

Makna Tiktok pada Interaksi Sosial Mahasiswa KPI IAIN Bone Angkatan 2022-2025

Amilatussalihah¹, Sri Wulandari², Tasrif Nurul Ilmi Dhar³, Muhammad Syahrul Ramadhan⁴, Kurniati Abidin⁵

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Komunikasi Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Bone, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Corresponding Author: amilattusalihah@gmail.com¹,
wulandariwulanoppo2020@gmail.com², tasrifanurulilmidhar@gmail.com³,
muhsyahrulramadhan77@gmail.com⁴, kurniatiarifabidin@gmail.com⁵

Info Artikel

Submitted: 23 Mei 2026

Revised : 07 Juni 2026

Accepted: 10 Juni 2026

Published: 20 Juni 2026

Keywords: TikTok, social interaction, KPI students, social media, S-O-R theory

Kata Kunci: TikTok, interaksi sosial, mahasiswa KPI, media sosial, teori S-O-R

Abstract

The development of digital technology has brought a fundamental transformation in social interaction patterns, particularly among university students. This study aims to understand the meaning of TikTok in the social interaction of students from the Communication and Islamic Broadcasting (KPI) Program Study at IAIN Bone, class of 2022–2025. The research employs a descriptive qualitative approach with a case study design. Data were collected through semi-structured WhatsApp interviews with 15 informants, observation, and documentation. Data analysis used the Miles and Huberman model (data reduction, data presentation, conclusion drawing) with triangulation technique for data validity. The findings reveal that students perceive TikTok multifunctionally: predominantly as a primary entertainment source, while also functioning as a source of brief information, creative inspiration, and a medium for observing communication practices relevant to their studies. TikTok serves as a facilitator of social capital because viral content often becomes a conversation starter that strengthens social closeness and facilitates the exchange of academic resources (such as assignment templates and tutorials). However, its influence is ambivalent because excessive consumption can cause distraction, reduce the quality of face-to-face interaction, and potentially disrupt academic focus. There is no structured media literacy program at the program study level despite students' awareness of the need to filter content, and variation in individual usage intensity demands multi-channel communication strategies. This study recommends that the program study organize digital literacy workshops, establish guidelines for phone use ethics, and utilize TikTok strategically for educational activities.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi fundamental dalam pola interaksi sosial, khususnya di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan memahami makna TikTok dalam interaksi sosial mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Bone angkatan 2022–2025. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur via WhatsApp dengan 15 informan, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan) dengan teknik triangulasi untuk keabsahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai TikTok secara multifungsi: dominan sebagai sumber hiburan utama, sekaligus berfungsi sebagai sumber informasi singkat, inspirasi kreatif, dan medium observasi praktik komunikasi

yang relevan bagi studi mereka. TikTok berperan sebagai fasilitator modal sosial karena konten viral kerap menjadi conversation starter yang memperkuat kedekatan sosial dan mempermudah pertukaran sumber daya akademik (seperti template tugas dan tutorial). Namun, pengaruhnya bersifat ambivalen karena konsumsi berlebihan dapat menyebabkan distraksi, menurunkan kualitas interaksi tatap muka, dan berpotensi mengganggu fokus akademik. Belum ada program literasi media terstruktur di prodi meskipun mahasiswa menyadari perlunya memilah konten, dan variasi intensitas penggunaan antarindividu menuntut strategi komunikasi multi-kanal. Penelitian ini menyarankan prodi menyelenggarakan workshop literasi digital, menyusun pedoman etika penggunaan ponsel, serta memanfaatkan TikTok secara terarah untuk kegiatan edukatif.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Publisher : Lembaga Penerbit Penelitian Nusantara

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital di era kontemporer telah membawa transformasi fundamental dalam pola interaksi sosial masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda. Media sosial menjadi platform utama yang memungkinkan individu membangun dan mempertahankan hubungan sosial dalam skala yang lebih luas dan cepat. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial berbasis video pendek yang paling populer saat ini, telah mengalami pertumbuhan pengguna yang sangat masif di Indonesia dan menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mahasiswa. Fenomena ini menjadikan TikTok sebagai objek penelitian yang menarik untuk memahami bagaimana media sosial memengaruhi dinamika interaksi sosial di kalangan mahasiswa.

Penggunaan TikTok tidak hanya terbatas pada konsumsi konten hiburan semata, tetapi juga berfungsi sebagai media ekspresi diri dan komunikasi sosial, terutama di kalangan remaja dan pelajar. Penelitian menunjukkan bahwa TikTok dapat digunakan untuk hiburan sekaligus sebagai sarana edukasi serta berinteraksi, memberikan platform untuk personal branding dan memperluas jaringan sosial. Faktor utama yang mendorong pengguna menggunakan TikTok adalah hiburan dan relasi dengan persentase 86,2%, sedangkan faktor lain termasuk sarana edukasi dan pembelajaran (7,7%), media untuk membentuk personal branding (1,5%), dan meningkatkan koneksi serta interaksi sosial (4,6%).¹

¹ Atik Robingatus, Yuni Kartika, Nawal Mahda, Phasya Permata, Laila Nai'ilatur, dan Joko Tri Nugraha, "Hiburan atau Distraksi? Mengurai Pengaruh TIKTOK pada Prestasi dan Interaksi Mahasiswa," Jurnal Mahasiswa Administrasi Negara (jma 8, no. 1 (Juni 2024): 5, <https://jom.untidar.ac.id/index.php/jman/article/download/4348/1392>.

Ungkapan bahwa TikTok berpengaruh terhadap interaksi sosial mahasiswa dan hubungan personal di dunia nyata terbukti dari penelitian yang menunjukkan bahwa 63,1% mahasiswa merasa TikTok berpengaruh atau sangat berpengaruh terhadap interaksi sosial mereka. Mahasiswa dapat menjalin interaksi dengan membuat video TikTok bersama, berbagi pesan, memberikan komentar, dan mengapresiasi apa pun yang diunggah. Penggunaan aplikasi ini memang berpengaruh terhadap interaksi sosial para mahasiswa dan hubungan personal di dunia nyata, meskipun juga dapat memiliki konsekuensi negatif termasuk pengaruh terhadap waktu belajar.²

Penelitian mengenai makna TikTok pada interaksi sosial mahasiswa KPI IAIN Bone Angkatan 2025 menjadi penting untuk dilakukan guna memahami bagaimana platform media sosial ini berkontribusi dalam pembentukan pola komunikasi dan interaksi sosial di kalangan mahasiswa. Pemahaman tentang makna yang dibangun melalui TikTok akan memberikan insight mengenai transformasi interaksi sosial tradisional menuju interaksi digital yang karakteristiknya berbeda, namun tetap memiliki relevansi dengan nilai-nilai komunikasi yang diajarkan dalam program studi KPI. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang dampak media sosial terhadap perilaku sosial mahasiswa di era digital.

KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini menggunakan teori S-O-R sebagai salah satu landasan teoritis utama untuk menjelaskan bagaimana media digital, khususnya TikTok, memengaruhi perilaku sosial mahasiswa. Teori ini pada dasarnya menjelaskan bahwa setiap rangsangan atau stimulus yang diterima individu akan diproses terlebih dahulu di dalam diri individu tersebut, kemudian menghasilkan respons tertentu dalam bentuk sikap, tindakan, maupun perubahan perilaku. Dalam konteks komunikasi, teori ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan melalui media tidak langsung menghasilkan efek, melainkan melalui proses internal dalam diri penerima pesan.³ Dengan demikian, teori S-O-R sangat relevan digunakan untuk menelaah bagaimana video-video TikTok dapat memengaruhi interaksi sosial mahasiswa KPI IAIN Bone Angkatan 2025.

² Dampak TikTok pada Interaksi Sosial Siswa," (2026),
<https://id.scribd.com/document/972579099/4-Template-Kti-2025-1>.

³ Hovland, Carl I., Irving K. Janis, dan Harold H. Kelley, Communication and persuasion: Psychological Studies of Opinion Change. (New Haven: Yale University Press, 1953), 12–15.

Stimulus dalam penelitian ini berupa video-video TikTok yang dikonsumsi maupun diproduksi oleh mahasiswa. Konten tersebut dapat berupa hiburan, edukasi, dakwah, tren, opini, maupun pesan-pesan sosial yang dikemas dalam bentuk visual singkat dan menarik. Karakteristik TikTok yang berbasis audio-visual dan didukung algoritma yang cepat membuat stimulus yang diterima pengguna menjadi lebih intens dan berulang. Situasi ini memungkinkan konten TikTok membentuk persepsi, minat, dan perhatian mahasiswa terhadap berbagai hal yang mereka lihat di platform tersebut.⁴

Organism dalam teori ini adalah mahasiswa KPI IAIN Bone Angkatan 2025 sebagai pengguna aktif TikTok. Pada tahap ini, individu tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga melakukan proses seleksi, interpretasi, dan penilaian terhadap stimulus yang diterima. Proses internal ini dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, lingkungan sosial, motivasi, dan intensitas penggunaan media sosial. Sebagai mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, mereka memiliki kepekaan tersendiri dalam memahami pesan komunikasi, sehingga pengaruh TikTok dapat memunculkan respons yang berbeda-beda antara satu mahasiswa dengan mahasiswa lainnya.⁵

Response dalam penelitian ini adalah dampak yang muncul pada pola interaksi sosial mahasiswa setelah mengonsumsi atau memproduksi konten TikTok. Respons tersebut dapat berupa perubahan perilaku komunikasi, peningkatan rasa percaya diri dalam berinteraksi, perluasan jaringan pertemanan, atau sebaliknya, menurunnya intensitas interaksi tatap muka karena terlalu sering menggunakan media digital. TikTok juga dapat mendorong mahasiswa meniru gaya komunikasi tertentu, menggunakan bahasa populer, serta membangun identitas diri melalui konten yang mereka unggah. Dengan demikian, respons tidak hanya tampak dalam perilaku verbal, tetapi juga dalam perubahan pola hubungan sosial di lingkungan kampus.⁶

Teori S-O-R menegaskan bahwa efek komunikasi tidak terjadi secara otomatis, melainkan bergantung pada bagaimana individu memproses pesan yang diterima. Dalam konteks TikTok, video yang menarik, singkat, dan mudah dibagikan menjadi stimulus yang kuat karena dapat membentuk kebiasaan, sikap, dan perilaku sosial pengguna. Mahasiswa yang terpapar konten secara terus-menerus berpotensi mengalami perubahan cara berpikir dan cara

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (Harlow: Pearson, 2016), 217–219; Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (Harlow: Pearson, 2016), 217–219.

⁵ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 168–170.

⁶ Werner J. Severin dan James W. Tankard Jr., *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*, 5th ed. (New York: Longman, 2001), 156–159.

berinteraksi dengan orang lain. Oleh sebab itu, penggunaan TikTok tidak dapat dipandang hanya sebagai aktivitas hiburan, tetapi juga sebagai proses komunikasi yang berpengaruh terhadap dinamika sosial mahasiswa.⁷

Selain itu, teori S-O-R juga membantu menjelaskan bahwa respons yang muncul tidak selalu sama pada setiap individu. Ada mahasiswa yang menjadi lebih aktif bersosialisasi karena terinspirasi oleh konten TikTok, tetapi ada juga yang justru menjadi lebih tertutup karena terlalu banyak menghabiskan waktu di ruang digital. Perbedaan respons ini menunjukkan bahwa pengaruh media sosial bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh kondisi internal masing-masing pengguna. Dengan demikian, teori S-O-R memberikan kerangka yang tepat untuk menganalisis hubungan antara paparan konten TikTok dan perubahan interaksi sosial mahasiswa KPI IAIN Bone Angkatan 2025.⁸

Secara keseluruhan, teori S-O-R sangat sesuai digunakan dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan hubungan sebab-akibat antara stimulus berupa konten TikTok, organisme berupa mahasiswa sebagai penerima pesan, dan respons berupa perubahan interaksi sosial. Teori ini membantu peneliti memahami bahwa makna TikTok tidak hanya terletak pada isi kontennya, tetapi juga pada proses penerimaan dan pengolahan pesan oleh pengguna. Melalui teori ini, penelitian dapat menelaah bagaimana TikTok membentuk cara mahasiswa berkomunikasi, membangun relasi, dan menampilkan identitas sosial mereka di lingkungan kampus.⁹

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami makna TikTok dalam interaksi sosial mahasiswa secara mendalam, bukan mengukur hubungan antarvariabel dengan angka. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali pengalaman, pandangan, dan penafsiran mahasiswa KPI IAIN Bone Angkatan 2025 terhadap penggunaan TikTok dalam kehidupan sosial mereka.¹⁰

Desain Penelitian

⁷ Sandra Ball-Rokeach dan Melvin L. DeFleur, "A Dependency Model of Mass-Media Effects," *Communication Research* 3, no. 1 (1976): 3–21.

⁸ McQuail, Denis, *McQuail's Mass Communication Theory*, 6th ed. (London: Sage, 2010), 465–468.

⁹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, 171–173.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 9–11.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus, yaitu penelitian yang dilakukan secara intensif, mendalam, dan terperinci terhadap suatu fenomena atau unit sosial tertentu. Studi kasus digunakan karena fokus penelitian ini hanya pada mahasiswa KPI IAIN Bone Angkatan 2025 sebagai subjek yang memiliki karakteristik khusus dalam penggunaan media sosial, khususnya TikTok. Melalui desain ini, peneliti dapat memahami konteks sosial, kebiasaan komunikasi, serta makna yang dibangun mahasiswa terhadap TikTok dalam interaksi sehari-hari.¹¹

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di IAIN Bone, khususnya pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2022- 2025. Lokasi ini dipilih karena mahasiswa KPI dianggap dekat dengan fenomena komunikasi digital dan aktif menggunakan media sosial dalam aktivitas akademik maupun sosial. Waktu penelitian disesuaikan dengan kebutuhan pengumpulan data lapangan, mulai dari observasi awal, wawancara, hingga analisis data.

Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa KPI IAIN Bone Angkatan 2022- 2025 yang aktif menggunakan TikTok. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.¹²Kriteria informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa KPI IAIN Bone anngkatan 2022-2025.
2. Aktif menggunakan aplikasi TikTok.
3. Pernah berinteraksi melalui TikTok,baik sebagai penonton maupun pembuat konten.
4. Bersedia memberikan informasi secara terbuka kepada peneliti.

Dengan kriteria tersebut, peneliti dapat memperoleh data dari informan yang benar-benar memahami fenomena yang diteliti, sehingga hasil penelitian lebih relevan dan mendalam.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara,observasi,dan dokumentasi. Ketiga teknik ini umum digunakan dalam penelitian kualitatif karena mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai fenomena yang diteliti.¹³

1) Wawancara mendalam

Wawancara dilakukan untuk menggali pengalaman, pandangan, dan pemaknaan mahasiswa terhadap TikTok. Melalui wawancara, peneliti dapat memperoleh data langsung

¹¹ Robert K. Yin, *Studi Kasus: Desain dan Metode* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), 18–20.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 85–86.

¹³ Ahmad Rijali, “Analisis Data Kualitatif,” *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2018): 81–95.

dari informan mengenai cara mereka menggunakan TikTok, alasan menggunakannya, serta pengaruhnya terhadap interaksi sosial.

2) Observasi

Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung perilaku sosial mahasiswa, baik dalam interaksi tatap muka maupun interaksi digital yang berkaitan dengan penggunaan TikTok. Observasi penting untuk melihat kesesuaian antara pernyataan informan dan kondisi nyata di lapangan.

3) Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data pendukung seperti tangkapan layar akun TikTok, unggahan konten, komentar, serta data lain yang relevan. Dokumentasi membantu memperkuat hasil wawancara dan observasi.¹⁴

Teknik analisis data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model analisis data kualitatif Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.¹⁵

1. Reduksi data

Pada tahap ini, data yang diperoleh dari lapangan dipilih, disederhanakan, dan difokuskan pada hal-hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

2. Penyajian data

Data yang telah direduksi kemudian disusun dalam bentuk uraian naratif agar mudah dipahami dan dianalisis.

3. Penarikan kesimpulan

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan pola-pola temuan yang muncul dari data lapangan. Kesimpulan ini kemudian diverifikasi kembali agar sesuai dengan fakta yang diperoleh.

Keabsahan data

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu membandingkan data dari berbagai sumber dan metode agar hasil penelitian lebih valid.¹⁶ Triangulasi dilakukan dengan cara membandingkan hasil wawancara,

¹⁴ Zulmiyetri, Nurhastuti, dan Safaruddin, *Penulisan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2019), 42–43.

¹⁵ Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 3rd ed. (Thousand Oaks: Sage, 2014), 12–14.

¹⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), 330–332.

observasi, dan dokumentasi. Dengan demikian, data yang diperoleh tidak hanya berasal dari satu sumber, tetapi saling menguatkan satu sama lain.

Selain itu, peneliti juga melakukan pengecekan ulang terhadap informasi yang diberikan informan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Upaya ini penting agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan memahami makna TikTok dalam interaksi sosial mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Bone angkatan 2022–2025. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur via WhatsApp dengan 15 informan serta dokumentasi pernyataan tertulis. Analisis tematik terhadap transkrip wawancara mengungkapkan bahwa mahasiswa memaknai TikTok secara multifungsi. Sebagian besar informan menempatkan TikTok sebagai sumber hiburan utama yang mengisi waktu luang, namun tidak sedikit pula yang melihatnya sebagai medium informasi dan edukasi singkat. Beberapa informan menegaskan bahwa TikTok berperan lebih jauh sebagai sarana mencari ide kreatif—misalnya template untuk tugas atau inspirasi pembuatan konten—serta sebagai arena pengamatan praktik komunikasi yang relevan bagi mahasiswa KPI. Kesadaran bahwa platform ini turut membentuk opini dan perilaku publik juga muncul dalam pernyataan beberapa responden, sehingga TikTok dipandang memiliki implikasi sosial yang penting meskipun formatnya cenderung ringkas dan menyenangkan.

Alasan penggunaan TikTok dari informan menunjukkan pola dominan untuk hiburan, disertai fungsi sekunder sebagai sumber informasi dan sarana komunikasi informal antar teman. Responden menggambarkan rutinitas penggunaan yang bervariasi: ada yang hampir setiap hari sekian jam, ada pula yang jarang atau hanya mengakses ketika membutuhkan template tugas. Selain itu, fitur-fitur sosial di platform—seperti pengiriman video via DM, fitur live, dan fitur streak—dianggap membantu menjaga interaksi harian dengan teman, menjadikan TikTok bukan sekadar konsumsi pasif tetapi juga medium berbagi yang memfasilitasi pertukaran materi praktis seperti tutorial dan contoh proposal. Dengan demikian, TikTok berfungsi ganda sebagai saluran informasi cepat dan sebagai alat yang mempermudah komunikasi antarindividu dalam konteks kampus.

Pengaruh TikTok terhadap interaksi sosial antarmahasiswa bersifat ambivalen. Di satu sisi, banyak informan melaporkan bahwa konten viral dan tren TikTok sering menjadi bahan

pembicaraan saat berkumpul, sehingga platform ini berperan sebagai "conversation starter" yang memperkaya topik percakapan dan membantu membangun kedekatan sosial melalui berbagi humor atau tren bersama. Dalam konteks akademik dan profesional, TikTok juga mempermudah pertukaran sumber daya yang relevan, misalnya template tugas atau tutorial singkat, sehingga membantu kolaborasi informal antar teman. Di sisi lain, sejumlah informan mencatat dampak negatif ketika penggunaan menjadi berlebihan; perhatian yang terpecah oleh scrolling atau melihat video dapat mengurangi kualitas interaksi tatap muka dan mengganggu fokus saat berkumpul. Beberapa pernyataan bahkan menyinggung istilah seperti "brain rot" untuk menggambarkan efek distraksi yang dirasakan, yang menunjukkan adanya risiko kognitif dan sosial apabila penggunaan tidak dikelola.

Dari sisi praktik literasi dan manajemen konten, temuan menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa menyadari pentingnya memilah sumber dan memilih konten yang edukatif, belum ada program literasi media terstruktur di tingkat prodi yang membekali mereka kemampuan verifikasi informasi atau produksi konten yang bertanggung jawab. Interaksi berbagi konten umumnya berlangsung secara organik melalui grup chat atau DM, bukan melalui mekanisme formal institusi. Variasi intensitas penggunaan antarindividu juga menuntut pendekatan komunikasi yang multi-kanal: sementara sebagian besar terjangkau melalui konten video pendek yang cepat viral, ada juga segmen mahasiswa yang tetap mengandalkan WhatsApp atau Instagram untuk komunikasi formal sehingga pesan penting sebaiknya disalurkan lewat beberapa kanal sekaligus.

Pembahasan tematik hasil ini memperlihatkan bahwa TikTok berfungsi sebagai platform infotainment yang efektif untuk menjangkau mahasiswa KPI karena kemampuannya menyajikan informasi ringkas secara visual. Namun, karakter konsumsi yang cepat ini mengharuskan adanya literasi kritis agar mahasiswa tidak hanya mengonsumsi informasi secara permukaan. Peran TikTok sebagai fasilitator modal sosial juga tampak jelas: dengan menyediakan bahan pembicaraan bersama dan sarana berbagi, platform ini memperkuat jaringan sosial antarmahasiswa. Akan tetapi fenomena kehadiran terfragmentasi—di mana perhatian fisik dan digital bersaing—menjadi tantangan nyata bagi kualitas interaksi langsung di ruang kampus. Oleh karena itu, diperlukan norma sosial atau pedoman praktis untuk menjaga keseimbangan antara keterlibatan digital dan komunikasi tatap muka. Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan perlunya penguatan kapasitas literasi digital di lingkungan prodi, serta evaluasi lebih sistematis untuk mengukur hubungan intensitas penggunaan TikTok dengan kualitas interaksi sosial dan prestasi akademik.

Keterbatasan studi ini perlu dicatat: sampel penelitian yang terbatas pada 15 informan dari satu prodi membuat generalisasi terbatas, dan data yang bersifat self-report rentan terhadap bias memori dan sosial-desir. Untuk penelitian lanjutan disarankan pengumpulan data kuantitatif (misalnya survei besar dan analitik penggunaan) serta studi komparatif antarprodi atau perguruan tinggi. Secara praktis, prodi dapat mempertimbangkan penyusunan pedoman etika penggunaan ponsel saat pertemuan, penyelenggaraan workshop literasi media, serta pemanfaatan TikTok secara terarah untuk kegiatan edukatif dan promosi akademik sehingga manfaat sosial platform ini dapat dimaksimalkan tanpa mengorbankan kualitas interaksi tatap muka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

TikTok dimaknai secara multifungsi oleh mahasiswa KPI IAIN Bone angkatan 2022–2025: dominan sebagai sumber hiburan utama, sekaligus berfungsi sebagai sumber informasi singkat, inspirasi kreatif, dan medium observasi praktik komunikasi yang relevan bagi studi mereka. Platform ini berperan sebagai fasilitator modal sosial karena konten viral kerap menjadi conversation starter yang memperkuat kedekatan sosial dan mempermudah pertukaran sumber daya akademik (seperti template tugas dan tutorial), namun pengaruhnya bersifat ambivalen karena konsumsi berlebihan dapat menyebabkan distraksi, menurunkan kualitas interaksi tatap muka, dan berpotensi mengganggu fokus akademik. Karena belum ada program literasi media terstruktur di prodi meskipun mahasiswa menyadari perlunya memilah konten, dan variasi intensitas penggunaan antarindividu menuntut strategi komunikasi multi-kanal di lingkungan kampus.

Saran

Prodi KPI IAIN Bone perlu menyelenggarakan workshop literasi digital dan etika media secara berkala yang fokus pada verifikasi informasi, hak cipta, privasi, serta produksi konten bertanggung jawab, menyusun pedoman etika penggunaan ponsel dalam pertemuan akademik untuk menjaga kualitas interaksi tatap muka, serta memanfaatkan TikTok secara terarah untuk sosialisasi akademik dan promosi prodi; dosen sebaiknya mengintegrasikan tugas berbasis video pendek dengan rubrik yang menilai akurasi, etika, dan keterampilan komunikasi sambil menggunakan pendekatan multi-kanal untuk pengumuman penting; mahasiswa perlu menerapkan self-regulation (membatasi durasi, menetapkan tujuan penggunaan) dan mengembangkan literasi kritis secara mandiri (cek sumber, hindari konten belum terverifikasi,

praktikkan etika konten); peneliti lanjutan disarankan melakukan studi kuantitatif komparatif dengan sampel lebih luas untuk mengukur korelasi intensitas penggunaan TikTok dengan kualitas interaksi sosial dan prestasi akademik, serta meneliti perbedaan praktik antar angkatan, prodi, atau institusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ball-Rokeach, Sandra, dan Melvin L. DeFleur. "A Dependency Model of Mass-Media Effects." *Communication Research* 3, no. 1 (1976): 3–21.
- Hovland, Carl I., Irving K. Janis, dan Harold H. Kelley. *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. New Haven: Yale University Press, 1953.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 15th ed. Harlow: Pearson, 2016.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.
- McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th ed. London: Sage, 2010.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 3rd ed. Thousand Oaks: Sage, 2014.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2018): 81–95.
- Robingaton, Atik, Yuni Kartika, Nawal Mahda, Phasya Permata, Laila Nai'ilatur, dan Joko Tri Nugraha. "Hiburan atau Distraksi? Mengurai Pengaruh TIKTOK pada Prestasi dan Interaksi Mahasiswa." *Jurnal Mahasiswa Administrasi Negara* 8, no. 1 (Juni 2024): 1–15. <https://jom.untidar.ac.id/index.php/jman/article/download/4348/1392>.
- Severin, Werner J., dan James W. Tankard Jr. *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. 5th ed. New York: Longman, 2001.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Yin, Robert K. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014.
- Zulmiyetri, Nurhastuti, dan Safaruddin. *Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana, 2019.