

## Fenomena Tik Tok sebagai Media Komunikasi Edukasi

Rafika Rasdin<sup>1</sup>, Yeti Mulyati<sup>2</sup>, Khaerudin Kurniawan<sup>3</sup>

Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia<sup>1,2,3</sup>  
[rafikarasdin@upi.edu](mailto:rafikarasdin@upi.edu), [yetimulyati@upi.edu](mailto:yetimulyati@upi.edu), [khaerudinkurniawan@upi.edu](mailto:khaerudinkurniawan@upi.edu)

### ABSTRAK

Gelombang dunia maya telah menyerang seluruh negara tanpa terkecuali Indonesia. Teknologi yang semakin canggih didukung dengan pemanfaatan di segala sektor, menjadi penanda adanya perubahan zaman menuju masyarakat informasi. Tujuan penelitian ini yaitu untuk membahas fenomena Tik Tok sebagai media komunikasi di zaman 4.0 dan sebagai langkah awal untuk merancang pengembangan model bahan ajar bahasa Indonesia dengan menggunakan aplikasi Tik Tok sebagai media bantu yang menarik dan menyenangkan. peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Fokus analisis pada penelitian ini adalah unggahan teks dan video di aplikasi Tik Tok Indonesia. Klasifikasi informasi yang diteliti adalah berupa konten/materi tentang bahasa dan sastra Indonesia. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Tik Tok dengan berbagai macam fitur yang menarik dan mudah dalam pengoprasian dapat dengan tepat dan efisien dimanfaatkan sebagai media edukasi, khususnya pada pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. Namun, untuk mengetahui tentang keefektifan Tik Tok dalam penerapan materi pembelajaran, maka perlu dilakukan penelitian lanjutan oleh peneliti selanjutnya.

Kata kunci: Edukasi, Media Komunikasi, Tik Tok

### PENDAHULUAN

Gelombang dunia maya telah menyerang seluruh negara tanpa terkecuali Indonesia. Teknologi yang semakin canggih didukung dengan pemanfaatan di segala sektor, menjadi penanda adanya perubahan zaman menuju masyarakat informasi. Teknologi informasi dan komunikasi yang pesat dan cara penggunaan yang mudah, menjadikan siapa pun bisa menggunakan teknologi dan saling terhubung secara global dengan jutaan perangkat computer (Batubara, 2019). Jika dihubungkan dengan ciri khas masyarakat Indonesia yang ramah, berjiwa sosial tinggi, gemar memperlihatkan aktivitas, serta tidak begitu memperhatikan isu privasi, maka media sosial adalah media komunikasi yang tepat untuk digunakan.

Berbagai media sosial telah akrab di kalangan masyarakat Indonesia. Adapun media digital yang kian marak berkembang di Indonesia adalah media sosial Tik Tok. Aplikasi Tik Tok adalah aplikasi yang digunakan sebagai sarana hiburan oleh para pemilik akun Tik Tok, aplikasi ini juga menyediakan fitur video dan musik dengan durasi waktu hingga mencapai tiga menit, sehingga pengguna dapat memanfaatkannya untuk membagikan berbagai macam konten sesuai kegemaran. Aplikasi ini sudah terdaftar di *Playstore*, jadi siapa pun pemilik gawai dapat dengan mudah mengakses Tik Tok (Aji, 2018).

Terdapat dua ciri dalam penggunaan Tik Tok yaitu ciri internal (perasaan, sikap dan karakter individu, prasangka, fokus perhatian, minat, proses belajar, tutorial, motivasi, dan harapan) serta ciri eksternal (hal-hal baru, hal-hal familiar, keberlawanan, kebutuhan sekitar, ukuran, serta antusiasme) (Deriyanto dan Qorib, 2019). Sejak awal pandemi covid-19 hingga akhir Juli 2021, penggunaan Tik Tok mengalami peningkatan yang sangat drastis, yaitu mencapai angka hingga 92,2 juta pengguna, usia pemakainya rata-rata 18-34 tahun, 36 persen adalah pekerja paruh waktu. Namun, pada kenyataannya sudah banyak juga yang menggunakan Tik Tok dari kalangan milenial masih sekolah yang biasa disebut dengan generasi Z. Data tersebut bersumber dari Internal Data, Id Audience Suarabogor.id (2021).

Meskipun pada 3 Juli 2018 aplikasi Tik Tok pernah diblokir oleh Kemenkominfo karena banyaknya konten negatif yang beredar terutama untuk anak-anak, namun dengan banyak pertimbangan dan inovasi baru maka pada bulan Agustus 2018 dapat kembali digunakan dengan syarat batas usia minimum pengguna yaitu 11 tahun (Wisnu, 2018). Sadar akan betapa besar dan aktifnya pengguna Tik Tok di Indonesia, maka tidak mustahil jika saat ini banyak yang menjadikannya sebagai peluang di segala bidang baik bisnis, sosial, kesehatan, maupun Pendidikan. Aplikasi Tik Tok yang sangat diminati oleh kaum milenial usia sekolah, dapat dijadikan manfaat sebagai media pembelajaran yang interaktif dan menarik bagi peserta didik, tidak terkecuali juga dalam pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia.

Senada dengan pernyataan di atas peneliti terdahulu Sandi (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Aplikasi Tik Tok terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020” menemukan fakta dari hasil analisis penelitiannya yaitu terdapat sisi negatif dan positif dari penggunaan Tik Tok, sisi positifnya adalah aplikasi ini dapat membantu untuk mengekspresikan diri secara kreatif khususnya dalam pembuatan video pendek. Sedangkan jika ditinjau dari sisi negatifnya, akan menimbulkan efek kecanduan bagi penggunaannya jika tidak digunakan secara bijak. Kemudian penelitian yang dilakukan secara deskriptif kualitatif oleh Nana (2021) dengan judul penelitian “Pembinaan Bahasa Indonesia yang Baik dan Benar di Kalangan Mahasiswa di Era Milenial Melalui Media Sosial” mengatakan bahwa dengan mengunggah konten melalui Tik Tok dan Instagram dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa dalam penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar yang disampaikan secara tertulis maupun lisan. Relevan dengan peneliti sebelumnya penelitian yang berjudul “Studi Literatur: Tik Tok sebagai Media Kreatif dalam Pengajaran Daring di Sekolah Dasar” oleh Helena, dkk (2021) menemukan simpulan bahwa salah satu media sosial yang tepat untuk meningkatkan semangat belajar siswa dan menumbuhkan kreativitas tenaga pendidik dalam membuat inovasi terbaru pada pembelajaran daring adalah Tik Tok. Alasannya karena Tik Tok ramah kuota, dan terdapat filter dan fitur yang unik untuk dijadikan penunjang terlaksananya konten video pembelajaran yang menyenangkan. Namun, dalam penelitian yang berjudul “Efektivitas Model Pembelajaran Daring Berbasis Tik Tok” yang dilakukan oleh Handriani, dkk (2021) menemukan hasil bahwa dengan menerapkan aplikasi Tik Tok sebagai media pembelajaran tidak sepenuhnya berjalan dengan efektif. Orang tua siswa beranggapan bahwa Tik Tok yang anak-anak mereka gunakan selama proses pembelajaran berlangsung masih kadang disalahgunakan untuk melihat video tiktok lain yang melenceng dari materi ajar.

Dari berbagai hasil penelitian terdahulu ditemukan persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang media sosial Tik Tok dalam proses pembelajaran, dengan perbedaan yang terdapat pada variabel penelitian masing-masing. Berdasarkan beberapa informasi dan data dari hasil penelitian terdahulu yang kemudian dapat dijadikan sebagai gambaran untuk membahas lebih lanjut lagi tentang fenomena Tik Tok sebagai media komunikasi pada era 4.0. Tujuan penelitian ini yaitu sebagai langkah awal untuk merancang pengembangan model bahan ajar bahasa Indonesia dengan menggunakan aplikasi Tik Tok sebagai media bantu yang menarik dan menyenangkan.

Hafield Cangara dalam Karim (2011) membagi jenis media komunikasi berdasarkan karakteristiknya ke dalam empat jenis, yaitu media antarpribadi, media kelompok, media publik, dan media massa. Berikut kelemahan dan kelebihan masing-masing media komunikasi:

Karakteristik	Media			
	Intra Individu	Inter Individu	Massa	Publik/ Sosial
Diterima	Pikiran	Semua indera	Mata dan telinga	Semua indera
Umpan balik	Memutar dalam diri	Langsung	Tidak langsung	Langsung dan tidak langsung
Kode	Simbol dan persepsi	Tertulis, isyarat, dan lisan	Lisan dan tertulis	Lisan, tertulis, dan isyarat

Edaran pesan	Memusat	Dua arah	Satu arah	Satu arah dan dua arah
Liputan	Pada diri	Terbatas	Banyak dan tanpa batas	Banyak dan tanpa batas
Efek	Sikap dan perilaku	Tinggi pada sikap dan rendah di kognitif	Rendah pada sikap, tinggi pada kognitif	Tinggi pada perilaku, tapi rendah pada kognitif
Kecepatan	Cepat pada diri sendiri	Cepat dan terbatas	Cepat dan luas	Cepat dan Luas
Khalayak	Sendiri	Kelompok dan individu	Tak terbatas massa	Kelompok massa tak terbatas
Muatan pesan	Terbatas	Terbatas	Banyak	Terbatas
Media	Sendiri	Setiap tempat	TV, film, radio, surat kabar	Facebook, Twitter, Mimbar, dll

Jika diperhatikan dari karakter media komunikasi di atas semua media efektif digunakan untuk mencapai sasaran informasi yang sesuai dengan sifat medianya. Adapun fungsi media komunikasi meliputi fungsi Pendidikan, sosial, ekonomis, politis, dan agama. Laughey dan Mc Quail dalam Nasrullah (2017) berpandangan bahwa media sosial adalah alat untuk saling berkomunikasi. Sedangkan kata sosial dalam KBBI memiliki arti segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan masyarakat. Selanjutnya menurut Fuchs dalam Nasrullah (2017) mengatakan bahwa arti sosial dalam media sosial yaitu masing-masing individu yang terdapat pada komunitas bukan hanya yang berada pada suatu lingkungan. Tiap lingkungan harus bekerjasama dengan lingkungan lain sehingga tercipta suatu relasi yang baik. Berlandaskan pada pandangan para ahli di atas, Nasrullah menyimpulkan bahwa:

“Media sosial merupakan media yang menggunakan internet dan memungkinkan penggunaannya untuk merepresentasikan dirinya sehingga dirinya mampu berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial dalam jaringan.”

Saxena dalam Nasrullah (2017) memiliki pandangan bahwa media sosial yaitu media yang memungkinkan tiap anggotanya saling berinteraksi satu sama lain melalui foto, pesan, dan video yang bisa menarik perhatian para pengguna media sosial lain. Media sosial memiliki ruang untuk berkomunikasi secara menarik dengan menyediakan beberapa konten yang dapat disesuaikan dengan minat penggunaannya. Adapun contoh media sosial yaitu *Facebook, Instagram, Twitter, Path, Line, Tik Tok*, dan sebagainya. Tetapi, yang akan dipaparkan dalam penelitian ini adalah khusus pada media sosial Tik Tok.

Tik Tok merupakan sebuah aplikasi yang menampilkan berbagai macam konten video berdurasi dari 15 detik hingga tiga menit yang diluncurkan pada tahun 2014 oleh perusahaan Bytedance di Beijing, China (Bahiyah dan Wang, 2020). Ada lima motivasi dalam penggunaan Tik Tok yaitu: (1) Interaksi sosial, Tik Tok mendorong pengguna untuk mengirim pesan singkat, berkomentar, dan menyukai video yang ditonton, (2) Arsip, ini tentang kebutuhan untuk dapat melacak kembali video favorit di koleksi arsip pengguna, (3) Ekspresi diri, dalam konteks ini melibatkan penggunaan video untuk mengekspresikan tentang diri sendiri yang dapat mengesankan penonton dengan bakat yang dimiliki, (4) Menghibur diri, ini adalah motivasi paling umum untuk penggunaan media sosial Tik Tok, Whitting dan Williams menemukan bahwa orang termotivasi untuk meringankan diri dari tekanan sehari-hari dengan menonton video hiburan di Tik Tok, dan (5) Mengintip, penelitian menunjukkan bahwa orang termotivasi menggunakan Tik Tok untuk mengintip unggahan orang lain secara sengaja dengan mengeklik profil pengguna lain (Bahiyah dan Wang, 2020).

Media sosial Tik Tok telah menjadi budaya populer di Indonesia, hal ini didukung dari beberapa alasan, yaitu video pendek yang dekat dengan realitas dan situasi umum, layanan video pendek yang sederhana, pengoperasian yang mudah, tingkat produksi yang canggih, kebebasan untuk pengguna, konten yang membahas trend kekinian, efek orang berpengaruh/celebriti, serta pemasaran yang



menarik (Yang, Zhao, dan Ma, 2019). Dalam konteks Tik Tok para pengguna memamerkan kehidupan atau bakat masing-masing kepada orang lain dalam jaringan yang kemudian dapat diharapkan dapat memperoleh keuntungan pribadi dan kepuasan dari penggunanya. Berdasar pada pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa Tik Tok adalah aplikasi media sosial yang dapat diunduh melalui *play store*, serta memiliki kegunaan yang hamper sama dengan media sosial lainnya, bedanya Tik Tok lebih fokus pada pengambilan video, dapat juga berbagi informasi terhadap pengguna lain. Video pembelajaran dalam Tik Tok akan ditampilkan dari 15 detik hingga tiga menit. Kelebihan pembelajaran dengan menggunakan bantuan media sosial Tik Tok yaitu pembelajaran akan lebih menarik, karena disertai ilustrasi, musik latar, dapat diakses kapanpun dan di manapun, mudah digunakan, serta penggunaannya yang tidak terbatas.

### METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Moleong (2010) mengatakan bahwa apabila menggunakan metode deskriptif berarti peneliti harus mengkaji data yang telah dikumpulkan, data tersebut berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan pendekatan studi pustaka yang berupaya agar dapat menyelami lebih dalam lagi tentang fenomena atau subjek yang terjadi di ranah atau ruang virtual (Hine, 2020). Fokus kajian pada penelitian ini adalah teks dan video pada unggahan di Tik Tok Indonesia. Klasifikasi informasi yang diteliti adalah berupa konten/materi tentang bahasa dan sastra Indonesia.

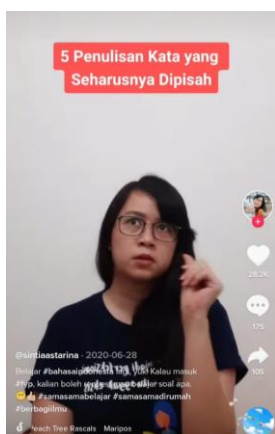
### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan terhadap pengguna yang memanfaatkan aplikasi Tik Tok sebagai media pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. Hasil penelitian akan dipaparkan dan disesuaikan dengan karakteristik dari hasil kajian pustaka dan dari aspek yang diteliti.

#### 1. Fenomena Tik Tok sebagai Media Komunikasi Edukasi

##### a. Video pendek yang dekat dengan realitas dan situasi umum

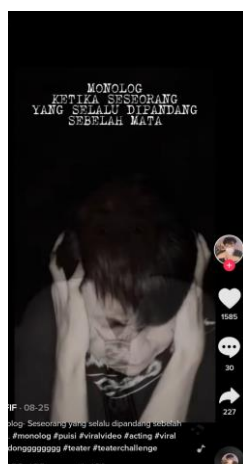
Video yang diisi dengan lagu yang berdurasi pendek oleh pembuat konten Tik Tok memiliki hubungan erat dengan kenyataan di masyarakat, dibalut dengan hiburan, pengetahuan sebagai konten utama sehingga dapat dengan mudah menarik perhatian pengunjung Tik Tok (Yang, Zhao, dan Ma, 2019), hal ini terbukti dari unggahan video akun @sintiaastarina (<https://vt.tiktok.com/ZSeBeMN8L/>)



Gambar 1. Video Edukasi Menulis di TikTok



Gambar 2. Video Edukasi Teks Anekdote di Tik Tok



Gambar 3. Video Edukasi Monolog di Tik Tok



Gambar 4. Video edukasi Baca Puisi di Tik Tok

Pada Gambar 1 di atas mengungkapkan edukasi tentang contoh penulisan kata yang kerap kali salah oleh masyarakat umum, pengguna tersebut memberi edukasi secara unik disertai dengan

ekspresi, dan musik yang mendukung, dalam unggahan tersebut juga banyak mendapat komentar positif dari pengguna lain, bahkan pengguna tersebut mendapat dukungan dari banyak pihak untuk tetap melanjutkan konten. Pengguna juga tidak lupa memberikan hashtag #bahasaindonesi #samamabelajar #berbailmu agar pengguna lain dapat dengan mudah menemukan video kontennya.

b. Layanan video pendek yang sederhana

Pada bagian ini kreator atau pengguna Tik Tok diberikan kemudahan untuk membuat kreasi, mulai dari pemilihan musik latar yang sudah ada layanan “*search*”, namun jika kreator tidak mengetahui judul lagu yang akan dimasukkan ke videonya, maka kreator bisa langsung memilih lagu pada video dari pengguna lain yang sudah menggunakannya, sehingga proses pembuatan konten kekurangannya dapat diminimalisir (Yang, Zhao, dan Ma, 2019). Hal ini dapat dilihat pada unggahan dengan nama akun @bu alma (<https://vt.tiktok.com/ZSeBLHu1K/>) pada gambar 2 di atas, dalam video tersebut membahas tentang materi teks anekdot kelas X SMA dan dalam video sederhana tersebut menggunakan musik yang menarik para pengguna lain sehingga saat ditonton, pengguna lain tidak merasa jenuh.

c. Pengoperasian yang mudah

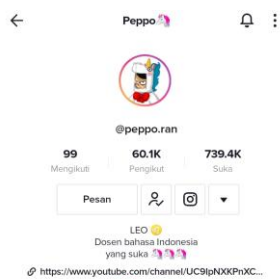
Tik Tok telah menyediakan kemudahan bagi penggunanya, seperti kreator bisa memilih musik sendiri, menambahkan efek seperti gerakan lambat maupun yang lainnya, lalu membuat video berdurasi singkat sesuai kesukaan masing-masing (Yang, Zhao, dan Ma, 2019). Berikut disajikan data dari akun @AFIF (<https://vt.tiktok.com/ZSeBFqSWk/>) yang berkenaan dengan salah satu alasan penggunaan Tik Tok. Pada gambar 3 di atas memperlihatkan kekreatifan dengan menggunakan fitur-fitur efek dan filter yang telah disediakan oleh Tik Tok. Dalam video konten tersebut, kreator menampilkan aksi monolog “Seseorang yang selalu dipandang sebelah mata”. Video tersebut berhasil mendapat apresiasi sebanyak 1586 suka dari pengguna Tik Tok dan mendapat berbagai komentar positif, ada yang menjadikan referensi buat tugas sekolah, ada yang berkomentar karena sesuai dengan kehidupan di dunia nyata, dan lain-lain.

d. Tingkat produksi yang canggih

Perkembangan Tik Tok yang semakin populer dan dengan penerapan fungsi yang keproduksianya secara akurat ditentukan oleh penggunanya, ini dapat terwujud disebabkan karena kecanggihan teknologi sangat cakap sehingga video yang ditampilkan dapat sesuai dengan yang pengguna inginkan (Yang, Zhao, dan Ma, 2019). Pemilik akun Tik Tok @Aab Alkarimi (<https://vt.tiktok.com/ZSeBk77Sx/>). Pada gambar 4 dan gambar 3 di atas menjelaskan tentang para kreator yang berhasil memanfaatkan fitur yang terdapat pada Tik Tok dan menghasilkan karya yang tidak kalah dengan hasil aplikasi profesional lainnya.

e. Kebebasan untuk pengguna

Sesuai dengan teori komunikasi yakni membantu masyarakat untuk mengekspresikan diri dan merekam kegiatan yang baik merupakan makna dari keberadaan video tersebut (Yang, Zhao, dan Ma, 2019). Hal ini dibuktikan pada postingan pemilik akun @peppo.ran (<https://vt.tiktok.com/ZSeBAAnmL/>)



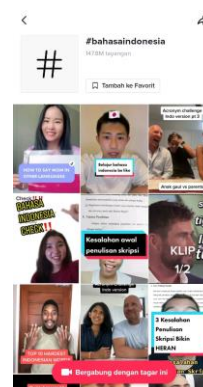
**Gambar 5. Profil akun Tik Tok @peppo.ran**



**Gambar 6. Komentar para pengguna dari konten @peppo.ran**



**Gambar 7. Kumpulan Video Materi Kebahasaan dari akun @peppo.ran**



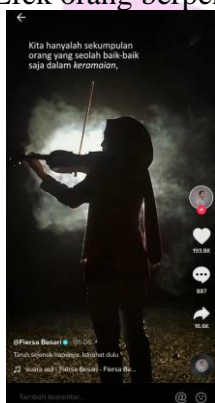
**Gambar 8. Kumpulan Video Materi Kebahasaan #bahasaindonesia**

Pada gambar 5, 6, dan 7 merupakan akun dari pengguna Tik Tok yang kontennya berisikan tentang materi-materi kebahasaan yang kerap kali mendapat respon positif dari pengguna lain yang melihatnya. @peppo.ran dengan unggahan-unggahan videonya sangat membantu masyarakat dan @peppo.ran berhasil mengekspresikan diri dan merekam kesehariannya yang berfaedah buat pengguna lain. Sedangkan pada gambar 8. berisi tentang kumpulan video dari hashtag #bahasaindonesia, hal ini menjadi bukti bahwa operasi Tik Tok yang sederhana dan membuat nyaman penggunanya untuk berselancar secara bebas mencari konten yang sesuai dengan kegemarannya.

**f. Konten yang membahas trend kekinian**

Kaum milenial adalah pengguna utama yang selalu mengikuti trend saat ini, mulai dai trend hidup sehat, pemandangan indah, hiburan, kecantikan, gerakan fisik, pendidikan, emosional, dan sebagainya (Yang, Zhao, dan Ma, 2019). Pada gambar 3. di atas menampilkan video yang sedang tren saat ini yaitu tentang trend ya ng berkaitan dengan kesehatan mental tentang seseorang yang merasa stress karena selalu dipandang sebelah mata oleh lingkungannya, semua dituangkan melalui karya monolog singkat yang berhasil menarik minat banyak pengguna Tik Tok untuk melihat dan meresponnya.

**g. Efek orang berpengaruh/Selebriti**



**Gambar 9. Akun Tiktok Selebriti @Fiersa Besari**

Kian maraknya selebriti di Indonesia yang telah menggunakan media sosial Tik Tok menjadikan banyak masyarakat mengikuti segala apa yang dilakukan selebriti tersebut di akunnya. Sama halnya dengan akun selebriti @Fiersa Besari (gambar 9) yang memanfaatkan akun Tik Tok untuk mengunggah video tentang menulis, bermusik, merekam, dan berkelana, dan semua unggahannya sangat menginspirasi banyak pihak pengguna Tik Tok di Indonesia.

**h. Pemasaran yang menarik**

Teknik pemasaran Tik Tok yang menarik yaitu dengan meningkatkan konten yang menyenangkan, mengurangi biaya, dan meningkatkan kontribusi pada penyebaran video dengan cepat (Yang, Zhao, dan Ma, 2019). Hal ini menjadi salah satu alasan utama pemilik akun Tik Tok untuk membuat dan menyebarkan karyaanya



## 2. Pembelajaran Bahasa dan Sastra melalui aplikasi Tik Tok

Terdapat tiga fungsi yang bekerja dalam pemilihan media, yaitu pertama fungsi stimulasi (ketertarikan untuk belajar dan mengetahui lebih dalam tentang hal yang ada di media). Kedua fungsi mediasi yang adalah hubungan yang menjembatani komunikasi antara siswa dan guru. Ketiga fungsi informasi yang menunjukkan pemaparan yang akan disampaikan guru (Wisnu, 2021). Fitur yang terdapat aplikasi Tik Tok adalah sebagai berikut:

Fitur	Kegunaan
Rekam Suara	Merekam suara melalui gawai, lalu dibaurkan ke dalam akun Tik Tok masing-masing
Rekam Video	Merekam video melalui gawai, lalu dibaurkan ke dalam akun Tik tok masing-masing
Suara Latar	Memberikan suara latar yang bisa diunduh langsung dari Tik-Tok
Edit	Mengedit draft video yang sudah dibuat
Berbagi	Membagikan video yang sudah dilihat ke media sosial lain
Duet	Kolaborasi bersama pengguna Tik tok lainnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa Tik Tok dapat digunakan sebagai media pembelajaran yang efektif, karena memenuhi kebutuhan belajar siswa, menarik minat siswa karena inovasi terbarunya yang dapat diimplementasikan ke dalam pembelajaran, serta sejalan dengan perkembangan ciri khas peserta didik yang merupakan kaum milenial yang sangat dekat dan lekat dengan dunia digital. Hal ini juga disesuaikan dengan pendapat O'Malley dalam Purbasari (2013), yaitu suatu pembelajaran akan berlangsung jika pemelajar memanfaatkan perangkat teknologi secara aktif. Aplikasi Tik Tok dapat diterapkan melalui pembelajaran:

### a. Keterampilan Bersastra

Dalam praktiknya pengajaran sastra sangat bermanfaat untuk memberikan motivasi kepada siswa, memberi akses pada kearifan lokal budaya, memberikan jalan untuk pemerolehan bahasa, memperkaya pengetahuan dan keterampilan siswa, serta dapat mendidik siswa secara keseluruhan (Lazar dalam Abdurahman, 2021). Fitur-fitur dalam aplikasi Tik Tok sangat tepat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran dalam keterampilan bersastra, terdapat banyak kompetensi dasar yang dapat diterapkan dalam pemanfaatan media tersebut, misalnya keterampilan bermain peran, dialog, ataupun monolog.

### b. Keterampilan Menyimak

Multimedia interaktif itu adalah media pembelajaran yang efektif untuk meningkatkan keterampilan menyimak bagi siswa. Media pembelajaran sebagai salah satu komponen dalam pembelajaran berperan dan peranan penting untuk pembelajaran dan dapat berlangsung sesuai dengan tujuan belajar (Arono, 2014). Sesuai dengan berbagai macam fitur yang ditawarkan oleh Tik Tok, aplikasi tersebut sudah dapat menyesuaikan kebutuhan audio visual, fitur duet pada Tik Tok dapat membuat pembelajaran menyimak yang memiliki sifat kooperatif.

### c. Keterampilan Berbicara

Keterampilan berbicara adalah suatu kecakapan untuk mengucapkan bunyi artikulasi maupun kata-kata untuk menyampaikan gagasan, pikiran, ide, ataupun mengekspresikan perasaan yang disusun dan dikembangkan agar sesuatu yang disampaikan dapat dipahami oleh penyimak (Wahyuni & Kuni dalam Wisnu, 2021). Oleh karena itu, berdasarkan fitur pada aplikasi Tik Tok pengguna dapat memanfaatkan untuk mengekspresikan, menyampaikan ide, gagasan, serta perasaan yang telah dirangkai dan disesuaikan dengan kebutuhan menyimak.

### d. Keterampilan Menulis

Keterampilan menulis adalah cara yang dilakukan seseorang untuk mengungkapkan gagasan dan ide dalam sebuah tulisan, keterampilan menulis menjadi salah satu keterampilan yang

harus mendapat perhatian dalam pengajaran bahasa Indonesia di sekolah (Wisnu, 2021). Guru dapat memanfaatkan Tik Tok dalam kompetensi menulis dapat dilaksanakan dengan siswa diminta menulis teks deskripsi, kemudian direkam dengan fitur rekam suara, kemudian digabungkan menjadi video yang utuh, dan terakhir diunggah ke beranda lalu dievaluasi Bersama.

#### e. Keterampilan Membaca

Keterampilan membaca adalah cara untuk mempelajari dunia sehingga manusia bisa memperkaya ilmu pengetahuan, serta memperdalam makna tertulis dalam bacaan. Membaca bukan hal yang mudah untuk dikerjakan, karena membutuhkan proses yang dapat dikembangkan melalui teknik yang sesuai dengan tujuan membaca itu sendiri (Syifak dalam Wisnu, 2021). Tik Tok dapat dimanfaatkan dalam keterampilan membaca nyaring KD membaca teks berita. Guru dapat meminta siswa menyiapkan video peristiwa, kemudian membacakan teks tersebut dengan teknik yang tepat.

### SIMPULAN

Berdasarkan penjelasan dan paparan di atas maka dapat disimpulkan bahwa media sosial Tik Tok dengan berbagai macam fitur yang menarik dan mudah dalam pengoprasian, dapat dengan tepat dan efisien dimanfaatkan sebagai media edukasi, khususnya pada pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. Namun, untuk mengetahui tentang keefektifan Tik Tok dalam penerapan materi pembelajaran, maka perlu dilakukan penelitian lanjutan oleh peneliti selanjutnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aji, W. N. (2018). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Pertemuan Ilmiah Bahasa Dan Sastra Indonesia*, Vol. 431, pp. 431-40.
- Adisaputera, A., Hadi, W., & Hutagalung, T. (2021). Pembinaan Kemampuan Bersastra di Pondok Belajar Arnila Kampung Nelayan Desa Paluh Kurau Kecamatan Hampan Perak Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat" Penguatan Peran Perguruan Tinggi Dalam Meningkatkan Kualitas Hidup Di Era New Normal Melalui Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat"* (pp. 273-278). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Medan.
- Anshari, Y. Z., & Putra, D. S. (2021). Studi Literature: Tik Tok Sebagai Media Kreatif dalam Pengajaran Daring di Sekolah Dasar. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan* (Vol. 3, pp. 242-247).
- Ardiyanti, H., Kustandi, C., Cahyadi, A., Elihami, E., & Pattiasina, P. J. (2021). Efektivitas model pembelajaran daring berbasis tiktok. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(3), 285-293.
- Arono, A. (2014). Improving Students Listening Skill Through Interactive Multimedia in Indonesia. *Journal of Language Teacing and Research*.
- Batubara, S. (2019). Aplikasi Media Pembelajaran Pengenal Pendidikan Agama Islam Tingkat Anak Usia Dini Berbasis Desktop Dengan Metode CAI (Computer Assisted Instruction). *Prosiding SiManTap: Seminar Nasional Matematika Dan Terapan*, 1, 724-727.
- Dini, C., Putri T, E. E., Izzah, N., & Puspitasari, Y. E. (2021). Penggunaan Video Berbasis Tiktok pada Pembelajaran Era Masyarakat Digital.
- Hine, C. (2020). *Ethnography For The Internet: Embedded, Embodied And Everyday*. Routledge.
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2019). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *JISIP*, 7(2).
- Mana, L. H. A. (2021). Respon Siswa terhadap Aplikasi Tiktok sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. *JIRA: Jurnal Inovasi dan Riset Akademik*, 2(4), 418-429.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial (Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.



- Oktaviana, M., Achmad, Z. A., Arviani, H., & Kusnarto, K. (2021). Budaya Komunikasi Virtual Di Twitter Dan Tiktok: Perluasan Makna Kata Estetik. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5(2), 173-186.
- Omar, B. & Dequan, W. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage. *International Association of Online Engineering*.
- Pratama, S., & Muchlis, M.(2020).Pengaruh Aplikasi Tik Tok terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020. *Incare, International Journal of Educational Resources*, 1(2), 102-115.
- Putra, R. S., & Irwansyah, I.(2020).Media Komunikasi Digital, Efektif Namun Tidak Efisien, Studi Media Richness Theory dalam Pembelajaran Jarak Jauh Berbasis Teknologi di Masa Pandemi. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(2), 1-13.
- Randani, Y. N. F., Safrinal, S., Latuconsina, J. Z., & Purwanto, M. R.(2021).Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok sebagai Media Dakwah untuk Kaum Milenial. *at-thullab Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 570-584.
- Winata, N. T.(2021).Pembinaan Bahasa Indonesia yang Baik dan Benar di kalangan Mahasiswa di Era Milenial Melalui Media Sosial. *Bahtera Indonesia; Jurnal Penelitian Bahasa dan Sastra Indonesia*, 6(2), 267-275.
- Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (2019). Analysis of the Reasons and Development of Short Video Application—Taking Tik Tok as an Example. *In Proceedings of the 2019 9th International Conference on Information and Social Science (ICISS 2019), Manila, Philippines* (pp. 12-14).

