

III

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI SUMBER INFORMASI GEN Z DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI

Putri Aprillia Syavira¹, RR Roosita Cindrakasih², Sultan Himawan³

^{1,2,3} Universitas Bina Sarana Informatika
aprlsyvr25@gmail.com

Article history

Submitted: 2025/10/19; Revised: 2025/10/20; Accepted: 2025/10/23

Abstract

This research is motivated by the phenomenon of the increasing use of TikTok as a source of information among Gen Z students, especially Communication Science students. In today's digital era, information consumption patterns have changed significantly; the younger generation tends to choose fast, concise, and interactive platforms such as TikTok. Through the Uses and Gratification theory, this study explains that students are not only passive recipients, but actively select, sort, and interpret content that suits their needs, both for entertainment and educational purposes. With a descriptive qualitative approach and in-depth interview and observation methods, researchers found that TikTok is used as an alternative media in finding light but meaningful information, especially related to social issues, academics, and public communication trends. Communication Science students show a selective attitude and are quite critical in assessing the accuracy and relevance of the content consumed. The results of this study indicate that TikTok is not only an entertainment media, but also a digital learning space that can encourage media literacy if utilized wisely. The contribution of this research is to provide a real picture of the dynamics of Gen Z information consumption, as well as a reference for educational institutions and policy makers to better understand the mindset of the younger generation in the era of fast-paced digital information.

Keywords

Tiktok, Generation Z, Information Sources, Uses and Gratification



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan inti dari interaksi sosial manusia yang memungkinkan pertukaran pesan, ide, dan informasi antara individu maupun kelompok. Dalam era digital, pola komunikasi manusia mengalami perubahan signifikan akibat perkembangan teknologi informasi dan media sosial. Salah satu fenomena komunikasi kontemporer yang menarik perhatian adalah munculnya media sosial *TikTok* sebagai ruang digital yang tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi yang penting bagi generasi muda, khususnya Generasi Z. Dalam konteks mahasiswa Ilmu Komunikasi, *TikTok* menjadi wadah baru untuk memperoleh,

menafsirkan, dan menyebarkan informasi dengan cepat, visual, dan interaktif. Platform ini menghadirkan bentuk komunikasi baru yang melampaui batas ruang dan waktu, di mana setiap pengguna dapat menjadi produsen sekaligus konsumen informasi.

Seiring meningkatnya penetrasi internet di Indonesia, penggunaan *TikTok* menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, sebanyak 34,36% pengguna media sosial di Indonesia paling sering mengakses *TikTok*, menjadikannya salah satu platform digital paling populer di kalangan masyarakat (APJII, 2024). Peningkatan ini tidak hanya menunjukkan minat terhadap hiburan digital, tetapi juga perubahan dalam cara individu, terutama mahasiswa, memperoleh dan mengonsumsi informasi. Menurut Priyono dan Dian Permata Sari (2023), *TikTok* berkembang menjadi pesaing kuat media sosial lain karena kemampuannya memenuhi kebutuhan ekspresi diri dan hiburan digital masyarakat. Lebih jauh, Bur dkk. (2023) menegaskan bahwa *TikTok* kini berfungsi sebagai sarana edukatif dan informatif, di mana Gen Z menggunakan platform ini untuk memperoleh informasi secara cepat dan menarik.

Fenomena ini menunjukkan pergeseran preferensi konsumsi media, di mana generasi muda lebih memilih informasi yang disajikan secara singkat, visual, dan komunikatif. Mahasiswa Ilmu Komunikasi, sebagai bagian dari Gen Z yang memiliki latar belakang akademik dalam bidang media, memanfaatkan *TikTok* tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai referensi informasi dalam aktivitas akademik maupun sosial. Namun demikian, kemudahan akses dan kecepatan penyebaran informasi di *TikTok* juga menghadirkan tantangan serius, yaitu terkait dengan validitas dan kredibilitas informasi. Realita dan Setiadi (2022) menyatakan bahwa penyebaran berita di media sosial sering kali dipengaruhi oleh popularitas dan algoritma, bukan oleh kredibilitas sumber. Oleh karena itu, kemampuan literasi media dan berpikir kritis menjadi aspek penting yang harus dimiliki mahasiswa agar dapat menyaring dan menilai informasi secara bijak.

Dalam perspektif teori *Uses and Gratification* (UGT), pengguna media secara aktif memilih dan menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka, baik hiburan, informasi, maupun interaksi sosial. Teori ini relevan untuk menjelaskan bagaimana Gen Z menggunakan *TikTok* secara sadar untuk mencari informasi yang sesuai dengan minat dan kebutuhan pribadi mereka. Tidak seperti media tradisional yang cenderung bersifat satu arah, *TikTok* memungkinkan interaksi dua arah yang dinamis melalui fitur komentar, *live streaming*, dan *duet video*. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga berperan aktif dalam memproduksi dan membagikan informasi yang mereka anggap relevan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *TikTok* semakin diandalkan oleh Gen Z sebagai sumber informasi alternatif. Studi oleh Andi Baso Akbar, Ashar Hasyim, dan Asmurti (2024) meneliti pemanfaatan *TikTok* sebagai sumber informasi di Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara dan menemukan bahwa algoritma platform ini memengaruhi jenis konten yang dikonsumsi mahasiswa. Namun, penelitian tersebut masih terbatas pada satu institusi, sehingga belum mencerminkan keberagaman perilaku mahasiswa di berbagai perguruan tinggi. Selanjutnya, penelitian oleh Ramdani Bur, Fitria Ayuningtyas, dan Munadhil Abdul Muqsih (2023) mengungkapkan bahwa *TikTok* menjadi media informasi baru yang populer di kalangan Gen Z, namun tidak secara spesifik membahas kelompok mahasiswa Ilmu Komunikasi. Studi oleh Nurin Salma Ramdani, Angga Hadiapurwa, dan Hafsa Nugraha (2021) menyoroti potensi *TikTok* sebagai media pembelajaran daring, tetapi konteksnya berbeda dengan penggunaan *TikTok* sebagai sumber informasi informal. Sementara itu, penelitian Haikal Ibnu Hakim dkk. (2024) lebih berfokus pada penggunaan *Instagram*, dan Wilda Okta Dwina Deti serta Muhammad Alfikri Matondang (2024) meneliti perbandingan preferensi Gen Z terhadap sumber berita tradisional dan modern tanpa menyoroti *TikTok* secara khusus.

Kesenjangan penelitian (research gap) tampak jelas dari studi-studi terdahulu tersebut. Sebagian besar penelitian hanya membahas *TikTok* sebagai media hiburan atau pembelajaran daring, tanpa melihat bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai kelompok yang memahami dinamika media digital secara kritis memanfaatkan *TikTok* sebagai sumber informasi. Selain itu, belum banyak penelitian yang menelaah bagaimana mahasiswa dari disiplin ilmu komunikasi menilai validitas dan relevansi informasi yang mereka peroleh dari *TikTok*. Padahal, kelompok ini memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumsi informasi masyarakat di masa depan. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan menelusuri secara mendalam dinamika pemanfaatan *TikTok* sebagai sumber informasi oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi dari perspektif teori *Uses and Gratification*.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi dari Generasi Z memanfaatkan *TikTok* sebagai sumber informasi dalam kehidupan akademik dan sosial mereka. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis bagaimana mereka menilai keakuratan dan relevansi informasi yang diperoleh, serta memahami peran literasi media dalam proses seleksi dan interpretasi konten di *TikTok*. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan kajian komunikasi digital dan memberikan manfaat praktis bagi dunia pendidikan serta pengelola media sosial dalam memahami pola konsumsi informasi Gen Z di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi dari Generasi Z memanfaatkan TikTok sebagai sumber informasi dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali makna, pengalaman, dan pandangan mahasiswa terhadap fenomena penggunaan TikTok tanpa membatasi data pada angka-angka atau statistik. Penelitian dilakukan dalam konteks alami, di mana peneliti mengeksplorasi fenomena sebagaimana adanya di lingkungan mahasiswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Melalui metode ini, peneliti dapat menangkap perspektif mahasiswa secara utuh dan kontekstual terkait alasan, cara, serta pengalaman mereka dalam menggunakan TikTok sebagai sumber informasi. Pendekatan ini bersifat induktif, artinya peneliti membangun pemahaman berdasarkan temuan di lapangan melalui pengamatan perilaku mahasiswa, pengelompokan data, dan identifikasi tema yang muncul.

Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk memberikan gambaran yang rinci dan sistematis tentang fenomena penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa, tanpa berfokus pada pengujian hipotesis, melainkan pada penggambaran realitas sosial sebagaimana adanya. Peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara tematik dan induktif melalui proses reduksi, kategorisasi, serta interpretasi untuk menemukan pola dan makna dari informasi yang diperoleh. Keunggulan metode ini terletak pada kemampuannya menangkap konteks sosial dan budaya yang membentuk pengalaman mahasiswa, sehingga mampu mengungkap pola konsumsi informasi, preferensi, dan motivasi Generasi Z dalam memanfaatkan media sosial. Secara keseluruhan, metode kualitatif deskriptif memberikan kontribusi penting dalam menghasilkan gambaran yang realistis dan bermakna tentang cara mahasiswa Ilmu Komunikasi memanfaatkan TikTok sebagai sumber informasi, serta faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi informasi mereka di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa, diketahui bahwa banyak dari mereka menggunakan TikTok bukan hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi. Informasi yang mereka cari cukup beragam, mulai dari tips

kuliah, berita terbaru, sampai isu-isu sosial yang sedang viral.

Mereka merasa TikTok bisa menyampaikan informasi dengan cara yang cepat dan mudah dipahami.

Selain itu, sebagian besar mahasiswa juga mengatakan bahwa mereka lebih tertarik dengan konten yang dikemas secara ringan dan kreatif, seperti video pendek yang menggunakan musik atau narasi lucu. Hal ini membuat mereka lebih mudah menyerap isi kontennya dibandingkan membaca artikel panjang. Namun begitu, mereka juga sadar bahwa tidak semua informasi di TikTok itu akurat, jadi mereka biasanya akan mencari informasi tambahan dari sumber lain kalau kontennya dirasa penting atau meragukan.

Dari hasil ini bisa disimpulkan bahwa TikTok memang punya pengaruh besar dalam cara mahasiswa mengakses dan menerima informasi. Tapi tetap saja, mahasiswa tetap perlu punya kemampuan berpikir kritis agar bisa memilah mana informasi yang benar dan mana yang hoaks.

Mahasiswa juga menganggap TikTok sebagai platform yang sesuai dengan gaya hidup mereka yang serba cepat. Ketika mereka butuh informasi singkat namun tetap relevan, TikTok dianggap menjadi media yang cocok. Fitur-fitur seperti algoritma yang menyesuaikan minat pengguna, video berdurasi pendek, serta tampilan yang menarik membuat mahasiswa merasa nyaman dan efisien dalam mencari informasi yang mereka butuhkan, baik untuk tugas kuliah maupun pengetahuan umum.

Namun, tidak sedikit juga mahasiswa yang mengakui bahwa mereka pernah menerima informasi yang ternyata tidak valid atau menyesatkan. Hal ini menunjukkan pentingnya literasi digital di kalangan mahasiswa, agar mereka tidak hanya menjadi pengguna pasif, tetapi juga bisa mengevaluasi informasi yang diterima. Kesadaran akan pentingnya memverifikasi informasi menjadi salah satu hal yang perlu ditingkatkan dalam penggunaan media sosial seperti TikTok.

Selain sebagai sumber informasi, TikTok juga dijadikan tempat untuk berdiskusi secara tidak langsung melalui kolom komentar atau fitur stitch dan duet. Mahasiswa merasa lebih leluasa menyampaikan pendapat atau bertanya langsung kepada pembuat konten, apalagi jika topik yang dibahas sedang hangat. Interaksi seperti ini memperluas wawasan mereka karena bisa melihat berbagai sudut pandang dari orang lain dalam waktu singkat.

Di sisi lain, ada juga mahasiswa yang mengaku mulai merasa jenuh dengan informasi yang terlalu cepat berganti. Informasi yang viral hari ini bisa langsung tergantikan keesokan harinya, sehingga mereka merasa tidak sempat memahami suatu isu secara mendalam. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam memanfaatkan TikTok sebagai sumber informasi, karena meskipun aksesnya mudah, namun pemahaman

terhadap informasi tetap harus dibangun dengan kesadaran dan ketelitian.

Pembahasan

Temuan dalam penelitian ini mengonfirmasi bahwa TikTok telah mengalami pergeseran fungsi dari media hiburan menjadi salah satu sumber informasi alternatif bagi mahasiswa Generasi Z, terutama mereka yang berasal dari latar belakang Ilmu Komunikasi. Dalam teori Uses and Gratification, disebutkan bahwa individu menggunakan media karena ingin memenuhi kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan kognitif, sosial, maupun hiburan. Dalam konteks ini, mahasiswa menggunakan TikTok untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam memperoleh informasi secara praktis dan menarik.

Salah satu hal penting yang muncul dari temuan ini adalah bagaimana mahasiswa bersikap kritis dalam menyikapi informasi. Meskipun TikTok menawarkan informasi dengan cara yang menyenangkan, mahasiswa tetap berusaha mengecek kembali kebenaran isi kontennya. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak bersikap pasif, melainkan aktif memilih dan mengevaluasi informasi yang mereka konsumsi. Kemampuan ini menjadi bagian dari literasi media yang penting dimiliki di era informasi digital yang sangat cepat dan dinamis.

Selain itu, keterlibatan mahasiswa sebagai pembuat konten mencerminkan peran ganda mereka, yakni sebagai konsumen dan produsen informasi. Mereka tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga turut menyebarkannya kembali kepada audiens mereka sendiri. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa mampu mengambil peran dalam menyampaikan informasi yang edukatif dan bermanfaat kepada sesama pengguna TikTok.

Dari sisi preferensi, mahasiswa cenderung menyukai konten yang pendek, to the point, dan dikemas secara menarik. Ini mencerminkan karakteristik Gen Z yang cenderung mudah bosan terhadap informasi yang disampaikan secara panjang dan kompleks. TikTok dengan format video pendek dan interaktif mampu menjawab kebutuhan tersebut dengan baik.

Secara keseluruhan, TikTok dapat dikatakan telah bertransformasi menjadi media literasi alternatif yang sangat dekat dengan kehidupan mahasiswa Gen Z. Selama penggunaannya disertai dengan kesadaran kritis dan sikap selektif, TikTok dapat menjadi sarana yang positif untuk belajar, berbagi informasi, dan memperluas wawasan.

Temuan dalam penelitian ini juga memperlihatkan bahwa mahasiswa memiliki peran aktif dalam ekosistem informasi digital. Mereka bukan hanya konsumen informasi yang pasif, tetapi juga berperan sebagai penghubung dan penyebar informasi ke jaringan mereka sendiri. Dengan membuat ulang atau membagikan ulang konten informatif,

mahasiswa turut membantu menyebarkan pengetahuan yang menurut mereka penting atau bermanfaat. Aktivitas ini memperlihatkan bahwa mereka sadar akan pengaruh mereka di dunia digital dan ingin berkontribusi dalam membentuk opini atau wacana publik.

Lebih jauh lagi, mahasiswa tidak hanya terfokus pada isi konten, tetapi juga memperhatikan siapa pembuatnya. Kredibilitas seorang kreator konten sangat berpengaruh terhadap kepercayaan mereka. Ketika kreator dianggap memiliki latar belakang yang relevan, menyampaikan informasi dengan cara yang jelas, dan mendapat tanggapan positif dari pengguna lain, maka informasi yang disampaikan lebih mudah diterima. Hal ini menunjukkan bahwa dalam pola konsumsi informasi mahasiswa, reputasi dan kredibilitas sangat menentukan apakah suatu konten dianggap layak dikonsumsi atau tidak.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa penggunaan TikTok oleh mahasiswa tidak bersifat seragam. Masing-masing individu memiliki cara, motivasi, dan preferensi yang berbeda dalam menggunakan aplikasi tersebut. Ada yang lebih tertarik pada konten akademik, ada yang fokus pada isu sosial, dan ada pula yang lebih suka pada gaya penyampaian yang ringan namun tetap bermakna. Perbedaan ini memperlihatkan bahwa penggunaan TikTok sangat bergantung pada kebutuhan personal dan latar belakang individu, sesuai dengan prinsip utama teori Uses and Gratification yang menekankan bahwa setiap orang menggunakan media untuk memenuhi tujuan yang berbeda-beda.

KESIMPULAN

Penelitian ini membahas bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi dari Generasi Z menggunakan media sosial TikTok sebagai sumber informasi. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa tidak hanya memakai TikTok untuk hiburan, tetapi juga sebagai tempat mencari informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka, baik untuk hal akademik maupun kehidupan sosial.

Mereka memilih konten secara sadar dan selektif, berdasarkan relevansi, kredibilitas pembuat konten, dan gaya penyajian yang sesuai dengan preferensi mereka. Mahasiswa juga menunjukkan kemampuan berpikir kritis dengan tidak langsung mempercayai informasi yang diterima. Mereka membandingkan dengan sumber lain untuk memastikan kebenarannya.

Selain itu, beberapa mahasiswa juga berperan aktif sebagai pembuat konten yang membagikan informasi kepada sesama pengguna. Ini menunjukkan bahwa TikTok bukan hanya platform konsumsi, tapi juga wadah partisipasi. Format video yang singkat

dan menarik menjadi alasan utama kenapa platform ini begitu digemari.

Secara keseluruhan, TikTok telah berkembang menjadi salah satu media alternatif untuk mencari dan berbagi informasi di kalangan mahasiswa Gen Z. Namun, efektivitasnya sebagai media informasi sangat bergantung pada sejauh mana penggunaannya mampu bersikap kritis dan bertanggung jawab.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi sebagai media pembelajaran non-formal yang disukai mahasiswa. Hal ini disebabkan karena penyampaian informasi dalam bentuk visual yang singkat dan kreatif lebih mudah diterima oleh generasi muda dibandingkan metode pembelajaran konvensional yang kaku. Dengan demikian, TikTok dapat digunakan sebagai media pendukung dalam kegiatan akademik jika diarahkan dengan benar.

Lebih dari itu, hasil penelitian ini menggambarkan bahwa pola konsumsi informasi mahasiswa telah bergeser dari media tradisional ke media sosial yang lebih dinamis. Hal ini menjadi peluang bagi institusi pendidikan untuk mulai merancang pendekatan komunikasi dan pembelajaran yang lebih relevan dengan karakter digital Gen Z. Kesadaran akan perubahan ini penting agar sistem pendidikan dapat terus berkembang seiring dengan kebutuhan generasi masa kini.

REFERENCES

- Deti, W. O. D., & Matondang, M. A. (2024). Pola konsumsi berita dalam era digital: Perbandingan preferensi Generasi Z terhadap sumber berita tradisional dan modern. *Tapis: Jurnal Penelitian Ilmiah*, 8(2), 225–235.
<https://doi.org/10.32332/tapis.v8i2.9454>
- Hasan, K., Utami, A., Eni, S., Izzah, N., & Cahya Ramadhan, S. (2023). Komunikasi di era digital: Analisis media konvensional vs *new media* pada kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh angkatan 2021. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 2(1), 56–63. <https://doi.org/10.47431/jkp.v2i1.302>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran media sosial dalam mempererat interaksi antar keluarga di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/download/38118/34843/81259>
- Realita, E., & Setiadi, U. (2022). Konsumsi berita insidental di media sosial pada generasi dewasa. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(1), 99–112.
<https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i1.437>
- Rismawan, S. A., & Syahidin, Y. (2023). Implementasi website berita online

- menggunakan metode crawling data dengan bahasa pemrograman Python. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 10(3), 167–178. <http://jurnal.mdp.ac.id>
- Rukmiyati, N. M. (2022). Perilaku keuangan wirausaha pada industri pariwisata: Studi komparatif Generasi X, Y dan Z. *Jurnal Kepariwisata*, 21(1), 68–77. <https://doi.org/10.52352/jpar.v21i1.730>
- Salma, Q., Sartika, R., & Handayani, P. (2025). Analisis interaksi dan respon penonton di media sosial terhadap sinetron “Asmara Gen Z” dengan menggunakan teori *Uses and Gratification*. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(1), 205–212.
- Zuniananta, L. E. (2021). Penggunaan media sosial sebagai media komunikasi informasi di perpustakaan.