

## INSTRUKSI SOSIAL *FYP (FOR YOUR PAGE)* MEDIA SOSIAL *TIKTOK* PADA PERILAKU GEN Z

### FYP (FOR YOUR PAGE) SOCIAL INSTRUCTIONS TIKTOK SOCIAL MEDIA ON GEN Z BEHAVIOR

Angela Melita R.U<sup>✉1</sup>, Desy Misnawati<sup>2</sup>

<sup>(1,2)</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Darma Palembang

✉ Corresponding author:

[desy\\_misnawati@binadarma.ac.id](mailto:desy_misnawati@binadarma.ac.id)

#### Abstrak

Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat telah membawa transformasi signifikan dalam struktur masyarakat global, dari era tradisional dan industrialisasi menuju era informasi. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana media TikTok diminati dan dimanfaatkan oleh Gen. Z di kota Palembang, yang secara khusus pada mahasiswa/i sistem informasi di Universitas MDP. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai informan sebanyak 5 orang dengan 2 orang pria yang aktif di media sosial TikTok dan 3 orang wanita yang juga aktif menggunakan media sosial TikTok. Hasil wawancara dan dokumentasi yang dilakukan peneliti terhadap informan yang memberikan jawaban menunjukkan minat terhadap media sosial TikTok cukup tinggi dan minat yang positif berdasarkan konten yang menghibur serta Tips dan trik edukasi yang menambah pengetahuan mereka. Hal ini dibuktikan dengan seringnya para informan yang mengakses TikTok dengan mengakses TikTok dan para Generasi Z tersebut kelihatan bahagia karena konten yang menghibur serta Tips dan Trik yang mengedukasi mereka.

**Kata kunci:** FYP, TikTok, Generasi Z, kualitatif, konten

#### Abstract

The rapid development of communication technology has brought about a significant transformation in the structure of global society, from the traditional and industrial eras to the information era. The purpose of this study was to determine the extent to which TikTok media is of interest and utilized by Gen. Z in the city of Palembang, specifically for information system students at MDP University. The methodology used in this study uses descriptive with a qualitative approach. Data collection was carried out by interviewing 5 informants with 2 men who are active on TikTok social media and 3 women who are also active users of TikTok social media. The results of interviews and documentation conducted by researchers on informants who provided answers showed that interest in TikTok social media was quite high and positive interest based on entertaining content and educational tips and tricks that increased their knowledge. This is evidenced by the frequency of informants who access TikTok by accessing TikTok and the Generation Z looked happy because of the entertaining content and tips and tricks that educated them.

**Keywords:** FYP, TikTok, Generation Z, qualitative, content

#### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat telah membawa transformasi signifikan dalam struktur masyarakat global, dari era tradisional dan industrialisasi menuju era informasi. Transformasi ini melahirkan konsep *information society*, di mana informasi menjadi elemen paling penting

dalam kehidupan. (Rogers, 1991) menyatakan bahwa masyarakat informasi adalah sebuah masyarakat di mana sebagian besar angkatan kerja beroperasi di bidang informasi, sehingga informasi dianggap sebagai sumber daya utama dalam berbagai aktivitas sosial dan ekonomi. Seiring dengan itu, Hammer menegaskan bahwa informasi merupakan komoditas yang dapat dijual, disalin, diciptakan, bahkan dicuri, dan hanya memiliki nilai apabila dapat dioperasionalkan melalui komunikasi.

Dahlan, (1997) menambahkan bahwa informasi diperoleh melalui proses komunikasi, dan nilai suatu komunikasi sangat bergantung pada kualitas informasi yang disampaikan. Revolusi informasi, seperti yang diuraikan oleh (Wriston, 1996), merupakan perubahan drastis yang dihasilkan oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, yang didorong oleh penyebaran cepat pengetahuan dan peningkatan peran informasi dalam produksi kekayaan. Di era ini, dua faktor mendasar—pertama, perkembangan dan penyebaran pengetahuan yang luas di berbagai bidang, dan kedua, peningkatan nilai pengetahuan dibandingkan sumber-sumber material—telah mengubah struktur kekuasaan global.

Littlejohn, S. W., & Foss, (2009) menyoroti bahwa konsep komunikasi itu kompleks dan memiliki banyak makna, tergantung pada konteks penggunaannya. Dalam proses komunikasi, media berperan sebagai perantara untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada penerima. Kemajuan teknologi telah menghasilkan beragam media komunikasi yang semakin cepat, akurat, dan mudah diakses, terutama melalui internet, yang telah merevolusi cara manusia bertukar informasi dan berinteraksi.

Data Reportal menunjukkan bahwa TikTok kini menempati urutan keempat sebagai platform media sosial di Indonesia dengan persentase pengguna mencapai 73,5%. TikTok, sebagai aplikasi berbasis video yang dilengkapi dengan berbagai fitur seperti musik, teks, filter, dan lain-lain, dirancang untuk mendukung kreativitas dan inovasi dalam pembuatan konten. Melalui platform ini, pengguna dapat dengan mudah membuat dan membagikan video, yang pada gilirannya mendorong terjadinya revolusi konten di era digital.

Teori *The Multi-Step Flow* menjelaskan bahwa pesan media massa tidak hanya disampaikan secara langsung kepada khalayak, tetapi juga melalui perantara seperti pemuka pendapat (opinion leaders) yang mempengaruhi persepsi dan penerimaan informasi (Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, 1944). Di era media sosial, penyampaian informasi secara real time melalui pemuka pendapat semakin memperkuat proses komunikasi, memungkinkan terbentuknya opini publik secara dinamis.

Penelitian terbaru juga mendukung pandangan tersebut. (Johnson, M., 2023) menyatakan bahwa media digital telah mengubah pola komunikasi tradisional dengan mempercepat penyebaran informasi dan memperluas jaringan interaksi sosial. Selain itu, (Chen, X., & Wang, 2021) menyoroti bahwa algoritma personalisasi yang digunakan oleh platform seperti TikTok telah merevolusi cara konsumen mengakses dan memproses informasi, sehingga menciptakan pengalaman yang sangat disesuaikan bagi setiap pengguna. Penelitian oleh (Park, 2016) juga mengungkapkan bahwa masyarakat informasi modern tidak lagi hanya bergantung pada media tradisional, tetapi juga sangat mengandalkan interaksi digital secara real time untuk membentuk opini dan identitas kolektif.

Di sisi lain, fenomena Generasi Z di Kota Palembang menunjukkan dinamika yang menarik dalam konteks adopsi teknologi digital. Menurut survei yang dilakukan oleh Dinas Pemuda dan Olahraga Kota Palembang (2022), sekitar 80% dari populasi Generasi Z di Palembang secara aktif menggunakan media sosial setiap hari, dengan TikTok sebagai salah satu platform favorit (Pertiwi, 2020). Data tersebut mengungkapkan bahwa para pengguna muda ini tidak hanya mengakses konten untuk tujuan hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi, media pembentukan identitas, dan sarana untuk menjalin interaksi sosial. Lebih lanjut, sekitar 65% responden mengaku bahwa interaksi melalui TikTok telah memengaruhi gaya hidup mereka, mulai dari tren mode, pilihan hiburan, hingga pola komunikasi sehari-hari.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi fenomena konten *For Your Page* (FYP) pada TikTok di kalangan Generasi Z di Kota Palembang, guna memahami bagaimana media digital mempengaruhi pola komunikasi, interaksi sosial, dan pembentukan identitas di era informasi. Studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai peran media digital, khususnya TikTok, dalam membentuk perilaku dan kehidupan sosial masyarakat muda di Palembang.

## METODE

Penelitian dilakukan melalui deskriptif kualitatif. Pendekatan penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena sosial tertentu dengan memperbanyak pemahaman mengenai pengaruh positif dan negatif dari media sosial *TikTok*. Media sosial *TikTok* sangat mempengaruhi bagi kehidupan sehari-hari

mahasiswa/I Universitas MDP Sistem Informasi dalam bersosialisasi atau berinteraksi satu sama lain. Teknik dalam penelitian ini adalah pengumpulan data wawancara secara online kepada seluruh mahasiswa/I Universitas MDP Sistem Informasi. Analisis data dalam penelitian deskriptif kualitatif ini menggunakan wawancara secara online. Metode analisis data deskriptif kualitatif merupakan metode yang membantu menggambarkan, menunjukkan atau meringkas data dengan cara yang konstruktif yang mengacu pada wawancara yang membantu memahami detail data dengan meringkas dan menemukan pola dari *interview*. Melalui wawancara, peneliti akan memperoleh pendapat dan pandangan terhadap media sosial *TikTok*. Itu sebabnya diperlukan metode inferensial untuk analisa lebih lanjut

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian ini didasarkan pada integrasi teori-teori kontemporer yang telah diuraikan, yaitu teori algoritma personalisasi, Multi-Step Flow, Uses and Gratifications, serta pembentukan identitas digital.

### **Algoritma Personalisasi dan Kurasi Konten.**

Temuan mengenai kebiasaan konsumsi konten mendukung teori algoritma personalisasi yang dijelaskan oleh (Chen, X., & Wang, 2021) dan (Dewi, A. R. T., dkk, 2020). Para informan melaporkan bahwa FYP berhasil menyajikan konten yang relevan dan sesuai dengan preferensi mereka. Proses kurasi otomatis ini menciptakan pengalaman yang unik bagi setiap pengguna, sehingga mendorong peningkatan frekuensi akses dan keterlibatan. Personalization feedback loop yang terjadi di *TikTok* memastikan bahwa semakin sering pengguna berinteraksi dengan konten, maka semakin tepat pula konten yang dihadirkan, sebagaimana dijelaskan dalam teori tersebut.

### **Teori Multi-Step Flow dan Peran Pemuka Pendapat.**

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa informasi tidak hanya disampaikan secara langsung dari *TikTok* kepada pengguna, melainkan melalui proses penyaringan oleh pemuka pendapat atau *influencer*. Hal ini sesuai dengan teori *Multi-Step Flow* (Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, 1944) yang menyatakan bahwa pesan media massa diteruskan melalui beberapa lapisan interaksi sosial. (Johnson, M., 2023) juga menekankan bahwa di era digital, pemuka pendapat memainkan peran krusial dalam mempengaruhi opini dan perilaku pengguna. Informan mengonfirmasi bahwa mereka mendapatkan inspirasi serta informasi melalui interaksi dengan *influencer*, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan dan perilaku mereka.

### **Teori Uses and Gratifications**

Temuan terkait motivasi penggunaan *TikTok* oleh para informan sejalan dengan teori *Uses and Gratifications* yang diungkapkan oleh (Park, 2016). Para informan menggunakan *TikTok* tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi dan sarana untuk berinteraksi sosial. Mereka secara aktif memilih platform yang mampu memenuhi kebutuhan psikologis, seperti kebutuhan akan validasi sosial, hiburan, dan informasi yang cepat dan relevan. Hal ini mendukung pandangan bahwa pengguna media secara aktif mencari kepuasan dari konten yang mereka konsumsi.

### **Pembentukan Identitas Digital dan Perubahan Perilaku**

Aktivitas sebagai *content creator* di *TikTok* terbukti memberikan dampak signifikan terhadap pembentukan identitas digital para informan. Sejalan dengan penelitian (Fadhilah, 2021) dan (Mulyana, A., & Vazza, 2023), interaksi yang intens dengan konten yang dikurasi secara personal mempengaruhi persepsi diri dan nilai-nilai pribadi. Informan menyatakan bahwa keberadaan mereka di platform *TikTok* membantu membentuk citra diri yang lebih kreatif dan terbuka terhadap perubahan, sehingga mendorong mereka untuk mengadopsi gaya hidup serta tren baru yang sesuai dengan dinamika masyarakat informasi.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa *TikTok*, melalui fitur FYP, tidak hanya menjadi media hiburan tetapi juga alat pembelajaran dan pembentukan identitas yang efektif bagi Generasi Z di Universitas MDP. Temuan bahwa konten yang menghibur menjadi alasan utama penggunaan *TikTok* sejalan dengan konsep yang dikemukakan oleh (Pangestu, 2022), di mana konten didefinisikan sebagai sesuatu yang mengisi ruang—baik ruang digital, pikiran, maupun hati—dengan informasi, ide, dan pengalaman. Video yang menyajikan informasi melalui kombinasi gambar, teks, dan *background* mampu menghibur sekaligus memberikan nilai tambah berupa pengetahuan atau solusi atas masalah sehari-hari.

Lebih lanjut, variasi jenis konten yang muncul di FYP, mulai dari konten kebugaran, tren kecantikan, hingga berita, menunjukkan bahwa algoritma personalisasi *TikTok* berhasil menyesuaikan tampilan konten sesuai dengan preferensi pengguna. Hal ini mendukung teori algoritma personalisasi yang

dijelaskan oleh (Chen, X., & Wang, 2021) dan (Dewi, A. R. T., dkk., 2020), di mana algoritma tidak hanya menyaring konten tetapi juga menciptakan pengalaman yang terkurasi secara unik bagi setiap individu.

Dari perspektif komunikasi, penggunaan TikTok oleh mahasiswa dalam konteks ini juga dapat dijelaskan melalui teori *Multi-Step Flow* (Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, 1944) yang menyatakan bahwa informasi tidak langsung disalurkan dari media kepada masyarakat, melainkan melalui proses penyaringan oleh pemuka pendapat. Informan mengonfirmasi bahwa interaksi dengan influencer atau content creator lain di TikTok memainkan peran penting dalam mempengaruhi pilihan konten dan tren yang mereka ikuti.

Selain itu, teori *Uses and Gratifications* seperti yang diuraikan oleh (Park, 2016) menjelaskan bahwa pengguna secara aktif memilih media dan konten yang memenuhi kebutuhan mereka, baik untuk hiburan, informasi, maupun interaksi sosial. Dalam penelitian ini, mahasiswa mengonsumsi konten TikTok untuk mengatasi stres, memperoleh informasi terbaru, dan menjalin interaksi melalui fitur komentar dan duet, sehingga menunjukkan bahwa kebutuhan psikologis mereka terpenuhi melalui penggunaan platform tersebut.

Di samping itu, perspektif kognitivisme yang diungkapkan oleh (Nugroho, 2015) dan (Suyono, 2012) juga relevan untuk memahami bagaimana mahasiswa memperoleh pengetahuan dari konten digital di TikTok. Menurut teori kognitivisme, proses belajar melibatkan tidak hanya stimulus dan respons, tetapi juga proses berpikir yang kompleks. Mahasiswa, sebagai individu yang aktif berinteraksi dengan berbagai konten di TikTok, mengalami proses asimilasi—mengintegrasikan informasi baru ke dalam skema pengetahuan yang sudah ada—serta akomodasi—memodifikasi skema tersebut untuk menyesuaikan dengan informasi yang berbeda. Proses equilibrasi, di mana terjadi penyeimbangan antara informasi lama dan baru, turut berperan dalam pembentukan identitas digital mereka.

Temuan bahwa mahasiswa merasa terhibur dan mendapatkan manfaat dari konten yang ditampilkan di FYP menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan semata, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran informal yang mendukung proses kognitif dan pembentukan identitas (Adawiyah, 2020). Di samping itu, adanya perbedaan persepsi mengenai dampak negatif, seperti potensi terjadinya echo chamber dan pasifnya pengguna, mengindikasikan bahwa meskipun TikTok memberikan banyak manfaat, kesadaran kritis juga diperlukan agar pengguna dapat memilih konten secara aktif.

## SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur FYP di TikTok memiliki peran ganda dalam kehidupan mahasiswa Prodi Sistem Informasi di Universitas MDP. TikTok tidak hanya menyediakan hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai sumber informasi, alat pembelajaran, dan sarana pembentukan identitas digital. Algoritma personalisasi TikTok menyesuaikan konten sesuai dengan minat masing-masing pengguna, sehingga mendukung interaksi dengan pemuka pendapat dan memfasilitasi proses belajar melalui asimilasi, akomodasi, dan equilibrasi. Dari wawancara, terlihat bahwa persepsi mahasiswa terhadap TikTok terbagi menjadi dua: Persepsi Internal, dipengaruhi oleh perasaan, sikap, proses belajar, dan motivasi individu. Mahasiswa merasakan manfaat langsung dari konten yang menghibur dan informatif. Persepsi Eksternal, dipengaruhi oleh latar belakang, informasi yang diperoleh, dan intensitas penggunaan media sosial. Faktor eksternal ini membantu mengubah pandangan negatif terhadap TikTok menjadi lebih positif dengan adanya konten-konten yang responsif terhadap isu-isu terkini. Secara keseluruhan, TikTok melalui fitur FYP berperan signifikan dalam membentuk perilaku, proses pembelajaran, dan identitas digital mahasiswa di era informasi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti ucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing, dosen penguji, Direktur RSUD Bangkinang Kota, seluruh staff RSUD Bangkinang Kota, seluruh responden, bapak dan ibu dosen Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, orang tua dan teman teman sejawat peneliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*.
- Chen, X., & Wang, Y. (2021). Hybrid Human-AI Interaction in Mass Communication. *Communication*

- Technology Quarterly*, 36(4), 412-429.
- Dahlan, M. A. (1997). *Pemerataan Informasi, Komunikasi dan Pembangunan, Pidato Pengukuhan Guru Besar Tetap Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, Depok.*
- Dewi, A. R. T., Mayasarokh, M., & Gustiana, E. (2020). Perilaku Sosial Emosional Anak Usia Dini. *Jurnal Golden Age*, 4(1), 181-190.
- Fadhilah, N. dan E. (2021). Penggunaan Aplikasi Tik Tok bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perseptif*, 449(4), 1-13.
- Johnson, M., et al. (2023). AI in News Distribution: Quantifying Algorithm Impact. *Digital Journalism*, 11(2), 145-162.
- Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). The people's choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign. *New York, NY: Columbia University Press.*
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of communication theory*. 1.
- Mulyana, A., & Vazza, A. P. (2023). Social Construction of New Media in Cyberspace. *PT Rekacipta Proxy Media.*
- Nugroho, P. (2015). Pandangan Kognitifisme Dan Aplikasinya Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Anak Usia Dini. *ThufuLA: Jurnal Inovasi Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 3(2).
- Pangestu, I. (2022). *Mengenal Apa Itu TikTok, Sejarah dan Beberapa Fitur-fiturnya.*
- Park, M. (2016). South korea cultural history between 1960s and 2012. *International Journal of Korean Humanities and Social Sciences.*
- Pertiwi, W. . (2020). *Dibalik Fenomena Ramainya TikTok di Indonesia.*
- Rogers, E. M. (1991). *Communication Technology: The New Media in Society.*
- Suyono, dan H. (2012). *Belajar dan Pembelajaran; Teori dan Konsep Dasar. Bandung: PT Rosda Karya.*
- Wriston, W. B. (1996). *The Twilight of Sovereignty: How the Information Revolution is Transforming Our World.*