



Dampak Ganda Media Sosial terhadap Pola Pikir Mahasiswa Indonesia

Rizky Hendra Winata¹, Sufyanto^{1*}

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

*Correspondence: Sufyanto

Email: sufyanto@umsida.ac.id



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak: Penelitian ini meneliti bagaimana aplikasi-aplikasi ini mempengaruhi pola pikir dan gaya hidup mahasiswa. Di era globalisasi, kemajuan teknologi telah membuat hidup menjadi lebih praktis, dengan platform media sosial seperti TikTok dan Instagram menjadi sangat penting, terutama di kalangan remaja Indonesia. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini menganalisis video dan unggahan yang sering diakses oleh mahasiswa dan mengumpulkan data melalui snowball sampling. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa TikTok dan Instagram secara signifikan memengaruhi pola pikir dan gaya hidup mahasiswa, menyoroti dampak positif dan negatif tergantung pada penggunaannya. Penelitian ini menggarisbawahi perlunya kesadaran dan panduan dalam penggunaan media sosial untuk memanfaatkan manfaatnya dan mengurangi dampaknya.

Kata Kunci: media sosial, TikTok, Instagram, pola pikir, gaya hidup

Abstract: This study examines how these applications influence the mindset and lifestyle of university students. In the era of globalization, technological advancements have made life more practical, with social media platforms like TikTok and Instagram becoming essential, especially among Indonesian teenagers. Using a qualitative descriptive method, the research analyzes videos and posts frequently accessed by students and gathers data through snowball sampling. The findings reveal that TikTok and Instagram significantly affect students' thinking patterns and lifestyles, highlighting both positive and negative impacts depending on usage. This research underscores the need for awareness and guidance in social media use to harness its benefits and mitigate adverse effects.

Keywords: social media, TikTok, Instagram, mindset, lifestyle

Introduction

Globalisasi merupakan gabungan perpaduan antara nasional dan internasional yang disebabkan karena adanya pertukaran pandangan dunia. Pertukaran pandangan dunia yang dimaksud yakni terdapat dalam produk, pemikiran, serta kebudayaan. Globalisasi ini diartikan sebagai proses lahirnya dunia tunggal atau dunia individu [1]. Dalam era globalisasi ini terjadi banyak perubahan yang signifikan dapat berupa perubahan positif maupun negative sesuai dengan apa yang dilakukan, hal tersebut dapat menjadikan globalisasi ini sebagai harapan untuk maju ataupun sebaliknya. Sehingga globalisasi ini memiliki dampak besar yaitu teknologi kini semakin canggih dan apapun yang kita inginkan dapat kita dapatkan dengan mudah. Dengan adanya globalisasi ini manusia merasa terbantuan dengan perubahan teknologi yang cukup drastis. Karena, pada

dasarnya manusia membutuhkan komunikasi dan informasi satu sama lain dalam menjalani kehidupan di dunia.

Dengan begitu manusia kini tidak bisa dijauhkan dari globalisasi, salah satu hasil dari globalisasi yaitu dengan adanya internet. Hampir semua kegiatan manusia kini membutuhkan internet untuk mempermudah dalam akses maupun menjalankan kehidupan sehari-hari. Perkembangan internet ini menghasilkan inovasi baru untuk memajukan komunikasi dan informasi di dunia ini. Adanya perkembangan internet ini menghasilkan inovasi terbaru salah satunya yaitu mengenai media sosial. Media sosial adalah tempat dimana seseorang dapat berinteraksi, saling berbagi, berkomunikasi satu sama lain tanpa terhalang jarak. Media sosial ini memiliki banyak kegunaan salah satunya yaitu dipergunakan untuk memberikan informasi berupa gambar, teks, audio, dan video dengan satu sama lain tanpa harus memperhatikan jarak satu sama lain[2]. Media sosial memiliki pengaruh besar bagi kehidupan masyarakat sekitar, sebagai media komunikasi, promosi dan menampilkan gaya hidup (tren) masa kini yang sedang berkembang[3].

Perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi yaitu adanya konektivitas 4G LTE yang membuat pengguna koneksi internet merasakan internet yang semakin cepat dan murah. Media sosial dan aplikasi membutuhkan koneksi internet yang bagus dan cepat agar dapat mengakses berbagai video dan siaran langsung di berbagai aplikasi. Kini berbagai aplikasi sudah tersedia di berbagai aplikasi smartphone yaitu seperti Skype, Facebook, WhatsApp, Instagram dan TikTok. Aplikasi media sosial yang kini marak dipakai oleh masyarakat yaitu Instagram dan TikTok. Di Indonesia kedua aplikasi ini merupakan aplikasi video populer karena kemudahan dan kepraktisan dalam mengoperasikannya[4]. Maka tidak heran jika pengguna Instagram di Indonesia mencapai 109,3 Juta pengguna per bulan April tahun 2023 setiap bulannya pengguna Instagram mengalami peningkatan sebesar 3%. [5] Sedangkan pengguna aplikasi Tiktok tercatat 112,97 juta pengguna, angka ini mendapati peringkat kedua setelah Amerika Serikat dalam angka jumlah pengguna.[6]

Fenomena media sosial dalam aplikasi Instagram dan TikTok ini memberikan dampak positif dan negative khususnya bagi kalangan remaja. Saat ini remaja sedang melakukan penelusuran jati diri, jika dihadapkan dengan keadaan lingkungan yang penuh dengan kontradiksi akan mudah untuk terjatuh kedalam kesengsaraan. Hal ini yang dapat menyebabkan remaja Indonesia jatuh kedalam kelalaian kelakuan yang membawa bahaya bagi dirinya maupun orang lain[7].

Masa remaja merupakan masa yang paling menyenangkan semua hal ingin dicoba dan dilakukan. Tentunya kita sebagai remaja harus bisa memilah anatara perilaku yang baik dan buruk. Sedangkan di era ini banyak remaja yang melakukan perilaku-perilaku tidak baik karena adanya perkembangan teknologi ini. Sedangkan adanya perkembangan teknologi ini dapat dimanfaatkan remaja untuk mengubah pola pemikiran serta gaya hidup yang sekarang diterapkan. Kebudayaan asing yang masuk ke Indonesia sering kali tidak difilter terlebih dahulu sehingga mengakibatkan pola pemikiran dan gaya hidup remaja saat ini jauh dari kata baik. Tradisi para leluhur serta akhlak remaja kini terancam,

sedangkan agama Islam mengajarkan kita tentang nilai akal. Sebagai umat Islam kita dikaruniai akal untuk senantiasa dipergunakan dalam mencapai kemakmuran hidup yang didasari dengan syariat Islam. Seperti yang diungkapkan oleh Nurcholis Madjid pada dasarnya al-Qur'an membimbing kita umat Islam untuk berfikir dan menggali ayat-ayat Al-Qur'an dengan kekuatan nalar yang kita punya? Tanpa pengetahuan yang luas, tanpa pemikiran standar nilai yang logis ada banyak ayat-ayat Al-Qur'an yang tidak bisa dipahami dan kebesaran Allah SWT tidak terlihat[8].

Penelitian mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan aplikasi TikTok dan Instagram pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Methodology

Penelitian ini merupakan penelitian yang membahas tentang peranannya aplikasi media sosial Instagram dan TikTok sebagai pengubah gaya hidup dan pola pemikiran mahasiswa universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2022 – Februari 2023 dengan beberapa tahap yakni observasi, interpretasi data, wawancara dan dokumentasi kepada informan pengguna aplikasi Instagram dan TikTok dikalangan Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Alasan peneliti melakukan observasi terlebih dahulu yaitu untuk memberikan gambaran umum mengenai objek yang akan diteliti dan untuk melakukan evaluasi pada aspek tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi kepada pengguna aplikasi TikTok dan Instagram di kalangan mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dengan memberikan beberapa pertanyaan. Penelitian ini difokuskan di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang merupakan universitas berbasis dengan keagamaan. Tentunya mahasiswa/i universitas ini tidak luput dengan namanya gadget sehingga peneliti dengan mudah mendapatkan responden yang menggunakan kedua aplikasi tersebut yaitu TikTok dan Instagram.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif merupakan penelitian yang berfokus pada unit tertentu diantara berbagai fenomena, sehingga penelitian ini dapat dilakukan secara mendalam dengan data yang dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini[9]. Menurut Bogdan, Robert penelitian kualitatif dapat dipergunakan untuk memberikan informasi mengenai pengalaman individu ataupun organisasi dalam menghadapi masyarakat di kehidupan sehari-hari dan dapat dipergunakan untuk mempelajari pengalaman-pengalaman yang sebelumnya belum diketahui[10]. Ciri utama dalam penelitian kualitatif yaitu manusia memiliki peran utama dalam keseluruhan proses penelitian dan pengumpulan data bahkan peneliti dapat dipergunakan sebagai instrument.

Peneliti mengambil beberapa responden dengan menggunakan teknik Snowball dimana teknik ini dipergunakan peneliti untuk mencari responden. Karena peneliti belum mengetahui responden mana yang intens menggunakan TikTok dan Instagram yang hanya sebagai pengguna atau kreator. Dengan teknik ini peneliti diharapkan dapat memperoleh informasi dari responden satu dan lainnya. Dalam penelitian ini peneliti langsung menjadi peneliti utama (Key Instrument) yang mana peneliti akan melakukan penelitian secara

langsung, mengumpulkan berbagai data dan materi yang diperoleh saat melakukan proses penelitian di lapangan yang berkaitan dengan peranan aplikasi Instagram dan TikTok sebagai media untuk mengubah pola pemikiran dan gaya hidup mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Penelitian ini menggunakan subjek penelitian yaitu video atau postingan dari Instagram dan TikTok yang sering di akses oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Objek penelitian merupakan variabel penelitian yang merupakan inti dari problematika dalam penelitian. Objek penelitian ini yaitu gaya hidup serta pola pemikiran mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dengan adanya video yang dilihat di Instagram dan TikTok.

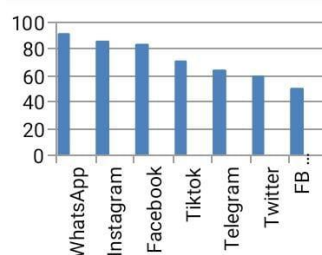
Penelitian ini menggunakan dua sumber yaitu sumber primer dan sumber sekunder, peneliti menggunakan sumber primer berasal dari data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui sampel yang telah menjawab kuisisioner yang telah diberikan oleh peneliti. Data primer ini merupakan data yang terbaru karena didapatkan serta di analisis dalam waktu yang singkat. Sedangkan data sekunder didapatkan peneliti melalaui buku, jurnal, maupun situs-situs resmi yang sudah ada sebelumnya[11].

Result and Discussion

Definisi Aplikasi TikTok dan Instagram

Media sosial terbentuk dari dua kata yaitu media dan sosial, media sendiri memiliki arti sebagai perlengkapan komunikasi yang selama ini kita kenal[12] sedangkan sosial merupakan realitas kehidupan atau memperhatikan kepentingan umum (the social as social fact) yang saling memiliki hubungan antara kehidupan satu dengan yang lainnya. Nasrullah berpendapat bahwa media di definisikan sebagai pertumbuhan ikatan seseorang dengan adanya perkembangan fitur media[13]. Media sosial merupakan sarana untuk berbagi informasi, teks, gambar audio dan video dan lain sebagainya. Kini media sosial sangat lekat dengan kehidupan masyarakat sehingga tidak jarang manusia dapat memiliki beberapa fitur media sosial lebih dari sepuluh dalam gadgetnya. Fitur media sosial semakin hari mengalami perkembangan yang signifikan tidak jarang aplikasi media sosial saling berebutan posisi agar pengguna media sosial itu lebih banyak lagi. dari banyaknya media sosial yang dipakai media sosial yang kini kerap dipakai oleh kalangan masyarakat yaitu aplikasi TikTok dan Instagram. Kedua aplikasi ini masuk kedalam 7 media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat ndonesia di semua kalangan dari anak-anak, remaja hingga dewasa. Hal tersebut sesuai dengan data yang ditemukan oleh peneliti yaitu[14],

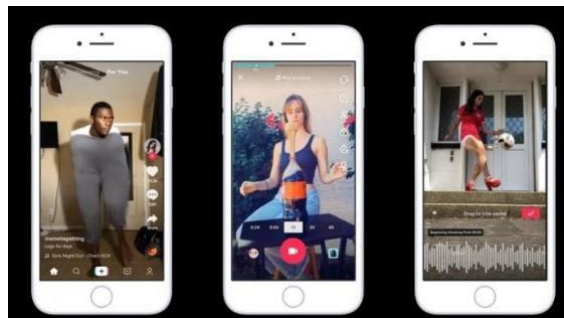
Gambar 1. Media Sosial yang sering digunakan oleh Masyarakat Indonesia (Januari 2023)



Data di atas, merupakan data yang dipergunakan peneliti untuk melihat jumlah pengguna media sosial khususnya pada aplikasi Tiktok dan Instaram.

Aplikasi TikTok merupakan aplikasi pembuatan video dengan didukung musik yang menarik dan seru. Aplikasi ini dipublikasikan pada September 2016 dengan platform video musik Tiongkok. Aplikasi ini menyajikan video pendek dengan berbagai macam ekspresi pembuatannya. TikTok memiliki indikator yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut: a) dengan adanya platform video TikTok dapat memberikan dampak negatif dan positif untuk penggunanya, b) memberikan tempat bagi pengguna untuk menyalurkan kreatifitasnya dalam mengaplikasikan TikTok [15]. Aplikasi TikTok menyajikan hiburan bagi para penggunanya, dengan berjalannya waktu aplikasi ini juga menyajikan platform untuk berjualan atau mendapatkan komisi dari video yang telah dibuat (TikTok Shop, TikTok Affiliate). Aplikasi ini dapat membuat penggunanya menjadi terkenal dan juga memberikan benefit-benefit bagi pengguna yang sesuai dengan kriteria mereka. Banyak dari kalangan masyarakat menjadikan aplikasi ini untuk eksis dan membuat video semenarik mungkin [16]. Maka dari itu banyak sekali kalangan masyarakat yang mengunduh dan menggunakan aplikasi TikTok. Dalam mempermudah penjelasannya peneliti telah mengambil beberapa contoh fitur dalam penggunaan aplikasi tiktok.

Gambar 2. Fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi Tiktok (Sumber: Tribun Travel)



Dan adapun fitur Tiktok Affiliate yang dapat digunakan untuk mempromosikan barang atau jual beli barang sehingga kita mendapatkan komisi dari penjualan tersebut,

Gambar 3. Fitur Tiktok Affiliate dalam aplikasi Tiktok (Sumber Tribun.com)



Instagram berasal dari kata instan atau insta yang memiliki arti foto instan seperti pada foto polaroid. Aplikasi ini dipergunakan pengguna untuk berbagi foto atau video, menggunakan filter-filter foto digital dan membagikannya ke berbagai media sosial termasuk ke dalam Instagram itu sendiri[17]. Sedangkan kata gram berasal dari kata

telegram yang berarti mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet sehingga foto atau informasi yang telah dibagikan bisa lebih cepat untuk diterima. Atmoko berpendapat bahwasannya Instagram merupakan layanan jejaring sosial yang dipusatkan pada fotografi. Instagram mulai direalisasikan pada tanggal 16 Oktober 2010[18]. Di dalam Instagram terdapat beberapa fitur yang disajikan untuk mempermudah pengguna dalam menggunakan Instagram seperti home page, comments, explore, profil, news feeds, judul hashtag, lokasi, follow, like, mentions.

Gambar 4. Fitur-fitur yang terdapat di dalam aplikasi Instagram (Sumber, Tek.id)



Sebenarnya di dalam kedua aplikasi ini yaitu TikTok dan Instagram memiliki fitur yang tidak jauh beda bahkan bisa dikatakan sama. Fitur yang disajikan di Instagram maupun di TikTok sudah saling melengkapi satu sama lain. Melainkan di dalam aplikasi TikTok lebih berbasis video pendek sedangkan Instagram lebih berbasis pada fotografi.

Faktor-Faktor penggunaan Aplikasi TikTok dan Instagram

Dalam menggunakan aplikasi TikTok dan Instagram terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengguna untuk mengakses kedua aplikasi tersebut. Dengan beragam fitur yang disajikan oleh kedua aplikasi tersebut, pengguna dapat mengakses dan mengoperasikan dengan mudah. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan kedua aplikasi ini. Peneliti mengambil beberapa pertanyaan melalui kuisisioner dan dibagikan kepada responden khususnya Mahasiswa/I Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Peneliti telah menggunakan beberapa pertanyaan dalam kuisisioner tersebut untuk mengetahui beberapa faktor dalam garis besar mengapa responden menggunakan aplikasi TikTok dan Instagram. Berikut deskripsi mengenai apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan aplikasi TikTok dan Instagram.

Faktor Hiburan

Manusia merupakan makhluk hidup yang membutuhkan hiburan dengan adanya hiburan ini manusia dapat meningkatkan kemampuannya dalam memecahkan masalah serta mendorong manusia untuk melakukan pengalaman baru. Pada dasarnya manusia hidup di dunia membutuhkan kegembiraan dan hiburan untuk dapat mempertahankan hidupnya[19]. Hiburan ini di dapatkan oleh manusia melalui berbagai hal yang menggembirakan. Dengan pemikiran tersebut tidak jarang masyarakat mencari platform media sosial yang menyajikan hiburan seperti di aplikasi TikTok dan Instagram. Orang-orang berasumsi dengan mendownload dan menggunakan aplikasi TikTok ataupun

Instagram, dapat menemukan konten-konten yang menghibur dan menginspirasi. Bagaimana tidak, dalam platform TikTok dan Instagram menyajikan ribuan bahkan ratusan video dan foto menarik.

Dalam aplikasi TikTok mereka bisa bergaya di aplikasi tersebut, bukan hanya mencari hiburan saja melainkan mereka juga bisa menirukan gaya serta lagu yang sedang viral dalam platform ini. TikTok menyajikan fitur untuk menirukan gaya atau menirukan lagu yang sedang dilakukan seseorang. TikTok bukan hanya dipergunakan untuk mencari hiburan saja mereka juga bisa mengekspresikan gaya dan menari nari dengan lagu yang sudah tersedia di TikTok. Seperti yang telah dijelaskan oleh Adib Hidayat, Aplikasi TikTok sudah diterima oleh masyarakat luas karena dapat menjadi media untuk bersenang-senang dan sebagai hiburan[20].

Sedangkan dalam aplikasi Instagram mereka dapat melihat hiburan fotografi menarik, bukan hanya itu saat ini Instagram juga telah dilengkapi dengan reels dimana reels ini merupakan fitur video pendek di Instagram. Semakin hari Instagram memberikan pelayanan terbaik baik penggunaannya, dengan filter-filter dan fitur yan diperbarui sesuai kebutuhan pengguna.

Dalam kuisioner ini peneliti mengambil pertanyaan terkait dengan penggunaan aplikasi TikTok dan Instagram yaitu dengan "Apa tujuan dan maksud anda mendownload dan menggunakan aplikasi Instagram dan TikTok?". Pertanyaan tersebut dijawab oleh responden dengan berbagai macam jawaban yang berbeda dan salah satunya yaitu sebagai hiburan. mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah memberikan respon tentang apa yang sedang mereka rasakan, apalagi saat sudah menginjak mahasiswa akhir mereka membutuhkan hiburan untuk menyelesaikan tugas akhir dengan baik. Hal ini menjadikan salah satu alasan responden mengapa menggunakan aplikasi TikTok karena hiburan yang disajikan oleh aplikasi ini membuat mereka bersemangat dan tertawa. Demikian juga di Instagram mahasiswa/i menggunakannya untuk mencari hiburan dari konten-konten yang telah dibuat oleh para kreator.

Faktor Pengetahuan

Kini masyarakat tidak bisa dijauhkan dari yang namanya internet, dengan internet masyarakat bisa mengakses semua hal yang berkaitan dengan kehidupan. Dalam hal ini menjadikan masyarakat mudah untuk mendapatkan berbagai macam pengetahuan hanya melalui internet, termasuk di dalamnya yaitu TikTok dan Instagram. kini semua kalangan dari tingkat taman kanak-kanan hingga mahasiswa/i menggunakan kedua aplikasi ini untuk menunjang pendidikannya. Tak sedikit konten-konten yang dibuat memiliki unsur pengetahuan yang dibutuhkan. Seperti yang peneliti temukan dalam aplikasi TikTok terdapat akun yang membahas tentang pengetahuan, seperti konten TikTok Dokter Farhan dengan nama akun @farhanzubedi beliau memberikan pengetahuan tentang kesehatan, konten dari akun @aurrofi yang menjelaskan tentang belajar teknik fotografi, dan salah satu dosen yang sangat viral dikalangan mahasiswa yaitu Ibu Ira dengan akun @buiramira memberikan edukasi seputar perkuliahan dan masih banyak lagi[21]. Tidak jarang kreator Tiktok juga memiliki Instagram melainkan mereka tidak several di aplikasi Tiktok.

Melalui kuisioner yang telah diberikan oleh peneliti, responden memberikan jawaban yang sama yaitu mendapatkan manfaat edukasi dari TikTok maupun Instagram, responden setuju dalam menggunakan kedua aplikasi ini karena mereka mendapatkan banyak video maupun foto tutorial, kesehatan dan lain lain.

Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi kehidupan masyarakat sangat berpengaruh dalam kemajuan digital, kemajuan digital semakin dirasakan oleh masyarakat saat terjadinya pandemi covid-19. Pandemi covid-19 ada sejak tahun 2020, dengan masuknya virus covid-19 Pemerintah Indonesia memberikan kebijakan kepada masyarakat untuk mengurangi penyebaran virus covid-19 dengan cara tidak melakukan aktivitas di luar rumah. Dengan adanya kebijakan tersebut sangat mempengaruhi aktivitas perekonomian masyarakat luas karena gerak-gerik masyarakat dibatasi, dan saat itu banyak karyawan perusahaan yang harus kerja di rumah bahkan ada yang terkena pemberhentian kerja oleh perusahaan dengan alasan untuk mengurangi kerugian perusahaan[22]. Adanya pandemi covid-19 ini membuat masyarakat kesulitan untuk bertahan hidup di era pandemi seperti itu, sehingga banyak masyarakat memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan perekonomiannya. Media sosial dipergunakan masyarakat dengan cara berjualan online shop melalui market place.

Hingga sekarang masyarakat banyak memanfaatkan market place media sosial seperti TikTok dan Instagram untuk mendapatkan penghasilan. Tak heran jika banyak masyarakat menggunakan kedua aplikasi ini, karena memberikan fitur untuk menjual barang kepada konsumen. Hal ini dapat kita ketahui dengan banyaknya konten di Instagram maupun TikTok yang mempromosikan barang untuk diperjual belikan. Di Instagram mereka akan dihubungkan langsung melalui contact person admin yang tertera dalam profil sehingga mempermudah konsumen untuk membeli barang yang diinginkan. Barang yang diperjual belikan di Instagram dibuat semenarik mungkin dengan menggunakan foto maupun video pendek di reels. Bukan hanya itu di dalam aplikasi TikTok kita juga bisa memperjual belikan barang melalui fitur TikTokShop. Fitur ini mempermudah konsumen untuk membeli barang dengan memilih keranjang kuning terlebih dahulu. Keranjang kuning ini juga dapat berfungsi mempermudah kreator untuk memasukkan barang yang sedang dipromosikan.

Faktor Pekerjaan

Faktor pekerjaan merupakan hal yang tidak asing kita temukan, bersumber dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti. Peneliti menemukan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk mendownload dan menggunakan kedua aplikasi ini. Tuntutan pekerjaan yang dilakukan oleh seseorang membuatnya untuk melakukan hal tersebut. Kini masyarakat menjadikan seorang konten kreator sebagai pekerjaan karena mudahnya mendapatkan uang dengan memanfaatkan media sosial yang ada. Saat melakukan wawancara peneliti menemukan salah satu akun yang bernama @Dedsec dan @Alvin_pdc. Mereka menggunakan aplikasi tiktok sebagai pekerjaan sampingan untuk mendapatkan komisi dari konten-konten yang telah mereka buat sebelumnya. Mereka mendapatkan komisi melalui live dan promosi konten dari vidio yang telah mereka buat,

dengan menggunakan fitur live mereka mendapatkan komisi atau gift dari penonton live tersebut.

Pola Pemikiran dan Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dalam Aplikasi TikTok dan Instagram

Dengan adanya aplikasi Tiktok dan Intagram memberikan peran tersendiri untuk mahasiswa/I Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Setelah peneliti melakukan penelitian terhadap mahasiswa/I tentang peranan aplikasi Tiktok dan Instagram dalam mengubah pola pemikiran dan gaya hidup mahasiswa/I. Setiap responden memiliki peranan yang berbeda sesuai dengan apa yang mereka lakukan selama ini, diantaranya responden yang telah peneliti peroleh ada beberapa responden yang menganggap peranan kedua aplikasi ini sangat berpengaruh dalam mengubah pola pemikiran dan gaya hidupnya, selanjutnya ada pula responden yang tidak mengalami perubahan apapun karena hanya menjadikannya sebagai media hiburan saja.

Kini mahasiswa memiliki pengaruh besar terhadap kemajuan bangsa, tentunya kemajuan ini dilandaskan dengan dasar pola pemikiran yang baik. Perlunya seseorang untuk mencerna baik buruknya segala aplikasi yang ada tentunya sangat penting. Aplikasi dibuat untuk dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh semua orang dan adapun aplikasi yang dibuat hanya untuk hiburan tanpa ada manfaat atau bisa aplikasi ini dibuat untuk menjatuhkan seseorang. Setiap aplikasi ini memiliki dampak negatif dan positif sesuai dengan apa yang kita saring, jika kita menggunakannya kedalam hal yang baik maka kita akan menerima kebaikannya dan sebaliknya.

Pola pikir pengguna menjadi salah satu kunci dari transformasi digital, dimana seseorang akan merubah pola pikir, cara kerja, gaya hidup, hingga budaya dalam menggunakan teknologi. Pola pikir sebuah pengguna aplikasi akan membuatnya lebih produktif, efektif dan efisien. Hal ini dijelaskan oleh Dirjen Aplikasi Informatika Samuel Abrijani dalam acara Gerakan Nasional 1000 Startup Digital dan Sequia memaparkan dengan adanya transformasi digital ini bukan mencari teknologi tercanggih melainkan tentang pola pikir yang harus diasah dan mencari cara terbaik untuk melakukan pekerjaan dengan batuan teknologi digital[23].

Hal ini juga dirasakan oleh mahasiswa/I khususnya responden yang sudah menjawab kuisisioner yang telah peneliti buat. Mereka memiliki pandangan yang berbeda tentang peranan media sosial khususnya Instagram dan tiktok dalam mengubah pola pemikiran dan gaya hidup mereka.

Informan sanya im arok dengan nama akun Instagram mulai menggunakan Instagram sejak tahun 2017 @_sanya03 dan nama akun tktok @sanyaimarom23. Ia mengatakan sejak menggunakan Instagram dan Tiktok ia merasakan adanya perubahan pola pikirnya, serta memberikan informasi yang selama ini kurang didapatkan di kehidupan sehari-hari. Dengan adanya konten dari Instagram dan tiktok membuatnya mengubah pola pikir dan gaya hidupnya lebih produktif lagi dengan membuat konten video cinematic otomotif sebagai media hiburan. Hal ini juga dirasakan oleh informan Muhammad teguh hidayat @spxchzy_ menggunakan Instagram sejak 2015 dan nama akun tiktok @kopral.abin. Dalam

pengubahan gaya hidup muhammad teguh banyak merasakan perubahan karena ia membuat media sosial sebagai standart gaya hidupnya. Hal ini tentunya bisa dikatakan perubahan gaya hidup yang baik dan buruk tergantung dengan standart gaya hidup yang kita pakai sesuai dengan apa yang kita punya. Selanjutnya informan Mohammad Aldi Afandi @aldiefandi yang sudah menggunakan Instagram sejak tahun 2012 dan nama akun tiktok @aldieafandi ia merasakan adanya perubahan pola pikir seperti yang dirasakan oleh Sanya dan Teguh. Rafly berpendapat bahwasannya pengaruh gaya hidup media sosial lebih ke hedonis dengan banyaknya konten yang memperlihatkan kekayaan atau keberhasilan yang telah dicapai tentunya hal tersebut tergantung bagaimana seseorang menyikapinya.

Informan Ahmad Firnanda menjelaskan keterkaitannya dengan media sosial ini sebagai pengguna dengan nama akun instagram @Ahmad Firnanda. Mulai menggunakan Instagram sejak delapan tahun terakhir sedangkan untuk media sosial Tiktok @Firnanda sejak tahun 2022. Dengan memiliki kedua akun tersebut hingga kini firnanda belum merasakan perubahan gaya hidup dan pola pemikirannya dalam kehidupan sehari-hari karena selama ini media sosial tersebut digunakan sebagai media hiburan saja. Demikian Muhammad rafly ardiyanto @rafly_a10 yang telah menggunakan instagram sejak tahun 2015 dan nama akun tiktok @rafly.ary.

Dengan teori yang digunakan yaitu teori simulasi, simulacra dan hiperealitas karena media sosial dijadikan sebagai peran perubahan pola pikir dan gaya hidup mahasiswa/i. dari penjelasan informan diatas mereka memiliki cara tersendiri untuk menentukan pola pikir apa dan gaya hidup seperti apa yang mereka inginkan. Adanya perubahan pola pikir dan gaya hidup mahasiswa/I universitas Muhammadiyah Sidoarjo memiliki pandangan yang berbeda. Pada dasarnya seseorang akan terpengaruh dengan apa yang mereka lihat dan dengar, tapi tidak dipungkiri ada beberapa orang yang tidak terpengaruh hanya dengan melihat dan mendengar saja. Seperti halnya informan diatas, ada beberapa informan yang tidak merasakan pengaruh media sosial saat menggunakannya. Dengan adanya media sosial ini informan dapat bebas untuk menentukan hal apa aja yang dibutuhkan dan disukai serta gaya hidup seperti apa yang dipilih. Soerjono berpendapat penyebab terjadi perubahan sosial dibedakan menjadi dua yaitu perubahan dari masyarakat itu sendiri dan perubahan dari masyarakat luar. Perubahan ini terjadi karena adanya temuan-temuan baru karena perkembangan zaman dan ilmu pengetahuan yang berupa teknologi dan gagasan-gagasan baru sehingga dapat diketahui dan dikenal masyarakat luas selanjutnya perubahan itu dapat diterima sehingga menimbulkan perubahan sosial[24].

Conclusion

Media sosial merupakan sarana untuk berbagi informasi, teks, gambar audio dan video dan lain sebagainya. Dengan berkembangnya zaman media sosial sangat lekat dengan kehidupan masyarakat sehingga tidak jarang manusia dapat memiliki beberapa fitur media sosial lebih dari sepuluh dalam gadgetnya. Fitur-fitur yang disajikan oleh media sosial sekarang lebih banyak dan menarik. Media Sosial yang kini banyak dipakai oleh pengguna

yaitu Instagram dan Tiktok, dua aplikasi ini memiliki pengguna yang banyak. Tidak menutup kemungkinan dengan adanya aplikasi Instagram dan Tiktok ini dapat memberikan pengaruh dalam pola pikir dan gaya hidup pengguna khususnya mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, peneliti merangkum poin kesimpulan dari penjelasan diatas yaitu (1) Terdapat tiga factor penggunaan Instagram atau tiktok dikarenakan faktor hiburan, pengetahuan, ekonomi, dan pekerjaan. (2) Pola pikir serta gaya hidup dapat berubah sesuai dengan tujuan dari penggunaan aplikasi Tiktok dan Instagram.

References

- A. Aptika, "Pola Pikir Pengguna Jadi Kunci dari Transformasi Digital," October 28, 2021. [Online]. Available: <https://aptika.kominfo.go.id/2021/10/pola-pikir-pengguna-jadi-kunci-dari-transformasi-digital/>. [Accessed: Mar. 07, 2023].
- A. Bambang Dwi, "Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel," Jakarta, Indonesia: Media Kita, 2022.
- C. Mutia, "Data Pengguna Instagram," May 24, 2023. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>. [Accessed: Jun. 23, 2023].
- D. Nesia, "Media Sosial yang sering digunakan di Indonesia," 2023. [Online]. Available: <https://dataindonesia.id/internet/detail/whatsapp-masih-menjadi-media-sosial-terfavorit-di-indonesia>. [Accessed: Jun. 23, 2023].
- F. Fauzi, "Analisis Penerapan Teknologi Jaringan LTE 4G di Indonesia," Bandung, Indonesia: Institut Manajemen Telkom, 2012.
- I. Soraya, "Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta)," J. Komun., vol. 8, 2017. [Online]. Available: <https://doi.org/10.31294/JKOM.V8I2.2654>.
- K. L. Kotler and P. Keller, "Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12," Jakarta, Indonesia: Erlangga, 2012.
- L. K. Rossa, V., & Fikri, "Ini Alasan Konten TikTok Jadi Viral dan Diterima Banyak Orang," September 17, 2020. [Online]. Available: <https://www.suara.com/lifestyle/2020/09/17/161848/ini-alasan-konten-tiktok-jadi-viral-dan-diterima-banyak-orang>.
- M. Ayu, "Data Pengguna Instagram," May 3, 2023. [Online]. Available: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-indonesia-capai-1093-juta-per-april-2023>. [Accessed: Jun. 23, 2023].
- M. Laughey, "Media Sebagai Alat Komunikasi," 2003.
- N. Khairuni, "Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak," J. Edukasi, 2016.
- N. Madjid, "Islam Agama Kemanusiaan: Membangun Tradisi dan Visi Baru Islam Indonesia," Jakarta, Indonesia: Paramadina, 2003.

- O. Hafiz, "Akun Tiktok Yang Bikin Konten Edukasi untuk Tambah Wawasan," Hippwee. [Online]. Available: <https://www.hipwee.com/hiburan/konten-edukasi-tiktok/>, 2022.
- R. A. Martin, "Humor, Laughter, and Physical Health: Methodological Issues and Research," *Psychol. Bull.*, vol. 127, 2001.
- R. Bogdan, "Introduction to Qualitative Research Methods: A Phenomenological Approach to the Social Sciences," John Wiley & Sons, 1975.
- R. Nasrullah, "Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi," Bandung, Indonesia: Remaja Rosdakarya, 2017.
- S. Honoatubun, "Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia," *EduPsyCouns Journal*, vol. 2, no. 1, p. 151, 2020.
- S. R. Sundari and S. Sundari, "Perkembangan Anak dan Remaja," Jakarta, Indonesia: Rineka Cipta, 2004.
- S. S. and A. S. A. M., "Dasar Metodologi Penelitian," Yogyakarta, Indonesia: Literasi media Publishing, 2015.
- S. Soekanto, "Sosiologi Suatu Pengantai," Jakarta, Indonesia: Rajawali Pers, 2012.
- Setiadi, "Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi dan Pemecahnya," Jakarta, Indonesia, 2011.
- T. Damayanti, "Jurnal Communication," *J. Commun.*, vol. 10, no. 6, 2019. [Online]. Available: <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/issue/view/154>.
- W. Nugroho, "Aplikasi Tiktok sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia," Jawa Tengah, Indonesia: Universitas Widya Dharma Klaten, 2018.
- Wikipedia, "Instagram." [Online]. Available: <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, 2024.