

PENGARUH BAHASA POPULER MEDIA TIKTOK TERHADAP GAYA KOMUNIKASI MAHASISWA

Oleh:

Azriyansyah Fadil Akbar,

Dosen Pembimbing

Dr. Didik Hariyanto, M.Si

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo



Pendahuluan

Tiktok tidak lagi digunakan oleh mahasiswa untuk menikmati waktu luang. Mereka telah berubah menjadi pengguna aktif media Tiktok. Pengguna TikTok menikmati berbagai macam konten dan bahkan meniru bahasa yang sedang viral atau populer dan menerapkannya di kegiatan mereka sehari-hari karena banyaknya konten yang disajikan, yang dapat mengubah cara mereka berkomunikasi. Mereka cenderung menggunakan media Tiktok terus menerus dan hal itu merubah kebiasaan yang telah dimiliki (Zahroh, 2023).

Pendahuluan

- Penelitian ini menarik untuk diteliti karena ingin meneliti bahasa populer di media tiktok, karena bahasa yang digunakan di TikTok sering kali mencerminkan tren sosial dan budaya terkini. Konten di TikTok cenderung menyebar dengan cepat dan memiliki potensi untuk menjadi viral.
- Bahasa populer yang muncul di TikTok dapat dengan cepat menyebar dan diadopsi oleh banyak pengguna, termasuk mahasiswa. Dan juga gaya komunikasi mahasiswa sangat mempengaruhi interaksi sosial mereka. Bahasa populer dari TikTok dapat memengaruhi cara mereka berinteraksi satu sama lain, baik di dalam kampus maupun di luar kampus.

Rumusan Masalah

1. Apakah ada hubungan signifikansi antara penggunaan bahasa populer pada media Tiktok terhadap gaya komunikasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?
2. Apa pengaruh bahasa populer media Tiktok terhadap gaya komunikasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?

Teori

Tubbs dan Moss (2008) menjelaskan tentang macam-macam gaya komunikasi, antara lain :

- The Controlling Style

Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran, dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau one-way communications.

- The Equalitarian Style

Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan. The equalitarian style of communication ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (two way traffic of communication).

- The Structuring Style

Gaya komunikasi yang berstruktur ini memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan. Pengirim pesan lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain.

Teori

Tubbs dan Moss (2008) menjelaskan tentang macam-macam gaya komunikasi, antara lain :

- The Dinamic Style

Gaya komunikasi yang dinamis memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungannya berorientasi pada tindakan.

- The Relinquishing Style

Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, dari pada keinginan untuk perintah, meskipun pengirim pesan mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain.

- The Withdrawal Style

Hal yang muncul jika gaya komunikasi ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memaknai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan anatar pribadi karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut.

Metode

- Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.
- Dengan penyebaran kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Peneliti memberikan kuesioner kepada responden dan kemudian diisi secara online melalui google form.
- Skala ini diukur dengan skala Likert. Skala Likert ini dipakai agar peneliti dapat mengukur sikap, pendapat, dan persepsi mahasiswa IKOM UMSIDA.
- Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo angkatan 2021 aktif
- Total populasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo angkatan 2021 adalah 119 orang.

Metode

- Karena jumlah populasi lebih dari 100 orang responden, oleh karena itu penulis mengambil 10-15% atau 20-25% jumlah populasi yang ada pada mahasiswa IKOM UMSIDA angkatan 2021 yaitu sebanyak 119 orang . Dan setelah kuesioner disebar diperoleh hasil sebanyak 62 responden.
- Untuk mengetahui pengaruh dari dua variabel yang akan diuji analisis yang digunakan peneliti ialah uji validitas, uji reliabilitas dan uji regresi linear sederhana.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Hasil rekapitulasi variable (X) dan (Y) yang sudah diujikan menunjukkan jika keseluruhan indikator yang dipakai untuk menghitung variabel-variabel penelitian ini memiliki koefisien korelasi (r hitung), yaitu $0,180 >$ dari r-tabel. Oleh karena itu, setiap indikator dinyatakan valid.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	9

Uji reabilitas bertujuan untuk melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi. Dasar pengambilan uji reabilitas cronbach alpha menurut Wiratna Sujerweni (2014), kuesioner dikatakan reliable jika nilai cronbach alpha > 0.6 . Dan dari hasil diatas cronbach alpha $0,768 > 0,6$ dari hasil item tersebut menunjukkan jika item reliable.

Hasil dan Pembahasan

Uji Regresi Linear Sederhana

- Berdasarkan penelitian yang sudah di uji menggunakan uji regresi linear sederhana untuk menentukan apakah penggunaan bahasa populer media Tiktok (X) berpengaruh terhadap gaya komunikasi (Y). Syarat dari uji regresi linear sederhana sudah terpenuhi. Selain itu, dua hal dapat dianggap sebagai dasar penggunaan uji regresi linear sederhana untuk membuat keputusan adalah dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05.

Hasil dan Pembahasan

Uji Regresi Linear Sederhana

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	847.678	1	847.678	109.473	.000 ^b
	Residual	464.596	60	7.743		
	Total	1312.274	61			

a. Dependent Variable: Gaya Komunikasi

b. Predictors: (Constant), Bahasa Populer

Berdasarkan dari output diatas diketahui bahwa nilai F hitung = 109.473 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel penggunaan bahasa populer atau dengan kata lain ada pengaruh variabel Bahasa populer (X) terhadap variabel Gaya Komunikasi (Y).

Hasil dan Pembahasan

Uji Regresi Linear Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.646	.640	2.783

a. Predictors: (Constant), Bahasa Populer

Hasil menunjukkan besarnya korelasi atau hubungan (R), yaitu 0,804, dan koefisien determinasi (R Square) adalah 0,646. Jika koefisien determinasi dimasukkan ke dalam persamaan, hasilnya adalah 64,6%. Hal ini berarti 64,6% variabel “Gaya Komunikasi” adalah kontribusi dari variabel “penggunaan bahasa populer media Tiktok”. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 35,4% dapat dijelaskan oleh sebab lain. R square berkisar dari 0 hingga 1, dengan catatan bahwa semakin kecil R square, semakin lemah hubungan antara kedua variabel.

Kesimpulan

Angka menunjukkan H_0 ditolak H_a diterima. Ada hubungan pengaruh antara penggunaan bahasa populer media Tiktok terhadap Gaya Komunikasi mahasiswa.

Hal ini menunjukkan jika penggunaan bahasa populer media Tiktok berpengaruh besar terhadap gaya komunikasi mahasiswa.

Referensi

- Iskandar, (2009). Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial: Kuantitatif dan Kualitatif. Jakarta : GP Press.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kriyantono, Rachmat. (2012). Teknis Praktis Riset Komunikasi. Jakarta. Kencana.
- Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sendjaja, S.Djuarsa. (1999). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Arikunto. (2006). Proses Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. 146.
- Damayanti, A. R., Anjarsari, L., & Anjani, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar. JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial, 2(2), 217–221.
<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i2.329>
- Fadhilah, N. (2022). Persepsi Mahasiswa Terhadap Komunikasi Antarpribadi Dosen Pembimbing Dan Mahasiswa Dalam Bimbingan Skripsi. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu ..., 7(1).
<http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/19210>

Referensi

- Nisak, K., & Hariyanto, D. (2017). Food Photography dan Eating Out di Media Sosial Instagram. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 31–40. Arikunto. (2006). *Proses Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. 146.
- Hariyanto, D., & Mariyanto, A. P. P. (2020). Motif Menonton Vlog “Keluarga Beti” Channel Youtube Arif Muhammad. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 67–72. <https://doi.org/10.21070/kanal.v8i2.264>
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). Diffusion of innovations. In *An integrated approach to communication theory and research* (pp. 432–448). Routledge.
- SARI, I. R. A. R. (2022). TINGKAT ADOPTASI INOVASI APLIKASI E-COMMERCE PADA KALANGAN GENERASI MILENIAL DI KECAMATAN TAMBANG KABUPATEN KAMPAR. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- Thorne, T. (2014). *Dictionary of contemporary slang*. A&C Black.
- Zahroh, F. N. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa MI Salafiyah Barek Pucanganom Kecamatan Kebonsari Madiun. IAIN Ponorogo.
- Didik Hariyanto, F. A. (2020). *Buku Ajar Komunikasi Lintas Budaya*. Sidoarjo: UMSIDA Press.

