

## Peran dan Fungsi Manajemen Tiktok dalam Pengolahan Media Sosial di Era Digital bagi Generasi Z

Amanda Wulan<sup>1</sup>, Ahmad Sampurna<sup>2</sup>, Widya Husaini Hasibuan<sup>3</sup>,  
Rindra Hauan Fadhali<sup>4</sup>, Irfan Diki Wahyudi<sup>5</sup>, Rahmatan Lil Alamin Hasibuan<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

e-mail: [amandawulanpasaribu@gmail.com](mailto:amandawulanpasaribu@gmail.com)<sup>1</sup>, [ahmadsampurna@uinsu.ac.id](mailto:ahmadsampurna@uinsu.ac.id)<sup>2</sup>,  
[widyahusainihsb@gmail.com](mailto:widyahusainihsb@gmail.com)<sup>3</sup>, [ozanfdhali1188@gmail.com](mailto:ozanfdhali1188@gmail.com)<sup>4</sup>,  
[fandik202304@gmail.com](mailto:fandik202304@gmail.com)<sup>5</sup>, [rahmatanlilalaminhsb@gmail.com](mailto:rahmatanlilalaminhsb@gmail.com)<sup>6</sup>

### Abstrak

Seiring berkembangnya waktu, media sosial juga ikut terus berkembang. Hal tersebut mendorong kita semua untuk terus melakukan perubahan. Tidak hanya dalam kehidupan sehari-hari, namun juga dalam mengikuti perkembangan zaman khususnya media sosial. Saat ini, hampir semua aspek kehidupan berkaitan dengan media sosial. Dengan demikian, media sosial berhasil menempati popularitas tertinggi saat ini. Salah satu media sosial yang saat ini tengah banyak disukai oleh masyarakat, khususnya semenjak adanya pandemi Covid-19 ialah media sosial TikTok. Media sosial ini berhasil mengambil perhatian khalayak luas karena fitur dan kemudahannya untuk menyebarkan suatu informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran dari penggunaan media sosial TikTok khususnya dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

**Kata kunci:** *Media Digital, TikTok, Era Digital, Generasi Z*

### Abstract

As the time developed, social media has also evolved. Therefore, it could encourage us to keep making changes. Not only in the daily life, but also in keeping up with the times development, especially the social media. Nowadays, almost all aspects of life are related to social media. Thus, social media managed to occupy the highest popularity today. One of the social media that is currently being liked by the public, especially since the Covid-19 pandemic, is TikTok social media. This social media has managed to grab the attention of a wide audience because of its features and its ease of disseminating information. This study aims to determine the role of the use of TikTok social media, especially in increasing customer loyalty. This study used qualitative descriptive research method.

**Keywords :** *Digital Media, TikTok, Digital Era, Z Generation*

## PENDAHULUAN

Tik Tok melesat menjadi aplikasi populer di Indonesia maupun dunia pada 2020. TikTok menjadi aplikasi non-gaming yang paling populer selama juni 2020, aplikasi buatan China tersebut menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh selama bulan juni meski telah di larang di berbagai negara seperti India. TikTok bahkan mengalahkan aplikasi Video Conference, Zoom yang marak digunakan selama masa pandemi Covid-19. Laporan dari sensor Tower mencatat TikTok diunduh sebanyak 87 juta kali pada juni 2020. Meningkat 52,7 persen year on year (yoy) dibanding juni 2019. Negara negara yang paling banyak mengunduh aplikasi selama periode ini adalah india sebesar 18,8 persen dari total keseluruhan pengunduhan. Disusul oleh Amerika Serikat sebesar 8,7 persen. Popularitas TikTok juga terasa di Indonesia pada 2020 ini. Indonesia bahkan menjadi negara terbanyak yang mengunduh TikTok pada Agustus 2020.

Menurut Sensor Tower, Indonesia yang menyumbang 11 persen dari total 63,3 juta unduhan TikTok di iOS maupun Android. ( CnnIndonesia, 2020). TikTok adalah salah satu platform media sosial yang perkembangannya paling cepat didunia. TikTok memungkinkan penggunanya untuk membuat video pendek berdurasi 15 detik disertai musik,filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Aplikasi TikTok juga digemari oleh berbagai kalangan di Indonesia, termasuk figur publik. Namun, tidak banyak orang mengetahui asal mula kehadiran TikTok yang menjadi candu ini.

Dapat diketahui dari perkembangan TikTok, dari awal sampai kemunculannya sampai puncak populernya saat ini. Aplikasi tiktok yang kita kenal seperti sekarang awalnya tidak muncul sebagai tiktok. Pada September 2016, perusahaan asal China ByteDance meluncurkan aplikasi video pendek bernama Douyin. Dalam waktu 1 tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap hari. Akibat meroketnya popularitas, Douyin melakukan ekspansi ke luar China dengan nama baru yang lebih eyecatching, yakni TikTok. Misi Tiktok adalah untuk merekam dan menyajikan kreativitas serta moment berharga dari seluruh penjuru dunia melalui ponsel. TikTok memungkinkan setiap orang untuk menjadi kreator dan mendorong pengguna untuk membagikan ekspresi kreatif melalui video berdurasi 15 sampai 10 detik. Adapun yang membuat aplikasi TikTok lebih digemari dibandingkan pesaing lain di karenakan aplikasi hiburan ini memungkinkan bagi pengguna untuk menjadi kreator baru karena kemudahan dan kesederhanaan dalam mengakses menjadi alasan utamanya.

Dari temuan pasar itu, dapat diketahui bahwa penyebab ketertarikan pengguna terhadap aplikasi yang berfokus pada video pendek ini adalah penggunaanya tidak memakan banyak waktu dan pengguna dapat mengidentifikasi konten. Hampir 4 tahun setelah diluncurkan, TikTok mengalami ledakan popularitas. Pada akhir 2019, tercatat terdapat 500 juta pengguna aktif di seluruh dunia. (Kumparan, 2020) Informasi adalah data yang di olah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya, sedangkan data merupakan sumber informasi yang menggambarkan suatu kejadian nyata (Mulyanto 2009:12). Berkembangnya TikTik di indoensia sangat menarik minat karena beragam pilihan konten yang di sajikan oleh para kretor TikTok, sehingga pengguna dapat bebas memilih konten sesuai keinginan. Media penyiaran televisi yang bersifat konvensional pun sekarang harus mempunyai ide kreatif dan inovasi baru agar dapat bersaing dengan media digital,

sedangkan TikTok dapat diakses kapan saja dan dimana saja dengan menggunakan internet atau dengan mudahnya diakses. Dengan semakin pesatnya kemajuan teknologi, maka banyaknya media yang digunakan manusia untuk dijadikan alat berkomunikasi, demikian pula dengan media sosial dapat dengan mudah diakses oleh internet.

Banyak platform maupun aplikasi menyediakan dukungan pembuatan video dan dengan hal menarik pada pengguna smartphone. Pada umumnya fungsi media sosial di antaranya untuk berbagi pesan dengan banyak pengguna di media sosial itu sendiri, yaitu berupa berita (informasi), gambar (foto) dan juga tautan video. Media sosial tidak hanya dapat diakses di perangkat komputer, tetapi dengan adanya aplikasi di smartphone atau telephone pintar, maka semakin mudah masyarakat untuk mengakses media sosial secara mobile sehingga dapat diakses kapanpun dan dimanapun.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian berbasis literatur atau studi pustaka. Metode penelitian studi pustaka merupakan penelitian untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang suatu topik penelitian melalui analisis. Pada metode ini, peneliti akan mengumpulkan segala informasi yang berhubungan dengan topik penelitian, seperti buku, artikel, dan jurnal. Kajian Pustaka berfungsi sebagai alat untuk mengembangkan teori atau konsep yang menjadi landasan dalam penelitian (Wiratno, 2014). Penelitian menggunakan data sekunder, dimana peneliti memanfaatkan buku, jurnal ilmiah, dan artikel dari peneliti terdahulu sebagai bahan rujukan yang sesuai dengan judul yang dibahas seperti: peran dan fungsi manajemen tiktok Pada saat ini, TikTok menjadi media sosial yang paling populer dan banyak digunakan oleh banyak orang. TikTok adalah media sosial untuk mengekspresikan diri dengan memperkenankan pengguna membuat video musik berdurasi singkat dengan menyertakan filter dan fitur-fitur kreatif. TikTok dapat dimanfaatkan untuk media promosi, serta dapat juga dimanfaatkan untuk media pembelajaran.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Peran dan Fungsi Manajemen Tiktok Dalam Pengolahan Media Sosial Di Era Digital Bagi Generasi Z**

Diera digital seperti ini pengaruh media sosial di tengah masyarakat sangat berkembang dengan pesat. Media sosial banyak digunakan oleh masyarakat untuk berbisnis online, situs berita serta untuk mengeksplorasi kreatifitas seseorang. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi pada tahun 2021 ini khususnya di Indonesia membawa sebuah perubahan dimana dengan lahirnya sosial media yang mengalami perkembangan yang bisa dibilang sangat pesat hingga menjadi budaya populer di Indonesia. Media sosial yang sedang terkenal di era sekarang adalah media sosial Tiktok. Tiktok merupakan media baru yang dibuat pada tahun 2016 oleh perusahaan ByteDance asal China yang awalnya memberi wadah bagi para pengguna untuk dapat berekspresi dan mengasah bakat melalui konten video, seperti menari dan lipsinc, sekarang di tahun 2021 Tiktok menghadirkan konten video yang bermanfaat, menginspirasi, serta memotivasi.

Aplikasi Tik Tok ini juga merupakan aplikasi yang dapat melihat berbagai video-video pendek lainnya dengan berbagai ekspresi masing-masing penggunanya, seperti ekspresi

senang, sedih, dan berbagai video tentang agama, studi, kesehatan dan lain sebagainya. Aplikasi ini juga dapat digunakan pengguna untuk meniru video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik, bermacam-macam tutorial baik itu masak, make up dan lain-lain. Penggunaan aplikasi Tik Tok telah menjadi rutinitas kaum muda saat ini. Melalui aplikasi Tik Tok tersebut mereka mampu mengembangkan bakatnya seperti mengupload kreativitas, aktivitas dan menonton video dari aplikasi tersebut. Pengguna aplikasi Tik Tok juga dapat menggunakan Tik Tok sebagai media sosial untuk sharing sesuatu seperti foto, video, dan lain-lain. Dari aplikasi Tik Tok ini, mereka penggunaannya terutama kaum muda dapat mengasah kreativitas dalam dunia editing video ataupun foto. Dalam membuat konten yang menarik, keahlian kreativitas dan inovasi diperlukan dengan mempelajari dan mengembangkan keterampilan. Hal ini dapat meningkatkan berbagai keterampilan dan inovasi. Peralpnya, melalui aplikasi Tiktok orang mulai nyaman menunjukkan bakat atau kemampuan yang dituangkan dalam konten Tiktok.

Selain itu di aplikasi yang satu ini memiliki fitur yang bisa menampilkan bakat mereka mulai dari bernyanyi, menari bahkan juga bernuangsa religius seperti dakwah, membaca doa dan masih banyak lainnya. Semakin kreatif video yang mereka unggah maka semakin banyak pula like yang di dapat dan semakin banyak followers . Tik Tok merupakan salah satu jaringan media sosial yang paling banyak diminati oleh berbagai kalangan, tersedianya banyak konten video yang beraneka ragam banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Bagi pelajar media sosial ini dimanfaatkan untuk mencari ragam informasi pembelajaran serta meningkatkan minat dan motivasi belajar. Sedangkan untuk masyarakat sering dimanfaatkan untuk mencari sebuah berita dan banyak creator yang membuat konten yang berisikan ragam budaya Indonesia yang bertujuan untuk memperkenalkan keanekaragaman budaya yang dimiliki oleh Indonesia ke seluruh dunia. Sebagai tempat untuk anak-anak remaja dalam belajar menari dan lain-lain yang berhubungan dengan pelajaran, yang bisa ditonton berulang-ulang. Aplikasi ini kerap digunakan untuk mencoba berbisnis online, banyak barang yang dijual dan dipasarkan melalui video dan foto terkait produk.

Tik Tok menjadi media sosial yang memiliki keunikannya tersendiri, seperti menjawab tantangan yang sedang viral hingga sebagai sarana komunikasi yang menyenangkan, termasuk informasi serius. Tak perlu harus pergi ke tempat-tempat seru dan menarik, mencari hiburan cukup dengan bermain Tik Tok di lingkungan sekitar. Melakukan gerakan-gerakan khas sekian detik dengan iringan musik ceria sambil tertawa terbatak memang memberikan hiburan tersendiri bagi penggunaanya, termasuk generasi Z. Hal ini menjadi masif karena masyarakat secara terus menerus menggunakan Aplikasi Tik Tok sehingga memicu timbulnya budaya populer. Selanjutnya, sebagai ajang eksistensi. Pencarian popularitas inilah yang bisa membuat banyak remaja terpacu untuk mendapatkan jumlah tayang video, karena jumlah tayang video tentu menjadi standar popularitas dalam komunitas Tik Tok.

Semakin banyak jumlah tayang video dan tanda suka, maka secara tidak langsung sudah dapat menggambarkan kepada publik bahwasanya pemilik akun adalah seseorang yang populer. Prioritas untuk mendapatkan popularitas inilah yang menimbulkan sisi positif dan negatif yang dapat menimpa mahasiswa. Proses pembuatan konten yang hanya mempertimbangkan jumlah tayang dan tanda suka bisa saja tidak mempertimbangkan aspek

norma dan etika yang dapat menjerumuskan mahasiswa pada pembuatan konten-konten yang tidak berkualitas dan cenderung mengarah pada konten yang tidak baik. Jenis-jenis Konten Tik Tok yang sering dilihat oleh Generasi Z Tik Tok merupakan aplikasi berbasis audio visual berupa video musik. Aplikasi dan jejaring sosial Tik Tok berasal dari Tiongkok yang merupakan besutan ByteDance yang kini menjadi aplikasi paling banyak diunduh di dunia, (Nurhalimah, 2019). Aplikasi Tik Tok menyediakan layanan yang memungkinkan penggunaannya membuat video pendek yang disertai dengan lagu, membuat video lipsync lalu mengunggahnya. Bisa juga, pengguna sekedar menggunakan aplikasi ini. Content menurut Gahrn adalah apa yang harus disampaikan, bisa saja melalui: teks, gambar, suara, video, kata-kata yang diucapkan, matematika, bahasa simbol, kode Morse, musik, bahasa tubuh, dan sebagainya. (Baumanns, 2021). Sesuai dengan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa UPN Kediri, Akhir-akhir ini platform media sosial Tik Tok ini banyak terinstal di ponsel masyarakat.

Pengguna Tik Tok didominasi oleh para milenial dan remaja, bahkan bisa dikatakan Tik Tok saat ini lebih populer dibanding media sosial lainnya. Jenis konten yang mereka sering lihat adalah mengenai Tips dan Trik juga Video Sketsa. Konten berbagai jenis tips dalam kehidupan adalah salah satu konten yang banyak disukai pengguna Tik Tok. Seperti konten tips melamar pekerjaan, tips investasi, tips belajar dan tips pengetahuan umum lainnya. Konten tips dan trik atau tutorial ini paling banyak ditonton karena bisa memberikan pembelajaran baru yang menarik yang akhirnya bisa diterapkan oleh Generasi Z sesuai dengan kebutuhannya. Kemudian, konten video sketsa juga paling banyak ditonton oleh Gen Z di Tik Tok. Video sketsa adalah ringkasan visual rangkaian film, yang diuraikan menjadi bingkai atau panel terpisah. Video sketsa ini genrenya juga bermacam-macam mulai dari horror, komedi, romantic, dan sebagainya. Paling sering ditemui adalah video sketsa komedi. Banyak Generasi Z yang menonton jenis konten ini sebab, mereka dikala jenuh dan membuka gadget ingin mendapatkan hiburan yang menarik. Dengan adanya jenis konten tersebut di Tik Tok, alhasil banyak yang menyukai dan menontonnya, salah satunya yakni para Generasi Z. Pemanfaatan aplikasi Tik Tok bagi Media Edukasi pada Generasi Z. Aplikasi Tik Tok dapat membuat si pengguna dikenal atau terkenal. Dikenal atau terkenal karena video-video yang mereka buat, ada video yang terkenal karena kreativitasnya, ada juga yang terkenal karena videonya yang lucu, ada juga yang terkenal karena keunikan video yang dibuat.

Semua sesuai pandangan dari setiap penonton atau pengguna lain. Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok bagi Media Edukasi pada Generasi Z adalah sebagai media mendapatkan ilmu atau materi pembelajaran baru. Hal ini dikarenakan pembelajaran menggunakan sosial media nyatanya sudah marak diterapkan oleh guru-guru saat pembelajaran jarak jauh. Hasil penelitian Anisa menyebutkan bahwa media digital yang dikembangkan yaitu video Tik Tok layak digunakan sebagai media digital yang dapat dipilih guru dalam mata pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial (Anisa et al., 2022). Rupanya unsur fun dan jangkauannya yang luas membuat banyak guru menjadikannya sebagai salah satu bentuk media pembelajaran baru salah satunya yakni Tik Tok. Kelebihan lainnya dari Tik Tok sebagai media pembelajaran yang menyenangkan adalah generasi Z tidak merasa sedang diceramahi. Mereka juga dapat mengulang-ulang materi sampai mereka benar-benar paham. Hasil kajian menunjukkan

bahwa penggunaan media sosial Tik Tok sebagai media pembelajaran dapat meningkatkan keaktifan dan kreativitas dari peserta didik dalam proses pembelajaran daring. Peserta didik dapat secara bebas menuangkan kreativitasnya melalui Tik Tok dengan berbagai fitur yang beragam, sehingga menjadikan Tik Tok sebagai media pembelajaran efektif dalam menciptakan pembelajaran daring yang interaktif.

Bisa dikatakan bahwa manajemen konten merupakan elemen penting dalam pelaksanaan pembelajaran. Konten berperan sebagai media inti dari kegiatan proses belajar mengajar. Konten yang baik mampu mengkombinasikan pengetahuan explicit dan tacit dalam proses pembelajaran sebaik dari pembelajaran konvensional. Pengetahuan explicit merupakan pengetahuan yang dapat diringkas dalam bentuk dokumentasi sehingga mudah dipahami dan disebarluaskan. Dalam pembelajaran peserta didik memerlukan berbagai media digital, namun dari berbagai media digital yang ada video pembelajaran merupakan media yang paling diminati.

Dengan menggunakan metode Design Based Research (DBR) dikembangkanlah media video Tik Tok berdasarkan dari analisis ketertarikan media digital (Anisa et al., 2022). Peneliti mendapatkan bahwa media sosial Tik Tok merupakan platform yang menjanjikan dalam penyebaran Islam di masa globalisasi saat ini, dibuktikan dengan mayoritas tanggapan pada postingan dakwah mendapatkan banyak reaksi positif dibanding negatif. Hal tersebut sebab memperhatikan kaidah-kaidah Islam serta didesain dengan semenarik mungkin tanpa mengandung unsur yang menyimpang (Palupi et al., 2021). Selanjutnya yakni dimanfaatkan guna menyebarkan konten edukatif kepada pengguna lainnya. Sebagai pelajar, gen Z juga ingin membagikan ilmu yang ia peroleh di dalam lembaga pendidikan untuk disalurkan ke masyarakat luas. Dengan adanya Tik Tok ini memudahkan mereka guna memanfaatkan platform tersebut guna menyebarluaskan materi yang sudah pernah ia dapat dan pelajari untuk bisa bermanfaat juga bagi orang lain, dalam hal ini adalah pengguna Tik Tok.

## **SIMPULAN**

Aplikasi Tik Tok ini juga merupakan aplikasi yang dapat melihat berbagai video-video pendek lainnya dengan berbagai ekspresi masing-masing penggunanya, seperti ekspresi senang, sedih, dan berbagai video tentang agama, studi, kesehatan dan lain sebagainya. Aplikasi ini juga dapat digunakan pengguna untuk meniru video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik, bermacam-macam tutorial baik itu masak, make up dan lain-lain. Penggunaan aplikasi Tik Tok telah menjadi rutinitas kaum muda saat ini. Melalui aplikasi Tik Tok tersebut mereka mampu mengembangkan bakatnya seperti mengupload kreativitas, aktivitas dan menonton video dari aplikasi tersebut. Pengguna aplikasi Tik Tok juga dapat menggunakan Tik Tok sebagai media sosial untuk sharing sesuatu seperti foto, video, dan lain-lain. Dari aplikasi Tik Tok ini, mereka penggunanya terutama kaum muda dapat mengasah kreativitas dalam dunia editing video ataupun foto. Dalam membuat konten yang menarik, keahlian kreativitas dan inovasi diperlukan dengan mempelajari dan mengembangkan keterampilan. Hal ini dapat meningkatkan berbagai keterampilan dan inovasi. Pasalnya, melalui aplikasi Tiktok orang mulai nyaman menunjukkan bakat atau kemampuan yang dituangkan dalam konten Tiktok.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Denis. 2011. Teori Komunikasi masa Mcquail. Jakarta : Salemba Humanika.
- Kriyantono, R. 2012. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana McQuail,
- Morrisan, 2011. Manajemen Media Penyiaran. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Mulyanto, Agus.2009. Sistem Informan Konsep dan Aplikasi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Nasrullah, Rully. 2015. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosisotekhnologi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir 2011. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nurudin. 2018. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaludin. 2013. Psikologi komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Rustan Ahmad Sultra dan Nurhakki Hakki. 2017. Pengantar Komunikasi Massa. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Suprpto, Tommy. 2011. Pengantar Ilmu Komunikasi. Yogyakarta : CAPS
- Surtanto. 2015. Pengantar ilmu Komunikasi. Bandung : Cv Pustaka setia