

HUBUNGAN MOTIVASI BELAJAR DARING PADA SISWA SEKOLAH MENENGAH MELALUI POLA KONSUMSI MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI PEMBELAJARAN ALTERNATIF

Herma Retno Prabayanti¹, Kartika Rinakit Adhe², Yahya Ramadoni³
Promosi Doktoral Manajemen Pendidikan UNESA, Fakultas Ilmu Pendidikan UNESA, Peneliti Lepas
Surabaya, Indonesia

hermaprabayanti@unesa.ac.id

Abstract: *The social media application TikTok is one of the popular media for sharing short videos from handheld devices. Based on data quoted from Key Market Indicators (KMI) (Dagendart, 2021), the number of TikTok application users in Indonesia has increased significantly from year to year. Due to the COVID-19 pandemic, online learning is still the main learning model. Certain innovations should be noted so that online learning is more interactive and does not reduce students' motivation to absorb the subject matter. TikTok is here to answer the needs of these students in the era of the COVID-19 pandemic. By using correlational quantitative methods, researchers can find out the relationship between media usage patterns of high school students who use TikTok media to carry out alternative learning. It is known that there is a positive relationship between the pattern of middle school TikTok media use and motivation to learn. If the author is able to find a certain relationship between high school students and the alternative learning media based on TikTok video, it will be able to provide a new discourse in the concept of independent learning.*

Keywords: *communication, Education Media, Social Media, TikTok, Media Usage Pattern, Z Generation.*

Abstrak: Aplikasi media sosial TikTok merupakan salah satu media populer untuk membagikan video pendek dari perangkat genggam. Berdasarkan data yang dikutip dari Key Market Indicators (KMI) (Dagendart, 2021) jumlah angka pengguna aplikasi TikTok di Indonesia mengalami peningkatan signifikan dari tahun ke tahunnya. Faktor wabah pandemi COVID-19 membuat pembelajaran daring masih menjadi model pembelajaran utama. Inovasi tertentu patut diperhatikan agar pembelajaran daring lebih interaktif dan tidak menurunkan motivasi pelajar untuk menyerap materi pelajaran. TikTok hadir menjawab kebutuhan para pelajar tersebut di era pandemi COVID-19. Dengan menggunakan metode kuantitatif korelasional peneliti dapat mengetahui hubungan pola penggunaan media siswa sekolah menengah yang menggunakan media TikTok untuk melakukan pembelajaran alternatif. Diketahui bahwa terdapat hubungan positif antara pola penggunaan media TikTok sekolah menengah menimbulkan motivasi untuk belajar. Jika penulis mampu menemukan hubungan tertentu antara siswa sekolah menengah dengan media pembelajaran alternatif berbasis video TikTok, maka akan bisa memberikan wacana baru dalam konsep merdeka belajar.

Kata kunci: *komunikasi, Media pembelajaran, sosial media, TikTok, pola penggunaan media, Generasi Z*

Pendahuluan

Laju perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat di abad 21 turut andil dalam kemajuan berbagai bidang, salah satunya adalah komunikasi. Semakin majunya perkembangan piranti untuk mengakses informasi melalui perangkat mobile seperti smartphone membuat komunikasi lebih cepat dan mudah. Hal ini juga merupakan pengaruh dari aplikasi media sosial yang mudah diakses. Menurut Ratri (2018:20), segala sesuatu yang mengarah pada layanan berbasis internet dan mobile yang memfasilitasi penggunaanya untuk bergabung dalam suatu percakapan daring disebut dengan media sosial. Sejumlah aplikasi media sosial tersedia di toko aplikasi digital, sebut saja App Store pada iOS dan Play Store pada Android. Tersedianya sejumlah aplikasi media sosial pada smartphone memberikan akses yang mudah bagi setiap orang untuk berinteraksi, khususnya segmen pelajar sebagai bagian dari generasi Z.

Generasi Z adalah generasi yang lahir tahun 1995 hingga 2010 menurut The Generation Guide pada fourhooks.com. Mereka adalah generasi yang lahir ketika teknologi informasi sudah terintegrasi dengan era digital. Hal ini yang membuat generasi Z dapat dianggap sebagai digital natives yang sesungguhnya (Haydan, 2021). Masih dalam buku yang sama, Haydan, 2021 menyebutkan Generasi Z mempunyai karakteristik khusus untuk menyikapi teknologi informasi. Mereka lebih mahir teknologi dibanding dengan generasi sebelumnya, selain itu mereka juga gemar berkomunikasi dengan semua kalangan. Disebutkan pula generasi Z lebih mandiri

dan cermat untuk menjaga privasi. Mereka cenderung lebih menjaga privasi, setelah mempelajari hal yang kurang tepat dilakukan oleh generasi sebelumnya. Karakter generasi Z juga lebih toleran untuk bisa menerima segala perbedaan yang ada. Mereka mudah menerima segala perbedaan dengan sikap lapang dada meski berada di lingkungan yang berbeda dengannya. Generasi ini juga penuh ambisi agar bisa mencapai kesuksesan di karirnya.

Media sosial merupakan sebagai bagian dari budaya generasi Z, menurut Jayme (dikutip dalam Kalia, 2013). Media sosial juga mempunyai peran yang signifikan dalam kehidupan suatu individu, karena dapat menciptakan interaksi dan komunikasi dua arah atau lebih yang berbeda tempat. Media sosial yang sering digunakan tersebut diantaranya: WhatsApp Messenger, Telegram, LINE, Discord, TikTok, Instagram, Twitter, dan Facebook. Seiring perkembangan zaman, mereka turut mengikuti perkembangan tren aplikasi media sosial yang digunakan. TikTok adalah salah satu aplikasi media sosial di Indonesia yang menarik perhatian.

Aplikasi media sosial TikTok merupakan salah satu media populer untuk membagikan video pendek dari perangkat genggam (www.tiktok.com 09/06/2021). TikTok memperkenalkan sejumlah fitur dan special effects yang dapat digunakan agar konten video semakin menarik. Pengguna aplikasi TikTok bisa menambahkan teks tertentu, animasi, transisi, filter khusus, Hal ini menjadi stimulus generasi Z untuk meningkatkan kreativitas dan kebebasan berekspresi melalui video pendek tersebut. Mereka tidak hanya bisa mencari

hiburan semata, tetapi juga bisa belajar mengenai berbagai bidang studi. Aplikasi TikTok sendiri meraih peringkat satu terbanyak diunduh di App Store pada iPhone dan di Google Play Store di Android sejak awal tahun 2021. Kemudian, berdasarkan data yang dikutip dari Key Market Indicators (KMI)(Dagendart,2021) jumlah angka pengguna aplikasi TikTok di Indonesia mengalami peningkatan signifikan dari tahun ke tahunnya. Pada tahun 2025, angka pengguna TikTok di Indonesia diprediksi mencapai 4,2 juta pengguna. Hal ini mengindikasikan bahwa TikTok sudah mempunyai posisi yang strategis sebagai aplikasi sosial media, khususnya generasi Z.

Terdapat empat tujuan utama dari aplikasi media sosial: hiburan, sosialisasi, informasi, dan akademik (Yang, 2020). Semua orang yang berperan dalam dunia pendidikan dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat media pengajaran. Belardi (2013) menyatakan proses belajar yang efektif dengan penggunaan teknologi yang tepat dapat menjamin keberhasilan pelajar di kelas. Tenaga pendidik dapat mempertimbangkan penggunaan media sosial sebagai media belajar.

Di tengah wabah pandemi COVID-19, seluruh tenaga pendidik menerapkan pembelajaran jarak jauh (PJJ) di segala tingkat level. Dalam penyelenggaraan kebijakan ini banyak sekali feedback dari pihak tenaga pendidik, peserta didik, maupun orang tua. Dilansir dari cnnindonesia.com, sejumlah 69 mahasiswa STAN dikenakan drop out setelah pemberlakuan pembelajaran jarak jauh (PJJ). Salah satu dari mahasiswa yang dikeluarkan tersebut menyatakan

bahwa proses PJJ mempersulit pembelajaran. Berbanding terbalik dengan penelitian oleh Prawiyogi et al mengenai efektifitas pembelajaran jarak jauh terhadap pembelajaran siswa di SDIT Cendekia Purwakarta. Mereka mengemukakan bahwa PJJ cukup efektif untuk dilakukan. Hal tersebut dapat dilihat dari pendapat peserta didik yang mendukung dan menilai bahwa PJJ efektif diterapkan. Hal serupa juga dikemukakan oleh Alkhuzaefi (2020) tentang efektivitas pembelajaran pembelajaran bagi siswa SDN 02 Cibarusah Kota melalui metode online. Hasil risetnya menunjukkan bahwa pembelajaran jarak jauh yang dilaksanakan di sekolah tersebut cukup efektif untuk diterapkan. Peserta didik rata-rata menjawab cukup nyaman dan efektif meskipun terdapat beberapa permasalahan yang melibatkan lingkungan sekitar. Untuk meningkatkan keefektifan PJJ, Alkhuzaefi (2020) menyatakan salah satunya adalah diperlukan pemberian materi pembelajaran yang ringkas dengan meminimalisir mengirim materi dalam bentuk video yang berukuran besar. Kemudian, pemilihan dan penggunaan bahasa yang mudah dipahami ketika menyampaikan materi dalam video.

Faktor wabah pandemi COVID-19 yang menyebar di seluruh dunia membuat pembelajaran jarak jauh masih diterapkan di Indonesia hingga tahun 2021. Inovasi tertentu patut diperhatikan agar pembelajaran daring lebih interaktif dan tidak menurunkan motivasi pelajar untuk menyerap materi pelajaran. Mereka dapat menuntut ilmu tidak hanya dari sekolah formal, tapi juga dari jejaring sosial media. TikTok hadir menjawab kebutuhan para pelajar tersebut di era

pandemi COVID-19. Para pencipta konten edukasi memanfaatkan fasilitas tersebut untuk menciptakan video edukasi lebih menarik dan mendidik untuk disaksikan oleh generasi Z.

TikTok hadir menjawab kebutuhan para pelajar tersebut di era pandemi COVID-19. Para pencipta konten edukasi memanfaatkan fasilitas tersebut untuk menciptakan video edukasi lebih menarik dan mendidik untuk disaksikan oleh generasi Z. Bahkan TikTok Official juga selalu menyajikan kampanye # (tagar) terkait Edukasi. Berdasarkan fakta tersebut, pembelajaran daring bisa berupa kemasan video yang menghibur, dan tidak selalu harus dilakukan oleh Guru. Dengan menggunakan metode kuantitatif korelasional peneliti dapat mengetahui hubungan pola penggunaan media siswa sekolah menengah yang menggunakan media TikTok untuk melakukan pembelajaran alternatif.

Diketahui bahwa terdapat hubungan positif antara pola penggunaan media TikTok sekolah menengah menimbulkan motivasi untuk belajar siswa. Siswa merupakan pribadi yang mudah terpengaruh baik dengan lingkungan maupun orang disekitarnya, bahkan sebuah kewajiban siswa juga bisa ikut terpengaruh dengan berbagai lingkungan sekitarnya. Penulis berusaha meneliti tentang motivasi belajar siswa, karena tanpa motivasi belajar, siswa tidak akan melaksanakan kewajibannya sebagai siswa. Bagi penulis ini sangat menarik, dikarenakan sebuah motivasi sangatlah penting bagi individu untuk melakukan suatu hal. Karena tanpa motivasi seorang individu tidak akan bisa berbuat apa-apa tidak ada dorongan atau ransangan yang menggerakkan individu itu untuk

melakukan sesuatu. Jika penulis mampu menemukan hubungan tertentu antara pola motivasi belajar siswa sekolah menengah dengan media pembelajaran alternatif berbasis video TikTok, maka akan bisa memberikan wacana baru dalam konsep merdeka belajar.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Pendekatan korelasional digunakan untuk menemukan ada atau tidak hubungan antar variabel. Peneliti bermaksud mendeteksi variasi dalam variabel penelitian berhubungan dengan variasi lainnya.

Variabel independen (X) pada penelitian ini adalah pola konsumsi pelajar. Sedangkan variabel dependen (Y) pada penelitian ini adalah informasi pembelajaran Bahasa Inggris. Populasi penelitian ini adalah pelajar SMP dan SMA di Indonesia dengan subjek penelitian 50 partisipan

Pada tahap pertama di yang telah dilaksanakan adalah peneliti melakukan studi pustaka, observasi permasalahan dan penyusunan pra- model yang dipimpin oleh ketua pengusul dengan indikator sesuai bagan di atas. Tahap kedua adalah penyusunan instrumen dan FGD Model yang melibatkan ahli sosial

media. Tahap ketiga adalah pengambilan data dan pengolahan data kuantitatif. Dan terakhir adalah sosialisasi hasil/model serta penyusunan artikel ilmiah. Data yang didapatkan dari instrumen penelitian akan dianalisa dengan menggunakan Korelasi Product Moment.

Teknik ini digunakan untuk mengolah data angka berupa skala interval yang mendeskripsikan hubungan atau korelasi motivasi belajar daring dengan pola konsumsi media sosial tiktok.

Data yang didapatkan dari instrumen penelitian akan dianalisa dengan menggunakan Korelasi Product Moment. Teknik ini digunakan untuk mengolah data angka berupa skala interval yang mendeskripsikan hubungan atau korelasi motivasi belajar daring dengan pola konsumsi media sosial tiktok.

Hasil dan Pembahasan

Data yang dideskripsikan pada penelitian ini adalah data dari responden yang menyangkut hubungan antara motivasi belajar daring pada siswa sekolah menengah sebagai variabel X, dan pola konsumsi media sosial tiktok sebagai pembelajaran alternatif sebagai variabel Y. Kedua variabel tersebut dianalisis apakah terdapat korelasi atau tidak.

Langkah pertama yang dilakukan peneliti terhadap instrumen yang digunakan adalah peneliti mengadakan Forum Group Discussion (FGD). Hal ini bertujuan untuk menguji validasi dan reliabilitas instrumen yang digunakan.

Berdasarkan hasil FGD, instrumen dinyatakan valid dan reliabel oleh ahli untuk digunakan sebagai alat penelitian.

Kemudian, peneliti melakukan pengambilan data dengan menyebarkan

angket yang sudah valid dan reliabel tersebut kepada siswa-siswi. Untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel tersebut, peneliti menggunakan menggunakan Korelasi Product Moment.

Signifikansi bisa ditentukan lewat baris Sig. (2-tailed). Jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05, maka hubungan yang terdapat pada r dianggap signifikan. Hasil uji signifikansi (di atas) adalah:

1. Nilai r hubungan Budaya Organisasi dengan Kepuasan Kerja adalah 0,000. Artinya, $0,000 < 0,05$ dan dengan demikian korelasi antara kedua variabel signifikan.

2. Nilai r hubungan Iklim Organisasi dengan Kepuasan Kerja adalah 0,000. Artinya, $0,000 < 0,05$ dan dengan demikian korelasi antara kedua variabel signifikan.

Adapun hasil analisa data menggunakan program SPSS sebagai berikut:

Correlations			
		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.773**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Y	Pearson Correlation	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel output di atas dapat diketahui nilai Sig. (2-tailed) antara motivasi belajar daring pada siswa sekolah menengah sebagai variabel X, dan pola konsumsi media sosial tiktok sebagai

pembelajaran alternatif sebagai variabel Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$, yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel X dan Y tersebut.

Jonarhan Sarwono membuat interval kekuatan hubungan sebagai berikut:

0	:	Tidak ada korelasi
0,00 – 0,25	:	Korelasi sangat lemah
0,25 – 0,50	:	Korelasi cukup
0,50 – 0,75	:	Korelasi kuat
0,75 – 0,99	:	Korelasi sangat kuat
1	:	Korelasi sempurna

Tabel 2. Tabel Interval Kekuatan Hubungan

Berdasarkan kategorisasi interval kekuatan hubungan korelasi tersebut dapat diketahui bahwa kekuatan hubungan antara variabel X dan Y adalah korelasi sangat kuat. Oleh karena itu terdapat hubungan antara motivasi belajar daring pada siswa sekolah menengah sebagai variabel X, dan pola konsumsi media sosial tiktok sebagai pembelajaran alternatif sebagai variabel Y.

Kesimpulan

Faktor wabah pandemi COVID-19 membuat pembelajaran daring masih menjadi model pembelajaran utama. Inovasi tertentu patut diperhatikan agar pembelajaran daring lebih interaktif dan tidak menurunkan motivasi pelajar untuk menyerap materi pelajaran. TikTok hadir menjawab kebutuhan para pelajar

tersebut di era pandemi COVID-19. Jika penulis mampu menemukan hubungan tertentu antara siswa sekolah menengah dengan media pembelajaran alternatif berbasis video TikTok, maka akan bisa

memberikan wacana baru dalam konsep merdeka belajar.

Data menunjukkan TikTok sudah mempunyai posisi yang strategis sebagai aplikasi sosial media, khususnya generasi Z di kalangan pelajar. Berdasarkan analisa data korelasi antara motivasi belajar daring pada siswa sekolah menengah sebagai variabel X, dan pola konsumsi media sosial tiktok sebagai pembelajaran alternatif sebagai variabel Y. Dengan menggunakan metode kuantitatif korelasional peneliti dapat mengetahui hubungan pola penggunaan media siswa sekolah menengah yang menggunakan media TikTok untuk melakukan pembelajaran alternatif. Diketahui bahwa terdapat hubungan positif antara pola penggunaan media TikTok sekolah menengah menimbulkan motivasi untuk belajar. Selain itu, berdasarkan kategorisasi interval kekuatan hubungan korelasi tersebut dapat diketahui bahwa kekuatan hubungan antara variabel X dan Y adalah korelasi sangat kuat. Oleh karena itu terdapat hubungan antara motivasi belajar daring pada siswa sekolah menengah sebagai variabel X, dan pola konsumsi media sosial tiktok sebagai pembelajaran alternatif sebagai variabel Y.

Daftar Pustaka

- West, R. Turner, H.L. 2008. "Teori Komunikasi, Analisis dan Aplikasi". Salemba Humanika, Jakarta
- Aslichati L, Prasetyo B, Irawan P. 2010. Metode Penelitian Sosial. Universitas Terbuka: Jakarta.
- Lestari, Y., Yulia, V., Puspita, Y. (2017). Jurnal Penelitian Komunikasi, Vol. 20 No. 2, 149-160: ISSN: 1410-8291 | e-ISSN: 2460-0172 |

- <http://bppkibandung.id/index.php/jpk>
- Bennett, W.L. & Segerberg, A. (2012) THE LOGIC OF CONNECTIVE ACTION. Information, Communication & Society. [Online] 15 (5), 739–768. Available from: doi:10.1080/1369118X.2012.670661.
- Warini, N.L., Dewi, N.P.E.S., Susanto, P.C., Dewi, P.C. (2020) Daya Tarik TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris Online, Sintesa Prosiding 2020, 27-33. ISBN: 978-602-53420-6-6
- Dimock, M. (2019) Defining generatins: Where Millenials and and Generation Z begins. Diakses dari Pew Research. Diakses dari <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Stephanie, C. (2021, April 19). Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Terungkap. Kompas online. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap?page=all>.
- Rahmah, D.N. (2021) Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita?, Pusat Penelitian Kebijakan. Diakses dari <https://puslitjakdikbud.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita>
- Dagenhard, J. (2021, Juli). TikTok Users in Indonesia 2017-2025. Statistika.com Diakses dari <https://www.statista.com/forecasts/142675/tiktok-users-in-indonesia>
- Haydan, R. (2021, Februari) Ini Perbedaan Antara Milenial dan Gen Z Saat Menggunakan Sosial Media. Bisnis.com Diakses dari <https://lifestyle.bisnis.com/read/20210210/220/1354914/ini-perbedaan-antara-milenial-dan-gen-z-saat-menggunakan-sosial-media>