

ANALISIS PERAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA EDUKASI DALAM PROSES PENERIMAAN MAHASISWA BARU DI PERGURUAN TINGGI NEGERI

Ubaidillah¹, Dewi Wahyuni², Darmawan³, Ritawati⁴

^{1,3}MAN 2 Aceh Barat, MTsN 1 Aceh Barat², MIN 10 Aceh Barat⁴

bairuindra@gmail.com¹, wahyunidewi284@gmail.com², darmawan_dar@ymail.com³,
ritawati83@gmail.com⁴

ABSTRAK

Pembahasan masuk Perguruan Tinggi Negeri (PTN) tidak pernah selesai dibahas sejak dulu sampai nanti. Perubahan dalam sistem penerimaan mahasiswa baru menjadi masalah yang beragam di calon mahasiswa dan juga orang tua. Proses penerimaan yang terintegrasi dengan teknologi mengubah sudut pandang, cara berpikir, dan trik maupun tips agar bisa lulus dengan mudah di PTN melalui jalur undangan. Problematika yang dirasakan oleh hampir seluruh siswa dan orang tua karena tidak adanya sosialisasi secara mendalam dari penyelenggara (pemerintah), PTN, maupun lembaga termasuk seperti madrasah/sekolah kepada siswa maupun orang tua. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana TikTok menjadi sarana penyampaian informasi masuk PTN yang akurat dan efisien. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana TikTok menjadi sarana penyampaian informasi masuk PTN yang akurat dan efisien melalui SNBP dan SNBT, serta bagaimana cara mendapatkan KIP Kuliah melalui akun TikTok @bairuindra1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan. simpulan yang didapatkan antara lain: Pertama, media sosial TikTok dapat dijadikan sarana penyampaian informasi penting kepada masyarakat umum tanpa harus membayar biaya konsultasi lebih besar dibandingkan ke psikolog. Kedua, TikTok dapat memecahkan masalah orang tua maupun calon mahasiswa yang selama ini masuk tabu terhadap tata cara penerimaan mahasiswa baru di era digital. Ketiga, bimbingan dan konsultasi gratis dapat menjangkau ratusan sampai ribuan siswa dan orang tua di seluruh Indonesia tanpa dikenali sudah mendapatkan manfaat lebih untuk proses pendaftaran ke PTN.

Kata Kunci: Analisi Peran Tiktok, Media Edukasi, Penerimaan Mahasiswa Baru, Perguruan Tinggi Negeri.

ABSTRACT

The discussion about entering State Universities (PTN) has never been discussed since then until later. Changes in the new student admissions system are a problem for prospective students and parents alike. The acceptance process that is integrated with technology changes your perspective, way of thinking, and tricks and tips so that you can

graduate easily at PTN through the invitation route. The problems felt by almost all students and parents are due to the lack of in-depth socialization from organizers (government), state universities, or institutions including such as madrasas/schools to students and parents. The problem formulation of this research is how TikTok becomes a means of delivering accurate and efficient PTN entry information. The aim of this research is to find out how TikTok is a means of conveying accurate and efficient PTN entry information via SNBP and SNBT, as well as how to get KIP Kuliah through the TikTok account @bairuindra1. Based on research conducted. The conclusions obtained include: First, TikTok social media can be used as a means of conveying important information to the general public without having to pay higher consultation fees compared to psychology. Second, TikTok can solve the problem of parents and prospective students who have been taboo regarding the procedures for admitting new students in the digital era. Third, free guidance and consultation can reach hundreds to thousands of students and parents throughout Indonesia without knowing that they will get more benefits from the PTN registration process.

Keywords : Analysis Of The Role Of Tiktok, Educational Media, New Student Admissions, State Universities.

A. PENDAHULUAN

Di era digitalisasi, informasi sangat cepat berkembang sehingga penelitian ini dianggap penting dalam memberikan kontribusi pada pengembangan literatur tentang pemanfaatan teknologi digital dalam pendidikan, khususnya penggunaan media sosial untuk penyampaian informasi yang efisien. Informasi yang tersampaikan kepada masyarakat awam sangat cepat dan dinamis namun pemahaman yang baik akan mengantarkan perubahan terhadap pengetahuan baru mengenai tata cara masuk PTN yang hampir tiap tahun berubah-ubah. Maka dari itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menganalisis TikTok sebagai media informasi yang belum banyak dikaji dalam konteks penerimaan PTN. Di mana banyak sekali konten mengenai pendidikan yang butuh analisis sehingga sebuah konten bernilai edukasi dan terpercaya meskipun pada dasarnya sebuah konten digital TikTok masih dipandang hal sepele.

Salah satu alasan terpenting adalah kurangnya sosialisasi dari lembaga pemerintah terkait hal ini, sekolah mendiamkan informasi penting, guru bimbingan konseling hanya peduli anak-anak tertentu saja, dan ramainya anak-anak di satu sekolah sehingga kurang mendapat jangkauan dari guru maupun operator untuk menyampaikan informasi lebih akurat. Anak-anak yang merasakan kendala pasti ini kemudian lari ke media sosial (internet) dalam hal ini adalah TikTok.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur tentang pemanfaatan teknologi digital dalam pendidikan, salah satunya adalah TikTok sebagai media edukasi untuk menyampaikan informasi penting secara efisien, efektif dan tepat sasaran mengingat pengguna media sosial saat ini sangatlah dinamis. Kontribusi yang paling nyata dalam penelitian ini adalah keterlibatan orang tua dalam tiap konten yang dipublikasikan, baik dalam bertanya, berdiskusi maupun menyampaikan pendapat/pengalaman nyata di lapangan mengenai proses masuk PTN.

TikTok menjadi media baru dalam menyampaikan informasi tanpa menggurui. McQuail (2011:148) menyebutkan bahwa media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi berbagai ciri yang sama, yang mana selain baru mungkin dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk pengguna pribadi sebagai alat komunikasi. Alyusi (2016:1) berpendapat dengan munculnya internet dapat menghubungkan antarmanusia dari berbagai belahan dunia yang tidak saling mengenal sebelumnya dengan cara mengoneksikan komputer dengan jaringan internet. TikTok memberikan kontribusi yang baik dalam proses penelitian yaitu sasaran yang tepat, dan informasi tersampaikan kepada siswa terutama kelas XII dan orang tua yang masih awam terhadap informasi masuk PTN dan strategi menekan UKT agar kuliah tidak terkendala biaya.

Sarana penyampaian informasi melalui TikTok ini khususnya informasi mengenai Seleksi Nasional Berbasis Prestasi (SNBP) maupun Seleksi Nasional Berbasis Tes (SNBT) masih sangat kurang sekali. Akun nonpendidikan dalam rangka menaikkan profit sudah terlebih dahulu membagikan informasi tersebut, sedangkan akun yang dikelola oleh orang yang ahli dibidangnya masih sangat minim. Kendala inilah yang membuat penulis membagikan informasi seputar SNBP dan SNBT melalui akun TikTok yang kemudian menjadi viral di kalangan siswa seluruh Indonesia dan orang tua mereka. Kondisi ini yang membuat penulis yakin sekali bahwa nilai positif dari penggunaan TikTok di era anak muda sangat haus informasi ini bisa lebih terarah, tanpa perlu mencari tahu di media kurang kredibel soal masuk PTN. Koreponden yang merupakan netizen (sebutan untuk pengguna internet) mendapat jawaban dari pertanyaan yang selama ini tidak diketahui, dan tidak bisa ditanyakan kepada lembaga terkait maupun pihak sekolah. Diskusi dua arah yang sangat sepele karena tanpa didasarkan pada konsep teoritis ini

justru lebih cepat sampai ke siswa dan orang tua dibandingkan dengan tabel hasil penelitian.

Problematika yang muncul dari konten TikTok ini menegaskan bahwa informasi edukasi sangatlah penting disampaikan dengan berbagai bentuk. Hal ini menjadi tujuan utama dari pembuatan konten TikTok agar semua kalangan dapat menerima informasi lebih cepat, praktis, dan dinamis ditengah gempuran konten-konten joget yang belum bisa dibendung melalui akun TikTok lain. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana TikTok menjadi sarana penyampaian informasi masuk PTN yang akurat dan efisien. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana TikTok menjadi sarana penyampaian informasi masuk PTN yang akurat dan efisien melalui SNBP dan SNBT, serta bagaimana cara mendapatkan KIP Kuliah melalui akun TikTok @bairuindra1. Sejauh ini, beberapa konten mendapatkan tempat tersendiri di hati pengguna TikTok dan termasuk salah satu konten yang mengubah kebijakan dari panitia SNBP secara tidak langsung berkat keluhan dan solusi dari konten yang peneliti hadirkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi media efektif untuk meningkatkan pemahaman siswa dan orang tua terkait sistem penerimaan PTN.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk mengetahui bagaimana TikTok menjadi sarana penyampaian informasi masuk PTN yang akurat dan efisien. Penelitian ini dilakukan selama 2 bulan yaitu dari Februari 2024 sampai Maret 2024 dengan melibatkan 100 orang pengikut TikTok @bairuindra1 sebagai sampel, serta keseluruhan pengikut yang tidak mengikat dan berubah-ubah sebagai populasi. Penelitian deskriptif berkaitan dengan frekuensi, jumlah, dan karakteristik dari gejala yang sedang diteliti. Studi deskriptif tak lain untuk membuat deskripsi lebih sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta di lapangan dari sifat populasi atau objek tertentu. (Kriyantono, 2010)

Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen/anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian (Noor, 2012). Pemilihan subjek penelitian ini berdasarkan tujuan penelitian yaitu pengikut TikTok yang telah dijadikan sampel dan terlibat aktif dalam tiap postingan mengenai tata cara masuk perguruan tinggi, tips dan trik mendapatkan biaya kuliah murah

maupun strategi lulus KIP Kuliah yang tepat. Lokasi penelitian ini dilakukan secara daring dengan mengirimkan angket kepada 100 pengikut sebagai sampel melalui pesan instan TikTok, di mana pengikut ini yang telah berinteraksi dengan baik selama proses penelitian ini berlangsung.

Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen

Aspek	Indikator	Interaksi
<u>Jangkauan</u>	<u>Tayangan Video</u>	✓
	<u>Jumlah Penonton</u>	✓
	<u>Tayangan Profil</u>	✓
<u>Jumlah Suka</u>	<u>Jumlah suka keseluruhan konten</u>	✓
<u>Jumlah Bagikan</u>	<u>Jumlah bagikan keseluruhan konten</u>	✓
<u>Jumlah Komentar</u>	<u>Jumlah komentar keseluruhan konten</u>	✓

Data yang terkumpul akan dianalisa menggunakan metode analisis deskriptif. Analisa yang akan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek penelitian melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melalukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum supaya hasil perhitungan statistik deskriptif dapat berupa persentase yang memberikan kesimpulan atas suatu penelitian (Siri, 2017).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Siswa kelas XII membutuhkan banyak sekali pendampingan dan bimbingan agar cita-cita mereka terarah. Di suatu sekolah, Guru Bimbingan Konseling (BK) sangat berperan aktif dalam mengarahkan siswa tersebut sesuai bakat, minat, dan terutama kemampuan intelektual ditambah kemampuan ekonomi orang tua. Guru BK setidaknya memahami kebutuhan siswa agar mudah mengarahkan sesuai harapan, kelak dengan bimbingan ini siswa dimaksud akan sukses pada jenjang karir (kuliah dan bekerja) sesuai kemampuan masing-masing.

Di awal kemunculannya, TikTok hanya membatasi durasi video 15 sampai dengan 60 detik saja. Sejak 2023, TikTok sudah mulai mengaplikasi video panjang yaitu sampai 10 menit dalam rangka menyaingi YouTube maupun Facebook/Instagram. (CNN Indonesia, 2023). Sejak saat ini pula, TikTok sudah mulai menghadirkan liputan (vlog) dari pengguna, talkshow dari potongan televisi, maupun kiat-kiat belajar dari pakar

pendidikan. Aura positif ini membuat TikTok berbanding terbalik dengan arah awal pengguna yang hanya menjadikan media sosial ini sebagai media joget-joget semata. Dengan perubahan yang signifikan tersebut, TikTok dirasa mampu bersaing untuk mengubah pola pikir negatif ke arah positif demi keberlangsungan media sosial dalam waktu lama.

TikTok cukup besar pengaruhnya dalam skala global. Business of Apps (databoks, 2023) melaporkan pengguna aktif TikTok dunia adalah sebanyak 1,61 miliar pada kuartal III tahun 2023. Peningkatan jumlah pengguna yang sangat menanjak dari sebelumnya 1,58 miliar di kuarta II tahun 2023, bahkah melonjak tajam jika dibandingkan dengan pengguna di kuartal III tahun 2022 dengan menggaet 1,43 miliar pengguna dunia.

Indonesia menempati posisi kedua sebagai pengguna TikTok dunia dengan jumlah 106,52 juta pengguna aktif, satu angka dibawah Amerika Serikat dengan posisi teratas yaitu 143,41 juta pengguna. We Are Social (databoks, 2023) menuliskan bahwa 50,8% pengguna TikTok adalah laki-laki, dan 49,2% pengguna media sosial ini adalah perempuan dengan konten sangat bervariatif.

Fitur TikTok yang populer adalah membagikan video pendek. Perkembangan dan persaingan yang ketat membuat TikTok menghadirkan banyak sekali fitur, bahkan lebih populer dan menjadi cikal-bakal media sosial lain dalam menghadirkan fitur serupa seperti fitur LIVE yang terkenal dengan membagi-bagikan hadiah, update stories dengan sebuah postingan foto maupun video, dan tentu saja postingan dalam bentuk video, dan gambar untuk menarik minat pengikut. (Romeletea, 2017).

Algoritma TikTok sangat menarik di mana dengan satu tagar saja seperti #fyp bisa mendatangkan puluhan sampai ribuan suka. TikTok juga memegang peranan penting dalam isu-isu viral sehingga menjadi lebih banyak dibicarakan. Dalam kasus proses masuk PTN ini, tagar #SNBP dan #SNBT mendapatkan tempat tersendiri di hati pengguna yang haus akan informasi tersebut sehingga wajar jika permainan tagar ini menjadi ciri khas TikTok yang menarik. Selain tagar, algoritma TikTok juga sangat unik, sebuah konten yang mendapatkan komentar dari seorang pengikut atau pengguna dari tagar, maka TikTok akan menyarankan konten serupa kepada pengguna tersebut dan juga pengikutnya. Hal ini yang membuat konten TikTok yang viral makin teratas karena makin banyak dikomentari, makin besar peluang konten tersebut direkomendasikan kepada pengguna lain. Fitur lain yang mengubah algoritma TikTok menjadi lebih unik adalah

Simpan konten atau Bagikan konten. Hal ini tentu saja membuat sebuah konten yang disimpan maupun dibagikan oleh sebuah akun akan dilihat juga oleh pengikutnya.

Perguruan Tinggi Negeri (PTN) bisa disebut sebagai tujuan akhir dari calon mahasiswa dan orang tua sehingga wajar jika hampir semua siswa kelas XII berlomba-lomba agar bisa masuk ke PTN. Jaminan kuliah di PTN selain biaya lebih murah, banyak alumni yang berkemampuan di bidangnya, dan juga kesempatan kerja lebih luas dengan relasi PTN langsung ke lembaga pemerintah. Faktor lain banyak sekali jurusan favorit seperti Pendidikan Dokter di PTN yang bisa bersaing lebih baik dengan Perguruan Tinggi Swasta (PTS).

Jalur masuk PTN makin berkembang seiring teknologi yang kian maju dengan pesat. Sejak beberapa tahun terakhir, panitia penerimaan calon mahasiswa baru di bawah naungan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) mengatur sistem penerimaan ini dengan lebih terarah, praktis dan tepat waktu. Sistem terbuka ini menjadi acuan bagi siswa kelas XII dan orang tua untuk mengetahui sebatas mana kemampuan intelektual dan ekonomi sehingga bisa kuliah di jurusan yang dituju.

Kemendikbudristek sebelum tahun 2023 menamai proses seleksi masuk PTN dengan Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi (SNMPTN) untuk jalur undangan, dan Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Sejak 2023, SNMPTN berubah nama menjadi Seleksi Nasional Berbasis Prestasi (SNBP), dan SBMPTN menjadi Seleksi Nasional Berdasarkan Tes (SNBT). Hal ini berdasarkan Permendikbud Nomor 48 Tahun 2022 tentang Penerimaan Mahasiswa Baru Program Diploma dan Program Sarjana yang ditanda tangani oleh Mendikbudristek, Nadiem Makarim, pada 1 September 2022. (CNN Indonesia, 26/9/2022).

SNBP melalui tahapan yang panjang dengan proses kelulusan yang kurang transparan. Komponen pertama yang dinilai dari SNBP adalah rata-rata nilai seluruh mata pelajaran dari Semester 1 sampai dengan Semester 5, dengan komposisi paling sedikit 50% dari bobot penilaian. Komponen kedua yang masuk penilaian adalah dua mata pelajaran yang mendukung program studi pilihan, portofolio, maupun prestasi peserta didik dengan bobot 50% dari penilaian. Universitas berhak menentukan kelulusan dengan mempertimbangkan dua komponen penilaian berdasarkan Permendikbud tersebut.

Tahapan pertama dari SNBP adalah menentukan siswa eligible atau siswa yang layak masuk ke dalam jalur undangan ini. Pihak sekolah memiliki patokan tersendiri dalam menentukan siswa ini. Salah satu caranya adalah melakukan rekapitulasi nilai dari semester 1 sampai 5, kemudian dibuat perangkingan berdasarkan kelompok IPA, IPS, Bahasa, dan Agama.

Tiap kelompok ini mendapatkan persentase tersendiri di sistem SNBP. Sebagai contoh, suatu sekolah mendapatkan kuota 40% (berdasarkan akreditasi A), dengan jumlah siswa kelas IPA 100 orang dan IPS 100 orang. Pengambilan siswa eligible adalah 40% dari 100 siswa, yaitu 40 orang siswa IPA dan 40 siswa IPS. Pengolahan data nilai yang sudah dilakukan oleh sekolah kemudian diurutkan berdasarkan jumlah kuota yang tersedia. Penentuan siswa eligible dikembalikan kepada kejujuran suatu sekolah dalam memilih siswa secara transparan atau sebaliknya. Sekolah melalui operator menginput data siswa eligible beserta nilai ke Pangkalan Data Siswa dan Sekolah (PDSS). (Kemdikbudristek, 2024).

Tahapan kedua adalah pendaftaran siswa ke akun SNBP secara individu untuk memilih jurusan dengan 2 pilihan program studi di SNBP. Siswa boleh memilih universitas terdekat maupun luar daerah selama masih dalam koridor Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).

Proses pendaftaran adalah dengan mengisi data diri, orang tua, dan penghasilan orang tua. Sebelum itu, Kemdikbudristek telah memberikan tenggat waktu pembuatan akun dan finalisasi sampai tanggal 15 Februari 2024, sesuai dengan ketentuan di portal dimaksud. Siswa yang tidak melakukan finalisasi akun maka tidak dibenarkan untuk mendaftar SNBP maupun SNBT.

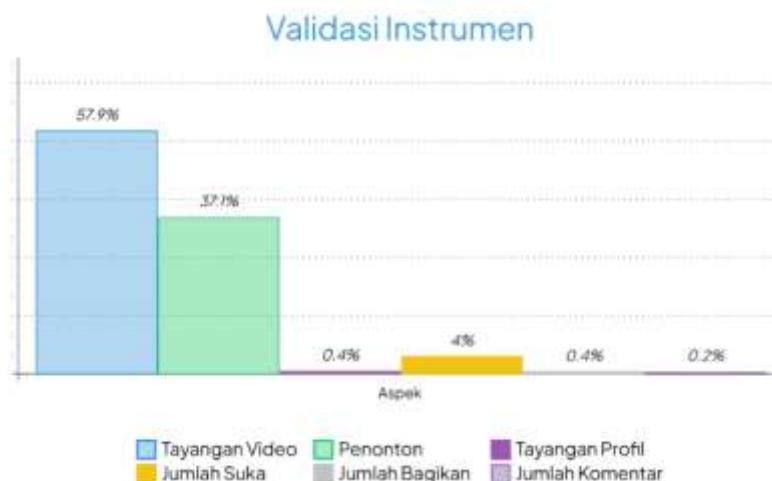
SNBT adalah jalur seleksi tes dengan proses pendaftaran sama dan di portal yang sama pula. Siswa yang mengikuti SNBT tidak ada batasan. Siapapun bisa mendaftarkan diri di SNBT apabila akun di SNPMB sudah difinalisasi dan membayar biaya pendaftaran sebesar Rp200.000. Perbedaan SNBT dengan SNBP di tahun 2024 adalah SNBT memberikan opsi 4 jurusan, dengan 2 jurusan Sarjana Strata 1 dan 2 jurusan lain adalah D3 maupun D4.

Jalur tes pilihan terakhir di PTN adalah Jalur Mandiri di mana seleksi ini dipanitiai oleh universitas tanpa intervensi dari Kemdikbudristek. Sebagai informasi tambahan, tidak semua universitas membuka Jalur Mandiri dengan berbagai alasan, salah satunya sudah terpenuhi kuota di SNBP dan SNBT. Jika universitas merasa satu atau dua jurusan masih membutuhkan mahasiswa, maka universitas akan mempertimbangkan kembali pembukaan Jalur Mandiri ini.

Tabel 2. Validasi Instrumen

Aspek	Indikator	Interaksi
Jangkauan	Tayangan Video	3,122,198
	Penonton yang Dijangkau	2,003,511
	Tayangan Profil	23,440
Jumlah Suka	Jumlah suka keseluruhan konten	213,355
Jumlah Bagikan	Jumlah bagikan keseluruhan konten	19,885

Validasi terhadap instrumen penelitian dalam Tabel 2 membuktikan bahwa terdapat banyak interaksi selama proses 2 bulan penelitian (penayangan konten edukasi/masuk PTN). Hasil penelitian ini menunjukkan ketertarikan warga internet terhadap informasi masuk kuliah melalui jalur SNBP, SNBT, maupun pendaftaran ulang ketika lulus dan pengurusan beasiswa KIP Kuliah.



Grafik 1: Persentase Validasi Instrumen

TikTok menjadi media yang informatif ditengah gempuran konten hiburan. Dengan adanya konten edukasi ini, TikTok dapat menjadi sarana yang tepat untuk memperkaya pengetahuan baru dan kekinian mengenai sistem masuk PTN yang tidak bisa ditebak dari

tahun ke tahun. Informasi yang disampaikan kepada pengikut dan nonpengikut TikTok @bairuindra1 ini adalah tolak ukur dari sebuah kebutuhan siswa dan orang tua mengenai strategi yang tepat untuk memuluskan jalan masuk PTN.

Grafik 1 menunjukkan bahwa hampir setengah dari 100% aspek penilaian dalam penelitian ini adalah jumlah tayangan konten yaitu sebanyak 57,9%. Hal ini menandakan bahwa pengikut maupun nonpengikut akun @bairuindra1 menonton tiap konten yang berkenaan dengan strategi masuk PTN dengan benar meskipun tidak semua meninggalkan komentar maupun membagikan konten dimaksud ke pengikutnya atau orang lain.

Dengan persentase yang didapatkan dari elektabilitas akun tersebut, dapat dipastikan bahwa pengikut maupun nonpengikut sudah mempercayai informasi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan. Persentase penonton yang makin meningkat setelah penulisan penelitian ini menandakan bahwa konten yang dihadirkan tetap dibutuhkan dan informasi yang seharusnya diberikan sesuai tujuan dari penelitian ini telah tersampaikan dengan baik kepada pengikut dan nonpengikut akun. Sebuah konten yang relevan akan tetap ditonton dan diterima manfaatnya oleh banyak orang. Konten mengenai strategi masuk PTN ini tak lain konten yang bisa dikatakan musiman, artinya antara bulan Januari sampai dengan April, informasi mengenai strategi masuk PTN ini tetap relevan. Hal inilah yang sejatinya diharapkan oleh peneliti agar konten-konten tersebut dapat diterima dengan baik oleh siswa dan orang tua sepanjang tahun.

Jangkauan konten sebanyak 3,122,198 pengguna TikTok dengan jumlah penonton aktif sebanyak 2,003,511. Di antara jumlah tersebut, terdapat pengguna aktif dan tidak aktif, dan juga terdapat pengguna yang menonton tayangan serupa berulangkali untuk memperdalam informasi agar tidak salah pemahaman.



Gambar 1: Jangkauan akun TikTok @bairuindra1

Dengan jumlah tayangan konten lebih dari 3 juta, jumlah komentar hanya 12,168 saja. Berdasarkan telaah perknten yang dihadirkan tersebut, sebagian besar pertanyaan dari warga internet sudah terjawab dari pertanyaan warga internet lain. Ada pula dari warga internet langsung memahami dengan benar konten yang dihadirkan tanpa perlu bertanya lagi di kolom komentar. Komentar-komentar yang mirip antara satu pengguna dengan pengguna lain, tidak saja dijawab oleh peneliti sendiri namun dijawab pula oleh akun lain yang sudah mendapatkan informasi serupa sebelumnya.

TikTok yang fluktuatif memang menghadirkan fenomena menarik. Dengan jangkauan 2 juta lebih penonton dan tiap penonton menyaksikan berulangkali sebuah konten, bisa dipastikan bahwa siswa-siswi di Indonesia sangat haus informasi masuk PTN yang selama ini tidak didapatkan dari lembaga lain maupun sekolah.

Hasil penelitian ini sangatlah penting mengingat informasi yang disajikan sangat mudah dipahami dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Data-data ini membawa pengaruh yang sangat besar sekali mengingat banyak interaksi antara peneliti dan pengikut baik melalui komentar maupun pesan instan secara pribadi. Dalam tayangan video 57,9% di Grafik 1 menandakan bahwa konten-konten yang disajikan ditonton berulangkali dengan akun yang sama. Hal ini dapat dibandingkan dengan jumlah penonton yang 37,1% di Grafik 1. Penonton akan mengulang konten serupa untuk menguatkan informasi atau untuk mendapatkan arahan dan bimbingan dalam mengatur strategi masuk PTN Dalam analisis di Gambar 4 terlihat aktivitas yang akan rutin terjadi tiap tahunnya yaitu pada Februari sampai dengan Maret maupun April. Di mana awal tahun ini adalah masa di mana pendaftaran masuk PTN, mengatur strategi agar bisa lulus, dan mendaftar beasiswa KIP Kuliah. Maka dari itu, konten yang relevan akan tetap aktif di bulan-bulan tersebut sampai masa tenang yaitu antara bulan Juli sampai ke Desember di mana siswa-siswi lulusan SMA/MA sudah duduk di bangku kuliah. Relevansi konten dengan waktu ini sangat dibutuhkan agar informasi tetap bertahap dan diterima dengan baik oleh siswa dan orang tua dari tahun ke tahun. Apabila konten yang dipublikasikan tahun 2024, penerima informasi adalah siswa dan orang tua yang akan masuk kuliah di tahun yang sama, konten serupa akan bisa ditonton oleh siswa dan orang tua di berikutnya.

A. Pengaruh Tayangan Konten

Sebuah konten TikTok pada penelitian ini sangatlah berpengaruh terhadap siswa kelas XII, termasuk juga orang tua mereka. Konten dengan judul “Tidak Ada yang Murah di Dunia Ini Apalagi Minta Diskon UKT Kuliah” seperti pada Gambar 5 dengan jumlah tayangan pada 31 Maret 2024 adalah 720.900 lebih, dengan jumlah suka sebanyak 54.100 lebih, jumlah akun yang menyimpan konten ke akun pribadi pengguna adalah 17.200 lebih, jumlah bagikan konten ini adalah 4700 lebih, dan jumlah komentar 2459 yang akan bertambah seiring masih ada yang menonton konten ini.



Gambar 2: Konten viral di akun TikTok @bairuindra1

Kebutuhan informasi mendalam dari sebuah konten menjadi acuan penting bahwa SNBP dan SNBT bukanlah isu yang ringan semata. Siapa yang menyelepekan soal masa depan di mana kuliah tidak saja mengangkat derajat hidup seseorang namun mengubah perilaku ke arah yang lebih baik pula.

Informasi yang sampai ke pengguna TikTok pada dasarnya diserap dengan baik oleh pengguna yang notabene lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki. Memang hal ini sangatlah wajar mengingat perempuan lebih peka terhadap informasi penting dibandingkan dengan laki-laki. Di satu konten ini saja sebanyak 70% pengguna TikTok aktif adalah perempuan yang terlibat aktif dalam menonton, maupun berkomentar. Sedangkan sisanya 30% adalah laki-laki yang masih mau menggali informasi mengenai tata cara masuk kuliah dibandingkan pengguna TikTok lain yang lebih hobi menonton joget-joget dibandingkan konten bersifat edukasi seperti ini.

Penyampaian informasi yang krusial terutama penghasilan orang tua yang memengaruhi lulus atau tidaknya SNBP, maupun tagihan listrik yang menjadi acuan penentuan Uang Kuliah Tunggu (UKT) dalam 2 tahun terakhir ini. Gambar 6

menunjukkan konten didominasi oleh usia 18-24 tahun dengan 50%, 25-34 tahun dengan 25%, 35-44 tahun dengan 15%, 45-54% dengan 10%, dan 55 tahun sebanyak 0%. Peneliti mendapati tidak saja siswa kelas XII yang butuh informasi ini namun kakak, abang, maupun orang tua dari siswa tersebut sangatlah haus akan informasi masuk PTN.

Interaksi di media sosial TikTok sangatlah fleksibel. Siapa saja bebas berkomentar baik dan buruk dikarenakan kebebasan berpendapat. Gambar 7 menunjukkan interaksi yang tidak mudah ditebak dari algoritma TikTok mengantarkan 213,355 suka dari akun yang bukanlah populer dengan bagikan konten sebanyak 19,885 kali, dan jumlah komentar secara keseluruhan adalah 12,168 pengguna aktif. Pengguna aktif adalah mereka yang dalam suatu waktu berstatus online bukan hanya akun robot semata.

Pengaruh konten dari akun TikTok @bairuindra1 selain dari statistik tiap konten juga terdapat pada usia dan jenis kelamin dari penonton. Secara keseluruhan, berdasarkan Gambar 6, sebanyak 64,5% adalah pengguna perempuan, dan 35,5 sisanya pengguna laki-laki. Informasi mengenai SNBP dan SNBT sangatlah tepat sasaran ketika melihat rentang usia penonton yaitu 42,2% dari usia 18-24 tahun, 21,1% dari usia 35-44 tahun, 18,3% dari usia 25-34 tahun, 15,7% dari usia 45-54%, dan 2,7% dari usia 55 tahun ke atas. Simpulan dari rentang usia ini adalah orang tua dari siswa kelas XII juga butuh pendampingan khusus agar mendapatkan informasi yang selama ini tidak bisa didapatkan dari lembaga pendidikan resmi maupun sekolah asal anaknya.

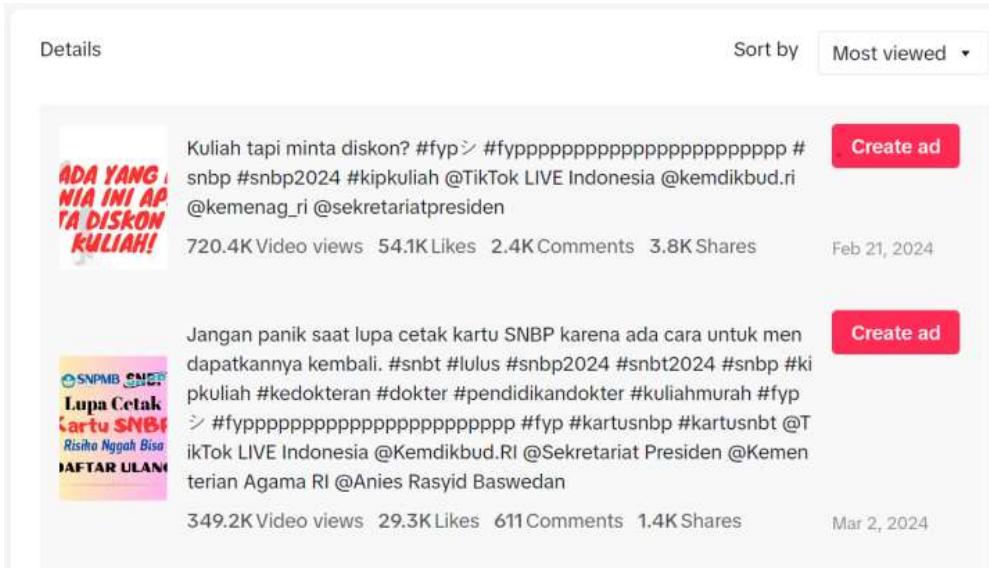
Pengaruh konten dari akun TikTok @bairuindra1 selain dari statistik tiap konten juga terdapat pada usia dan jenis kelamin dari penonton. Secara keseluruhan, 64,5% adalah pengguna perempuan, dan 35,5 sisanya pengguna laki-laki. Informasi mengenai SNBP dan SNBT sangatlah tepat sasaran ketika melihat rentang usia penonton yaitu 42,2% dari usia 18-24 tahun, 21,1% dari usia 35-44 tahun, 18,3% dari usia 25-34 tahun, 15,7% dari usia 45-54%, dan 2,7% dari usia 55 tahun ke atas. Simpulan dari rentang usia ini adalah orang tua dari siswa kelas XII juga butuh pendampingan khusus agar mendapatkan informasi yang selama ini tidak bisa didapatkan dari lembaga pendidikan resmi maupun sekolah asal anaknya.

B. Pengaruh Komentar Warga Internet

Konten TikTok yang masih dianggap sepele oleh lembaga kredibel tampaknya harus diubah sudut pandang negatif ke arah lebih baik. Konten-konten dengan views

tinggi masih bertahan di akun TikTok @bairuindra1. Hal ini menandakan bahwa konten joget tidak selamanya berada di posisi teratas. Konten edukasi bahkan bisa menyaingi konten demikian saat isu masuk PTN di awal tahun seperti ini menjadi kehausan tersendiri dari siswa kelas XII dan orang tua mereka.

Peneliti mendapatkan pengguna TikTok sebagai orang awam untuk mendapatkan informasi dan bahkan tidak mendapatkan cara saat sebuah masalah datang. Penelitian ini menunjukkan bahwa sebuah konten bisa berpengaruh terhadap kebijakan, dan juga bisa mengubah sudut pandang yang selama ini sempit menjadi lebih terbuka. Di antara konten-konten yang masih naik daun di akun TikTok @bairuindra1, terdapat dua konten dengan performa terbaik dan mampu memecahkan masalah dari pertanyaan pengguna.



Gambar 3: 2 konten most views di akun TikTok @bairuindral

C. Tagihan Listrik dan Problematika UKT Mahal

Peraturan baru masuk PTN tidak banyak yang tahu, termasuk sinkronisasi tagihan listrik dengan besarnya UKT yang harus dibayar. Pemerintah bersama universitas negeri dari beberapa tahun terakhir menjadikan tagihan listrik sebagai acuan tinggi atau tidaknya biaya kuliah. Peneliti berhasil membimbing dan mengarahkan siswa MAN 2 Aceh Barat untuk lulus di Pendidikan Dokter, Universitas Syiah Kuala di tahun 2021. Calon mahasiswa ini mendapatkan biaya UKT sebesar Rp7 juta lebih, tidak sampai Rp10 juta seperti perkiraan peneliti mengingat orang tua siswa ini adalah ASN. Faktor yang menentukan UKT murah tersebut adalah tagihan listrik di rumah orang tuanya sebesar

Rp20.000 perbulan selama 3 bulan terakhir. Konten yang berkenaan dengan ini adalah pada Gambar 4.



Gambar 4: Konsultasi tagihan listrik di postingan TikTok

Fakta ini pula yang melatarbelakangi peneliti membuat konten mengenai tagihan listrik sangat berpengaruh terhadap UKT seorang calon mahasiswa. Konten pertama ini, dan juga konten tentang tagihan listrik lainnya mendapatkan tempat tersendiri di hati penonton baik siswa kelas XII maupun orang tua mereka. Sampai dengan tanggal 31 Maret 2024, komentar yang menghiasi konten-konten tersebut masih seputar bagaimana cara mengakali tagihan listrik dan juga mencari solusi jika tagihan listrik terlalu mahal untuk ukuran ekonomi keluarga tersebut. Ratusan bahkan sampai ribuan komentar yang tidak sempat peneliti balas satu persatu kemudian mengarah kepada Direct Messages di TikTok maupun ke Instagram. Pesan singkat tersebut mudah peneliti jangkau karena tidak tertutupi dengan ratusan komentar lain.

D. Lupa Cetak Kartu SNBP

Peneliti tidak berani menyebut karena sebuah konten di TikTok @bairuindra1 bisa mengubah kebijakan dari panitia SNPMB. Konten dengan tema "Lupa Cetak Kartu SNBP" menjadi sebuah wadah yang sangat besar pengaruhnya terhadap siswa kelas XII yang terdaftar SNBP namun belum atau lupa mencetak kartu peserta. Masalah ini muncul karena siswa tidak mendapatkan pendampingan saat pendaftaran atau sebab alasan lain sehingga mengabaikan cetak kartu SNBP padahal kartu ini sebagai bukti pendaftaran dan akan diminta ketika lulus seleksi.

Konten yang meraup penonton sebanyak 349.300 lebih ini di satu sisi mampu membuka gerbang portal SNPMB dibuka kembali hanya untuk mengunduh kartu peserta saja. Di konten ini peneliti membuat tutorial tata cara mengunduh kartu SNBP bagi yang lupa. Salah satunya adalah menghubungi Helpdesk SNPMB melalui email maupun telepon. Warga internet yang terdiri dari siswa kelas XII yang panik segera mengirim email dengan membuat tiket pada alamat situs yang peneliti sebutkan.

Panitia SNPMB memberikan jawaban atas tiket dengan balasan bahwa sistem sedang pemeliharaan padahal pendaftaran SNBP sudah ditutup. Puluhan bahkan ratusan pertanyaan di konten dan DM. Peneliti sudah tidak ada jawaban mengingat bukan panitia penyelenggara SNPMB. Dengan banyaknya komentar ini pula peneliti yakin sekali sebagian dari siswa kelas XII ini mengirimkan email ke panitia.



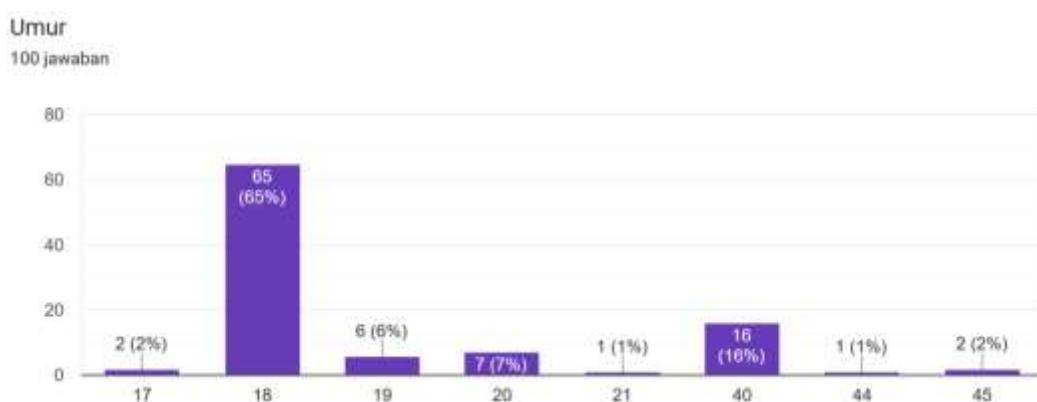
Gambar 5: Pengaruh sebuah konten TikTok

Pengaruh konten TikTok yang sepele tersebut berbuah manis bagi siswa kelas XII yang mendaftar SNBP. Portal SNPMB kembali dibuka hanya untuk mengunduh kartu peserta. Penelitian ini menegaskan bahwa kebijakan bisa berubah karena hal-hal kecil, dan juga tidak boleh melupakan ketelitian dalam melakukan sesuatu seperti siswa kelas XII yang butuh pendampingan saat mendaftar SNBP sehingga di tahun-tahun ke depan tidak ada yang lupa mencetak kartu.

Berdasarkan analisa dari statistik TikTok di akun @bairuindra1 terlihat jelas pengaruh sebuah konten digital terhadap penyebaran informasi penting, dalam hal ini tata cara masuk perguruan tinggi negeri melalui jalur SNBP dan SNBT.

D. Hasil Analisis

Analisis terhadap konten-konten TikTok melalui angket yang diberikan kepada 100 pengikut akun @bairuindra1 dilakukan secara menyeluruh untuk melihat keberhasilan konten dalam memengaruhi pengetahuan dan kebermanfaatan informasi masuk PTN. Peneliti memberikan beberapa pertanyaan secara umum kepada siswa dan orang tua kepada sampel terpilih. Angket yang diberikan menyimpulkan secara keseluruhan kebermanfaatan dari sebuah konten dapat mengubah persepsi dan pandangan masuk PTN.



Grafik 2: Persebaran usia responden

Data yang disajikan pada Grafik 1 menunjukkan angka 65% untuk responden berusia 18 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan informasi dari konten yang disajikan sangat informatif untuk rentang tersebut mengingat usia masuk PTN antara 17 sampai 18 tahun. Responden yang memberikan jawaban tidak lain mewakili populasi lain mengenai informasi yang disajikan telah tersampaikan dan dipahami dengan benar kepada pengikut akun. Selain itu, 16% dari responden adalah di usia 40 tahun yang menandakan bahwa orang tua juga membutuhkan informasi secara menyeluruh mengenai proses masuk PTN yang berubah dari tahun ke tahun. Orang tua mencari informasi terutama di TikTok yang responsif untuk mendapatkan *feedback* dari informasi lain yang telah diterima sebelumnya. Keterlibatan orang tua di dalam angket ini menunjukkan

bahwa konten yang disajikan telah tersampaikan informasi dengan benar, dan bukan lagi sebuah konten sebagai penghibur semata.

Penelitian yang dilakukan menggunakan media sosial TikTok sangat mudah diakses oleh banyak kalangan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat diterima oleh banyak pengguna media sosial dan menjadikan TikTok sebagai media edukasi bukan semata-mata media hiburan saja.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap media sosial TikTok sebagai media penyampaian informasi masuk PTN melalui jalur SNBP dan SNBT, dapat disimpulkan bahwa, media sosial TikTok memiliki dampak positif kepada siswa kelas XII dan orang tua mereka terutama dalam informasi tata cara masuk PTN yang dirasa masih belum tersosialisasi secara menyeluruh di kalangan masyarakat umum. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana TikTok berpengaruh terhadap informasi edukasi yang akurat dan efisien, dari hasil penelitian terhadap sinkronisasi data bahwa pengguna TikTok yaitu di usia 18 tahun terlibat aktif dalam konten yaitu sebanyak 65%. Hal ini menandakan bahwa pengaruh TikTok sangat kuat dalam mengubah pandangan siswa saat akan masuk PTN. Tidak saja siswa, orang tua juga sangat terpengaruh dengan konten TikTok yaitu sebanyak 19% dewasa berusia di atas 40 tahun merasakan dampak dari penggunaan media sosial TikTok terhadap informasi edukasi terutama strategi masuk PTN. Konten TikTok juga dirasakan manfaat jangka panjang oleh pengguna media sosial yaitu sebanyak 89% sampel memberikan jawaban mengenai ini. Konten TikTok juga dapat menginspirasi siswa terutama saat memilih jurusan yaitu sebanyak 94% merasakan dampak dari konten-konten yang dihadirkan tersebut. Pengaruh media sosial TikTok bisa mengubah pola pikir, mengatur strategi, berkomunikasi dengan lancar serta mendiskusikan suatu topik tanpa terkendala batasan maupun membeda-bedakan antar sesama manusia, TikTok memiliki jangkauan yang sangat luas terhadap anak muda sehingga penyampaian informasi dirasa lebih efektif melalui media dengan konten 15 sampai 60 detik tersebut, Keterbatasan penelitian ini adalah tidak dapat mengukur koresponden lebih terstruktur dalam analisa angka-angka dikarenakan warga internet di TikTok bukan sampel yang mudah dijangkau, serta akun yang datang silih berganti sesuai algoritma media sosial ini, penyampaian informasi melalui media sosial TikTok sangatlah

direkomendasikan mengingat begitu banyak generasi muda bermain di media sosial ini. TikTok dapat menjangkau anak muda, orang tua, maupun kelompok tertentu sehingga informasi yang dibagikan lebih mudah tersampaikan dengan baik, apalagi ditambah dengan kolom komentar untuk saling mendiskusikan suatu topik dengan mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Taufik, Opik , Husen Hasan Basri, Sumarni. Implementasi Belajar Dari Rumah dan Kesiapan Pembelajaran Tatap Muka di Madrasah. Edukasi Jurnal Penelitian dan Pendidikan Agama dan Keagamaan. Volume 19 No 2. DOI: <https://doi.org/10.32729/edukasi.v19i2.1085>.
- Alyusi, S.D. (2016). Media sosial : Interaksi, Identifikasi, dan modal sosial. Jakarta: Kencana.
- Batoebara, Maria Ulfa. APLIKASI TIK-TOK SERU-SERUAN ATAU KEBODOHAN. Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media. Vol. 3 No. 2. DOI: <https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.849>.
- Caswita. Kurikulum Tersembunyi Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. Edukasi Jurnal Penelitian dan Pendidikan Agama dan Keagamaan. Volume 17 Nomor 3 Tahun 2019. DOI: <https://doi.org/10.32729/edukasi.v17i3.590>.
- CNN Indonesia. (2020). Kisah Kejayaan TikTok di 2020. Diakses Tanggal 28 Maret 2024. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20201210145006-185-580569/kisah-kejayaan-tiktok-di-2020>.
- CNN Indonesia. (2023). Nama SNMPTN dan SBMPTN Berubah Jadi SNBP dan SNBT pada 2023. Diakses Tanggal 30 Maret 2024. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220926163427-20-852842/nama-snmptn-dan-sbmptn-berubah-jadi-snbp-dan-snbt-pada-2023>.
- CNN Indonesia. (2023). TikTok Dorong Durasi Video Lebih Panjang, Cek Alasannya. Diakses Tanggal 30 Maret 2024. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20231218102706-206-1038581/tiktok-dorong-durasi-video-lebih-panjang-cek-alasannya>.
- Databoks. (2023). Jumlah Pengguna TikTok Terus Bertambah sampai Kuartal III-2023. Diakses Tanggal 31 Maret 2023.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/30/jumlah-pengguna-tiktok-terus-bertambah-sampai-kuartal-iii-2023>.

Eliani, Jenni, M. Salis Yuniardi, Alifah Nabilah Masturah. Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi. Vol 3, No 1. DOI: 10.21580/pjpp.v3i1.2442.

Firamadhina, Fadhlizha Izzati Rinanda, Hetty Krishnani. PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. Share Social Work Journal. Volume 10 Nomor 2 Tahun 2020. DOI: <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.

Fransiska, Putu Ika, Ida Ayu Oka. Tiktok Live Stream Shopping Information: Consumer Purchase Behavior in Gen Z. International Journal of Science and Society (IJSOC). Vol 5 No 5 Tahun 2023. DOI: <https://doi.org/10.54783/ijsoc.v5i5.956>.

Hashim, Suhaizal, Alias Masek, Nurhanim Saadah Abdullah, Aini Nazura Paimin, Wan Hanim Nadrah Wan Muda. Students' Intention to Share Information Via Social Media: A Case Study of Covid-19 Pandemic. Indonesian Journal of Science & Technology. DOI: <https://doi.org/10.17509/ijost.v5i2.24586>.

Haristiani, Nuria, Mumu Muhamad Rifa'i. Combining Chatbot and Social Media: Enhancing Personal Learning Environment (PLE) in Language Learning. Indonesian Journal of Science & Technology. DOI: <https://doi.org/10.17509/ijost.v5i3.28687>. Journal

Hanun, Farida. Penerapan Meta Analisis untuk Mengukur Pengaruh Strategi Pembelajaran terhadap Hasil Belajar Siswa. Edukasi Jurnal Penelitian dan Pendidikan Agama dan Keagamaan. Volume 8 Nomor 1. DOI: <https://doi.org/10.32729/edukasi.v8i1.109>.

Hota, Daniel, Harming. (2024). Menjangkau Generasi Baru Penggunaan TikTok dalam Memberitakan Kabar Baik. Purbalinggi: Eureka Media Aksara.

Jawapos. (2023). Sekolah di Surabaya Kerahkan Guru BK agar Siswa Lolos SNBP. Diakses Tanggal 30 Maret 2024. <https://www.jawapos.com/surabaya-ray/01429693/sekolah-di-surabaya-kerahkan-guru-bk-agar-siswa-lolos-snbp>.

Kemdikbudristek. (2024). Portal Seleksi Nasional Penerimaan Mahasiswa Baru (SNPMB). Diakses Tanggal 25 Maret 2024. <https://snpm.bppp.kemendikbud.go.id/snbp/informasi-umum>.

- Kriyantono, Rachmat. (2010). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kumparan. (2020). Ini Asal Muasal TikTok yang Kini Mendunia. Diakses Tanggal 28 Maret 2024. <https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-yang-kini-mendunia-1ss18QadAEN>.
- Liputan6. (2021). 14 Macam Media Sosial yang Sering Digunakan, Beserta Penjelasannya. Diakses Tanggal 30 Maret 2024. <https://www.liputan6.com/hot/read/4645781/14-macam-media-sosial-yang-sering-digunakan-beserta-penjelasannya>.
- Muttaqin, Darmawan, Serena Ripa. Psychometric Properties of the Indonesian Version of the Depression Anxiety Stress Scale: Factor Structure, Reliability, Gender, and Age Measurement Invariance. Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi. Vol 6, No 1. DOI: 10.21580/pjpp.v6i1.7815.
- Muin, Abdul. Pemanfaatan Teknologi Informasi di Pesantren. Edukasi Jurnal Penelitian dan Pendidikan Agama dan Keagamaan. Volume 9 Nomor 1. DOI: <https://doi.org/10.32729/edukasi.v9i1.281>.
- Mohammed S. Mundottukandi, Yusmadi Yah Jusoh, Rozi Nor Binti Haizan Nor, Noraini Che Pa, Umar Ali Bukar. A Model for Enhancing Social Media Crisis Communication for Resilience Building: A Preliminary Analysis. Internasional Journal on Advanced Science Engineering Information Technology. Vol. 14 No. 5. DOI : <https://doi.org/10.18517/ijaseit.14.5.10628>.
- Nasri, Nurfarahin, Nik Mohd Rahimi, Harwati Hashim, Nurfaradilla Mohamad Nasri. Conceptualization of E-professionalism Among Physics Student Teachers. Internasional Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE). Vol 12, No 3. DOI: <http://doi.org/10.11591/ijere.v12i3.25641>.
- Noor, Juliansyah. (2012). Metodologi Penelitian. Jakarta: Kencana.
- Novitasari, Kharisma., Raudah Zaimah Dalimunthe & Bangung Yoga Wibowo. (2023). Kontribusi Keharmonisan Keluarga Terhadap Motivasi Belajar Siswa, Jurnal Edukasi: Jurnal Bimbingan Konseling UIN Ar-Raniry, Volume 9, Number 1. DOI: <http://dx.doi.org/10.22373/je.v9i1.13504>.
- Nugroho, Muhammad Wahyu, Supriyono Supriyono, Dadi Mulyadi Nugraha. PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIK TOK SEBAGAI SARANA

- PENGUATAN IDENTITAS NASIONAL DI ERA PANDEMI. Academy of Education Journal. Vol. 12 No.2. DOI: <https://doi.org/10.47200/aoej.v12i2.695>.
- Prima Hasiholan, Togi., Rezki Pratami, Umainah Wahid. (2020). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Pencegahan Corona Covid-19. Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi. Universitas Abdurrahman. Volume 5 No 2. DOI: <https://badge.dimensions.ai/details/doi/10.36341/cmv.v5i2.1278?domain=https://jurnal.univrab.ac.id>.
- Rizal, R., D. Rusdiana, W. Setiawan, P. Siahaan. Students' Perception of Learning Management System Supported Smartphone: Satisfaction Analysis in Online Physics Learning. Jurnal Pendidikan IPA Indonesia (Indonesian Journal of Science Education). Vol 9, No 4. DOI: <https://doi.org/10.15294/jpii.v9i4.25363>.
- Rini, Endah Febri Setiya, Febri Tia Aldila, Ricky Purnama Wirayudha. A STUDY OF STUDENT LEARNING DISCIPLINE IN SENIOR HIGH SCHOOL. Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi. Vol. 7 No. 1. DOI: <https://doi.org/10.22437/jiituj.v7i1.26698>.
- Romeltea. (2017). Konten Media: Pengertian dan Jenis-Jenisnya. Diakses Tanggal 31 Maret 2024. <https://romeltea.com/konten-media/>.
- Sari, Komala, Ujang Sumarwan, Jono M. Munandar. The Effect of Tiktok Social Media Influencer, Brand Image, and Lifestyle on Purchase Intention of Local Skincare Products. Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE). Vol. 10 No.1 Tahun 2024. DOI: <https://doi.org/10.17358/ijbe.10.1.181>.
- Satrio, Prakrisno, Lin Wu, Chen Cheng, Kuang Qian, Yi Ming Ho, Kususanto Ditto Prihadi. Parenting Style and Students' Happiness in China. Journal of Education and Learning (EduLearn). Vol 18, No 1. DOI: <https://doi.org/10.11591/edulearn.v18i1.20878>.
- Sharma, Vipin Kumar, Suraj Begum. Academic Researchers, Come On! Integrate Social Media in Pedagogy. Internasional Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE). Vol 13, No 5. DOI: <http://doi.org/10.11591/ijere.v13i5.29651>.
- Singh, Lakhvir, Tsabit Azinar Ahmad. Examining the Impact of Social Media on Youth and Its Future for History Learning. Paramita Historical Studies Journal. Vol 32, No 2. DOI: <https://doi.org/10.15294/paramita.v32i2.35055>.

- Siri, M., Fitriyani, & Herliana, A. (2017). Analisis Sikap Pengguna Paytren Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Informatika*, 4(1), 66–75. DOI: <https://doi.org/10.31294/ji.v4i1.1613>.
- Susilo, Mohamad Joko, Mohammad Hajar Dewantoro, Yuningsih Yuningsih. Character Education Trend in Indonesia. *Journal of Education and Learning (EduLearn)*. Vol 16, No 2. DOI: <https://doi.org/10.11591/edulearn.v16i2.20411>.
- Sumarni. Potret Keberhasilan Pembelajaran Pendidikan Agama Islam DI Madrasah Aliyah. *Edukasi Jurnal Penelitian dan Pendidikan Agama dan Keagamaan*. Volume 11, Nomor 3, Desember 2023. DOI: <https://doi.org/10.32729/edukasi.v11i3.417>.
- Usman, Muhammad, Marisa Yoestara, Muhammad Rizal, Cut Nurjannah, Noorul Azra Mohamed. A study on enhancing EFL students' vocabulary proficiency via TikTok. *Studies in English Language and Education*. Vol 11, No 3. DOI: <https://doi.org/10.24815/siele.v11i3.38472>.
- Wu, Lin, Evi Kurniasari Purwaningrum, Yi Ming Ho, Kususanto Ditto Prihadi, Chen Cheng, Kuang Qian. Students' Competitiveness: Motivation or Fear?. *Journal of Education and Learning (EduLearn)*. Vol 19, No 2. DOI: <https://doi.org/10.11591/edulearn.v19i2.20906>.
- Yayman, Ebru, Okan Bilgin. Relationship Between Social Media Addiction, Game Addiction and Family Functions. *Internasional Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*. Vol 9, No 4. DOI: <http://doi.org/10.11591/ijere.v9i4.20680>.