

PENGARUH INFLUENCER MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PROSES PEMBELAJARAN NETIZEN DI MALAYSIA

Intan Nur Amira Abdul Wahab¹, Nur Alia Elyna Abdul Ghafar², Muhammad Afiq Irfan Mohd Azizi³, Maisarah Azani Fadli Abdul Haqq⁴, Mohamad Hafifi Jamri⁵, Mustabsyrotul Ummah Mustofa⁶

¹ Fakultas Komunikasi dan Studi Media, Universiti Teknologi MARA (UiTM), cabang Melaka
hafifijamri@uitm.edu.my

Received : 06-03-2024 Revised : 15-04-2024 Accepted : 28-06-2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana para influencer TikTok membentuk pembelajaran di antara para *audiens*nya. Secara khusus, penelitian ini berusaha memahami jenis konten yang diproduksi oleh influencer, metode yang mereka gunakan untuk melibatkan audiens mereka, dan dampak dari strategi ini terhadap pengalaman belajar *audiens*. Dengan mengeksplorasi fenomena ini, penelitian ini berusaha untuk memberikan wawasan tentang peran influencer media sosial dalam membentuk perilaku belajar dan menginformasikan strategi untuk mempromosikan hasil pembelajaran yang positif di lingkungan online. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana influencer TikTok mempengaruhi perilaku belajar dan juga untuk menguji keakuratan dan akuntabilitas influencer TikTok dalam konten pendidikan. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei kuantitatif. Jumlah sampel minimum ditentukan melalui perangkat lunak Raosoft Sample Size Calculator. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui platform Google Form, dengan 432 responden dari berbagai latar belakang. Temuan menunjukkan bahwa sebagian besar responden cukup mengetahui pola penggunaan TikTok ($M=3.95$), dan dengan informasi yang diberikan, mayoritas responden juga setuju dengan perspektif tentang bagaimana influencer TikTok membentuk pembelajaran di kalangan penonton ($M=3.84$) dan juga responden setuju dengan dampak tentang bagaimana influencer TikTok membentuk pembelajaran di kalangan penonton ($M=3.88$). Terakhir, penelitian ini menunjukkan bahwa di TikTok, para influencer sering menampilkan berbagai perilaku, keterampilan, atau pengetahuan dalam video mereka. Penonton, pada gilirannya, mengamati demonstrasi ini dan dapat menginternalisasi informasi yang disajikan dan influencer bertindak sebagai model bagi *audiens* mereka.

Kata Kunci: *TikTok*, *Influencer*, Perilaku, Pembelajaran, Pendidikan

ABSTRACT

This study aims to investigate the extent to which TikTok influencers shapes learning among their audience members. Specifically, it seeks to understand the types of content produced by influencers, the methods they employ to engage their audience, and the impact of these strategies on viewers' learning experiences. By exploring this phenomenon, the study seeks to provide insights into the role of social media influencers in shaping learning behaviour and inform strategies for promoting positive learning outcomes in online environments. Objective of this study is to examine how TikTok influencers affect learning behaviour and also to examine the TikTok influencers' accuracy and accountability in educational content. Methodology that been used in this study is Quantitative surveys. The minimum sample size was determined through Raosoft Sample Size Calculator software. The study employs a quantitative approach via the Google Form platform, with 432 respondents from various backgrounds partaking. The findings indicate that most respondents are midly aware with TikTok usage pattern ($M=3.95$), and with the information provided, the majority of respondents are also in agreement with the perspective on how TikTok influencers shapes learning among viewers ($M=3.84$) and also respondents agree with the impact on how TikTok influencers shapes learning among viewers ($M=3.88$). Finally, this study shows that on TikTok, influencers often showcase various behaviour, skills, or knowledge in their videos. Viewers, in turn, observe these demonstrations and may internalize the information presented and influencers act as models for their viewers.

Keywords: *TikTok*, *Influencer*, *Behaviour*, *Learning*, *Educational*

^{1.2.3.4.5.6} Universiti Teknologi MARA (UiTM), cabang Melaka
mustabsyrotul.ummah@unpad.ac.id

PENDAHULUAN

Platform media sosial telah mengubah metode pembelajaran tradisional di era digital dengan merevolusi akses dan keterlibatan masyarakat terhadap pengetahuan. Dari semua aplikasi ini, Tiktok menjadi sangat populer dengan sangat cepat. Tiktok menarik lebih dari satu miliar pengguna aktif di seluruh dunia dengan konten video pendek yang menghibur (Dean, 2024). Perusahaan Cina, ByteDance, memproduksi Tiktok, yang menjadi populer di seluruh dunia pada bulan September 2017 setelah tersedia secara internasional sebagai Douyin di Cina pada bulan September 2016. Dengan jutaan penonton di seluruh dunia, Tiktok terkenal dengan format video berdurasi pendek. Topik apa pun dapat dibahas dalam film berdurasi 15 hingga 60 detik yang dapat dibuat dan dibagikan oleh *audiens*. Dengan lebih dari 1,8 miliar pengguna aktif bulanan pada tahun 2023, Tiktok merupakan salah satu platform media sosial dengan tingkat pertumbuhan tercepat di seluruh dunia (Big 3 Media, 2020), dan pada awal tahun 2024, ByteDance telah melaporkan bahwa mereka telah menjangkau 28,6 juta pengguna yang berusia 18 tahun ke atas, yang mencapai 114% dari seluruh orang dewasa di Malaysia (Kemp, 2024). Sejak awal kemunculannya, Tiktok telah menjadi terkenal karena tantangan tarian dan konten hiburan yang viral. Influencer adalah orang yang memiliki audiens yang mereka hibur melalui sebuah saluran dan yang menggunakan blog, postingan, tweet, dan media sosial lainnya untuk memengaruhi keadaan audiens, menurut Albadri, H. (2023). Saat ini, sangat penting bagi influencer untuk menyebarkan pengetahuan tentang berbagai topik, mulai dari ilmu pengetahuan dan pembelajaran bahasa hingga keterampilan praktis seperti memasak dan membuat kerajinan tangan (Liu, 2023).

Karena algoritme Tiktok yang khas dan kemampuannya untuk memberikan informasi yang menarik secara visual dan singkat, para influencer dapat memproduksi dan menyebarkan konten edukasi yang menarik dan mudah didekati (University, 2021). Para influencer ini menggunakan berbagai teknik untuk menarik dan mempertahankan perhatian audiens mereka, dengan terampil memadukan hiburan dan pengetahuan untuk meningkatkan peluang pendidikan. Meskipun demikian, perluasan materi instruksional secara eksponensial di Tiktok menimbulkan pertanyaan yang signifikan tentang fungsi dan akuntabilitas para influencer dalam membentuk praktik pendidikan dan menjamin ketepatan data yang mereka sebar.

Sangat penting bagi para pendidik dan produser konten untuk memahami kemungkinan dan kesulitan pendidikan yang dihadirkan oleh platform seperti Tiktok, saat mereka menavigasi medan yang semakin digital. Influencer memiliki kewajiban besar untuk memastikan bahwa konten mereka akurat, dapat diandalkan, dan menarik - lagipula, mereka sering kali menjadi instruktur informal.

Persepsi dan internalisasi informasi yang mereka terima dapat dipengaruhi secara signifikan oleh kredibilitas pemberi pengaruh (Bjorn, 2022). Oleh karena itu, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menilai keakuratan dan tanggung jawab dari materi pembelajaran yang disebarkan oleh para influencer. Penelitian ini juga bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana influencer Tiktok memengaruhi perilaku belajar di antara anggota audiens mereka. Dengan kata lain, penelitian ini berusaha untuk

memahami jenis konten yang diproduksi oleh influencer, metode yang mereka gunakan untuk melibatkan audiens mereka, dan efek dari strategi ini terhadap pengalaman belajar *audiens*. Dengan memeriksa aspek-aspek ini, penelitian ini akan memberikan wawasan tentang peran influencer media sosial dalam membentuk perilaku belajar dan menginformasikan strategi untuk mempromosikan hasil pembelajaran yang positif di lingkungan online.

Temuan awal menunjukkan bahwa influencer Tik Tok sering kali bertindak sebagai panutan bagi para *audiens* mereka, menampilkan berbagai perilaku, keterampilan, atau pengetahuan dalam video mereka. Demonstrasi ini dapat berkisar dari teknik memasak dan gerakan tarian hingga kiat-kiat belajar bahasa dan penjelasan ilmiah. *Audiens* mengamati demonstrasi ini dan dapat menginternalisasi informasi yang disajikan, yang mengindikasikan bahwa influencer secara signifikan membentuk pengalaman belajar dan perilaku audiens mereka. Namun, tanggung jawab untuk memastikan nilai edukasi dan keakuratan faktual dari konten tersebut tetap menjadi aspek penting yang harus diperhatikan oleh para influencer (Chau, 2021).

Dengan mempelajari dimensi-dimensi ini, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih dalam tentang pengaruh dan tanggung jawab pendidikan dari para influencer Tik Tok. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya mengenali dan memanfaatkan dampak edukasi dari influencer media sosial sambil menekankan perlunya konten yang akurat dan dapat diandalkan. Penelitian ini tidak hanya menyoroti potensi Tik Tok sebagai platform pembelajaran, tetapi juga menyerukan pendekatan yang cermat dalam pembuatan konten di antara para influencer.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif adalah penelitian konfirmatori yang terutama bergantung pada penilaian numerik dari data yang dikumpulkan melalui proses penelitian. Penelitian kuantitatif berhubungan dengan penggunaan angka untuk membangun hubungan, tren dan pola serta perilaku manusia. Hal ini didasarkan pada keyakinan bahwa fenomena dalam disiplin ilmu dapat dikuantifikasikan berdasarkan berbagai ukuran dan peneliti dapat menggunakan alat statistik untuk menguji hipotesis dan prediksi (Creswell, 2014). Tujuan utama dari penelitian kuantitatif adalah untuk mengumpulkan data melalui pengukuran yang tepat, menganalisis data ini untuk mengidentifikasi tren dan hubungan, dan kemudian memverifikasi keakuratan dan keandalan pengukuran ini (Watson, R., 2015). Metode ini juga digunakan untuk mengamati fenomena atau kejadian yang mempengaruhi individu. Penelitian kuantitatif adalah cara untuk mempelajari sekelompok orang tertentu, yang dikenal sebagai populasi sampel. Dengan menggunakan inkuiri ilmiah, penelitian kuantitatif bergantung pada data yang diamati atau diukur untuk menguji pertanyaan tentang populasi sampel (UTA, 2024).

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kuantitatif (metode survei) sebagai metode penelitian untuk pengumpulan data. Survei adalah salah satu teknik penelitian kuantitatif yang melibatkan serangkaian pertanyaan yang diajukan dengan pilihan jawaban yang diberikan dalam bentuk Google Form untuk

dipilih oleh responden atau partisipan. Survei diberikan melalui platform media sosial seperti, WhatsApp, Instagram, Facebook, dan Twitter kepada masyarakat melalui tautan. Metode pengambilan sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah teknik pengambilan sampel non-probabilitas yang dikenal sebagai convenience sampling. Convenience sampling adalah teknik pengambilan sampel non-probabilitas yang mengumpulkan data dari populasi yang tersedia dan mudah diakses. Sampel terdiri dari orang-orang yang paling mudah dijangkau oleh peneliti, bukan mereka yang paling mewakili populasi secara keseluruhan. Dengan pengambilan sampel non-probabilitas, sampel dipilih oleh peneliti dan bukan diambil secara acak, yang berarti bahwa tidak setiap orang dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk mengambil bagian dalam penelitian (Simkus, J., 2023). Data yang telah dikumpulkan sebelumnya juga akan dianalisis menggunakan Google Form, karena alat ini juga menyertakan statistik dari data yang dikumpulkan. Untuk pengambilan sampel, dengan mengacu pada Raosoft Calculator Software, 33,94 juta penduduk Malaysia dapat setara dengan 385 sampel responden dengan tingkat kepercayaan 95% (Raosoft Survey Tools, 2004).

Komponen demografis dari kuesioner terdiri dari 25 pertanyaan. Tujuan penelitian dari penelitian ini terhubung dengan kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan tersebut berisi skala likert dari 1 hingga 5 (sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5)), MCQ. Karena pertanyaan-pertanyaan tersebut sangat sah dan kredibel, responden merasa mudah untuk memahami dan memberikan tanggapan. Untuk mencegah kesalahpahaman selama periode tanya jawab, pertanyaan-pertanyaan tersebut juga disusun secara logis. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan *Statistical Package of Social Science*, yang juga dikenal sebagai SPSS, dengan menggunakan program versi 23. Merancang survei adalah metode yang digunakan dalam analisis data dan tindakan menyerahkan hasilnya adalah bagian dari proses analisis data. Kumpulan data kuantitatif akan dianalisis dan diteliti dengan menggunakan SPSS. Dengan menggunakan statistik deskriptif, para peneliti menghitung rata-rata, frekuensi, dan persentase.

KERANGKA TEORI/KONSEP

Jean Baudrillard adalah seorang filsuf Prancis yang dikenal dengan konsep hyperreality atau hiperealitas, yang merupakan salah satu komponen utama dalam pemikirannya mengenai simulasi dan simulacra. Dalam bukunya "Simulacra and Simulation" (1981), Baudrillard menyatakan bahwa di era pascamodern, kita hidup dalam dunia yang didominasi oleh simulasi, di mana representasi dan tanda-tanda telah menggantikan realitas itu sendiri. Hyperreality adalah kondisi di mana representasi menjadi lebih nyata daripada realitas yang mereka wakili, menciptakan dunia yang penuh dengan ilusi dan penipuan. Hyperreality adalah keadaan di mana perbedaan antara realitas dan simulasi menjadi kabur. Dalam kondisi ini, simulasi menggantikan realitas, menciptakan dunia yang penuh dengan tanda dan simbol yang tidak merujuk pada apa pun selain diri mereka sendiri.

Baudrillard mengidentifikasi empat tahap evolusi simulacra yang membentuk dasar dialektika

hyperreality: **Simulacra Pertama:** Pada tahap ini, representasi dianggap sebagai refleksi langsung dari realitas. Representasi ini memiliki hubungan erat dengan dunia nyata dan berfungsi sebagai salinan yang setia. **Simulacra Kedua:** Pada tahap ini, representasi mulai mendistorsi realitas. Meskipun masih merujuk pada realitas, representasi ini mengubah beberapa elemen, menciptakan persepsi yang dimodifikasi namun masih dapat dikenali sebagai gambaran dari realitas asli. **Simulacra Ketiga:** Pada tahap ini, representasi tidak lagi merujuk pada realitas eksternal. Representasi menjadi independen dan menciptakan realitas mereka sendiri. Ini adalah awal dari kondisi hyperreality, di mana tanda-tanda mulai mendominasi dan menggantikan realitas. **Simulacra Keempat:** Tahap ini adalah puncak dari hyperreality. Di sini, tidak ada lagi perbedaan antara realitas dan representasi. Simulacra menjadi lebih nyata daripada realitas itu sendiri, menciptakan dunia yang penuh dengan tanda-tanda dan simbol yang tidak merujuk pada apa pun selain diri mereka sendiri.

Hyperealitas mengalami proses interaksi dinamis antara realitas dan representasi yang disebut sebagai dialektika hiperealitas. Pada kondisi ini representasi menjadi lebih "nyata" daripada realitas yang mereka wakili. Proses ini melibatkan tahapan Negasi Realitas, dimana representasi pada awalnya berfungsi sebagai negasi atau penolakan terhadap realitas asli. Mereka menyajikan pandangan yang dimodifikasi dan disederhanakan, yang mulai mengaburkan perbedaan antara realitas dan representasi. Selanjutnya di tahap integrasi dan dominasi, representasi mulai mendominasi persepsi publik, mengintegrasikan elemen-elemen yang dulunya dianggap sebagai realitas. Ini menciptakan kondisi di mana representasi tidak hanya mencerminkan realitas tetapi juga membentuk dan mendefinisikannya.

Dalam hyperreality, tanda-tanda dan simbol beredar bebas tanpa merujuk pada realitas eksternal. Mereka menciptakan jaringan simulacra yang saling berinteraksi dan membentuk persepsi yang dianggap sebagai realitas baru. Fase akhir yakni peneguhan Hyperreality dimana hyperreality menegaskan dirinya sebagai realitas dominan. Tanda-tanda dan representasi menjadi lebih dipercaya dan dianggap lebih "nyata" daripada realitas fisik atau material.

Dalam konteks penelitian ini, konsep hypereality digunakan untuk menjelaskan bagaimana tiktok menjadi media pembelajaran yang memperngaruhi realitas seluruh proses pembelajaran formal. TikTok sebagai media pembelajaran awalnya menyajikan informasi pendidikan dalam format yang singkat dan menarik, yang berbeda dari metode pengajaran tradisional. Ini menciptakan pandangan yang menyederhanakan dan memodifikasi realitas pendidikan. Penggunaan TikTok menjadi semakin umum di kalangan siswa dan guru, sehingga konten pendidikan di TikTok mulai mendominasi persepsi siswa tentang proses belajar. Siswa lebih cenderung mencari dan mempercayai informasi dari TikTok daripada sumber-sumber pendidikan tradisional. Konten pendidikan di TikTok beredar luas, menciptakan jaringan video yang saling terkait tanpa merujuk langsung pada kurikulum atau realitas pendidikan yang sebenarnya. Video-video ini saling memvalidasi dan memperkuat satu sama lain, menciptakan persepsi yang dianggap sebagai standar pendidikan baru. Kecenderungan pendidikan di TikTok dianggap lebih nyata dan relevan oleh siswa daripada metode pengajaran tradisional. Siswa menganggap video TikTok sebagai sumber utama

pengetahuan, menggantikan buku teks dan pelajaran di kelas sebagai referensi utama.

PEMBAHASAN

Pola Penggunaan TikTok

Informasi demografis ini akan dibahas dalam delapan karakteristik: jenis kelamin, usia, etnis, tingkat pendidikan, status pekerjaan, lokasi tempat tinggal, dan dua pertanyaan umum, yaitu frekuensi penggunaan TikTok dan jenis konten apa yang paling sering Anda gunakan di TikTok. Hasilnya menunjukkan informasi demografis yang berasal dari semua pengguna TikTok yang tinggal di Malaysia. Berdasarkan temuan, sebagian besar responden yang menjawab kuesioner adalah perempuan (56,5%), berusia antara 18 - 25 tahun (44,9%), beretnis Melayu (80,3%), tingkat pendidikan S1 (52,3%), bekerja penuh waktu (51,2%), dan sebagian besar berasal dari daerah perkotaan (55,3%). Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka sering menggunakan aplikasi TikTok hampir beberapa kali dalam sehari (31,9%) dan jenis konten yang paling sering digunakan oleh responden untuk menggunakan TikTok adalah Hiburan (47,5%).

Hasilnya menunjukkan bahwa item dengan mean tertinggi adalah "Apakah responden sering menonton konten TikTok dari influencer yang membagikan konten yang berpengetahuan luas?" ($M=4,00$) untuk Pola Penggunaan TikTok. Menurut Salloum, S. (2021), TikTok merupakan sumber informasi bagi pengguna di berbagai bidang menyiratkan bahwa keduanya merupakan platform yang signifikan dan tersebar luas untuk berbagi dan akuisisi pengetahuan. Influencer pendidikan di TikTok mencakup berbagai topik, mulai dari pembelajaran bahasa hingga eksperimen sains. Pertanyaan terendah dalam Pola Penggunaan TikTok adalah "apakah responden melihat adanya pergeseran dalam kebiasaan atau minat belajar mereka sebagai hasil dari mengikuti influencer TikTok yang berfokus pada konten pendidikan" dengan nilai rata-rata ($M=3,83$).

Menurut Diederich, M. (2023), sebagian kecil (1,5%) video edukasi TikTok mengandung konten yang tidak sopan, yang berpotensi menghambat pembelajaran dan membutuhkan moderasi konten untuk mengurangi konten yang tidak sopan dan mendorong partisipasi pengguna. Elemen-elemen ini mungkin menjadi bagian dari alasan mengapa kebiasaan dan minat belajar pengguna tidak terlalu dipengaruhi oleh konten edukasi TikTok. Kemampuan platform ini terletak pada kualitas dan nada konten, meskipun platform ini menawarkan area yang berharga untuk pembelajaran informal dan penyebaran pengetahuan. Efek menguntungkan dari influencer edukasi di TikTok dapat ditingkatkan dengan memastikan bahwa video instruksional tidak mengandung perilaku yang tidak sopan dan dengan mendorong suasana belajar yang sopan dan produktif. Rata-rata keseluruhan untuk Pola Penggunaan TikTok adalah ($M=3,95$). Hal ini jelas menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan konten pendidikan secara kreatif, yang bermanfaat bagi masyarakat umum dan masyarakat dengan meningkatkan aksesibilitas, keterlibatan, dan inklusivitas pembelajaran. Para pembuat konten TikTok dapat memberdayakan masyarakat, menghilangkan hambatan, menumbuhkan empati dan pemahaman, serta

menciptakan komunitas di sekitar bidang minat yang sama dalam pembelajaran melalui pembuatan konten kreatif mereka. Potensi TikTok sebagai alat pengajaran dengan dampak sosial yang bermanfaat hanya akan meningkat seiring dengan perkembangannya, meningkatkan kehidupan masyarakat di mana pun.

Perspektif Tentang Bagaimana Influencer Tiktok Membentuk Pembelajaran di Kalangan Penonton

Hasil penelitian menunjukkan item dengan nilai rata-rata yang lebih tinggi adalah "mereka menyadari bahwa mereka tertarik untuk mencoba hal-hal baru ketika mereka menonton konten influencer yang kreatif" ($M=3,90$) dalam perspektif bagaimana influencer Tiktok membentuk pembelajaran di antara *audiens*. Menurut Salloum, S. (2021) Tiktok relatif mudah diakses dan juga memberikan kesempatan kepada semua pengguna untuk menjadi pembuat konten sesuai dengan bakat dan minat mereka. Mean terendah pada item yang dapat kita lihat adalah responden menyadari bahwa "gaya hidup dan minat mereka menjadi mirip dengan influencer Tiktok yang mereka ikuti" dengan mean ($M=3,62$). Nilai rata-rata tersebut mewakili tingkat persetujuan rata-rata di antara responden mengenai pengaruh Tiktok. Meskipun nilai rata-rata ini mungkin lebih rendah dibandingkan dengan faktor lainnya, nilai ini masih menunjukkan tingkat persetujuan yang signifikan bahwa Tiktok memengaruhi pilihan dan minat gaya hidup pengguna.

Menurut Anisa, N. (2023), fenomena 'racun Tiktok' memiliki korelasi positif yang kuat dengan minat beli mahasiswi terhadap produk kecantikan, meningkatkannya sebesar 16,8%. Studi ini menyoroti bahwa ada korelasi positif yang signifikan (peningkatan 16,8%) antara paparan konten Tiktok dan minat siswa perempuan untuk membeli produk kecantikan. Hal ini menunjukkan bahwa konten di Tiktok, termasuk tips kecantikan, ulasan produk, dan dukungan dari influencer, secara efektif mendorong minat *audiens* dan potensi pembelian. Rata-rata keseluruhan untuk perspektif tentang bagaimana influencer Tiktok membentuk pembelajaran di antara *audiens* adalah ($M=3,84$). Tiktok telah menjadi media penting untuk komunikasi, hiburan, dan sekarang pendidikan. Influencer Tiktok telah mulai mengubah cara orang belajar dan menyerap pengetahuan melalui konten mereka yang imajinatif dan menarik.

Dampak pada Bagaimana Influencer Tiktok Membentuk Pembelajaran di Kalangan Penonton

Hasil penelitian menunjukkan mean tertinggi pada item "Berbagai jenis influencer di Tiktok memiliki dampak yang berbeda dalam membentuk perilaku belajar di antara penonton" dengan mean ($M=3,98$). Perilaku belajar penonton dibentuk secara berbeda oleh berbagai jenis influencer Tiktok. Influencer memiliki dampak besar pada bagaimana pengguna mendekati pembelajaran dan pengembangan pribadi di platform, baik itu melalui nasihat keuangan, terobosan ilmiah, keterampilan praktis, inspirasi gaya hidup, konten instruksional, atau interaksi lintas budaya. Menurut Albadri, H. (2023), influencer media sosial memainkan peran penting dalam membentuk masyarakat dengan memberikan informasi dan

pengalaman yang menarik dan ringkas, mendorong pengembangan dan dukungan di antara para pengikut mereka. Nilai rata-rata tertinggi kedua dalam item ini adalah "Influencer TikTok membuat konten yang memberikan informasi pembelajaran baru kepada responden" dengan nilai rata-rata ($M=3,97$).

Jika dianalisis melalui teori tahapan simulakra dan konsep hiperealitas Jean Baudrillard, berbagai jenis influencer di TikTok dapat dilihat sebagai representasi dari tahapan simulakra yang berbeda. Pada tahap pertama, influencer mungkin dianggap sebagai penyampai informasi autentik dan refleksi nyata dari realitas. Namun, seiring dengan berkembangnya konten di platform ini, banyak influencer mulai menciptakan konten yang lebih condong ke tahap simulasi, di mana mereka tidak lagi merepresentasikan realitas yang sebenarnya, melainkan membentuk sebuah "realitas" baru yang dikonsumsi oleh para penonton. Dalam konteks hiperealitas, TikTok menjadi ruang di mana representasi-representasi ini menjadi lebih nyata dibandingkan dengan realitas itu sendiri. Misalnya, nasihat keuangan atau terobosan ilmiah yang disajikan di TikTok bisa jadi lebih diandalkan oleh pengguna dibandingkan sumber informasi konvensional, karena kehadiran visual dan narasi yang meyakinkan.

Menurut Sopiah, R. (2021), aplikasi TikTok dapat menjadi media yang positif untuk mempelajari keterampilan pelafalan bahasa Inggris, meningkatkan kemampuan membaca dan berbicara di kalangan pelajar. Hal ini menyiratkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa influencer TikTok membantu mereka mempelajari hal-hal baru. Namun, dalam kerangka teori simulakra, konten instruksional ini bisa dilihat sebagai versi hiperrealitas dari pembelajaran, di mana pengguna lebih tertarik pada presentasi yang menarik daripada pada substansi informasi itu sendiri. Ini bisa berpotensi menciptakan pemahaman yang superfisial atau palsu tentang keterampilan atau pengetahuan yang dipelajari.

Konten instruksional dari para influencer TikTok secara umum mendapat respon positif, menunjukkan bahwa TikTok dapat meningkatkan pengalaman belajar pengguna jika digunakan dengan tepat. Namun, item terendah kedua dalam dampak bagaimana influencer TikTok membentuk pembelajaran di antara penonton adalah "Konten yang dibuat oleh influencer TikTok tidak mengalihkan perhatian responden dari tujuan yang dimaksudkan ketika mencari informasi" dengan mean ($M=3,77$). Hal ini menyiratkan bahwa responden secara umum merasa bahwa konten TikTok tidak terlalu mengalihkan perhatian mereka dari pencarian informasi tertentu. Ini mengindikasikan bahwa meskipun konten tersebut dirancang untuk mendidik, sifat hiburanannya bisa menyebabkan pergeseran fokus yang tidak disengaja.

Menurut Pan, Y. (2023), algoritma TikTok yang dipersonalisasi dapat menyebabkan efek kepompong informasi, yang membatasi akses mahasiswa terhadap informasi dan mempengaruhi pemikiran pribadi mereka. Ini adalah contoh lain dari bagaimana simulakra bekerja; algoritma memprioritaskan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna, menciptakan ilusi kenyataan yang terbatas dan disesuaikan, yang bisa menjauhkan mereka dari perspektif dan pengetahuan yang lebih luas.

Item terendah adalah responden "memperhatikan perubahan minat belajar mereka sebagai hasil dari mengkonsumsi konten dari influencer TikTok" dengan mean ($M=3.75$). Hal ini menyiratkan bahwa, secara umum, responden tidak terlalu yakin bahwa influencer TikTok memiliki dampak besar pada bidang

yang mereka minati untuk belajar. Pengguna mungkin masih lebih mengidentifikasikan TikTok dengan hiburan daripada pendidikan karena pada dasarnya TikTok adalah platform hiburan. Dalam konteks teori hiperealitas, ini mencerminkan bahwa pengguna mungkin tidak sepenuhnya menyadari sejauh mana pengaruh yang diberikan oleh platform ini, karena apa yang mereka lihat dan alami adalah versi yang difilter dari kenyataan. Pandangan ini dapat membatasi seberapa serius materi pendidikan dianggap atau berdampak pada minat belajar siswa (Bernard, A., 2021). Rata-rata keseluruhan untuk dampak pada bagaimana influencer TikTok membentuk pembelajaran di antara penonton adalah ($M=3,88$). Menurut Thu, H. (2022), penggunaan TikTok oleh generasi Z lebih banyak memberikan dampak positif daripada dampak negatif terhadap pembelajaran, komunikasi, dan pengembangan diri, dengan pengembangan diri sebagai aspek yang paling terpengaruh secara positif.

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa meskipun TikTok dapat digunakan untuk tujuan pendidikan, ada tantangan yang muncul dari hiperealitas dan simulakra yang diciptakan oleh konten dan algoritma platform. Influencer dan platform itu sendiri memiliki peran penting dalam memastikan bahwa informasi yang disampaikan tetap autentik dan tidak terdistorsi oleh ilusi atau representasi yang tidak akurat. Dalam konteks ini, tanggung jawab moral influencer untuk memastikan keakuratan dan keandalan informasi yang mereka bagikan menjadi semakin penting. Karena influencer sering kali dianggap sebagai sumber otoritatif dalam dunia hipereal ini, mereka memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik dan persepsi dengan cara yang bisa lebih kuat dibandingkan dengan media tradisional. Oleh karena itu, influencer harus berhati-hati untuk tidak memperkuat simulakra yang tidak akurat atau menyesatkan, yang dapat menyebarkan informasi yang salah dan memperkuat persepsi yang tidak berdasar di antara audiens mereka.

SIMPULAN

Studi demografis pengguna TikTok di Malaysia memberikan wawasan baru tentang bagaimana platform ini dimanfaatkan, khususnya terkait manfaatnya dalam bidang pendidikan. Dengan mayoritas audiens TikTok yang terdiri dari generasi muda berusia dua puluhan, platform ini tidak hanya digunakan untuk hiburan tetapi juga sebagai sumber konten instruksional. Para pengguna sering berinteraksi dengan influencer yang menyediakan informasi karena mereka menilai keandalan dan manfaat instruksional dari konten yang dibagikan. Tingginya rata-rata nilai penelitian ini menyoroti penerimaan positif terhadap konten instruksional oleh pengguna, yang menganggapnya sebagai informasi yang dapat diandalkan dan berguna. Konten yang menarik secara visual dan narasi yang menawan dari para influencer mendorong pengguna untuk mengeksplorasi hobi baru dan memperluas wawasan mereka. Namun, dari perspektif teori hiperealitas dan simulakra Jean Baudrillard, fenomena ini menunjukkan bahwa TikTok berfungsi sebagai ruang di mana realitas dan representasi berbaur, menciptakan pengalaman yang tidak lagi terikat pada kenyataan objektif. Konten yang disajikan oleh para influencer sering kali bukan representasi murni dari dunia nyata, melainkan simulasi yang menciptakan versi kenyataan yang diidealkan dan diromantisasi.

Simulakra yang dihasilkan oleh platform seperti TikTok menciptakan realitas yang hipereal—di mana pengguna mulai menganggap informasi dan representasi yang disajikan di platform ini sebagai 'realitas' yang sesungguhnya. Ini berbahaya karena pengguna bisa kehilangan kemampuan untuk membedakan antara informasi yang faktual dan yang terdistorsi.

Lebih jauh lagi, peran TikTok sebagai platform media sosial yang menyebarkan konten instruksional menunjukkan bahwa di dalam dunia yang dipenuhi simulakra, pendidikan dan hiburan telah menjadi dua sisi dari mata uang yang sama. Sebagai penghibur sekaligus pendidik, influencer memiliki tanggung jawab ganda: mereka tidak hanya harus menghibur tetapi juga memberikan informasi yang akurat dan mendidik. Pengaruh global TikTok menunjukkan bagaimana simulakra yang dihasilkan di platform ini memiliki potensi untuk membentuk pandangan dunia pengguna di berbagai belahan dunia, sehingga semakin menekankan perlunya integritas dan tanggung jawab moral dari para influencer.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Dilman, D., Smith, J., & Christian, L.M. 2014. "Internet, Phone, Mail and Mixed Mode Surveys. GoogleBook.https://books.google.com.my/books?hl=en&lr=&id=fhQNBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR11&dq=info:Uu5QiC5m2kIJ:scholar.google.com&ots=JxL0vgQLFI&sig=xq_KTv5D4HADCauYaDphZbXPugg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Al-Marouf, R., Ayoubi, K., Alhumaid, K., Aburayya, A., Alshurideh, M., Alfaisal, R., & Salloum, S. 2021. "The acceptance of social media video for knowledge acquisition, sharing and application: A comparative study among YouTube users and TikTok Users' for medical purposes". *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 197–214. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.6.013>
- Albadri, H. A. 2023. "The Role and Impact of Social Media Influencers". *Arab Journals Platform*. <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/isl/vol12/iss8/21/>
- Ananda Zhazaretta, & Djuhardi, L. 2023. "Fenomenologi Konten Kreator Dalam Mengedukasi Masyarakat Melalui Media Sosial Tiktok". *IKRA-ITH Humaniora/IKRA-ITH Humaniora*, 7(3), 23–30. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v7i3.3323>
- Azman, A. N., Ahmad Rezal, N. S., Zulkeifli, N. Y., Mat, N. A. S., Saari, I. S., & AB Hamid, A. S. 2024. "View of Acceptance of TikTok on the Youth towards Education Development". *Majmuah.com*. <https://majmuah.com/journal/index.php/bij/article/view/98/60>
- Bandura, Albert, and Richard H. Walters. 1977. "Social learning theory. Vol. 1". Prentice Hall: Englewood Cliffs. <https://www.academia.edu/download/43540100/Bandura1969HSTR.pdf>
- Baudrillard, Jean. 1981. "Simulacra and Simulation." University of Michigan Press.
- Bernard, A. 2021. "Expanding ESL Students' Vocabulary Through TikTok Videos". *Lensa: Kajian Kebahasaan, Kesusastraan, dan Budaya*. <https://doi.org/10.26714/lensa.11.2.2021.171184>.
- Big 3 Media. (2020, August 31). "A Brief History Of TikTok And Its Rise To Popularity". *Big3.Sg*. <https://www.big3.sg/blog/a-brief-history-of-tiktok-and-its-rise-to-popularity>
- Björn Asdecker. 2022. "Travel-Related Influencer Content on Instagram: How Social Media Fuels Wanderlust and How to Mitigate the Effect". *Sustainability*, 14(2), 855–855. <https://doi.org/10.3390/su14020855>
- Cherry, K. (2022, November 16). "How do people learn?. Verywell Mind". <https://www.verywellmind.com/what-is-learning-2795332>
- Creswell, J. W. 2014. "Research Design". Google Books. https://books.google.com.my/books/about/Research_Design.html?id=PViMtOnJ1LcC&redir_esc=y
- Dasoo, N. 2022. "The Innovative use of social media for teaching and learning: A case study at the University of Johannesburg". In *International Conference on Multidisciplinary Research* (Vol. 2022, pp. 23-31).

- <https://myres.net/conferences/index.php/myres/article/view/3>
- Dean, B. (2023, December 11). "TikTok Statistics You Need to Know in 2024". Backlinko; Backlinko. <https://backlinko.com/tiktok-users>
- D, M., Gall, P, J., Gall, & R, W., Borg. 2007. "Educational Research". Google Books. Pearson/Allyn & Bacon. https://www.google.com.my/books/edition/Educational_Research/19JfQgAACAAJ?hl=en
- Escamilla-Fajardo, P., Alguacil, M., & López-Carril, S. 2021. "Incorporating TikTok in higher education: Pedagogical perspectives from a corporal expression sport sciences course". *Journal of Hospitality Leisure Sport & Tourism Education*, 28, 100302. <https://doi.org/10.1016/J.JHLSTE.2021.100302>.
- Fowler, Floyd. J., Jr. 2014. "Survey research methods". SAGE Publication Inc. <https://books.google.com.my/books?hl=en&lr=&id=WM11AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Fowler,+F.+J.+2014.+Survey+Research+Methods.+Sage+Publications.&ots=6QrLD9dJeW&sig=lcQCefdda8-0XokNhTe760B15Gs#v=onepage&q&f=false>
- Haenlein, M., Anadol, E., Farnsworth, T., Hugo, H., Hunichen, J., & Welte, D. 2020. "Navigating the New Era of Influencer marketing: How to Be Successful on Instagram, TikTok, & co". *California Management Review*, 63(1), 5–25. Sage Journals. <https://doi.org/10.1177/0008125620958166>
- Health, N. (2020, January). "What is behaviour?. Principles for effective support". <https://www.health.nsw.gov.au/mentalhealth/psychosocial/principles/Pages/behaviour-what-is.aspx>
- Hidayah, I., Setiowati, D., Sianipar, D., & Anisa, N. 2023. "The Influence of the TikTok Poison Phenomenon as a Glow Up Trend on Interest in Buying Beauty Products". *APLIKATIF:Journal of Research Trends in Social Sciences and Humanities*. <https://doi.org/10.59110/aplikatif.v2i1.119>.
- Kemp, S. (2024, February 23). "Digital 2024: Malaysia - DataReportal – global digital insights". DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-malaysia>
- LaFleur, G. (2023, December 19). "TikTok. WhatIs; Tech Target". <https://www.techtarget.com/whatis/definition/TikTok>
- Lan, C., Quang, A., Anh, T., & Thu, H. 2022. "Influence of TikTok social network on generation Z". *Journal of Social Science*. <https://doi.org/10.18173/2354-1067.2022-0052>.
- Liu, Y. 2023. "TikTok's Influence on Education". *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 8, 277–280. <https://doi.org/10.54097/ehss.v8i.4261>
- Li, Y., Qian, J., & Guo, L. 2023. "Factors Impacting Users' Negative Interaction Behaviors When They Enjoy Short Videos on TikTok". *Discrete Dynamics in Nature and Society*, 2023, e3238404. <https://doi.org/10.1155/2023/3238404>
- Manual. 2019. "Publication Manual of the American Psychological Association, Seventh Edition (2020)". <https://apastyle.apa.org>. <https://apastyle.apa.org/products/publication-manual-7th-edition>
- Naka, A., & Myer, A. E. (2024, June 15). "Education. Encyclopædia Britannica". <https://www.britannica.com/topic/education>
- Nguyen, H., & Diederich, M. 2023. "How Civil are Comments on TikTok's Educational Videos? Insights for Learning at Scale". *Proceedings of the Tenth ACM Conference on Learning @ Scale*. <https://doi.org/10.1145/3573051.3596174>
- NSW Health. 2024. "What is behaviour? - Principles for effective support." [Nsw.gov.au. https://www.health.nsw.gov.au/mentalhealth/psychosocial/principles/Pages/behaviour-what-is.aspx](https://www.health.nsw.gov.au/mentalhealth/psychosocial/principles/Pages/behaviour-what-is.aspx)
- Pallant, J. 2020. "SPSS Survival Manual: A Step by step guide to data analysis using IBM SPSS". *Routledge Taylor & Francis Group*. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781003117452/spss-survival-manual-julie-pallant>
- Pan, Y. 2023. "Study on the Influence of Personalized Algorithm of Social Media TikTok upon College Students". *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/4/2022860>.
- Perez, S. (2022, July 12). "Google exec suggests Instagram and TikTok are eating into Google's core products, Search and Maps | Tech Crunch". TechCrunch. <https://techcrunch.com/2022/07/12/google-exec-suggests-instagram-and-tiktok-are-eating-into-googles-core-products-search-and-maps/>
- Selvam, K. (2024, January 9). Singer says school a waste of time, claims system needs change. *LobservateurDuMaroc*. <https://www.sinardaily.my/ampArticle/214638>
- Sibbald, B., & Roland, M. 1998. "Understanding controlled trials. Why are randomised controlled trials

- important?”. *BMJ (Clinical Research Ed.)*, 316(7126), 201.
<https://doi.org/10.1136/bmj.316.7126.201>
- Simkus, J. (2022, November 3). *Simply psychology*. *Simply Psychology*.
<https://www.simplypsychology.org/convenience-sampling.html>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. 2019. “Using Multivariate Statistics”. Pearson Education, Inc.
<https://www.pearsonhighered.com/assets/preface/0/1/3/4/0134790545.pdf>
- Taha, A. 2021. “The Wave of Change in The Methods of Education Brought by Social Media: A Case Study of TikTok’s Potential for Educational Content Creators” (Doctoral dissertation, Aalborg University).
<https://eplus.uni-salzburg.at/obvusbhs/content/titleinfo/7315307/full.pdf>
- Taherdoost, H. (2016, January 1). “Sampling methods in research methodology; how to choose a sampling technique for research”. Elsevier BV.
https://www.researchgate.net/publication/319998246_Sampling_Methods_in_Research_Methodology_How_to_Choose_a_Sampling_Technique_for_Research
- Thomas, R. (2023, June 23). “Unraveling Research Population and Sample: Understanding their role in statistical inference”. Enago Academy. <https://www.enago.com/academy/population-vs-sample/>
- Tucker, E. (2022, September 18). “TikTok’s search engine repeatedly delivers misinformation to its majority-young user base, report says”. CNN. <https://amp.cnn.com/cnn/2022/09/18/business/tiktok-search-engine-misinformation>
- University, D. K. C. M., Klug, D., University, C. M., University, Y. Q. C. M., Qin, Y., University, M. E. C. M., Evans, M., University, G. K. C. M., Kaufman, G., & Metrics, O. M. A. (2021, June 1). “Trick and please. A mixed-method study on user assumptions about the tiktok algorithm”: *Proceedings of the 13th ACM web science conference 2021*. *ACM Conferences*.
<https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3447535.3462512>
- UTA Libraries. 2014. “Subject and Course Guides: Quantitative and Qualitative Research: What is Quantitative Research?” Uta.edu.
https://libguides.uta.edu/quantitative_and_qualitative_research/quant
- Vuojärvi, H., Sirpa Purtilo-Nieminen, Rasi, P., & Rivinen, S. 2021. “Conceptions of adult education teachers-in-training regarding the media literacy education of older people. Aphenomenographic study to inform a course design”. *DigitalCommons@URI*.
<https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol13/iss3/1/>
- Wang, Y. 2020. “Humor and camera view on mobile short-form video apps influence user experience and technology-adoption intent, an example of TikTok (DouYin)”. *Computers in Human Behavior*, 110(2020), 106373. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106373>
- Watson, R. 2015. “Quantitative research”. *Nursing Standard*, 29(31), 44–48.
<https://doi.org/10.7748/ns.29.31.44.e868>