

Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok

Sunggiale Vina Mahardika^{1)*}, Isnaini Ila Ma'una²⁾,
Zahrotun Islamiyah³⁾, dan Iqlima Nurjannah⁴⁾
1,2,3,4) Pendidikan IPS, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Diterima: 25 September 2021

Direvisi: 25 Oktober 2021

Dipublikasikan: 28 Desember 2021

Abstrak

Manusia kian mengalami perkembangan, yang awalnya berasal dari manusia yang hanya memanfaatkan apa yang tersedia di alam, kini telah mampu mengelola apa yang ada di muka bumi ini. Peradaban pun semakin maju didukung oleh perkembangan manusia. Jika dahulu komunikasi dilakukan secara manual, kini telah ditemukan teknologi-teknologi canggih yang membawa komunikasi pada bidang digital. Kecanggihan ini masih berkembang hingga saat ini. Terbukti telah muncul beragam aplikasi-aplikasi sebagai media komunikasi bagi masyarakat, salah satunya adalah aplikasi TikTok. Aplikasi ini ternyata mendapatkan sambutan yang cukup meriah dari masyarakat sehingga banyak yang berminat untuk menggunakannya, terutama generasi Post-Millennial. Penelitian ini akan mencari tahu apa saja yang menjadi faktor penggunaan aplikasi TikTok pada generasi post millennial. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google formulir* pada 52 responden yang menggunakan aplikasi TikTok. Hasilnya terdapat tiga faktor yang menyebabkan mereka tertarik pada aplikasi ini dan sampai saat ini masih terus bertambah jumlah peminatnya.

Kata kunci: aplikasi TikTok, faktor, dan post-millennial.

Abstract

Humans are increasingly experiencing developments, which initially came from humans who only used what was available in nature, now they have been able to manage what is on this earth. Civilization is also increasingly advanced supported by human development. In the past, communication was done manually, now advanced technologies have been found that bring communication to the digital field. This sophistication is still developing today. It has been proven that various applications have emerged as communication media for the community, one of which is the TikTok application. This application turned out to get a pretty lively response from the community so that many were interested in using it, especially the Post-Millennial generation. This study will find out what are the factors for using the TikTok application in the post-millennial generation. This research was conducted quantitatively by distributing questionnaires via Google forms to 52 respondents who used the TikTok application. The result is that there are three factors that make them interested in this application and until now the number of enthusiasts is still growing.

Keywords: TikTok application, factors, and post-millennials.

How to Cite: Mahardika, S. V., Ma'una, I. I., Islamiyah, Z. & Nurjannah Iqlima, N. (2021). Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok. *Social Science Educational Research*. 2 (1): 40-53

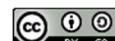
PENDAHULUAN

Jika mempelajari Ilmu Sejarah, kita pasti mengetahui bahwa pada awal mula peradabannya, manusia sangat bergantung terhadap alam. Manusia mengambil apa yang ada di alam secara mentah-mentah. Kemudian seiring berjalannya waktu, manusia berpikir dan mulai membuat alat-

*Corresponding author:

E-mail: armawatihidayati1@gmail.com

This is an open access article under the CC-BY-SA license



alat sederhana untuk mempermudah aktivitas mereka. Alat-alat yang dibuat oleh manusia untuk mempermudah aktivitas mereka disebut dengan teknologi, meskipun alat tersebut sangatlah sederhana. Teknologi ini kemudian berkembang jenisnya, bukan hanya sebatas alat untuk mempermudah aktivitas manusia di sekitar mereka, namun ada juga teknologi informasi dan komunikasi yang dapat mempermudah persebaran informasi bahkan ke berbagai belahan dunia.

Teknologi informasi dan komunikasi sendiri merupakan teknologi yang dibuat oleh manusia untuk mengelola data menjadi informasi dan teknologi yang berguna untuk melakukan komunikasi tanpa adanya batas. Contoh dari teknologi informasi adalah bedug yang digunakan masyarakat tradisional untuk memberikan informasi bahwa waktu sholat bagi umat Islam telah tiba. Sedangkan contoh teknologi komunikasi ialah pesan, yang digunakan untuk berkomunikasi dengan individu lain. Namun, seiring berjalannya waktu, teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang hingga menyentuh ranah digital seperti yang kita gunakan saat ini. Telah banyak aplikasi maupun website yang menyajikan jadwal sholat sesuai wilayah ataupun aplikasi untuk melangsungkan komunikasi antar beberapa individu walaupun terpisah oleh ruang.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini menandakan bahwa kemampuan berpikir manusia telah mengalami kemajuan. Pengembangan ini tentu bertujuan untuk memudahkan aktivitas manusia dalam hal menyampaikan informasi dan melakukan komunikasi. Terlihat bahwa dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi digital, aktivitas penyampaian informasi dan komunikasi dapat dilakukan dengan efisien dan efektif.

Namun, kini fungsi teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai media hiburan contohnya adalah aplikasi TikTok. TikTok merupakan salah satu jaringan sosial dan platform video musik dari Negeri Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 lalu oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Aplikasi TikTok dibuat dengan tujuan guna memfasilitasi penggunaannya untuk membuat video musik pendek mereka. TikTok saat ini menjadi aplikasi yang hype pada beberapa tahun belakangan ini. Hampir seluruh kalangan mengetahui dan bahkan menggunakan aplikasi ini termasuk di negara kita sendiri, Indonesia.

Pada salah satu laman tempat unduhan aplikasi yaitu Play Store menunjukkan bahwa aplikasi TikTok ini sudah diunduh sampai menyentuh angka lebih dari 100 juta dengan rating rata-rata 4,4 dari rating tertinggi yaitu 5. Menurut laporan riset pasar aplikasi mobile sensor tower tahun 2020 unduhan meningkat 21.4% dari tahun sebelumnya dan Indonesia menjadi negara terbanyak pemasang aplikasi Tik Tok setelah Amerika pada periode ini (2020) yaitu dari 21.4% Indonesia menyumbang angka 8.5% dan Amerika sebanyak 9.7%. Saat ini negara Indonesia menempati urutan ke-4 pengguna aplikasi TikTok terbanyak. Hal tersebut menurut keterangan resmi dari perusahaan yang di sampaikan oleh Julia Chan, Mobile Insights Analyst. Tingginya angka pengguna TikTok di Indonesia tentunya dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu yang menjadi daya tarik tersendiri.

Menurut Donny Eryastha selaku Head of Public Policy TikTok Indonesia, pengguna aplikasi TikTok di Indonesia didominasi oleh generasi Y dan Z (Rakhmayanti, 2020). Generasi Y juga biasa disebut generasi milenial, sedangkan generasi Z atau kerap disingkat dengan Gen Z sendiri merupakan generasi di bawah milenial antara umur 14 sampai dengan 24. Sehingga dari pernyataan tersebut dapat di simpulkan bahwa pengguna TikTok khususnya di Indonesia didominasi oleh para remaja.

Jika dibandingkan dengan dahulu, banyak orang tua masih membiarkan anak untuk bermain di luar rumah dengan bermain bersama teman-teman mereka memainkan permainan tradisional dan lain-lain. Akan tetapi, sekarang ini banyak orang tua yang lebih mengandalkan teknologi digital sebagai media untuk permainan anak, yang kemudian memberikan akses pada anak dengan pemberian gawai atau smartphone secara langsung untuk digenggam oleh anak. Bagi orang tua menganggap bahwa sekarang adalah era digital masa dimana pemakaian gawai dianggap suatu hal yang normal, sehingga saat ini telah banyak sekali kita temui anak-anak yang telah mengoperasikan smartphone sendiri.

Untuk itu, pada kondisi sekarang ini, kecanggihan dan kemudahan mengoperasikan gawai atau smartphone menyebabkan anak-anak yang bahkan masih berusia dini pun bisa mengoperasikannya. Kemudahan tersebut dapat digunakan untuk apa saja dan dengan harga terjangkau mengakibatkan siapa saja dapat memilikinya. Bahkan dalam keluarga tertentu smartphone telah dimiliki oleh anak sekolah mulai dari SD, SMP, dan SMA, termasuk anak yang masih balita. Anak-anak di Indonesia sekarang ini memiliki banyak pilihan dalam menggunakan media digital dan dapat dimanfaatkan dalam berkomunikasi. Secara tidak sadar orang tua juga sudah memudahkan anak untuk memakai fasilitas teknologi digital yaitu untuk mengakses media sosial. Tidak dipungkiri anak-anak menjadi sering bermain dengan smartphone mereka untuk mengakses media sosial dari pada bermain dan berinteraksi dengan lingkungannya. Dari banyak media sosial yang ada, TikTok merupakan media sosial baru yang memberikan wadah kepada para penggunanya untuk dapat berekspresi melalui konten video. Tidak sedikit pula anak-anak yang bergabung menggunakan media sosial ini.

Platform media sosial TikTok merupakan media sosial yang memberikan banyak kebebasan pada penggunanya untuk berkreasi dengan membuat video pendek dimana pengguna dapat menari dan bergaya bebas dengan aplikasi ini, mendorong para pembuat konten untuk dapat meningkatkan imajinasi agar meningkatkan kreatifitas dan membebaskan ekspresi mereka. Kemunculan media sosial ini telah mengubah cara berinteraksi seseorang dengan orang terdekat menjadi interaksi melalui media sosial, misalnya antara orang tua dan anak yang sibuk dengan gawai masing-masing. Hal ini sangat mengkhawatirkan karena pada masa ini anak-anak masih tidak stabil, mereka masih memiliki rasa ingin tahu yang besar dan berpengaruh pada meningkatnya sifat konsumtif pada anak-anak. Karena hal inilah perlunya orang tua memperhatikan apa yang dilakukan anak di media sosial dan perlunya hubungan komunikasi orang tua dan anak untuk mengedukasi anak. Orang tua dapat memberikan pengertian kepada anak mereka bahwa penggunaan media sosial harus disaring mana yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif. Orang tua juga dapat memberikan literasi bagaimana menggunakan media sosial dengan bijak.

Untuk itu dalam penggunaan media sosial TikTok perlu diperhatikan. Kemudahan dalam mengakses aplikasi ini menyebabkan semua kalangan bisa menonton berbagai macam video yang telah diunggah. Untuk itu penggunaan aplikasi TikTok hendaklah diimbangi dengan hal-hal yang bersifat positif. Berbagai hal yang dapat dilakukan di aplikasi TikTok tidak hanya untuk hiburan semata. Ada juga manfaat lainnya yakni untuk membuat konten edukasi, promosi, dan hal lain yang lebih bermanfaat. Penggunaan aplikasi TikTok didominasi oleh kalangan Post-Milenial. Generasi ini lebih banyak menghabiskan waktunya untuk membuat konten atau bisa juga hanya sebatas penikmat konten. Oleh karenanya perlu adanya suatu penelitian untuk menunjukkan faktor-faktor apa saja yang menyebabkan para generasi Pos-Milenial banyak menggunakan aplikasi TikTok. Dari sini kita dapat mengetahui bagaimana tingkat kreatifitas para generasi Pos-Milenial. Dalam mengeksplorasi kemampuan yang telah dimiliki dan menjadikan semangat dalam mengeksplor beberapa kemampuan yang telah dimiliki. Hal ini dapat menjadikan aplikasi Tik Tok tidak hanya sebagai hiburan semata. Perlu adanya kerjasama dalam penelitian ini yakni para pengguna aplikasi TikTok karena sebagai obyek penelitian kami. Pengguna TikTok yang gemar dalam membuat konten maupun sebatas penikmat konten memiliki latar belakang masing-masing dalam menggunakan aplikasi TikTok. Untuk itu kami akan meneliti dan juga mengetahui beberapa faktor yang menyebabkan generasi Pos-Milenial gemar dalam menggunakan aplikasi TikTok. Bahkan mereka bisa menikmati berjam-jam dalam bermain TikTok tanpa ada rasa jenuh.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian ini digunakan untuk mengetahui generalisasi dari alasan sampel yang memenuhi kriteria dalam menggunakan aplikasi TikTok. Di sini, penulis ingin mengetahui apa sebenarnya faktor yang menyebabkan banyaknya generasi post-millennial ramai-ramai menggunakan aplikasi TikTok. Sugiyono menyebutkan bahawa metode penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat

positivistik, teknik pengumpulan datanya didapatkan dari sampel yang memenuhi kriteria tetapi random, menggunakan instrumen penelitian untuk teknik pengumpulan datanya, dan menggunakan statistik untuk menganalisis data yang telah terkumpul (Sugiyono, 2012). Karena berlandaskan filsafat positivistik, maka dapat terlihat bahwa metode penelitian ini lebih awal kehadirannya jika dibandingkan metode kualitatif yang berlandaskan filsafat post-positivistik. Sampel dari penelitian ini pun besar, tidak sama dengan penelitian kualitatif. Meskipun sampelnya dalam jumlah banyak, peneliti juga kerap memberikan kriteria sampel agar dapat menjawab pertanyaan yang akan diberikan. Misalkan saja penelitian yang saat ini sedang dilakukan, kriteria untuk sampel ialah harus kisaran 24 hingga 9 tahun karena penelitian ini berfokus pada sampel dari generasi post-millennial. Kriteria lain ialah sampel harus menjadi pengguna aplikasi TikTok, entah itu hanya sebagai penikmat video di aplikasi tersebut, maupun pembuat konten. Instrumen penelitian yang digunakan untuk teknik pengumpulan data pada metode penelitian ini biasanya adalah kuesioner atau angket. Kuesioner atau angket ini dapat dibuat dan diisi secara manual maupun secara online. Dan yang terakhir ialah menggunakan statistik sebagai teknik analisis data.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi post-millennial di Indonesia yang menggunakan aplikasi TikTok. Peneliti di sini melihat fenomena banyaknya generasi post-millennial (kelahiran 1997 hingga 2012) yang menggandrungi aplikasi TikTok. Untuk menjawab rasa penasaran tersebut, dilakukanlah penelitian ini. Sampel tersebut peneliti dapatkan melalui berbagai media sosial, seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan juga aplikasi TikTok itu sendiri. Peneliti mengirimkan pesan pribadi pada pengguna aplikasi TikTok tersebut untuk mengisi kuesioner yang telah peneliti buat dalam bentuk Google formulir.

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yakni data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti yang bersangkutan. Dalam penelitian ini, data primer yang telah dikumpulkan berasal dari sampel penelitian yang sudah menjawab kuesioner yang peneliti berikan kepada mereka. Data primer ini merupakan data yang paling update karena waktu pengambilan data dan analisis datanya cukup singkat. Selanjutnya ialah data sekunder, merupakan data yang tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti, melainkan sudah tersedia di buku, jurnal, maupun situs-situs resmi seperti Badan Pusat Statistik (Siyoto & Ali, 2015).

Tabel 1. Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Nilai sig.	Keputusan
Item_1	0,624	0,279	0,000	Valid
Item_2	0,802	0,279	0,000	Valid
Item_3	0,761	0,279	0,000	Valid
Item_4	0,684	0,279	0,000	Valid
Item_5	0,648	0,279	0,000	Valid
Item_6	0,747	0,279	0,000	Valid
Item_7	0,611	0,279	0,000	Valid
Item_8	0,725	0,279	0,000	Valid
Item_9	0,492	0,279	0,000	Valid
Item_10	0,600	0,279	0,000	Valid

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Uji Validitas Instrumen dilakukan secara statistik, terdapat 10 butir pertanyaan yang kami berikan untuk responden jawab. Kesepuluh pertanyaan tersebut diuji menggunakan uji validitas terlebih dahulu dengan bantuan software SPSS. Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah soal yang

akan diberikan kepada responden sudah valid atau belum. Jika ternyata ada pertanyaan yang belum valid, peneliti perlu mengganti butir soal tersebut. Diketahui nilai r table untuk jumlah responden (N) yang berjumlah 52 orang adalah 0,279.

Dari 10 butir pertanyaan yang telah dilakukan uji validitas, ternyata semua butir pertanyaan memiliki nilai $\text{Sig. (2-tailed)} < 0,05$ dan pearson korelasi bernilai positif yang menandakan semua butir pertanyaan (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10) tersebut valid. Untuk lebih memantapkan dalam menguji validitas item soal tersebut, maka akan digunakan uji dengan membandingkan nilai r hitung dan r table supaya diperoleh hasil yang lebih kuat.

Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Uji ini dilakukan untuk melihat apakah pertanyaan tersebut reliabel atau tidak. Dasar pengambilan uji reliabilitas dengan metode Cronbach Alpha adalah apabila hasil menunjukkan angka lebih dari 0,6 maka butir pertanyaan yang diujikan telah reliabel (Siregar, 2013).

Tabel 2. Reliabilitas Instrumen

Cronbach's Alpha	N of items
0.862	10

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Hasil uji reliabilitas yang diperoleh yaitu 0,862. Angka ini lebih besar dari 0,6. Jika sependapat dengan perkataan Siregar di atas, otomatis item pertanyaan ini dikatakan reliabel. Metode menggambarkan langkah-langkah yang dilakukan selama penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 52 responden telah bersedia untuk mengisi kuesioner yang peneliti berikan pada mereka. Responden-responden ini memiliki karakteristik tertentu, yakni pengguna aplikasi TikTok, berusia kisaran 11-25 tahun (yang termasuk dalam generasi post-millennial), dan termasuk warga negara Indonesia. Kuesioner yang telah dibuat segera disebarikan melalui beberapa media sosial sebagai media untuk mengirimkan link dari Google formulir yang telah dibuat, sehingga pengisian kuesioner ini bersifat online. Media sosial yang digunakan untuk mengirimkan link antara lain aplikasi TikTok itu sendiri, WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Dalam waktu kurang lebih 2 minggu, telah terkumpul 52 responden yang bersedia untuk menjawab beberapa pertanyaan dalam kuesioner tersebut.

Berdasarkan tabel di bawah ini, dilihat dari lama penggunaan aplikasi TikTok, ada 53.8% dari total keseluruhan responden yang terbilang baru menggunakan aplikasi ini. Responden tersebut baru menggunakan aplikasi TikTok kurang dari 6 bulan lamanya. Dari total keseluruhan responden, terdapat 23.1% responden yang menggunakan aplikasi TikTok selama 6-12 bulan, dan dengan jumlah responden yang sama yakni 23.1% menggunakan aplikasi TikTok di atas 1 tahun.

Tabel 3 : Lama Penggunaan Aplikasi TikTok

Waktu	Jumlah Responden	Persentase
Kurang dari 6 bulan	28	53.8%
6 - 12 bulan	12	23.1%
Lebih dari 12 bulan	12	23.1%

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Selanjutnya, sebelum melihat apa saja faktor-faktor yang menyebabkan seorang post-millennial menggunakan aplikasi TikTok, peneliti akan melihat berapa lama waktu yang digunakan mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut. Berdasarkan diagram di bawah ini, sebanyak 78.8% responden menggunakan aplikasi tersebut selama 1-4 jam dalam sehari. Jumlah tersebut merupakan jumlah yang terbilang cukup banyak karena responden lain menghabiskan waktu di atas 4 jam bahkan di atas 8 jam untuk menggunakan aplikasi ini.

Tabel 4 : Data dari Lama Penggunaan Aplikasi TikTok dalam Sehari

Waktu	Jumlah Responden	Persentase
1 – 4 jam	41	78.8%
5 – 8 jam	6	11.5%
Lebih dari 8 jam	5	9.6%

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Untuk melihat apa saja faktor yang menjadi alasan para generasi post millennial menggunakan aplikasi TikTok, peneliti telah membagi pertanyaan dalam kuesioner menjadi 3 sub-bab. Berikut akan diberikan deskripsi mengenai faktor manakah yang paling besar menjadi penentu seseorang menggunakan aplikasi TikTok.

Faktor Hiburan

Manusia merupakan makhluk yang membutuhkan hiburan. Hiburan ini bisa didapatkan melalui beragam cara. Banyak orang yang berasumsi jika seseorang menggunakan aplikasi TikTok disebabkan karena banyak sekali konten hiburan yang tersedia dalam aplikasi ini. Bagaimana tidak, ratusan ribu video pendek setiap harinya masuk dalam aplikasi ini. Video tersebut sangat beragam jenisnya, namun yang membuat aplikasi ini viral adalah banyaknya pengguna yang menari-nari dengan menggunakan lagu dalam aplikasi TikTok. Banyak pula ditemui video dari pengguna yang menyatakan bahwa mereka bergaya di hadapan aplikasi TikTok tidak lebih hanya sekedar ingin mencari hiburan. Mereka merasa senang jika bisa mengekspresikan kebahagiaan mereka dengan cara menari-nari menggunakan lagu yang tersedia. Adib Hidayat sebagai pengamat musik menuturkan bahwa aplikasi TikTok mudah diterima masyarakat karena dapat menjadi media untuk bersenang-senang dan sebagai hiburan bagi masyarakat (Rossa & Fikri, 2020). Namun, apakah benar hiburan menjadi faktor yang mendominasi penggunaan aplikasi TikTok?

Dalam kuesioner yang telah disebar, peneliti memberikan beberapa pernyataan mengenai faktor hiburan ini kepada responden. Pernyataan pertama berbunyi “aplikasi TikTok merupakan salah satu tempat hiburan saya saat waktu luang”. Pernyataan ini mendapatkan 52 respon. Dari tabel di bawah ini, terlihat sebanyak 50% responden atau kisaran 26 orang memilih opsi sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini menandakan bahwa separuh responden memilih menggunakan aplikasi TikTok daripada aplikasi lain untuk mengisi waktu luang mereka. Sedangkan responden yang memilih tidak setuju hanya berjumlah 3 orang. Terlihat lebih banyak responden yang memilih opsi sangat setuju jika mereka menggunakan aplikasi TikTok sebagai tempat hiburan mereka saat waktu luang. Menandakan bahwa aplikasi ini cukup menarik perhatian banyak orang karena terdapat beragam video hiburan di dalamnya.

Pernyataan kedua dari faktor hiburan berbunyi “aplikasi TikTok sebagai sarana untuk mengekspresikan diri”. Manusia sebagai makhluk yang telah diberikan potensi masing-masing dari Tuhan perlu untuk mengembangkan potensinya. Untuk itu, manusia harus memiliki media untuk mengekspresikan potensi yang mereka miliki. Manusia akan merasa bahagia ketika mereka telah mengekspresikan dirinya. Karena saat ini teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang, semakin banyak manusia yang mengekspresikan dirinya melalui media sosial.

Tabel 5 : Data dari Pernyataan Jika Aplikasi TikTok Merupakan Salah Satu Tempat Hiburan Saat Waktu Luang

Respon	Jumlah Responden	Persentase
Tidak setuju	3	5.8%
Kurang setuju	7	13.5%
Setuju	16	30.8%
Sangat setuju	26	50%

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Disini peneliti ingin melihat bagaimana respon dari para responden akan pernyataan tersebut. Tabel di bawah ini merupakan respon dari pernyataan kedua dalam faktor hiburan. Pernyataan ini mendapatkan respon sangat setuju oleh 26.9% atau 14 orang. Dapat diketahui ternyata lebih sedikit orang yang menggunakan aplikasi TikTok dengan alasan bahwa aplikasi ini dapat digunakan untuk mengekspresikan diri. Tingkat perbandingannya cukup jauh dari pertanyaan pertama di atas. Hal ini mungkin disebabkan karena tidak semua orang mempunyai cara dan media yang sama untuk mengekspresikan dirinya.

Tabel 6 : Data dari Pernyataan Jika Aplikasi TikTok Merupakan Sarana Untuk Mengekspresikan Diri

Respon	Jumlah Responden	Persentase
Tidak setuju	7	13.5%
Kurang setuju	14	26.9%
Setuju	17	32.7%
Sangat setuju	14	26.9%

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Selanjutnya peneliti ingin mengetahui bagaimana respon terhadap pernyataan “aplikasi TikTok menginspirasi saya untuk membuat video-video yang menarik”. Dalam aplikasi TikTok, kita akan menemui banyak sekali video-video yang menarik. Pengguna aplikasi ini tentunya akan memiliki kecenderungan untuk ikut membuat video yang menarik. Dari data yang diperoleh, ternyata hanya 13 orang yang mengirimkan respon sangat setuju dari pernyataan ini. Tidak banyak pengguna aplikasi TikTok yang menggunakan aplikasi ini dan tertarik untuk membuat video-video yang menarik. Hal ini mungkin dikarenakan mereka lebih nyaman untuk menjadi penikmat video di TikTok saja, tanpa berminat untuk membuat video yang menarik seperti para content creator yang lainnya.

Tabel 7 : Data dari Pernyataan Jika Aplikasi TikTok Merupakan Aplikasi yang Menginspirasi Untuk Membuat Video yang Menarik

Respon	Jumlah Responden	Persentase
Tidak setuju	8	15.4%
Kurang setuju	13	25%
Setuju	18	18%
Sangat setuju	13	25%

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Untuk membuat video yang menarik sendiri ada tips-tipsnya, seperti membuat username yang unik, menciptakan personal image, memperhatikan lima detik pertama dalam video, memberikan tulisan yang menarik, serta konsisten dalam membuat konten (Andriani, 2021). Beberapa tips

tersebut tentunya tidak mudah dilakukan, sehingga banyak responden yang enggan membuat video yang menarik.

Pernyataan terakhir dari faktor hiburan adalah “aplikasi TikTok menginspirasi saya untuk membuat video yang menghibur”. Dari pernyataan tersebut, sebanyak 15 orang atau 28.8% menyatakan bahwa mereka sangat setuju. Dibandingkan dengan menginspirasi untuk membuat video yang menarik, ternyata lebih banyak orang yang menggunakan aplikasi ini karena mampu menginspirasi untuk membuat video yang menghibur.

Tabel 8. Data dari Pernyataan Jika Aplikasi TikTok Merupakan Aplikasi yang Menginspirasi Untuk Membuat Video yang Menghibur

Respon	Jumlah Responden	Persentase
Tidak setuju	9	17.3%
Kurang setuju	11	21.2%
Setuju	17	32.7%
Sangat setuju	15	28.8%

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Faktor Pengetahuan

Pada era digital kali ini, berbagai macam pengetahuan bisa didapatkan dengan mudah melalui internet, termasuk di dalamnya aplikasi TikTok ini. Tak sedikit konten-konten yang bermanfaat tersebar luas melalui aplikasi ini. Dalam sub-bab faktor pengetahuan ini, peneliti akan melihat bagaimana faktor pengetahuan ikut berperan dalam penyebab penggunaan aplikasi TikTok.

Sebanyak 57.7% responden menyatakan sangat setuju jika mereka menggunakan aplikasi TikTok karena di dalamnya banyak video tutorial-tutorial yang bermanfaat. Karena TikTok ini memang merupakan aplikasi untuk membuat video singkat, maka tutorial yang diberikan juga dalam bentuk yang singkat, bahkan terkadang satu tutorial tertentu dibagi menjadi beberapa bagian video agar tutorialnya bisa tersampaikan dengan maksimal. Jumlah responden yang menyatakan sangat setuju jika aplikasi TikTok dapat memberikan tutorial-tutorial yang bermanfaat ini ternyata sangat besar. Angka ini bahkan melampaui responden yang menggunakan aplikasi TikTok dengan alasan bahwa aplikasi ini dapat mengisi waktu luang.

Tabel 9. Data dari Pernyataan Jika Aplikasi TikTok Memberikan Beragam Tutorial yang Bermanfaat

Respon	Jumlah Responden	Persentase
Tidak setuju	3	5.8%
Kurang setuju	5	9.6%
Setuju	14	26.9%
Sangat setuju	30	57.7%

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Masih terbilang banyak, sebesar 48.1% responden atau sebanyak 25 orang sangat setuju jika aplikasi TikTok dapat menambah kreativitas yang mereka miliki. Peneliti rasa hal ini disebabkan karena keinginan untuk mencoba sesuatu yang baru dan berkaitan dengan kreativitas penggunaannya meningkat karena melihat banyaknya video-video yang menarik di sana. Misalkan saja seseorang yang menyukai seni lukis, ketika melihat adanya video melukis yang menyita

perhatian banyak orang, ia akan cenderung ingin melakukan kegiatan yang sama, seperti meniru lukisan tersebut. Rasa kecenderungan ini meningkat karena banyaknya orang yang tersita perhatiannya dari video tersebut. Ia pun akan giat untuk mencoba agar lukisannya sama seperti dalam video yang sedang ramai. Selain itu, karena dalam aplikasi TikTok banyak mengandung tutorial-tutorial yang bermanfaat, penonton video pun akan cenderung untuk mengikuti tutorial-tutorial tersebut, sehingga tingkat kreativitas mereka akan meningkat.

Tabel 10 : Data dari Pernyataan Jika Aplikasi Tiktok Menambah Kreativitas yang Dimiliki

Respon	Jumlah Responden	Persentase
Tidak setuju	3	5.8%
Kurang setuju	10	19.2%
Setuju	14	26.9%
Sangat setuju	25	48.1%

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Dan untuk faktor pengetahuan yang terakhir, pertanyaan mengenai setujukah Anda jika aplikasi TikTok dapat menyalurkan kreativitas yang dimiliki, mendapatkan respon sangat setuju oleh 13 orang. Jumlah yang terbilang sedikit, mungkin dikarenakan tidak semua rang menggunakan aplikasi TikTok untuk menyalurkan kreativitasnya.

Tabel 11 : Data dari Pernyataan Jika Aplikasi Tiktok untuk Menyalurkan Kreativitas yang Dimiliki

Respon	Jumlah Responden	Persentase
Tidak setuju	6	11.5%
Kurang setuju	10	19.2%
Setuju	23	44.2%
Sangat setuju	13	25%

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Faktor Ekonomi

Di zaman yang serba digital seperti saat ini, banyak pekerjaan yang dilakukan melalui dunia digital juga, sehingga pendapatan beberapa orang didapatkan dari kesibukan mereka berkutik di dunia digital. Tak heran, untuk menarik simpati banyak orang, aplikasi TikTok menawarkan keunggulan yakni dapat memberikan poin-poin rupiah pada setiap orang yang melihat video dalam aplikasi ini. Tawaran ini ternyata mendapatkan banyak peminat. Masyarakat yang awalnya tidak menggunakan aplikasi TikTok menjadi pengguna dalam aplikasi ini disebabkan faktor ekonomi. Tak hanya menghasilkan uang dari kegiatan menonton video, aplikasi ini juga dipercaya dapat memasarkan produk dengan meluas.

Pernyataan pertama dari faktor ekonomi yang kami ajukan pada responden berbunyi “aplikasi TikTok dapat memasarkan produk dengan mudah dan meluas”. Kami merumuskan pernyataan tersebut karena melihat realita bahwa saat ini cukup banyak produk-produk yang diiklankan dalam bentuk video pendek menggunakan aplikasi ini. Dalam video iklan tersebut sudah terlihat gambar produk yang dipromosikan sekaligus ditambahi tulisan berupa spesifikasi beserta harganya. Selain itu, fakta yang kami temui adalah banyaknya seleb-seleb TikTok yang memiliki banyak pengikut dibayar untuk mempromosikan suatu produk melalui video pendek yang mereka buat. Aktivitas endorsement via aplikasi TikTok ini sudah sangat marak pada masa kini.

Pernyataan tersebut mendapatkan respon jawaban sangat setuju sebanyak 53.8% dari keseluruhan responden. Sebanyak 28 orang ini sepakat dengan pernyataan tersebut, mungkin

dikarenakan mereka telah mencoba untuk mempromosikan produk mereka menggunakan aplikasi ini. Atau bisa juga disebabkan karena mereka banyak menemui video-video yang berisi promosi dari produk tertentu. Hal ini memang pasti terjadi mengingat kemudahan membuat video dalam aplikasi TikTok serta mudah meluasnya video dari aplikasi ini.

Tabel 12. Data dari Pernyataan Jika Aplikasi TikTok Dapat Mempromosikan Produk dengan Mudah dan Meluas

Respon	Jumlah Responden	Persentase
Tidak setuju	3	5.8%
Kurang setuju	4	7.7%
Setuju	27	32.7%
Sangat setuju	28	53.8%

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Pernyataan kedua yang kami ajukan berkenaan dengan fitur dalam aplikasi ini yang menjanjikan bahwa penggunanya akan menghasilkan uang dengan cara melihat video-video yang ada. Namun ternyata, data yang kami dapatkan mengungkap bahwa lebih banyak responden yang kurang setuju daripada yang setuju dengan pernyataan tersebut. Terlihat dari tabel di bawah ini menyatakan jika responden yang kurang setuju berjumlah 18 orang, sedangkan yang setuju berjumlah 13 orang, dan bahkan sangat setuju hanya 10 orang. Hasil ini menandakan bahwa tidak semua pengguna aplikasi TikTok mampu mendapatkan uang dengan cara melihat video-video yang ada dalam aplikasi ini. Ternyata masih banyak pengguna yang tidak dapat memanfaatkan fitur tersebut, mungkin dikarenakan ada beberapa syarat dan ketentuan yang berlaku di dalamnya. Namun, terlepas dari masih banyaknya pengguna yang tidak dapat memanfaatkan fitur tersebut, upaya pengembang aplikasi ini untuk menarik minat masyarakat cukup berani yakni dengan memberikan timbal balik berupa uang.

Tabel 13. Data dari Pernyataan Jika Aplikasi TikTok dapat Menghasilkan Uang dengan Cara Menonton Video-Video

Respon	Jumlah Responden	Persentase
Tidak setuju	11	21.2%
Kurang setuju	18	34.6%
Setuju	13	25%
Sangat setuju	10	19.2%

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Pernyataan terakhir mengenai aplikasi TikTok dari penelitian ini adalah “secara umum, aplikasi TikTok dapat menambah pemasukan saya”. Pernyataan ini mendapatkan respon tidak setuju sebanyak 22 orang atau 42.3%. Banyak sekalo responden yang mengaku tidak setuju jika aplikasi ini dapat menambah pemasukannya.

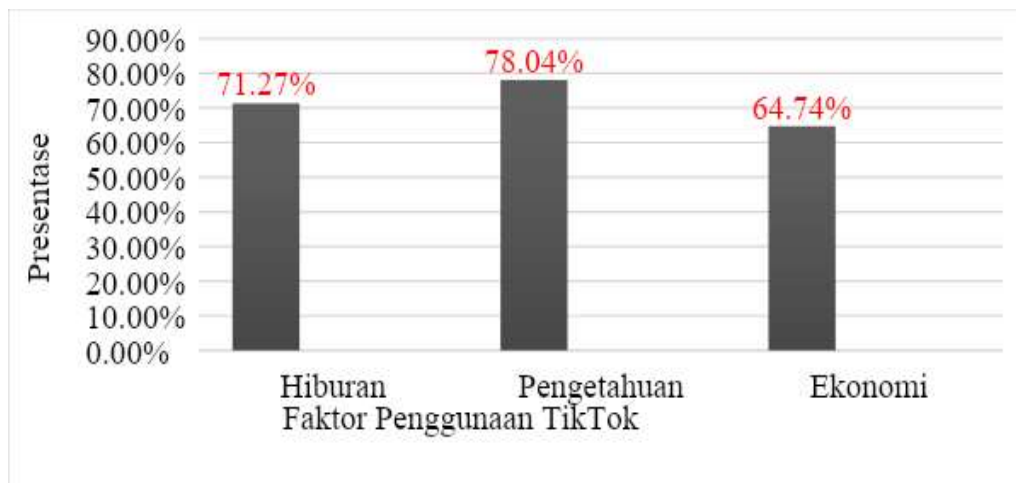
Tabel 14. Data dari Pernyataan Jika Aplikasi TikTok dapat Menambah Pemasukan Secara Umum

Respon	Jumlah Responden	Persentase
Tidak setuju	22	42.3%
Kurang setuju	14	26.9%

Setuju	10	19.2%
Sangat setuju	6	11.5%

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Berbagai jawaban dari para responden telah didapatkan dan dijabarkan di atas. Dari data yang terkumpul ini, selanjutnya kami akan melihat faktor manakah yang paling mendominasi penggunaan aplikasi TikTok oleh para generasi post-millennial. Untuk dapat melihat hasilnya, jawaban dari responden tersebut akan dipresentasikan berdasarkan golongan faktor yang melatarbelakangi penggunaan aplikasi TikTok.



Gambar 1. Presentase Faktor Penggunaan Aplikasi TikTok Oleh Generasi Post-Millennial di Indonesia Tahun 2021

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Dari diagram batang di atas, terlihat bahwa faktor pengetahuan menjadi faktor yang mendominasi penggunaan aplikasi TikTok oleh para generasi post-millennial. Dalam aplikasi tersebut, terdapat banyak sekali video-video yang memberikan pengetahuan bagi penontonnya. Yang termasuk video-video pengetahuan adalah video tutorial memasak, tutorial memperbaiki barang yang rusak, tutorial membuat kerajinan, info tes masuk perguruan tinggi, info tes Calon Pegawai Negeri Sipil, tips kecantikan, dan banyak lagi. Tersedianya berbagai konten pengetahuan yang disajikan dengan menarik ternyata mampu menjadi daya tarik yang tinggi bagi generasi post-millennial dalam menggunakan aplikasi ini. Mereka dengan mudahnya mendapatkan beragam informasi hanya melalui video singkat berdurasi 30-60 detik.

Uji Kruskal Wallis

Uji yang akan dilakukan selanjutnya adalah uji kruskal wallis yang bertujuan untuk melihat apakah ada perbandingan antara ketiga faktor yang telah disebutkan di atas, yakni faktor ekonomi, pengetahuan, dan hiburan. Uji kruskal wallis dilakukan untuk data yang diperoleh karena data ini tidak bersifat homogen.

Tabel 15 : Uji Homogenitas Isi naskah disusun sistematis dan terurut. Hasil dan pembahasan tidak terpisah.

Levene Statistic	df1	df2	Sig
3,456	2	153	,034

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Dari uji di atas, terlihat bahwa hasil uji homogenitas adalah 0,034 yang berarti di bawah 0,5. Hasil ini menunjukkan bahwa data tidak bersifat homogen. Oleh sebab itu, dilakukan uji non-parametrik berupa uji kruskal wallis.

Berikut adalah tabel dari hasil uji kruskal wallis yang telah dilakukan.

Tabel 16. Hasil Uji Kruskal Wallis

	Hasil
Chi-Square	35,445
df	2
Asymp. Sig	0,000

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Hasil uji di atas menunjukkan bahwa tidak ada perbandingan yang signifikan antara faktor hiburan, pengetahuan, dan ekonomi. Hal ini disebabkan karena hasil uji menunjukkan angka 0,000 yang berarti kurang dari 0,5, sehingga tidak ada perbandingan antar variabel.

Uji Chi-Square

Setelah melihat beragam jawaban responden mengenai faktor-faktor penggunaan aplikasi TikTok, sekarang kami akan mencoba untuk mencari tahu apakah ada hubungan antara lama penggunaan aplikasi TikTok dalam sehari dengan penggunaan aplikasi TikTok untuk meningkatkan kreativitas penggunanya. Data ini dapat dilihat dalam tabel 3 dan 9 di atas. Untuk mencari hubungan antar kedua variabel ini, kami menggunakan Uji Chi-Square dengan bantuan software SPSS. Tujuan dari dilakukannya uji ini adalah untuk mengetahui apakah pengguna aplikasi TikTok yang menghabiskan banyak waktunya dalam aplikasi ini mampu meningkatkan kreativitas mereka, atau malah sebaliknya. Setelah dilakukan uji ini, penelitian ini akan semakin bermakna bagi masyarakat.

Uji Chi-Square adalah uji komparatif non-parametris yang digunakan untuk melihat hubungan antara dua variabel, dimana variabel ini harus berskala nominal (Hadi, 2000). Dua variabel dalam penelitian ini adalah lama waktu penggunaan aplikasi TikTok dalam sehari dan aplikasi TikTok dapat meningkatkan kreativitas penggunanya. Dalam variabel pertama, yakni lama waktu penggunaan aplikasi TikTok telah didapatkan tiga jenis jawaban dari responden seperti yang telah terpaparkan pada tabel 3. Responden yang menjawab menghabiskan waktu selama 1 – 4 jam diberi skor 1 yang berarti tidak lama dalam menggunakan aplikasi TikTok. Sedangkan responden yang menjawab menghabiskan waktu selama 5 – 8 jam dan di atas 8 jam diberi skor 2 yang berarti menghabiskan waktu yang cukup lama dalam menggunakan aplikasi TikTok. Dalam variabel kedua yakni pada tabel 9, responden yang menjawab tidak setuju dan kurang setuju diberi skor 1, dan responden yang menjawab setuju dan sangat setuju diberi skor 2. Selanjutnya dilakukan Uji Chi-Square dengan bantuan SPSS.

Sebelum melakukan Uji Chi Square, hipotesis penelitian perlu dibuat. H0 berbunyi tidak ada hubungan antara lama penggunaan aplikasi TikTok dengan peningkatan tingkat kreativitas. Sedangkan H1 berbunyi ada hubungan antara lama penggunaan aplikasi TikTok dengan peningkatan tingkat kreativitas. Berikut hasil Uji Chi-Square yang telah dilakukan.

Hasil Uji Chi-Square di atas menyatakan bahwa nilai Asymp. Sig (2-sided) nya berjumlah 0.845 yang berarti lebih besar dari 0.05. Hal ini menandakan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga kesimpulannya ialah tidak ada hubungan antara lama penggunaan TikTok dengan peningkatan kreativitas pengguna. Berdasarkan kesimpulan ini dapat diartikan pula jika lama atau tidaknya seseorang menggunakan aplikasi TikTok, itu tidak berpengaruh terhadap kreativitasnya. Saat seseorang menggunakan aplikasi TikTok lebih lama, bukan berarti tingkat kreativitasnya semakin meningkat, begitu pula sebaliknya.

Tabel 17 : Hasil Uji Chi-Square

	Value	df	Asmp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	0,038	1	0,845		
Continuity Correction ^b	0,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	0,038	1	0,846		
Fisher's Exact Text				1,000	,562
Linear-by-Linear Association	0,038	1	0,846		
N of Valid Cases	52				

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Penelitian ini memiliki hal yang menarik yakni tidak hanya memaparkan apa saja faktor-faktor yang ditemukan dibalik tingginya minat terhadap TikTok melainkan faktor tersebut juga diukur lalu dibandingkan serta diurutkan berdasarkan persentase. Dengan membaca hasil penelitian ini kita bisa mengetahui faktor penyebab yang paling dominan hingga faktor yang memiliki presentase terendah.

Dari hasil penelitian ini terdapat beberapa faktor yang ditemui yakni hiburan, pengetahuan, dan juga ekonomi. Dari temuan penelitian ini diketahui faktor yang paling dominan diantara faktor-faktor yang ditemukan yakni faktor pengetahuan dengan pertanyaan setujukah Anda jika banyak video tutorial dalam aplikasi TikTok. Pertanyaan ini mendapatkan respon 57,7% dari responden dengan sangat setuju. Posisi kedua yakni faktor ekonomi dengan total 53,8% sangat setuju dari pertanyaan setujukah Anda jika aplikasi TikTok dapat berguna untuk memasarkan produk dengan mudah dan meluas. Sedangkan yang ketiga yaitu faktor hiburan 50%. Setengah responden ini menyatakan sangat setuju apabila aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang dituju saat mereka memiliki waktu luang.

Jika dicermati dengan seksama, hasil penelitian ini memiliki sesuatu yang menarik dimana asumsi peneliti lebih mengarah pada faktor hiburan sebagai faktor yang dominan karena melihat dari konten-konten FYP atau konten yang muncul di beranda para pengguna aplikasi TikTok yang cenderung ke konten hiburan, tetapi setelah diteliti justru hasil penelitian menunjukkan bahwa yang melatarbelakangi kebanyakan pengguna menggunakan aplikasi TikTok yaitu faktor pengetahuan dengan perolehan hasil 57,7% jawaban sangat setuju. Jika menyelami berbagai video yang terunggah dalam aplikasi TikTok, memang terlihat bahwa banyak video yang berisi konten tutorial, seperti tutorial memasak, tutorial memanfaatkan kembali barang bekas, tutorial menggunakan hijab, tutorial fotografi, tutorial mengedit foto atau video, tutorial mengoperasikan laptop, dan banyak tutorial lain yang bisa dicari dalam aplikasi ini. Berbagai tutorial di aplikasi ini disajikan secara menarik sehingga banyak orang yang tertarik.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulannya ialah terdapat tiga faktor yang melatarbelakangi generasi post-millennial menggunakan aplikasi TikTok. Faktor pertama adalah faktor pengetahuan, kemudian faktor hiburan, dan juga faktor ekonomi. Dari ketiga faktor tersebut, faktor yang paling mendominasi adalah faktor pengetahuan, karena dalam aplikasi

TikTok banyak tersedia video-video tutorial yang menambah pengetahuan dan meningkatkan kreativitas penggunanya. Selain itu, setelah dilakukan Uji Chi Square, ternyata tidak terdapat hubungan antara lama penggunaan aplikasi TikTok dengan peningkatan kreativitas penggunanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, D. (2021, Januari 28). Ini Lima Tips Membuat Video Pendek yang Menarik. Dipetik Mei 06, 2021, dari *Bisnis.com*: <https://lifestyle.bisnis.com/read/20210128/219/1349133/ini-lima-tips-membuat-video-pendek-yang-menarik>
- Hadi, S. (2000). *Statistik*. Yogyakarta: ANDI.
- Hidayat, Mochamad Wahyu. 2020. Orang Indonesia Kedua Paling Banyak Unduh TikTok per Juli 2020. <https://m.liputan6.com/tekno/read/4324103/orang-indonesia-kedua-paling-banyak-unduh-tiktok-per-juli-2020>, di akses pada 11 april 2021 pukul 15.00.
- Rakhmayanti, I. (2020, Februari 11). Pengguna TikTok di Indonesia Didominasi Generasi Z dan Y. Dipetik April 29, 2021, dari *Sindonews.com*: <https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-tiktok-di-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-y>
- Rossa, V., & Fikri, L. K. (2020, September 17). Ini Alasan Konten TikTok Jadi Viral dan Diterima Banyak Orang. Dipetik Mei 05, 2021, dari *Suara.com*: <https://www.suara.com/lifestyle/2020/09/17/161848/ini-alasan-konten-tiktok-jadi-viral-dan-diterima-banyak-orang>
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Siyoto, S., & Ali, S. M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.