

Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Motivasi Belajar Remaja di Surabaya

Marisa Novita Angelin Dalima¹, Aulia Rahmawati²

UPN Veteran Jawa Timur
marisadalima69@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to ascertain the impact of social media TikTok use on Surabaya teenagers' motivation to learn. This study is methodology is descriptive quantitative research. The analysis used is causal statistical analysis, which tries to analyze populations or research samples, collect evidence using research instruments, and establish the specified hypotheses. According to the reports' results, TikTok has a big impact on Surabaya teenagers' motivation to learn. This demonstrated by the regression equation test results, that $Y = 23,346 + 0,254X$, indicating that very increase of one unit in the TikTok score will be followed by an increase of 0,254 with a constant of 23,346 in learning motivation. This study also revealed the impact of the social media TikTok on teenagers in Surabaya through describing its advantages and disadvantages as well as the frequency of uses. Another fact is that teenagers in Surabaya utilize TikTok as a platform for knowledge, information, and enjoyment as well as stress reduction. They do not utilize TikTok as a platform for sharing entertainment content or creating content to achieve more followers.

Keywords: *TikTok, Motivation to learn, Teenager, Uses and Gratification Theory*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap motivasi belajar remaja di Surabaya. Metode penelitian ini adalah dengan menggunakan kuantitatif deskriptif. Analisis yang digunakan adalah menggunakan analisis statistik kausal yang bertujuan untuk meneliti pada populasi atau sampel penelitian tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan menentukan hipotesis yang telah ditetapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan TikTok terhadap Motivasi Belajar Remaja di Surabaya. Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji persamaan regresi $Y = 23,346 + 0,254X$ yang artinya setiap kenaikan satu unit skor TikTok (X) akan diikuti oleh kenaikan Motivasi Belajar sebesar 0,254 dengan konstanta 23,346. Selain itu, penelitian ini juga menemukan pengaruh dari media sosial TikTok pada Remaja di Surabaya dengan memaparkan dampak positif dan negatif serta durasi penggunaan media sosial TikTok, fakta lainnya adalah Remaja di Surabaya menggunakan TikTok sebagai media edukasi, informasi dan pengetahuan serta hiburan dan pelepas ketegangan. Mereka tidak menggunakan TikTok sebagai media untuk membagikan konten hiburan atau membuat konten guna meningkatkan popularitas.

Kata kunci: *TikTok, Motivasi Belajar, Remaja, Uses and Gratification Theory*

PENDAHULUAN

Teknologi, komunikasi dan informasi saat ini tak bisa dipungkiri berkembang sangat pesat. Perkembangan kecanggihan teknologi tentunya harus memiliki manfaat bagi kehidupan manusia. Berbagai *platform* yang memiliki berbagai fitur canggih bermunculan seiring dengan perkembangan tersebut. Internet dan media sosial merupakan salah satu bentuk dari kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang sering digunakan oleh masyarakat. Berdasarkan laporan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jawa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022 yaitu 210 juta orang dari total populasi 272 juta penduduk Indonesia atau sebanyak 77%. Peningkatan penggunaan internet sejalan dengan banyaknya pengguna media sosial, berdasarkan data dari We Are Social terdapat peningkatan 12,35% pengguna media sosial dalam kurun waktu 2020 sampai 2022 yakni dari 170 juta orang menjadi 191 juta pengguna di Indonesia. Merilis dari sumber yang sama, platform media sosial yang paling banyak di gunakan oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2022 adalah aplikasi Whatsapp, Instagram, Facebook, TikTok dan Telegram.

TikTok merupakan salah satu media sosial yang populer di kalangan remaja di Indonesia. Berdasarkan data dari We Are Social, TikTok menempati urutan ke empat dalam kategori media sosial dengan pengguna terbanyak setelah WhatsApp, Facebook dan Instagram. TikTok mengalami kenaikan pesat sebanyak 24,4% dari tahun sebelumnya 38,7% menjadi 63,15%. Media sosial ini menyajikan berbagai fitur-fitur yang menarik seperti *special effect*, *lypsinc* dan kemudahan dalam mengoperasikannya. TikTok juga memberikan berbagai manfaat seperti sebagai media informasi, edukasi dan hiburan bagi para penggunanya. aplikasi yang diciptakan oleh ByteDance, perusahaan asal Tiongkok, China pada tahun 2016 dapat memberikan manfaat dan memberdayakan pemikiran kreatif dan inovatif bagi para *conten creators online* di seluruh Indonesia.

Popularitas dari TikTok dibuktikan dengan adanya data dari laporan Top Apps & Games Market Pulse Ranking Q1 2022, TikTok mengalahkan dua aplikasi dari raksasa teknologi Meta yakni Facebook dan Instagram (Novina Putri Bestari, 2022). Meskipun pada tahun 2018, aplikasi ini sempat mengalami pemblokiran sementara oleh Kominfo dikarenakan terdapat berbagai laporan terkait konten negatif yang tidak seharusnya ada di media sosial seperti pornografi, konten asusila, pelecehan agama dan sebagainya (Kominfo, 2018). Menanggapi hal tersebut, Tikok membuat berbagai regulasi baru seperti meningkatkan sistem keamanan produk dan penyaringan konten, membersihkan konten negatif, serta menaikkan batas usia minimal pengguna konten menjadi 13 tahun, bekerja sama dengan organisasi atau LSM edukasi di Indonesia serta berbagai regulasi lainnya yang dapat mengubah wajah TikTok menjadi lebih baik lagi. Perubahan lainnya pada aplikasi ini adalah dari durasi meng-*upload* konten selama 15 detik menjadi 3 menit, hal ini dapat dimanfaatkan oleh pengguna untuk berbagi konten yang menghibur namun tidak meninggalkan unsur informatif dan mengedukasi seperti pengetahuan umum, materi belajar, *tips and trick*, dan konten edukatif lainnya.

Media sosial modern saat ini tidak hanya digunakan sebagai wadah untuk berinteraksi dan bertukar informasi dengan orang lain, melainkan juga sebagai sarana edukasi yang mempunyai nilai efektif bagi setiap penggunanya. Berdasarkan data dari Business of apps, pengguna TikTok di seluruh dunia didominasi oleh kelompok usia 20-29 tahun, posisi kedua ditempati oleh pengguna dengan usia 10-19 tahun. Pengguna dengan usia 10-19 tahun merupakan dalam golongan usia remaja. Menurut *World Health Organization* (WHO) remaja adalah penduduk dengan usia 10-19 tahun, sedangkan menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No, 25 Tahun 2014, remaja merupakan penduduk dalam rentang usia 10-18 tahun. Berdasarkan pemaparan rentang usia remaja dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna aplikasi TikTok di Indonesia adalah mayoritas merupakan remaja yang masih menempuh pendidikan setara dengan SD kelas 5 sampai dengan SMA.

Pengguna TikTok yang didominasi oleh remaja yang masih berada dibangku sekolah memiliki kewajiban untuk menuntun ilmu, salah satunya adalah belajar. Belajar merupakan kegiatan pokok dalam proses pendidikan. Belajar menurut Muhibbin Syah (1999:89) adalah suatu adaptasi tingkah laku yang berlangsung secara progresif. Abdillah dalam Aunurrahman (2010:25) memberikan definisi belajar sebagai suatu usaha yang sadar dilakukan oleh individu dalam perubahan tingkah laku baik melalui latihan dan pengalaman yang menyangkut aspek-aspek kognitif, afektif, dan psikomotor untuk memperoleh tujuan tertentu. Dalam upaya melakukan aktivitas belajar dibutuhkan motivasi. Motivasi belajar menurut Wina Sanjaya (2010:249) mendefinisikan bahwa proses motivasi belajar merupakan salah satu aspek dinamis yang sangat penting. Motivasi belajar merupakan salah satu faktor yang turut menentukan keefektifan dalam pembelajaran (Hasbullah & Zainudin, 2020).

David McClelland et al., dalam (Uno, 2011) berpendapat bahwa: *A motive is the reintegration by a cue a change in an affective situation* yang berarti bahwa motif merupakan sebuah implikasi dari hasil pertambahan yang telah dipelajari dengan ditandainya suatu perubahan pada situasi afektif. Hamzah B. Uno menjelaskan bahwa terdapat dua faktor motivasi belajar pada individu yakni motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik (Uno, 2011). Motivasi intrinsik merupakan motivasi yang berasal dari dalam diri sendiri sedangkan motivasi ekstrinsik merupakan motivasi yang berasal dari luar diri sendiri.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification* (Kebutuhan dan Kepuasan) menyatakan bahwa khalayak di media merupakan khalayak aktif yang dimana mereka menggunakan media dikarenakan kebutuhan akan informasi, pendidikan, dan hiburan. Menurut Blumler dan Katz (1974:65) dalam (West & Truner, 2013) pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Menurut Katz et.al dalam (Child & Haridakis, 2018) keperluan-keperluan khalayak terhadap media dikategorikan menjadi lima hal yaitu kognitif, afektif, integrasi individu, integrasi sosial, dan melepas ketegangan.

Motivasi belajar di era kemajuan teknologi dan melek digital pada kalangan remaja saat ini tentunya mengalami perubahan. Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat membuat remaja sibuk dengan hal-hal yang berada di dunia maya sehingga mempengaruhi aktivitas motivasi belajarnya. TikTok merupakan media

sosial yang populer pada kalangan remaja, dalam hal ini peneliti ingin mengetahui pengaruh media sosial TikTok terhadap motivasi belajar remaja di Surabaya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menurut (Sugiyono, 2008) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (X) adalah TikTok dan variabel terikat (Y) adalah Motivasi Belajar. Dimensi penelitian variabel bebas (X) TikTok adalah Kognitif, Afektif, Interaksi Personal, Integrasi Sosial dan Pelepas Ketegangan. Sedangkan dimensi penelitian variabel terikat (Y) Motivasi Belajar adalah Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik.

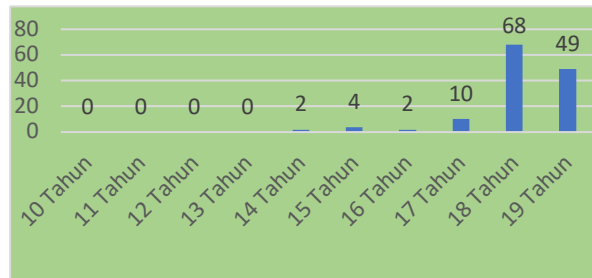
Teknik penarikan sampel menggunakan *simple random sampling* karena data populasi dalam penelitian ini bersifat homogen dan untuk menentukan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan batas kesalahan 10%. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja di Surabaya dengan rentang usia 10-19 tahun sebanyak 318.786 tahun 2018-2022 (Badan Pusat Statistik Surabaya, 2020), sehingga sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang terdapat sejumlah pernyataan dan telah diklasifikasikan ke dalam dimensi-dimensi variabel penelitian serta menggunakan skala Likert untuk memberikan bobot setiap jawaban dari responden. Skala Likert merupakan suatu *series* yang merupakan butiran soal, dimana responden hanya memberikan persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap butir soal yang diberikan (Sugiyono, 2019).

Analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Uji instrumen dalam penelitian ini adalah menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya, uji hipotesis dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi sederhana yang dilakukan untuk memprediksi perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Penelitian

Responden dalam penelitian ini merupakan 135 remaja di Surabaya yang diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia dan domisili.



Grafik 1. 1 Usia Responden

Sumber: data primer yang diolah tahun 2022

Pada grafik di atas dijelaskan bahwa usia responden terbanyak adalah 18 tahun sebanyak 68 responden, kedua adalah remaja usia 19 tahun sebanyak 49 responden dan sisanya responden dengan usia 17 tahun (10 responden), 15 tahun (4 responden), dan 16 tahun serta 14 tahun (2 responden).

**Tabel 1. 1
Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
Laki - Laki	22	16%
Perempuan	113	84%
Total	135	100%

Jenis Responden

Sumber: data primer yang telah diolah tahun 2022

Dari tabel di atas diketahui bahwa jumlah responden perempuan (113 orang) lebih banyak dibandingkan jumlah responden laki-laki (22 orang). Hal tersebut membuktikan bahwa remaja perempuan di Surabaya lebih banyak menggunakan TikTok dibandingkan dengan laki-laki.

Tabel 1. 2 Domisili Responden

Domisili	Frekuensi	Presentase (%)
Surabaya Pusat	25	19%
Surabaya Barat	17	13%
Surabaya Timur	47	35%
Surabaya Selatan	37	27%

Surabaya Utara	9	7%
Total	135	100%

Sumber: data primer yang diolah tahun 2022

Tabel di atas menjelaskan bahwa persebaran responden merata di seluruh Surabaya dengan responden terbanyak berasal dari Surabaya Timur dan domisili Surabaya Utara menjadi domisili responden paling sedikit.

Penyajian Data

Peneliti menyebarkan kuesioner secara *online* kepada 135 responden yang merupakan remaja di Surabaya. Kuesioner tersebut terdiri dari 18 item pernyataan yang mewakili variabel X (TikTok) dan 12 item pernyataan yang mewakili variabel Y (Motivasi Belajar). Item instrumen penelitian telah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui valid dan reliabelnya sebuah instrumen penelitian. Uji validitas dilakukan dengan SPSS25 menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* yang menyatakan bahwa seluruh item instrumen valid sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha* pada aplikasi SPSS25, hasilnya adalah instrumen variabel X (TikTok) dan variabel Y (Motivasi Belajar) dinyatakan reliabel dikarenakan nilai *Cronbach alpha* lebih besar daripada nilai standar *Cronbach alpha* yakni nilai *Cronbach alpha* instrumen penelitian variabel X (TikTok) sebesar 0.958 > nilai standar (0.06) dan nilai *Cronbach alpha* instrumen penelitian variabel Y (Motivasi Belajar) sebesar 0.917 > nilai standar (0.06). Sebelum menyebarkan kuesioner yang sudah valid dan reliabel, peneliti membuat 5 pertanyaan terkait durasi penggunaan TikTok, dampak penggunaan TikTok, motivasi belajar dan akun yang menjadi motivasi responden.

Peneliti telah melakukan uji asumsi klasik sebagai prasyarat statistik yang harus dilakukan pada analisis regresi linear sederhana. Hasil uji asumsi klasik data penelitian terdistribusi normal menggunakan uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*, hubungan antara variabel linear dan signifikan setelah melalui uji linearitas dan data penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas dengan dibuktikan pada grafik *Scatterplot*. Data penelitian dapat dilakukan analisis uji hipotesis dengan analisis regresi linear sederhana. Hasil analisis regresi linear sederhana variabel X (TikTok) terhadap variabel Y (Motivasi Belajar) terdapat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. 3 Koefisien

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605 ^a	.366	.361	4.494
a. Predictors: (Constant), TikTok				

Sumber: data primer yang telah diolah menggunakan SPSS25 tahun 2022

Nilai R pada tabel di atas merupakan nilai Koefisien yaitu 0.605 yang diinterpretasikan bahwa hubungan kedua variabel penelitian berada pada kategori cukup. Tabel di atas juga menunjukkan pengaruh variabel bebas (TikTok) terhadap variabel terikat (Motivasi Belajar) dibuktikan dengan adanya nilai R Square atau koefisien determinasi sebesar 0.366 atau 36,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Tabel 1. 4 Signifikasi

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1549.739	1	1549.739	76.739	.000 ^b
	Residual	2685.921	133	20.195		
	Total	4235.659	134			
a. <i>Dependent Variable:</i> Motivasi Belajar						
b. <i>Predictors:</i> (Constant), TikTok						

Sumber: data primer yang telah diolah menggunakan SPSS25 tahun 2022

Hasil signifikasi pada tabel di atas adalah 0,00 yang artinya nilai sig < kurang dari kriteria signifikan (0,05) yang artinya model persamaan regresi berdasarkan data penelitian ini memenuhi kriteria, variabel X (TikTok) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (Motivasi Belajar).

Selanjutnya adalah hasil perhitungan uji regresi memperoleh konstanta $\alpha = 23,346$ dan koefisien regresi $\beta = 0,254$. Dengan demikian Pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dapat dinyatakan dalam model persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut: $Y = 23,346 + 0,254X$. Berdasarkan persamaan di atas diketahui bahwa nilai konstantanya sebesar 23,346, nilai ini menyatakan bahwa pada saat TikTok 0, maka Motivasi Belajar memiliki nilai 23,346. Hasil perhitungan regresi menggunakan SPSS25 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. 5 Hasil Uji Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.346	1.770		13.192	.000
	TikTok	.254	.029	.605	8.760	.000
a. <i>Dependent Variable:</i> Motivasi Belajar						

Sumber: data primer yang telah diolah menggunakan SPSS25 tahun 2022

Nilai positif (0,254) yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas (TikTok) menggambarkan arah hubungan antara variabel bebas (TikTok) dengan variabel terikat (Motivasi Belajar) adalah searah, dimana setiap kenaikan satu – satuan variabel TikTok akan menyebabkan kenaikan Motivasi Belajar sebesar 0,254.

Kesimpulannya, terdapat pengaruh yang signifikan variabel TikTok (X) terhadap variabel Motivasi Belajar (Y).

Deskripsi Hasil Survei

Berdasarkan jawaban dari responden terhadap lima pertanyaan dapat diketahui rata-rata durasi penggunaan TikTok oleh remaja di Surabaya. Hasil distribusi frekuensi penggunaan TikTok tergambar pada diagram berikut ini:

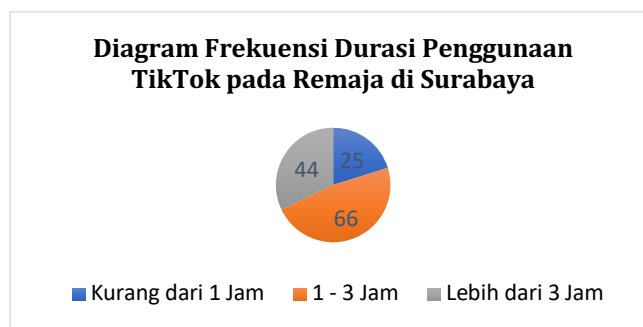


Diagram 1. 1 Diagram Frekuensi Durasi yang diolah melalui Excel 2022

Pada diagram di atas diketahui bahwa rata-rata durasi penggunaan TikTok pada remaja di Surabaya adalah 1 – 3 jam/hari dengan total 66 responden dan sebanyak 44 responden menggunakan TikTok lebih dari 3 jam/hari, sisanya kurang dari 1 jam/hari. Hal tersebut mengartikan bahwa remaja di Surabaya menggunakan TikTok cenderung tinggi berdasarkan acuan data dari *Tensor Tower* rata-rata penggunaan TikTok per hari secara global yakni selama 1,5 jam pada kuartal II tahun 2022 (Dihni, 2022). Durasi penggunaan TikTok pada remaja di Surabaya yang memiliki kategori rata-rata cenderung tinggi tentunya memiliki dampak positif, dampak negatif dan atau keduanya. Hal tersebut dipaparkan pada diagram di bawah ini:

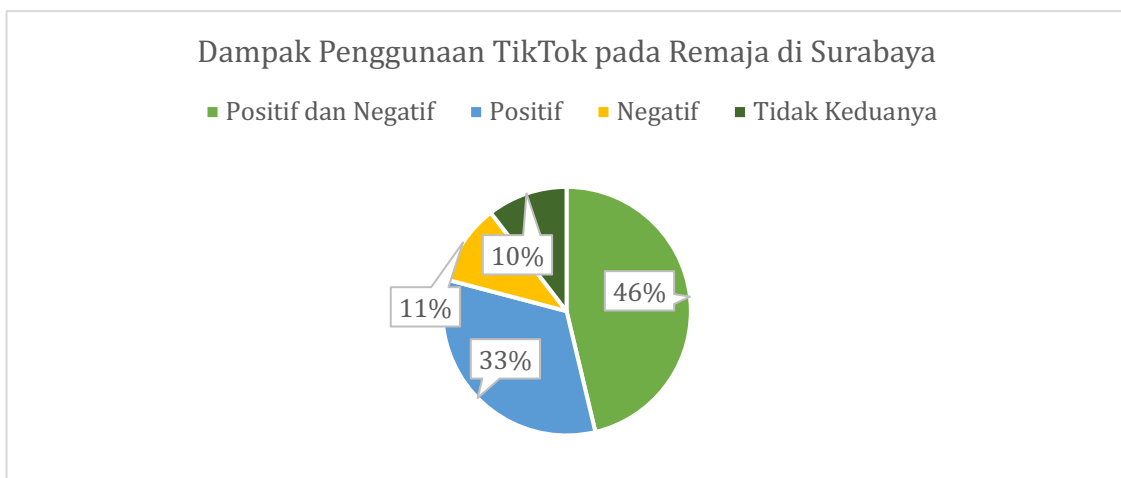
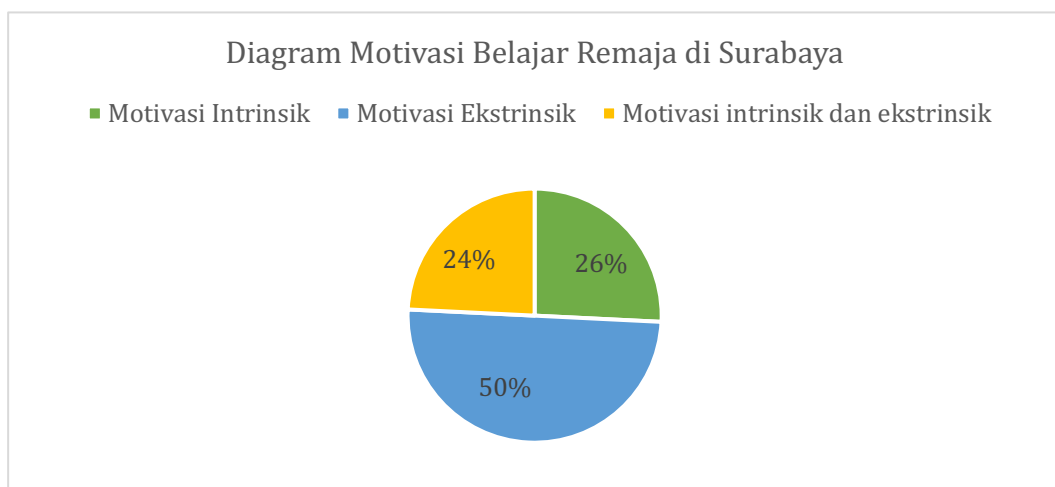


Diagram 1. 2 Data Jawaban Responden terkait Dampak TikTok yang diolah menggunakan Excel 2022

Remaja di Surabaya mengalami dampak positif dan negatif dari TikTok secara bersamaan sebesar 64 responden (46%), 44 responden menjawab dampak positif dari TikTok, 14 responden menjawab dampak negatif dari penggunaan TikTok dan sisanya memilih untuk tidak menjawab. Berdasarkan jawaban responden di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar merasakan dampak positif dan negatif secara bersamaan. Dampak positif dari penggunaan TikTok pada remaja di Surabaya meliputi mendapatkan informasi, pengetahuan dan berita yang *up-to-date* serta mendapatkan motivasi dari berbagai konten yang ada di TikTok (63 responden), mendapatkan hiburan dan meningkatkan *mood* (30 responden), menghilangkan



stres, tekanan dan mengisi waktu luang (14 responden), dan sisanya menjawab dampak positif penggunaan TikTok tidak spesifik. Sedangkan dampak negatif dari penggunaan TikTok adalah kecanduan, emosi dan kurang fokus, menjadi semakin malas dan konten tidak sesuai seperti asusila, kekerasan, pornografi dan sebagainya.

Diagram 1. 3 Diagram Motivasi Belajar Remaja di Surabaya

Sumber: data primer yang telah diolah menggunakan Excel tahun 2022

Dari diagram di atas diketahui bahwa remaja di Surabaya memiliki motivasi belajar intrinsik dan ekstrinsik atau keduanya. Faktor yang dominan adalah motivasi ekstrinsik seperti lingkungan, dukungan orang terdekat suasana dan sebagainya. Motivasi belajar intrinsik seperti cita-cita, harapan dan keinginan pribadi serta dapat dipengaruhi oleh keduanya.

Jawaban responden terhadap lima indikator dalam penelitian ini yang berasal dari teori *Uses and Gratification* menurut Katz Gurevitch & Haaz (1973) dalam (West & Truner, 2013) yakni Kognitif, Afektif, Integrasi Personal, Integrasi Sosial dan Pelepas Ketenangan terdapat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. 6 Rata-rata jawaban responden terhadap item pernyataan indikator Kognitif

No.	Item Pernyataan	Bobot	Ket.
1.	Saya memperoleh informasi dan berita melalui TikTok	4	Setuju
2.	Saya mendapatkan konten yang berkaitan dengan pembelajaran di TikTok	4	Setuju
3.	Saya memperoleh informasi terbaru melalui TikTok	4	Setuju
4.	Saya mendapatkan materi belajar melalui TikTok	3	Netral
5.	Saya mendapatkan motivasi untuk belajar melalui TikTok	3	Netral

Sumber: data primer yang telah diolah tahun 2022

Dari tabel di atas dapat diartikan bahwa mayoritas remaja di Surabaya menggunakan TikTok sebagai media untuk mencari informasi, berita yang terbaru dan mendapatkan konten yang berkaitan dengan pembelajaran serta netral jika mendapatkan materi belajar dan motivasi melalui TikTok. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lira Hayu tentang media sosial TikTok dapat digunakan siswa sebagai media pembelajaran serta memanfaatkannya untuk mengakses informasi terkait pembelajaran (Mana, 2021). Faktor – faktor penyebab tingginya minat remaja di Indonesia terhadap penggunaan aplikasi TikTok salah satunya adalah kemudahan dalam mengakses informasi, pengetahuan dan berita (Mahardika et al., 2021). Kegunaan media sosial TikTok yang kedua adalah sebagai media hiburan.

Tabel 1. 7 Rata-rata jawaban responden terhadap item pernyataan indikator Afektif

No.	Item Pernyataan	Bobot	Ket.
1.	Saya terhibur dengan melihat konten di TikTok	5	Sangat Setuju
2.	Saya membuka TikTok untuk mengisi waktu luang	5	Sangat Setuju
3.	Saya membuat konten hiburan di TikTok	2	Tidak Setuju
4.	Saya membuat konten di TikTok untuk menyenangkan diri sendiri	3	Netral

Sumber: data primer yang diolah tahun 2022

Remaja di Surabaya menggunakan TikTok sebagai media hiburan dan meningkatkan *mood* seperti merasa terhibur dengan melihat konten di TikTok, membuka TikTok untuk mengisi waktu luang. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anisa yaitu motif dari penggunaan TikTok oleh mahasiswa adalah sebagai hiburan karena TikTok memberikan konten yang penyajiannya sederhana dan memiliki berbagai fitur (Pebrianti, 2021). Dilain sisi, remaja tidak setuju jika menggunakan TikTok untuk membuat konten hiburan untuk menyenangkan diri sendiri. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Karol Krol yang hasil penelitiannya adalah responden sebagian besar menjadi

konsumen dari media sosial dan tidak bertujuan untuk menjadi produsen konten dalam media sosial (Król & Zdonek, 2020).

Tabel 1. 8 Rata-rata jawaban responden terhadap item pernyataan indikator Pelepas Ketegangan

No.	Item Pernyataan	Bobot	Ket.
1.	Saya menggunakan TikTok sebagai pelarian ketika sedang ada masalah	4	Setuju
2.	Ketika saya dengan sedih, saya membuka TikTok	5	Sangat Setuju
3.	Konten di TikTok membuat saya lebih tenang	3	Netral

Sumber: data primer yang diolah tahun 2022

TikTok menjadi media sosial untuk mengurangi tekanan atau stres, remaja di Surabaya membuka media sosial ini ketika sedang sedih dan memiliki masalah untuk menghibur diri akan tetapi tidak konten yang ada tidak berpengaruh untuk menenangkan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hajriah dkk yang menyatakan bahwa TikTok cukup efektif sebagai wadah untuk pengalihan masalah,

No.	Item Pernyataan	Bobot	Ket.
1.	Saya menjalin pertemanan dengan keluarga atau teman di TikTok	4	Setuju
2.	Saya menambahkan pengikut dan saling mengikuti dengan pengguna lain	4	Setuju
3.	TikTok membuat hubungan anda dengan teman atau keluarga menjadi lebih akrab	3	Netral

mengurangi kejenuhan dan stres (Hajriah et al., 2021). Selain itu, media sosial ini juga digunakan untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya. Remaja di Surabaya menggunakan TikTok sebagai media untuk menjalin hubungan dengan pengguna lainnya baik itu anggota keluarga, teman atau pengguna secara *random* di TikTok.

Tabel 1. 9 Rata-rata jawaban responden terhadap item pernyataan indikator Integrasi Sosial

Sumber: data primer yang diolah tahun 2022

Meskipun menjalin pertemanan dengan pengguna lainnya dengan saling mengikuti tidak dengan menjalin hubungan secara mendalam melalui TikTok dan minim interaksi. Murni Andraini memiliki hasil yang serupa bahwa model interaksi sosial remaja pengguna TikTok di Kota Bima hanya berteman dan saling mengikuti

sebagai simbol dalam berinteraksi satu sama lain karena tuntutan perkembangan zaman (Andriani et al., 2022).

Tabel 1. 10 Rata-rata jawaban responden terhadap item pernyataan indikator Integrasi Personal

No.	Item Pernyataan	Bobot	Ket.
1.	Kepercayaan diri saya meningkat ketika menggunakan TikTok	3	Netral
2.	Saya juga membuat konten untuk meningkatkan rasa percaya diri	2	Tidak Setuju
3.	Saya rutin membuat konten untuk meningkatkan popularitas atau kredibilitas diri saya	1	Sangat Tidak Setuju

Sumber: data primer yang diolah tahun 2022

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa remaja di Surabaya tidak menggunakan TikTok sebagai media untuk meningkatkan rasa percaya diri. Berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwi yakni terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan TikTok terhadap kepercayaan diri remaja di Kabupaten Sampang (Adawiyah, 2020).

TikTok merupakan media sosial yang bisa dikatakan baru namun sudah memiliki banyak pengguna. Media sosial yang lebih dekat dengan kehidupan remaja. Adanya pengaruh positif yang signifikan media sosial TikTok terhadap motivasi belajar remaja di Surabaya seperti mendapatkan pengetahuan, informasi dan berita serta hiburan dan melepaskan rasa ketegangan. Akan tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap hubungan sosial di media sosial dengan teman dekat atau keluarga dan bahkan cenderung merasa tidak percaya diri ketika menggunakan TikTok serta enggan untuk membuat konten baik untuk hiburan atau meningkatkan popularitas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Terdapat pengaruh yang signifikan positif variabel TikTok terhadap Motivasi Belajar yaitu $= 23,346 + 0,254X$ yang artinya jika TikTok meningkat 1% maka akan meningkatkan motivasi belajar pada remaja di Surabaya sebesar 0,254. Pengaruh antara kedua variabel tersebut sebesar 36,6% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh faktor lainnya. Fakta lainnya adalah terdapat durasi dan dampak dari penggunaan TikTok serta faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi belajar. Remaja di Surabaya menggunakan TikTok sebagai media untuk mencari informasi, pengetahuan dan berita terbaru serta sebagai media hiburan dan mengurangi stres atau tekanan

namun tidak tertarik untuk menggunakannya sebagai media bersosialisasi secara mendalam dengan pengguna lainnya dan tidak menggunakan sebagai media untuk membuat konten untuk meningkatkan popularitas dan hiburan hanya sebagai media sosial untuk mendapatkan manfaat dari konten yang ada pada TikTok.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran untuk beberapa bagian seperti:

1. Penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkait dengan pengaruh media sosial TikTok terhadap motivasi belajar remaja di Surabaya. Penelitian ini juga mendalami dampak dari penggunaan TikTok pada remaja serta tujuan dari penggunaan TikTok di kalangan remaja. Harapan pada penelitian selanjutnya adalah menambah variabel penelitian agar lebih bervariasi.
2. Dinas Pendidikan Kota Surabaya, adanya pengaruh media sosial TikTok terhadap motivasi belajar remaja di Surabaya seperti mendapatkan informasi yang relevan dengan pendidikan atau konten yang dapat memotivasi, artinya Dinas Pendidikan Kota Surabaya dapat memanfaatkan media sosial TikTok sebagai salah satu media alternatif untuk menunjang proses pembelajaran agar dikemas lebih menarik sehingga dapat meningkatkan kualitas pendidikan pada remaja di Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Andriani, M., Irfan, & Nurnazmi. (2022). Analisis Model Interaksi Sosial Remaja Pengguna Aplikasi TikTok di Kelurahan Dara Kota Bima. *EduSociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 5(1), 37–45.
- Badan Pusat Statistik Surabaya. (2020). *Data Sensus Penduduk Kota Surabaya (Jiwa), 2018-2020*. <https://surabayakota.bps.go.id/indicator/12/197/1/proyeksi-penduduk-kota-surabaya.html>
- Child, J. T., & Haridakis, P. (2018). Uses and Gratifications Theory. *Engaging Theories in Family Communication*, 337–348. <https://doi.org/10.4324/9781315204321-30>
- Dihni, V. A. (2022). *Warga Dunia Rata-rata Nonton Lebih dari 1,5 Jam per Hari*. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/02/warga-dunia-rata-rata-nonton-TikTok-lebih-dari-15-jam-per-hari#:~:text=Media sosial TikTok memiliki rata,hari pada kuartal II 2022.>
- Hajriah, H., Suryani, A., Sari, L., & Rahmah, D. D. N. (2021). Gambaran Strategi Coping Mahasiswa Pengguna Aplikasi Tik Tok yang Menjalani Social Distancing Wabah Covid-19. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(3), 685.

<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i3.6509>

Hasbullah, & Zainudin. (2020). Penerapan Motivasi Belajar Santri Di Pondok Pesantren Miftahul Ishlah Tembelok Menurut Hamzah B.Uno. *Journal of Healthcare Technology and Medicine, II*, 16–39.

Kominfo. (2018). *Kominfo: Blokir Tik Tok Hanya Sementara*. Kominfo. https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara/0/sorotan_media

Król, K., & Zdonek, D. (2020). Social media use and its impact on intrinsic motivation in Generation Z: a case study from Poland. *Global Knowledge, Memory and Communication, 70*(4–5), 442–458. <https://doi.org/10.1108/GKMC-08-2020-0113>

Mahardika, S. V., Ma'una, I. I., Islamiyah, Z., & Nurjannah, I. (2021). Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok. *Social Science Educational Research, Vol 2*(No 1), hlm. 40-53. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/sosearch/article/view/42972>

Mana, L. H. A. (2021). Respon Siswa Terhadap Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. *JIRA: Jurnal Inovasi Dan Riset Akademik, 2*(4), 428–429. <https://doi.org/10.47387/jira.v2i4.107>

Novina Putri Bestari. (2022). *App Buatan RI Masuk Top 10 Download, Instagram-Whatsapp Kalah*, CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220808131342-37-361937/app-buatan-ri-masuk-top-10-download-instagram-whatsapp-kalah#:~:text=Jakarta%2C%20CNBC%20Indonesia%20-%20TikTok%20merajai,I%20tahun%202022%20di%20Indonesia.>

Pebrianti, A. (2021). Tren Penggunaan TikTok Pada Kalangan Remaja Mahasiswa Jurusan Sosiologi Angkatan 2021 FISIP UPR. *Journal SOSIOLOGI, 4*(Volume IV, Edisi 1 Maret 2021), 46–51. <https://ejournal.upr.ac.id/index.php/JSOS/article/download/3715/2845>

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (4th ed.). CV Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.

Uno, D. H. B. (2011). *Teori Motivasi & Pengukurannya* (8th ed.). PT Bumi Aksara. https://books.google.co.id/books?id=8o5_tQECAAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=true

West, R., & Truner, L. H. (2013). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (3rd ed.). Salemba Humanika. http://slims.umn.ac.id//index.php?p=show_detail&id=6889

