saat ini sedang populer kemunculannya di Indonesia yakni TikTok, media sosial yang tergolong masih baru ini berhasil mendapatkan puluhan ribu unduhan setiap harinya. Jumlah yang luar biasa untuk media sosial yang dikenal pada akhir tahun 2016 lalu dan relative masih baru berdiri. Dengan semakin terkenalnya, aplikasi TikTok diprediksi menjadi aplikasi Medsos terbesar ketiga pada tahun 2022 dengan pengguna aktif mencapai 755 juta orang,⁸⁴ dan sudah diunduh sekitar 500 juta lebih di Playstore.

Penggunaan media sosial TikTok telah menjadi sebuah rutinitas remaja khususnya mahasiswa pada saat ini. Melalui media sosial TikTok tersebut, mahasiswa mampu berbagi mengenai segala aktivitas, kreativitas, dan kebahagiaan mereka yang kemudian diunggahnya. Pengguna media sosial TikTok juga bisa menggunakan media sosial ini untuk sharing sesuatu seperti foto, vidio, dan lain-lain.⁸⁵

Kehadiran media sosial TikTok ini juga digunakan untuk mengekspresikan diri penggunanya, maka dari itu tidak heran jika kemudian semua mahasiswa rata-rata memiliki aplikasi tiktok tersebut di gadget masing-masing tanpa memandang gender. Karena memang dari banyaknya fitur-fitur yang terdapat di dalamnya, itu sangatlah menarik, sehingga tak ayal jika aplikasi tiktok ini banyak digemari oleh seluruh lapisan masyarakat tanpa memandang ukuran usia. Media Sosial TikTok juga telah memudahkan seseorang untuk mengekspresikan isi hati, perasaan, apa yang terjadi dalam kehidupan penggunanya melalui tulisan, lagu, vidio maupun simbol sederhana dan lain-lain.⁸⁶

Hadirnya media sosial TikTok ditengah-tengah kehidupan mahasiswa terlebih lagi pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) khususnya angkatan 20 di salah satu kampus yang cukup terkenal di Madura, yakni Institut Islam Negeri (IAIN) Madura ini, diharapkan dapat membawa dampak positif, menjadi media informasi, sebagai sumber segala informasi, menambah wawasan remaja (mahasiswa), memperluas jaringan pertemanan, mempererat komunikasi antar kerabat dan teman, memperluas bidang keterampilan dan masih banyak lagi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara lebih luas dan mendalam mengenai antusiasme serta respon atau tanggapan yang berupa pendapat dari mahasiswa IAIN Madura dalam prodi KPI khususnya angkatan 20 terhadap penggunaan aplikasi tiktok itu sendiri. Serta mengulik perihal bagaimana para mahasiswa KPI angkatan 20 dalam menggunakan atau memanfaatkan perkembangan industri pada media sosial yang berupa aplikasi tiktok.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Antusiasme Penggunaan Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa Kpi Angkatan 20 (Studi Komparatif

⁸³ Nuning Indah Pratiwi, Achmad Husen. *Penggunaan aplikasi Tik Tok pada remaja di Denpasar saat pandemi*.

⁸⁴ Di akses dari <https://amp.kompas.com/teknoread/2022/01/03/08070077/tiktok-diprediksi-jadi-medsos-ketiga-pada-2022>

⁸⁵ Novia Dwi Rachmania, Hery B. Cahyono. *Penggunaan Aplikasi Tik-Tok Dalam Menunjang Eksistensi Diri Pada Remaja (Studi Fenomenologi Pada Remaja Griya Besuki Mulya Desa Besuki Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo)*

⁸⁶ Tri Buana, Dwi Maharani. 2020. *PENGGUNAAN APLIKASI TIK TOK (VERSI TERBARU) DAN KREATIVITAS ANAK*. *Jurnal Inovasi*. 14 (1)

Laki-Laki Dan Perempuan)". Dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan metode penelitian dengan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan pengumpulan data berupa angket atau kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa KPI angkatan 20.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan komparatif. Studi Komparatif atau Studi komparasi adalah suatu bentuk penelitian yang membandingkan antara variable-variabel yang saling berhubungan dengan mengemukakan perbedaan-perbedaan ataupun persamaan-persamaan dalam sebuah kebijakan dan lain-lain.

Disini peneliti melakukan perbandingan respon atau tanggapan pada mahasiswa KPI angkatan 20 antara mahasiswa laki-laki dan mahasiswa perempuan. Suharsimi Arikunto (1997: 236) menyebutkan bahwa: "Penelitian komparatif akan menemukan persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan tentang benda, orang, prosedur kerja, ide, kritik terhadap orang, kelompok, terhadap suatu ide atau suatu prosedur kerja". Jadi studi komparatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mem- bandingkan dua variabel atau lebih, untuk mendapatkan jawaban atau fakta apakah ada perbandingan atau tidak dari objek yang sedang diteliti.⁸⁷

Menurut (Sugiyono, 2017) terdapat dua hal utama yang memengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari berbagai cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya (Bungin, 2009). Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah berupa angket atau kuesioner.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan lisan atau tertulis pada responden untuk dijawabnya. Responden dari penelitian ini adalah Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 20 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura.

Hasil Dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

1. Identifikasi Responden

Penelitian ini telah disebarakan kuesioner kepada mahasiswa dan mahasiswi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura. Identifikasi responden yang akan disajikan berikut ini digambarkan berdasarkan jenis kelamin dari mahasiswa angkatan 20 untuk mengetahui bagaimana keadaan responden yang akan diteliti di Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 20. Identifikasi responden akan dinyatakan dalam bentuk tabel berikut ini :

Identifikasi Responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Percent
Perempuan	14	70
Laki-laki	6	30
Total	20	100,0

⁸⁷ Di akses dari <https://dosen.ikipsiliwangi.ac.id/wp-content/uploads/sites/6/2020/04/STUDI-KOMPARATIF-S.2-Terbaru.pdf>

Berdasarkan tabel diatas diketahui dari seluruh jumlah responden yang mengakses dan menggunakan aplikasi TikTok, responden perempuan lebih banyak dari pada laki-laki yaitu sebanyak 16 Mahasiswi (70%) dan responden mahasiswa sebanyak 6 (30%).

2. Identifikasi Jawaban Responden Pada Aplikasi Tiktok

Berikut ini akan ditampilkan beberapa Jawaban para responden terhadap aplikasi tiktok berdasarkan kuesioner yang telah peneliti sebarakan dalam bentuk tabel.

Tabel 1
Tanggapan Responden Tentang Kepemilikan Akun

Pertanyaan	Jawaban Responden	Frequency	Percent
Apakah Anda punya akun Tiktok	Iya	14	70
	Tidak	6	30
	Total	20	100,0

Sumber : Data diolah peneliti

Data tabel ini menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab iya terhadap pernyataan tentang saya memiliki akun di aplikasi Tiktok adalah sebanyak 14 orang (70%), sedangkan jumlah responden yang menjawab tidak tentang pernyataan tentang Saya memiliki akun di aplikasi Tiktok adalah sebanyak 6 orang (30%).

Tabel 2
Tanggapan Responden Tentang Sering Tidaknya Membuka Apk Tiktok

Pertanyaan	Jawaban Responden	Frequency	Percent
Apakah Anda sering membuka aplikasi Tiktok	Iya	12	60
	Tidak	8	40
	Total	20	100,0

Sumber : Data diolah peneliti

Data tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab iya terhadap pernyataan tentang saya sering membuka aplikasi TikTok pada ponsel saya adalah sebanyak 12 orang (60%), sedangkan jumlah responden yang menjawab tidak tentang pernyataan tentang Saya Sering membuka aplikasi TikTok pada ponsel saya adalah sebanyak 8 orang (40%).

Tabel 3
Tanggapan Responden Tentang Memberikan Informasi

Pertanyaan	Jawaban Responden	Frequency	Percent
Apakah video dalam aplikasi Tiktok memberikan informasi	Iya	13	65
	Tidak	7	35
	Total	20	100,0

Sumber : Data diolah peneliti

Data tabel 3 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju terhadap pernyataan tentang video dalam aplikasi TikTok memberikan informasi bagi pengguna adalah sebanyak 13 orang (65%), sedangkan jumlah responden yang menjawab tidak terhadap pernyataan video dalam aplikasi TikTok memberikan informasi bagi pengguna adalah sebanyak 7 orang (35%).

Tabel 4
Tanggapan Responden Tentang Menariknya Musik di Apk Tiktok

Pertanyaan	Jawaban Responden	Frequency	Percent
Apakah musik dalam aplikasi Tiktok sangat menarik	Iya	15	75
	Tidak	5	25
	Total	20	100,0

Sumber : Data diolah peneliti

Data diatas menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab iya terhadap pernyataan tentang Musik didalam aplikasi TikTok sangat menarik adalah sebanyak 15 orang (75%), sedangkan jumlah responden yang menjawab tidak terhadap Musik didalam aplikasi TikTok sangat menarik adalah sebanyak 5 orang (25%).

Tabel 5
Tanggapan Responden Tentang Kecanduan Terhadap Apk Tiktok

Pertanyaan	Jawaban Responden	Frequency	Percent
Setelah mengakses aplikasi Tiktok, Apakah Anda merasa ingin terus mengakses dan melihat-lihat video aplikasi Tiktok	Iya	11	55
	Tidak	9	45
	Total	20	100,0

Sumber : Data diolah peneliti

Data Tabel 5 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab iya terhadap pernyataan tentang setelah mengakses aplikasi TikTok pengguna merasa ingin terus mengakses dan melihat-lihat video didalam aplikasi TikTok adalah sebanyak 11 orang (55%), sedangkan jumlah responden yang menjawab tidak terhadap Setelah mengakses aplikasi TikTok pengguna merasa ingin terus mengakses dan melihat-lihat video didalam aplikasi TikTok adalah sebanyak 9 orang (45%)

B. Pembahasan

Setelah menyebarkan kuesioner kepada 20 responden, lalu mengkaji dan menganalisis data yang didapat. Peneliti mendapatkan hasil penelitian bahwa antusiasme dari mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura dalam Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 20 terhadap penggunaan aplikasi TikTok adalah sangat tinggi, hal ini dibuktikan dari beberapa pernyataan yang telah peneliti analisis sebagaimana tabel-tabel yang telah tercantum sebelumnya.

Dapat kita lihat sendiri, bahwasannya dari pernyataan tabel ke 1, seluruh mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 20 rata-rata memiliki akun dalam aplikasi Tiktok, dari sini saja terdapat sekitar 70% mahasiswa menjawab iya, maka dari itu sudah dapat disimpulkan jika mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran

Islam angkatan 20 mempunyai rasa antusias yang sangat tinggi terhadap penggunaan aplikasi Tiktok tersebut.

Disusul dengan pernyataan tabel ke 2, besarnya intensitas penggunaan aplikasi Tiktok ini pada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 20 adalah sebesar 60%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden cukup aktif dalam mengakses aplikasi TikTok. Kemudian besarnya skala yang menyatakan isi dari konten pada aplikasi Tiktok, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) juga banyak dijawab dengan pernyataan iya yaitu sebesar 65%.

Dilanjutkan dengan tabel-tabel berikutnya dimana semuanya di dominasi oleh jawaban iya. Maka dari itu, berdasarkan dari beberapa pernyataan responden, dapat kita lihat dan simpulkan bahwa rasa antusiasme para mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura dalam Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 20 terhadap penggunaan aplikasi Tiktok tersebut adalah sangat tinggi. Jadi, rasa antusiasme terhadap penggunaan aplikasi Tiktok Antara mahasiswa laki-laki dengan mahasiswa perempuan di Institut Agama Islam Negeri IAIN Madura dalam Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam KPI angkatan 20 itu lebih tinggi Rasa antusias mahasiswa perempuan dibandingkan mahasiswa laki-laki.

Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian ini, peneliti menemukan bahwa antusiasme antara mahasiswa laki-laki dan mahasiswa perempuan di Institut Agama Islam Negeri IAIN Madura dalam Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam KPI angkatan 20 itu lebih tinggi Rasa antusias mahasiswa perempuan dibandingkan dengan rasa antusias mahasiswa laki-laki. Dengan kata lain, mahasiswa perempuan di Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam KPI angkatan 20 itu lebih mendominasi dalam penggunaan aplikasi Tiktok.

Daftar Pustaka

- Rahmayani Mela, Muhamad Ramdhani, Fardiah Oktariani Lubis. 2021. *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa*. Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia. 6 (7)
- Pratiwi Nuning Indah, Achmad Husen. *Penggunaan aplikasi Tik Tok pada remaja di Denpasar saat pandemi*.
- Oktaheriyani Desy, M. Ali Wafa, Shen Shadiqien. Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tiktok (*Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin*)
- Buana Tri, Dwi Maharani. 2020. Penggunaan aplikasi tik tok (versi terbaru) dan kreativitas anak. Jurnal Inovasi. 14 (1)
- Rachmania Novia Dwi, Hery B. Cahyono. Penggunaan Aplikasi Tik-Tok Dalam Menunjang Eksistensi Diri Pada Remaja (*Studi Fenomenologi Pada Remaja Griya Besuki Mulya Desa Besuki Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo*)
<https://amp.kompas.com/tekno/read/2022/01/03/08070077/tiktok-diprediksi-jadi-medsos-ketiga-pada-2022>
<https://dosen.ikipsiliwangi.ac.id/wp-content/uploads/sites/6/2020/04/STUDI-KOMPARATIF-S.2-Terbaru.pdf>