



Perilaku generasi z terhadap penggunaan media sosial tiktok: TikTok Sebagai Media Edukasi

Jenis Artikel Edukasi

Gabriel Yendi Aldi Saputra

Universitas Kristen Immanuel Yogyakarta

gabriel.yendi.a@mail.ukrim.ac.id

PENDAHULUAN

Populasi dunia yang terus berkembang menciptakan beberapa generasi. Mulai dari Generasi Baby Boomers (1946-1960) hingga generasi yang memiliki peran vital saat ini yakni Generasi Z atau Gen Z (1995-2010). Generasi Z merupakan generasi pertama yang sejak dini sudah terpapar oleh teknologi. Teknologi-teknologi tersebut berupa komputer atau media elektronik lainnya seperti telepon seluler, jaringan internet, bahkan aplikasi media sosial. Generasi Z dibesarkan dengan web sosial, mereka berpusat pada digital dan teknologi adalah identitas mereka (Singh & Dangmei, 2016). Lahir dan dibesarkan seiring dengan kemajuan-kemajuan dalam dunia digital ini membuat Gen Z berbeda dengan generasi sebelumnya. Perbedaan yang sangat mencolok dari generasi Z dengan generasi lainnya ialah penggunaan telepon seluler.

Penggunaan akses internet dengan mudah melalui telepon seluler seiring hidup di era globalisasi pada Gen Z menghasilkan generasi yang dependen dengan internet. Dampak dari kemudahan dalam mengakses internet menciptakan internet sebagai sumber referensi utama dalam mencari suatu informasi. Seiring dengan peningkatan konektivitas global, pergeseran generasi dapat memainkan peran yang lebih penting dalam menentukan perilaku daripada perbedaan sosio-ekonomi. Kaum muda telah menjadi pengaruh yang kuat bagi orang-orang dari segala usia dan pendapatan, serta pada cara orang-orang tersebut mengonsumsi dan berhubungan dengan mereka (Francis & Hoefel, 2018). Penggunaan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, hingga TikTok dipenuhi oleh berbagai generasi. Jika Facebook lebih sering digunakan oleh Generasi X, maka TikTok lah yang didominasi oleh Generasi Z.

TikTok, atau Douyin di China, adalah layanan jejaring sosial berbagi yang menggunakan video berdurasi pendek sebagai media untuk menangkap dan menyajikan kreativitas, pengetahuan, dan momen lainnya yang dimiliki oleh ByteDance, sebuah perusahaan teknologi internet yang berbasis di Beijing dan diciptakan pada tahun 2012 oleh Zhang Yiming. Awal mula TikTok berawal dari tahun 2016 dengan nama Douyin dan baru berlayar di China hingga tahun 2017 diluncurkan dengan nama TikTok untuk seluruh dunia. Sebelum sepenuhnya beroperasi, TikTok bergabung dengan Musical.ly, aplikasi lip sync, sebagai aplikasi seutuhnya. TikTok disukai oleh Gen Z karena karakteristik TikTok yang belum pernah dimiliki oleh media sosial lainnya. Seolah-olah dengan penggunaan TikTok, Gen Z dapat mengungkapkan identitas atau jati dirinya masing-masing. Pemaparan teknologi sejak dini dan kemudahan dalam mendapatkan informasi merupakan sebuah perkembangan dalam membentuk Generasi Z. Media koran, radio, dan berita di televisi merupakan cara konvensional dalam memperoleh informasi. Adanya perkembangan internet yang menghasilkan media sosial membuat cara-cara

konvensional tergeserkan dengan cara yang lebih mudah diakses yakni dengan menggunakan media sosial. Dengan kemudahan dengan mengunduh aplikasi, maka informasi yang ingin dicari menjadi mudah. Salah satu media sosial yang sedang hangat dibicarakan dan paling banyak digunakan oleh Gen Z adalah TikTok. Dengan menggunakan perspektif konstruksionis sosial dimana hasil interpretasi dari interaksi sosial membentuk sense of self kepada pengguna dan penonton yang tertarik pada konten tertentu di TikTok.

Mayoritas siswa percaya bahwa media sosial lebih banyak digunakan oleh para promotor suatu produk dibandingkan para pendidik, namun media sosial diikuti oleh penggunaan para pendidik dan siswa. Para responden pun setuju bahwa harus adanya perubahan dalam sistem akademik dan media sosial sebagai metode yang lebih inovatif dalam mencapai tujuan pendidikan (Kalia, 2013). Menurut Jayme (dikutip dalam Kalia, 2013), Jayme menyatakan bahwa jejaring media sosial dalam kalangan remaja merupakan bagian dari budaya mereka. Orang tua atau guru tidak dapat mengharapkan remaja meninggalkan Internet dan berkembang dalam masyarakat modern, karena komputer, teknologi, Internet, dan jaringan sosial digunakan dalam semua aspek kehidupan modern, bahkan di tempat kerja.

Perilaku Generasi Z dalam menggunakan TikTok sebagai media penyaluran edukasi dan aktivisme merupakan suatu perilaku manusia dalam periode umur remaja yang inovatif dan kreatif. Upaya intervensi dalam perilaku ini adalah mengubah cara pandang media sosial yang selalu di anggap negatif karena perilaku adiktif yang mampu dimunculkan oleh media sosial tersebut. Namun, kreativitas yang disajikan dalam TikTok oleh para pengguna merupakan salah satu cara yang dapat mengubah perspektif tersebut menjadi positif. Tujuan dari penulisan artikel yang disajikan ini adalah menginformasikan kepada para pembaca bahwa media sosial bukan sebagai media hiburan saja, tetapi mampu sebagai media edukasi dan aktivisme dalam dunia yang sudah terglobalisasi dari cara tradisional. Manfaat yang akan diperoleh dari bahan bacaan artikel adalah informasi baru yang didapatkan mampu mengubah perspektif suatu individu terhadap media sosial TikTok sebagai penyaluran edukasi maupun aktivisme. Adanya perspektif baru ini mampu mengubah individu untuk memiliki pemahaman lebih baik terhadap penggunaan TikTok karena adanya perkembangan diri dari hasil interpretasi interaksi sosial antar penonton dan pencipta konten.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan fenomena penggunaan TikTok sebagai media edukasi oleh Generasi Z, terdapat beberapa permasalahan yang menarik untuk diteliti. TikTok, yang awalnya berfokus pada konten hiburan, kini berkembang menjadi platform yang menghadirkan berbagai jenis konten edukatif. Hal ini mendorong perubahan pola perilaku konsumsi media sosial di kalangan Generasi Z yang cenderung mencari informasi secara cepat dan praktis. Namun, masih terdapat tantangan terkait kredibilitas konten, kualitas penyampaian, dan dampak jangka panjang penggunaan TikTok sebagai sarana edukasi. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang relevan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku Generasi Z dalam menggunakan TikTok sebagai media edukasi, baik dari segi waktu, tujuan penggunaan, maupun jenis konten yang dikonsumsi?
2. Apa saja faktor-faktor yang mendorong Generasi Z untuk memilih TikTok sebagai sumber informasi edukatif, dibandingkan dengan media edukasi konvensional atau platform digital lainnya?
3. Bagaimana proses konsumsi konten edukatif di TikTok memengaruhi minat belajar, pengetahuan, dan keterampilan Generasi Z?

4. Sejauh mana Generasi Z mampu mengenali dan memilah konten edukatif yang kredibel dan akurat di tengah banyaknya konten yang bersifat viral namun kurang valid di TikTok?

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan Media Sosial dalam Bidang Edukasi

Media Media sosial menggunakan teknologi seluler dan berbasis web untuk menciptakan platform yang sangat interaktif di mana individu dan komunitas mampu berbagi, membuat bersama, mendiskusikan, dan memodifikasi konten yang dibuat pengguna (Kietzmann, Hermkenz, McCarthy, & Silvestre, 2011). Kegunaan TikTok sesuai dengan apa yang dijelaskan dikutip di atas. Berbagai komunitas dengan minat yang berbeda ada didalamnya, entah itu komunitas masak, komunitas berbagi pengetahuan, hingga komunitas aktivisme. Penggunaan TikTok yang masif pada awal tahun 2020 dan ditambah dengan karantina COVID-19 pada pertengahan bulan Maret 2020, membuat TikTok menjadi aplikasi nomor satu yang paling banyak di download pada tahun 2020 (IDN Times, 2020). TikTok pun diprediksi akan meraih 1 miliar pengguna aktif di 2021 secara global. Perkembangan berbagai aplikasi seperti aplikasi jaringan sosial TikTok mampu membuat manusia atau individu mengonsumsi media sosial lebih banyak dari sebelumnya. Namun, apakah penggunaan jejaring sosial tersebut berdampak positif?

Menurut Mao (2014) dalam menjelaskan bahwa penggunaan media sosial di bidang pendidikan yakni, penggunaan media sosial dalam bidang pendidikan oleh guru untuk pengajaran dan pembelajaran di kelas bersifat sporadis atau jarang, sementara penggunaan oleh siswa sendiri untuk tujuan pembelajaran tampaknya berlimpah tetapi juga insidental dan informal. Pencapaian dalam pengambilan ilmu pengetahuan mampu berasal dari mana saja. Entah itu pendidikan formal seperti Sekolah Menengah Pertama (SMP) atau Sekolah Menengah Atas (SMA) atau pendidikan informal seperti dari keluarga bahkan media sosial sekalipun. Sudah banyak diperdebatkan oleh para tenaga pendidik hingga peneliti, apakah media sosial mampu menjadi prasarana pendidikan formal maupun informal. Namun, fokus utama dalam artikel ini adalah tentang media sosial sebagai media edukasi dan aktivisme secara informal.

Di masa lalu, web adalah alat transfer informasi satu arah karena konten sebagian besar diproduksi oleh para ahlinya, yakni mereka yang menerbitkan informasi faktual dan memiliki keterampilan untuk membuat laman web. Itu merupakan definisi dari web 1.0 yang contohnya adalah situs berita "cnn.com". Pengguna hanya dapat melihat situs web tetapi tidak dapat memperbaiki, mengubah, atau menambahkan konten apa pun. Seiring teknologi berevolusi, web telah menjadi saluran universal yang interaktif dan partisipatif di mana pengguna diizinkan untuk menjadi produsen dan konsumen konten digital secara real time langsung melalui browser web. Contoh web yang sangat interaktif dan mampu diubah oleh pengguna ialah Wikipedia.

Penggunaan media sosial dalam bidang edukasi terjadi saat ini yakni saat pandemi COVID-19 yakni dimana pembelajaran tatap muka di pendidikan formal ataupun non formal mengalami perubahan untuk sementara waktu menjadi pembelajaran daring melalui program perangkat lunak videotelepon seperti Zoom dan Google Meet. Sebelum adanya perpindahan pembelajaran tatap muka ini, di lingkup pendidikan non formal yang berupa lembaga bimbingan belajar terdapat bimbingan belajar secara online. Contohnya adalah Zenius Education dan Ruang Guru. Keterbatasan beberapa murid dalam mengelola waktu antara sekolah dan bimbingan belajar secara tatap muka membuat bimbingan belajar mendapatkan poin unggul yakni mampu dijadikan platform pembelajaran yang efektif walaupun secara online. Bimbingan

belajar secara online seperti contoh di atas menggunakan tenaga pendidik yang unggul yakni dari beberapa lulusan universitas ternama dengan keunggulan diri tenaga pendidik masing-masing.

Penggunaan media sosial di lingkup pendidikan non formal sudah disebutkan di atas. Bagaimana dengan penggunaan media sosial di lingkup formal? Penggunaan media sosial dalam lingkup formal sebenarnya sudah sering dilakukan yakni dalam pencarian sumber daya pembelajaran yang tidak terbatas dari sumber yang berkredibilitas terpercaya. Pencarian yang tidak terbatas ini digunakan oleh siswa secara umum untuk melengkapi keperluan masing-masing siswa entah itu dalam melengkapi esai atau presentasi atau hanya sekedar pencarian suatu materi yang sebelumnya belum dipelajari di sekolah. Apabila penggunaan media sosial diberlakukan di dalam ruang kelas, guru perlu terus memantau siswa untuk mengetahui masalah apa pun yang dialami siswa tersebut. Memahami masalah, ketakutan, atau kebingungan siswa akan membantu fakultas lebih memahami kesulitan belajar siswa (Faizi, Afia, & Chiheb, 2013). Contoh media sosial dalam bidang edukasi yang dicontohkan adalah Brainly. Brainly merupakan situs web belajar yang berbasis teknologi, dimana siswa menjadi seorang pengguna situs web menuliskan pertanyaan yang ingin mereka ketahui dan pengguna lainnya yakni siswa lain menjawab pertanyaan yang diajukan. Brainly merupakan situs web yang sangat interaktif karena dirangkai oleh pembuatnya dengan slogan untuk siswa, dari siswa.

Di dalam kelebihan pasti ada kekurangan. Setelah dijelaskan beberapa keuntungan dan contoh media sosial dalam bidang edukasi, berikut ini adalah contoh kekurangan dari penggunaan media sosial dalam bidang edukasi. Sebelumnya telah dijelaskan pentingnya monitor atau pengawasan oleh tenaga pendidik seperti guru terhadap siswa apabila penggunaan media sosial dibutuhkan. Keterbukaan hubungan komunikasi antar siswa dan guru pun harus dibentuk untuk meminimalisasi kejadian yang tidak menguntungkan bagi kedua belah pihak di masa depan. Media Sosial merupakan cara efektif untuk meningkatkan keterlibatan siswa. Karena fitur sosial dari sumber daya media sosial telah menarik perhatian jutaan orang di seluruh dunia, fitur yang sama ini juga mampu menarik perhatian siswa terhadap peluang belajar yang disediakan oleh institusi akademik mereka (Faizi, Afia, & Chiheb, 2013). Komunikasi yang baik antar siswa dan guru mampu membuat siswa lebih aktif dalam berpartisipasi dalam kelas tatap muka. Menurut McLoughlin dan Lee (dalam Faizi, Aifa, & Chiheb, 2013) menjelaskan bahwa Alat kolaboratif dan partisipatif seperti Wiki, blog, Google Docs dapat mendorong siswa untuk menjadi peserta aktif atau bahkan co-produser daripada konsumen pasif konten.

Kemampuan TikTok Sebagai Platform Edukasi dan Aktivisme

Menurut Zickhur (dalam Gruzd, Staves, dan Wilk 2012.) menjelaskan bahwa penggunaan media sosial seperti blog, wikis, dan situs jejaring sosial telah meningkat secara eksponensial, dan media semacam itu terus menjadi lebih terintegrasi ke dalam kehidupan kita sehari-hari. Contoh media sosial termasuk situs jejaring sosial (mis., Facebook); wiki (misalnya, ruang wiki); layanan berbagi media (mis., YouTube); alat blogging (mis., Blogger); layanan mikro-blogging (mis., Twitter); bookmark sosial (mis., Lezat); alat manajemen bibliografi (misalnya, Zotero); dan alat berbagi presentasi (mis., Slideshare) (Gruzd, Staves, dan Wilk 2012). Teknologi yang sangat berkembang dan keperluan manusia yang semakin tinggi menyebabkan media sosial terus berkembang pula dengan permintaan yang ada. Hadirlah TikTok dengan keunikan dan karakteristiknya sendiri yakni, durasi videonya yang pendek, 15 atau 60 detik, yang mampu membuat pengguna mengakses aplikasi tersebut secara berulang-ulang karena durasi ini yang seolah-olah menghipnotis pengguna dengan kesenangan yang instan. Pembawaan TikTok yakni

dengan iringan musik mampu membuat pengguna merasakan rasa senang yang bersifat adiktif dan menyebabkan pengguna terus menggulir konten-konten di dalam aplikasi tersebut.

Lalu, bagaimana cara pengguna mengakses genre konten tertentu yang ingin pengguna tonton atau ikuti? Cara kerja konten-konten di TikTok berdasarkan algoritme. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online, algoritme adalah prosedur sistematis untuk memecahkan masalah matematis dalam langkah-langkah terbatas. Menurut Christensson (2013) dalam TechTerms.com, Algoritme adalah sekumpulan instruksi yang dirancang untuk melakukan tugas tertentu. Algoritme menjadi proses sederhana, seperti mengalikan dua angka, atau operasi yang kompleks, seperti memutar file video terkompresi. Mesin pencari menggunakan algoritme kepemilikan untuk menampilkan hasil yang paling relevan dari indeks pencarian mereka untuk permintaan tertentu. Algoritme digunakan di seluruh aplikasi media sosial, namun algoritme TikTok berbeda karena penggunaan teknologi Artificial Intelligence (AI) nya yang mengatur jalannya algoritme TikTok dan algoritmenya yang bersifat lebih demokratis mampu membuat konten suatu pengguna menjadi viral. Pembuatan konten yang berupa video pun secara teknis sangat mudah. Pengguna dapat memilih musik dalam mesin pencari yang tersedia dalam fitur aplikasi dan bebas memilih sesuai keinginan pengguna. Pengguna pun dapat menyunting video mereka dengan gaya tulisan yang telah di sediakan dan penambahan efek video pun disediakan dalam fitur TikTok. Setelah merasa puas dengan konten video yang disunting, pengguna dapat menuliskan judul konten yang diinginkan dan dapat pula mencantumkan hashtag atau tagar. Menurut (Chang & Iyer, 2012), Hashtag adalah tag metadata yang diawali dengan simbol hash, #. Hashtag banyak digunakan pada layanan mikroblog dan berbagi foto seperti Twitter dan Instagram sebagai bentuk penandaan yang dibuat oleh pengguna yang memungkinkan referensi silang konten yang berbagi subjek atau tema. Contohnya, pencarian di Instagram untuk hashtag #cats mengembalikan semua posting yang telah diberi tag dengan hashtag tersebut. Setelah simbol hash awal, hashtag dapat mencakup huruf, angka, dan garis bawah. Algoritme akan berjalan dengan sendirinya sesuai dengan apa yang pengguna cari, entah berasal dari hashtag atau sekedar menuliskan suatu kata kunci pada mesin pencarian.

Setelah penjelasan singkat tentang cara kerja aplikasi TikTok, bagaimana cara platform ini digunakan dalam bidang edukasi dan aktivisme? Edukasi dalam TikTok merupakan edukasi informal dimana ilmu-ilmu yang disajikan di dalam aplikasi ini bersifat umum ataupun spesifik tergantung konten apa yang disajikan oleh suatu pengguna. Salah satu contoh penyajian edukasi dan aktivisme dalam TikTok adalah dengan penggunaan hashtag untuk menjalani suatu kampanye. Dilansir dari Berita Lima, Beberapa waktu lalu lebih tepatnya pada bulan Oktober 2020, TikTok mengajak kreator untuk berbagi konten edukasi dalam kompetisi #TikTokPintar. Kompetisi ini berhadiah ratusan juta rupiah dan para kreator dibebaskan untuk memberikan konten apapun namun dalam tema di bidang edukasi. Entah itu dapat berupa pengetahuan umum, bisnis, fakta umum, tips dan trik, bahasa asing, hingga IPTEK. Adanya Pandemi COVID 19 yang menyebabkan pelarangan keluar rumah kecuali untuk hal penting-penting saja, membuat TikTok banyak diunduh dan digunakan oleh Generasi Milenial dan Generasi Z. Menurut laporan artikel yang di lansir oleh Deloitte Global Millennial Survey 2020, bahwa hampir tiga perempat responden (27.528 responden, keduanya generasi milenial dan generasi Z, dari 43 negara) mengatakan pandemi telah membuat mereka lebih bersimpati terhadap kebutuhan orang lain dan bahwa mereka berniat mengambil tindakan untuk memberi dampak positif pada komunitas mereka. Hal ini dapat tercerminkan dari penggunaan tagar #SamaSamaBelajar yang mendapatkan kurang lebih 20 juta tontonan oleh para pengguna. Survei tersebut juga mengungkapkan bahwa terlepas dari tantangan individu dan sumber kecemasan pribadi yang

dihadapi generasi milenial dan Gen Z, mereka tetap fokus pada masalah sosial yang lebih besar, baik sebelum maupun setelah dimulainya pandemi. Jika ada, pandemi telah memperkuat keinginan mereka untuk membantu mendorong perubahan positif di komunitas mereka dan di seluruh dunia. Dan mereka terus mendorong dunia di mana bisnis dan pemerintah mencerminkan komitmen yang sama kepada masyarakat, menempatkan orang di atas keuntungan dan memprioritaskan kelestarian lingkungan.

Algoritme dan tagar memiliki peran vital dalam media sosial yang menggunakannya. Setelah membicarakan di bidang edukasi, bagaimana dalam bidang aktivisme? Sebelumnya telah dijelaskan di pendahuluan bahwa generasi yang paling banyak menggunakan TikTok adalah Generasi Z dalam rentang umur kelahiran tahun 1995-2010. Pengaruh Generasi Z saat ini sangat vital dikarenakan adanya globalisasi dan penggunaan teknologi yang masif. Ingat gerakan aktivisme Black Lives Matter dan protes kematian George Floyd pada bulan mei 2020? Ya, Tiktok berperan sangat penting dalam gerakan ini. Sebelumnya gerakan Black Lives Matter atau BLM bermula sejak tahun 2013 dengan penggunaan tagar #BlackLivesMatter pertama kali di media sosial Facebook oleh Alicia Garza. Garza menuliskan kontennya di facebook pada tanggal 13 juli 2013 karena geram atas pembebasan George Zimmerman, seorang kulit putih, atas pembunuhan remaja kulit hitam yang tak bersenjata, Trayvon Martin. Dilansir dari National Geographic, Setahun kemudian, penembakan Michael Brown, remaja kulit hitam lainnya yang tidak bersenjata, oleh seorang polisi kulit putih di Ferguson, Missouri, mendorong Black Lives Matter untuk menjadi organisasi nasional. Lalu, dengan kematian George Floyd, protes Black Lives Matter telah meletus di seluruh dunia dan kata-kata itu sendiri dilukis dengan huruf kuning besar di jalan menuju Gedung Putih.



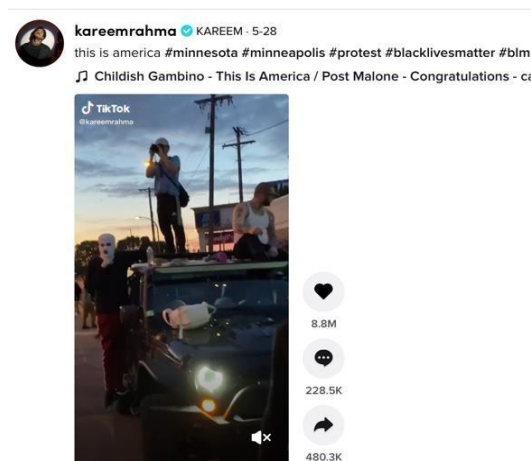
Gambar 1. Logo TikTok



Gambar 2. Mural Black Lives Matter di Washington, DC.

Alicia Garza bersama kedua rekannya yakni wanita kulit hitam lainnya, Patrisse Cullors dan Opal Tometi membentuk organisasi Black Lives Matter Global Network Foundation, Inc. yakni sebuah organisasi global di AS, Inggris, dan Kanada, yang misinya adalah memberantas supremasi kulit putih dan membangun kekuatan lokal untuk campur tangan dalam kekerasan yang ditimbulkan pada komunitas Kulit Hitam oleh negara dan warga. Dilansir dari situs web Black Lives Matter, menjelaskan bahwa dengan memerangi dan melawan tindakan kekerasan ini, dapat menciptakan ruang untuk imajinasi dan inovasi kulit hitam, dan memusatkan kegembiraan kulit hitam, warga kulit hitam memenangkan peningkatan langsung dalam hidupnya.

Lalu apa yang dilakukan pengguna TikTok dalam gerakan aktivisme ini? Dilansir dari [bbc.com](https://www.bbc.com), menjelaskan bahwa TikTok memiliki peran penting dalam Black Lives Matter, dengan mempopulerkannya sebagai tren di halaman Discover (halaman utama) dengan tagar yang disaksikan lebih dari 23 miliar kali. Salah satu konten video yang populer milik pengguna bernama Kareem Rahma dengan isi konten saat protes gerakan BLM di Minneapolis, daerah dimana Pembunuhan George Floyd oleh polisi bernama Derek Chauvin terjadi.



Gambar 3. Unggahan Video Pengguna TikTok Kareem Rahma

Unggahan video tersebut merupakan salah satu dari ribuan video lainnya dalam tagar #blacklivesmatter di TikTok yang saat ini mencapai 23.8 miliar tontonan. Gerakan aktivisme yang terjadi di TikTok ini memunculkan perubahan yakni era baru aktivisme di dunia digital. Sebelumnya aktivisme di dunia digital sudah terjadi. Seperti di Twitter dengan penggunaan tagarnya untuk menginformasikan tentang suatu isu. Aktivisme digital dikuasai oleh Generasi Z karena dunia mereka yang sedari mereka lahir sudah terpapar oleh teknologi.

Perilaku Generasi Z dalam Menggunakan TikTok sebagai Media Edukasi

Generasi Z merupakan generasi yang sangat akrab dengan media sosial, termasuk TikTok. Platform ini awalnya berfungsi sebagai sarana hiburan, namun seiring waktu berkembang menjadi media yang juga menyajikan konten edukasi. Perilaku Generasi Z dalam memanfaatkan TikTok sebagai media edukasi mencakup aspek seperti frekuensi penggunaan, jenis konten yang diminati, serta tujuan utama mereka saat mengakses konten edukasi. Hal ini

menarik untuk diteliti lebih lanjut guna memahami pola konsumsi mereka dan dampaknya terhadap proses belajar.

Faktor yang Mendorong Penggunaan TikTok sebagai Media Edukasi

Generasi Z cenderung mencari informasi yang cepat, menarik, dan mudah dipahami. TikTok memenuhi kebutuhan ini melalui format video pendek dan algoritma yang mampu menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna. Beberapa faktor yang mendorong Generasi Z menggunakan TikTok sebagai media edukasi meliputi daya tarik visual, personalisasi konten, dan aksesibilitas yang tinggi. Analisis faktor-faktor ini dapat memberikan gambaran lebih jelas mengenai motivasi mereka dalam mengonsumsi konten edukatif di TikTok.

Dampak Konsumsi Konten Edukatif di TikTok terhadap Generasi Z

Konsumsi konten edukatif di TikTok dapat memberikan dampak positif maupun negatif. Dampak positifnya meliputi peningkatan minat belajar, penambahan wawasan baru, dan penguasaan keterampilan praktis. Namun, dampak negatif seperti pengurangan daya konsentrasi akibat durasi video yang singkat atau penyebaran informasi yang kurang valid juga perlu diperhatikan. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi dampak jangka panjang dari konsumsi konten edukasi di TikTok terhadap pengetahuan dan perilaku Generasi Z.

Kemampuan Membedakan Konten yang Kredibel dan Valid

Kemampuan Generasi Z dalam memilah informasi yang kredibel sangat menentukan efektivitas penggunaan TikTok sebagai media edukasi. Literasi digital berperan penting dalam membantu Generasi Z mengenali konten yang valid dan menghindari informasi yang keliru atau tidak akurat. Hal ini semakin relevan mengingat banyaknya konten viral di TikTok yang mungkin kurang teruji kebenarannya. Analisis ini bertujuan untuk mengeksplorasi kemampuan Generasi Z dalam menilai kredibilitas informasi di TikTok serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya literasi digital.

KESIMPULAN

Kesimpulan artikel ini melalui studi pustaka adalah penggunaan media sosial di bidang pendidikan memang menguntungkan, namun perlu lebih banyak penelitian dan model lebih lanjut untuk penerapannya dalam kegiatannya. Penggunaan media sosial tidak selalu buruk atau bersifat negatif. Apabila memiliki tujuan positif seperti melakukan aktivisme dengan cara menyebarkan informasi atau mengumpulkan ilmu baru yang bersifat sengaja maupun tidak disengaja.

Hasil studi ini menyatakan bahwa penggunaan sosial media TikTok oleh Generasi Z mampu mengembangkan suatu makna dan sense of self akibat dari interaksi sosial yang konstan sesama pengguna. Dengan adanya interaksi sosial, masing-masing pengguna akan menerjemahkannya sesuai dengan nilai-nilai yang mereka anut, lalu dari adanya pertukaran perspektif tersebut muncullah berbagai realitas dalam hidupnya. Karena masing-masing pengguna atau individu merupakan makhluk yang unik

DAFTAR PUSTAKA

Kominfo. (2022). Generasi Z dan Konsumsi Media Sosial: Dampak TikTok Sebagai Media Edukasi. Kementerian Komunikasi dan Informatika.

<https://www.kominfo.go.id/articles/generasi-z-media-edukasi>

TikTok Newsroom. (2023). TikTok for Learning: Meningkatkan Wawasan dan Kreativitas Melalui Edukasi di Media Sosial. TikTok. <https://newsroom.tiktok.com/learning/edutainment-content>

Digital Literacy Hub Indonesia. (2022). Peran Literasi Digital dalam Menghadapi Informasi Viral di TikTok. Digital Literacy Hub Indonesia. <https://digitalliteracyhub.id/tips-literasi-digital>

Statista. (2023). TikTok Usage Statistics: Trends and Insights Among Generation Z. Statista. <https://www.statista.com/tiktok-generation-z-usage>

CNN Indonesia. (2021). TikTok Sebagai Media Edukasi, Tren Baru di Kalangan Generasi Z. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/tech/tiktok-edukasi-tren>

Harvard Business Review. (2021). Understanding Generation Z's Media Behavior: TikTok and Beyond. Harvard Business Review. <https://hbr.org/generation-z-media-tiktok>

BBC News. (2022). From Entertainment to Education: How TikTok is Changing Learning Patterns Among Youth. BBC News. <https://www.bbc.com/education-tiktok>

IDN Times. (2021). Fenomena TikTok di Kalangan Generasi Z: Media Edukasi atau Hiburan?. IDN Times. <https://www.idntimes.com/fenomena-tiktok>

Kompas.com. (2022). TikTok Jadi Tren Edukasi di Kalangan Generasi Z: Positif atau Negatif?. Kompas.com. <https://www.kompas.com/edukasi-tiktok>

Psychology Today. (2023). The Educational Potential of TikTok for Generation Z Learners. Psychology Today. <https://www.psychologytoday.com/tiktok-education-generation-z>

The Guardian. (2022). TikTok and the New Era of Learning Among the Youth. The Guardian. <https://www.theguardian.com/tiktok-education>

Media Indonesia. (2022). TikTok sebagai Media Edukasi dan Dampaknya pada Generasi Z. Media Indonesia. <https://www.mediaindonesia.com/tiktok-edu>

Nielsen Report. (2023). TikTok Usage Trends Among Gen Z: Insights on Educational Content Consumption. Nielsen. <https://www.nielsen.com/tiktok-gen-z-insights>

The Conversation. (2021). Is TikTok Changing How Generation Z Learns?. The Conversation. <https://theconversation.com/tiktok-learning-patterns>

Tempo.co. (2022). Konten Edukasi TikTok, Media Belajar Alternatif Generasi Z?. Tempo.co. <https://www.tempo.co/tiktok-edukasi>