

PENGARUH APLIKASI TIKTOK TERHADAP EKSPRESI KOMUNIKASI VERBAL DAN NONVERBAL MAHASISWA FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Farica Salsabila Putri Agustina

Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang
e-mail: faricasalsabila@student.ub.ac.id

Abstract

In the current era, TikTok is the social media that is ranked first in terms of the most widely used by the public, especially students. TikTok began to gain attention during the pandemic, replacing Musical.ly, which is a social media created as a facility for communicating, exchanging information and distributing content between users online. The development of social media has changed the way humans communicate both in virtual networks and in person. This research aims to describe the influence of the expression of using TikTok social media in the scope of verbal and nonverbal communication on FIA UB students in 2024. The research method used is a qualitative method with interviews to make research easier. The instruments used were questions regarding FIA UB students' views on the TikTok application and the influence of TikTok on daily interpersonal communication. The results of the research show that there is a continuous expression and influence due to the use of the TikTok application on the interpersonal communication of FIA UB students.

Keywords: Verbal Communication, Nonverbal Communication, TikTok, Interpersonal Communication, Social Media

Abstrak

Pada era sekarang, TikTok menjadi media sosial yang menduduki peringkat pertama dalam hal paling banyak digunakan masyarakat, terkhusus mahasiswa. TikTok mulai dilirik pada masa pandemi menggantikan Musical.ly, yang mana merupakan media sosial yang dibuat sebagai fasilitas berkomunikasi, pertukaran informasi, dan persebaran konten antar pengguna secara online. Perkembangan media sosial telah merubah cara manusia berkomunikasi baik dalam jejaring ruang virtual maupun secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh ekspresi penggunaan media sosial TikTok dalam lingkup berkomunikasi verbal dan nonverbal pada mahasiswa FIA UB tahun 2024. Metode penelitian yang diambil adalah metode kualitatif dengan wawancara untuk dapat mempermudah penelitian. Instrumen yang digunakan berupa pertanyaan seputar pandangan mahasiswa FIA UB terhadap aplikasi TikTok dan pengaruh TikTok terhadap komunikasi interpersonal sehari-hari. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat ekspresi dan pengaruh yang berkelanjutan akibat penggunaan aplikasi TikTok pada komunikasi interpersonal mahasiswa FIA UB.

Kata Kunci: Komunikasi Verbal, Komunikasi Nonverbal, TikTok, Komunikasi Interpersonal, Sosial Media

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan situs web atau platform digital yang dipergunakan untuk bertukar informasi, berbagi konten antara pengguna *online*. Media sosial memiliki berbagai jenis platform diantaranya forum *online*, situs berbagi, dan jejaring sosial. Tujuan dari adanya media sosial ini adalah sebagai tempat bagi para penggunanya untuk bisa saling mengenal, berkomunikasi, berpartisipasi dalam interaksi *online*. Dalam pengoperasiannya, pengguna bisa membuat, mengedit, serta menyebarkan postingan atau konten mereka. Dalam perkembangannya, media sosial telah merubah perilaku masyarakat dalam berkomunikasi, baik komunikasi verbal dan nonverbal.

Platform media sosial menggunakan teknologi yang membuat pengguna dapat berinteraksi dengan cara menyukai postingan, komentar, dan berbagai cara lainnya. Beberapa media sosial yang paling banyak digunakan saat ini adalah TikTok, Twitter, Instagram, WhatsApp, dan Line. Munculnya beberapa media sosial ini menjadi tanda bahwa era digital semakin meluas dan merajai. Di era teknologi yang semakin maju ini, khususnya mahasiswa tentu semakin paham dan mengenal teknologi serta menggunakannya dengan tujuan mengakses informasi, menjalin relasi atau hubungan, dan juga sebatas untuk memperoleh hiburan.

Dalam era digital ini, cara mengekspresikan diri juga meluas menjadi ke dalam ranah virtual, dan media sosial seperti Tiktok memberikan tempat atau wadah sebagai alat ekspresi dalam bertindak maupun berpikir dan berkreasi. TikTok dapat disebut juga sebagai platform sosial berupa video pendek disertai musik. TikTok dapat membuat individu menjadi seorang konten kreator, pembuat konten, dengan fitur video dan musik. Konten kreator adalah seorang atau kelompok orang yang aktif membuat, memproduksi, dan mendistribusi video pada platform-platform seperti media sosial, seperti TikTok dan YouTube. Mereka memiliki keterampilan atau minat yang dituangkan dalam konten atau karya kreatif. Pada ranah konten kreator terdapat berbagai genre, seperti ulasan produk, seni, hiburan, hingga pendidikan. Para konten kreator ini bisa disebut *influencer* apabila mempunyai banyak *follower* yang dapat memunculkan respon dari para *follower* akibat menonton konten dari *influencer*. Ini menunjukkan bahwa komunikasi adalah suatu aksi dan reaksi, baik itu verbal dan nonverbal yang digunakan untuk mempengaruhi orang lain yang menonton dan merangsang orang tersebut untuk memberikan respon dengan cara tertentu.

TikTok merupakan salah satu media sosial yang memiliki pertumbuhan tercepat di era pasca-pandemi. TikTok sendiri memberikan kebebasan berkreaitivitas pada penggunanya dengan membuat video berdurasi 15 detik, 60 detik, hingga 10 menit. TikTok diluncurkan pada bulan September 2016 oleh Zhang Yiming. Kemudian berkembang pesat di dunia internasional mulai tahun 2018 hingga melampaui empat aplikasi besar, yaitu Facebook, Instagram, Snapchat, dan YouTube di AS. Aplikasi ini meraih popularitas yang begitu signifikan di kalangan remaja, kalangan muda dewasa,

dan menjadi sumber tren viral yang mempunyai persebaran yang cepat. Pengguna dapat membuat konten yang umumnya berisi *lip-sync*, tarian, tutorial, hingga komedi. Pada pasar Tiongkok, TikTok dikenal dengan nama Douyin yang memiliki arti video pendek vibrato. Aplikasi TikTok telah tersedia baik di Google Play Store dan App Store.

Karena kepopuleran yang dihasilkan TikTok, para pelajar terkhususnya mahasiswa yang menjadi konten kreator maupun *follower* dari seorang influencer tentunya akan berinteraksi atau berkomunikasi lewat aplikasi TikTok. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara penggunaan aplikasi TikTok terhadap ekspresi komunikasi verbal dan nonverbal pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi di Universitas Brawijaya Malang dan seberapa besar pengaruh aplikasi TikTok terhadap ekspresi komunikasi verbal dan nonverbal Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi di Universitas Brawijaya Malang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan wawancara, peneliti akan mengumpulkan informasi maupun menanyakan informasi seputar perspektif dan pengalaman dalam menggunakan aplikasi TikTok kepada narasumber. Metode ini dilakukan dengan melibatkan percakapan langsung antara peneliti dan informan. Dalam penelitian ini wawancara yang digunakan memakai teknik komunikasi untuk menggali data yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

NARASUMBER	PENDAPAT
Felisa Zaliani Putri (Pariwisata, 2024)	Aplikasi TikTok dapat digunakan sebagai media ekspresi untuk dapat berkreasi. Pada <i>for your page</i> (fyp) atau halaman untuk anda, terdapat beberapa video yang mungkin sama di beberapa mahasiswa. Video tersebut dapat berupa <i>dance cover</i> atau <i>challenge</i> yang dapat diikuti oleh beberapa orang. Dalam beberapa video yang lain juga terdapat banyak bahasa slang dan terkadang terbawa dalam komunikasi sehari-hari mahasiswa.
Mutiara Riskyta Putri (Administrasi Publik, 2024)	Pengaruh dari aplikasi TikTok dapat dipengaruhi dari perspektif individu mahasiswa. Sisi baiknya mahasiswa dapat meningkatkan kreativitas dan menambah pengetahuan baru atau <i>skill</i> mahasiswa hingga sekedar sebagai hiburan, contohnya mengekspresikan emosi dengan filter wajah yang berlebihan. Sisi negatifnya adalah apabila terdapat video atau konten yang direspon atau diserap, seperti kemungkinan adanya bahasa slang yang agak tidak pantas.
Fatathun Muta'adibah Citra	Pada lingkup mahasiswa, ada yang sangat memperhatikan tren dari aplikasi TikTok, sehingga ketika terdapat <i>dance</i> atau

Nurfadilla (Perpajakan, 2024)	<i>challenge</i> dan slang-slang baru akan langsung diterapkan mahasiswa dalam komunikasinya. Mahasiswa juga terkadang menggerak-gerakan tangan atau tubuh mereka dalam gerakan yang sering muncul di TikTok.
-------------------------------------	---

Terdapat beberapa kesamaan antara jawaban dari narasumber satu dengan narasumber lain mengenai aplikasi TikTok. Ada berbagai jenis video yang diunggah di aplikasi ini, salah satunya adalah sebagai penambah pengetahuan ataupun informasi yang mana dapat menambah *skill* atau kemampuan. Informasi ini dapat berupa kreativitas maupun ide-ide baru yang disebarluaskan melalui video.

Selain sebagai penambah pengetahuan dan informasi, TikTok juga dapat menjadi sarana atau media mengekspresikan kreativitas dan pemikirannya, seperti membuat video mengenai berita terbaru ataupun tren terbaru yang memicu rasa keingintahuan bagi para pendengar dan pembacanya.

Manfaat lain yang dapat kita dapatkan yaitu sebagai media hiburan, baik itu dengan kita melihat video dan juga dengan membuat video untuk menghilangkan rasa bosan maupun rasa letih pikiran.

Namun, dari berbagai manfaat baik atau sisi positif yang didapat, aplikasi TikTok juga terdapat video yang perlu difilter ataupun video yang tidak layak untuk ditonton dan disebarluaskan.

Kesimpulan dari berbagai respon narasumber yang diwawancarai adalah aplikasi ini dapat mendatangkan manfaat yang tidak hanya hiburan, tetapi dapat juga sebagai sumber pengetahuan, informasi, dan peningkatan kreativitas. Namun, perlu diperhatikan mengenai video yang tidak layak ditonton, sehingga perlu bagi mahasiswa untuk memfilter atau menyesuaikan video yang ditonton.

Ekspresi mahasiswa FIA UB tahun 2024 dalam komunikasi verbal dan non verbal akibat penggunaan TikTok terlihat jelas dalam keseharian. Menurut beberapa hasil narasumber, menunjukkan bahwa mayoritas pengguna TikTok pada kalangan mahasiswa FIA UB tahun 2024 menggunakan sebagai ajang ekspresi diri dengan aplikasi TikTok sebagai media yang mendukung.

Pengaruh lain yang dirasakan oleh mahasiswa FIA UB tahun 2024 adalah ekspresi gerakan tubuh yang cenderung disebut *muscle memory* atau memori otot, yang apabila mereka mendengar suatu lagu yang mengingatkan pada salah satu *dance* TikTok, mereka akan secara sadar atau tidak sadar menarikan gerakan tangan atau tubuh dari lagu tersebut.

Perbedaan pengaruh ekspresi tersebut dapat juga mencerminkan bagaimana mereka mengakses aplikasi TikTok, seperti lebih kepada hiburan, pengetahuan, maupun mengembangkan diri mereka menuju influencer ataupun selebriti TikTok.

KESIMPULAN

Terdapat ekspresi maupun pengaruh yang berkelanjutan dari penggunaan aplikasi TikTok pada mahasiswa FIA UB 2024. Ekspresi dan pengaruh yang dihasilkan dapat berupa positif dan negatif tergantung dari bagaimana masing-masing individu menggunakan atau mengonsumsi aplikasi TikTok tersebut.

Pada pengaruh positif terdapat bahwa aplikasi TikTok digunakan sebagai media penyaluran kreativitas, penambah pengetahuan ataupun memperdalam skill, penambah informasi, hiburan, penemuan jati diri, sampai menjadi influencer. Sedangkan, pada pengaruh negatifnya mungkin terdapat banyak video yang kurang edukatif ataupun dapat menjerumuskan pengguna ke arah yang tidak baik dan tidak etis. Sehingga perlu diingat bahwa mahasiswa harus dapat memilah mana video yang layak ditonton dan tidak layak ditonton, karena mahasiswa merupakan pilar negara pada masa yang akan mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariasih, M. P., & Putra, I. P. D. S. S. (2022). Analisis Pengaruh Marketing Influencer Tiktok Terhadap Keinginan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tiktok. *Jurnal Sutasoma*, 1(1), 22-27.
- Erizal, N. (2021). The influence of tiktok applications on the consumption behavior of adolescents in online shopping. *International Journal of Cultural and Social Science*, 2(1), 39-43.
- Pratama, S., & Muchlis, M. (2020). Pengaruh aplikasi tik tok terhadap ekspresi komunikasi mahasiswa universitas islam negeri (uin) sunan ampel surabaya tahun 2020. *INCARE, International Journal of Educational Resources*, 1 (2), 102-115.
- Sari, O. V., & Abidin, S. (2024). KONSTRUKSI BENTUK-BENTUK KOMUNIKASI DAN IDENTITAS DIRI KONTEN KREATOR PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM DUNIA VIRTUAL. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(2).
- Yohana Noni Bulele, T. W. (2020). Analisis fenomena sosial media dan kaum milenial: studi kasus tiktok. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology* (Vol. 1, No. 1, pp. 565-572).