

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN EDITING VIDEO BAGI GENERASI Z

Armanda Rizky Suhartoyo 1, Anita Agustina Wulandari 2.

Fakultas Ilmu komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi
Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya
Jl. Nginden Intan timur 1/18, Surabaya (60118)

Email: zekotran@gmail.com 1, anita@stikosa-aws.ac.id 2

Abstract

In utilizing the latest technology through internet networks, people prefer smartphones as communication media tools due to their flexibility. The numerous features offered enable faster access to anything, such as the TikTok social media platform. Mostly, TikTok is a social media platform favored by Generation Z, who seek learning solutions through the utilization of TikTok, such as the desire to learn video editing. This research employs a qualitative descriptive research method. The results from the utilization of TikTok as a platform for learning video editing by Generation Z are that the conveyed information is more easily comprehended. The potential role of TikTok for Generation Z as a learning medium encompasses the available features on TikTok, the delivery methods of content creators, implementation, and collaboration. The obstacles faced in using TikTok for Generation Z as a learning medium include the lack of formal educational context and the inconsistent quality of content provided by content creators to Generation Z.

Keywords: *tiktok, use of social media, learning, editing video, generation z*

Abstrak

Dalam pemanfaatan teknologi terkini melalui jaringan internet masyarakat lebih memilih smartphone sebagai alat media komunikasi karena mempunyai ke fleksibelitasan. Banyaknya fitur yang ditawarkan membuat lebih cepat dalam mengakses apapun seperti media sosial tiktok. Sebagai besar media sosial Tiktok merupakan media yang diminati oleh generasi Z, yang ingin mencari solusi dalam hal pembelajaran dari pemanfaatan media sosial tiktok seperti keinginan dalam belajar editing video. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari pemanfaatan media sosial tiktok yang telah dilakukan generasi Z sebagai media pembelajaran editing video, lebih mudah dipahami ketika menerima sebuah pesan informasi. Potensi peran media sosial tiktok generasi Z yang digunakan sebagai media pembelajaran seperti, fitur yang tersedia di media sosial Tiktok, cara pembawaan pesan konten kreator, menerapkan dan kolaborasi. Adapun hambatan dari peran media sosial tiktok generasi Z yang digunakan sebagai media pembelajaran seperti kurangnya konteks pendidikan formal, ketidakstabilan kualitas konten yang diberikan konten kreator kepada generasi Z.

Kata kunci : *tiktok, pemanfaatan media sosial, pembelajaran, generasi z*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat memiliki pengaruh yang besar bagi kehidupan manusia. Proses komunikasi merupakan dimana cara manusia berinteraksi dalam penyampaian informasi dan menerima pesan. Dalam hal ini diperkuat dengan pernyataan (Sari, 2018) komunikasi adalah suatu proses interaksi antara individu-individu manusia yang saling memengaruhi satu sama lain, baik dengan sengaja maupun tanpa disadari. Bentuk komunikasi tidak terbatas pada penggunaan bahasa lisan, melainkan juga meliputi seni, lukisan, ekspresi wajah, serta teknologi. Seiring perkembangan teknologi banyak alat yang digunakan dalam berkomunikasi. Dalam pemanfaatan teknologi terkini melalui jaringan internet masyarakat lebih memilih smartphone sebagai alat media komunikasi, karena mempunyai ke fleksibelitasan yang cukup tinggi dan banyaknya fitur yang ditawarkan membuat lebih cepat dalam mengakses apapun. Fitur yang sering dan ramai digunakan oleh masyarakat adalah media sosial. Media sosial merupakan sarana portal informasi dan pergaulan di dalam media secara online yang terhubung dan membutuhkan jaringan koneksi internet. Tidak hanya itu fungsi dari sosial media sebagai alat untuk menyebarkan data kepada warga, media juga mempunyai fungsi lain sebagai buat menghibur serta mendidik. Menurut (Sugianto, 2016) media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, video, audio dan gambar oleh satu sama lain dengan perusahaan atau sebaliknya.

Media sosial merupakan suatu wadah untuk berkomunikasi, berekspresi, dan berkolaborasi dalam pengembangan ide – ide kreativitas yang mudah diakses melalui internet, media sosial juga sering dimanfaatkan sebagai manambah jaringan pertemanan. We Are Social mengurutkan penggunaan media sosial teraktif yang telah digunakan di Indonesia per Januari 2023. Pengukuran yang dilakukan berdasarkan pada presentase pengguna platform media sosial tersebut. Ada 15 platform media sosial terbanyak yang digunakan di Indonesia, hal ini sejalan dengan durasi pengelelohan platform, dari beberapa platform lima media sosial teraktif berdasarkan survei tersebut terdiri dari WhatsApp mencapai posisi di urutan pertama, disusul oleh Instagram di urutan kedua, Facebook di urutan ketiga, TikTok di urutan keempat, dan Telegram berada di urutan kelima (Riyanto, 2023).

Tiktok merupakan sebuah aplikasi video musik dengan jejaring sosial yang dikeluarkan oleh Tiongkok pada tahun 2016. Aplikasi yang didirikan Zhang Yiming ini mulai mendapat pengakuan di Indonesia yang menjadi aplikasi populer. Pemanfaatan media sosial Tiktok ini cenderung pada sifat yang hedonis serta menyimpang banyaknya pengguna yang menghasilkan konten negatif Tiktok akhirnya diblokir sementara oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika pada Juli 2018 sampai ada perbaikan dan pembersihan konten ilegal dari pihak Tiktok. Dalam waktu singkat Tiktok telah memenuhi permintaan yang dibuat oleh Kominfo, sejak saat itu peningkatan jumlah pengguna Tiktok kembali secara signifikan. Platform media sosial Tiktok dikembangkan di Indonesia yang mulai pada tahun 2020 sampai hingga kini. Berdasarkan data laporan yang diunggah Hootsuite dan We Are Social, Indonesia menempati peringkat kedua dengan jumlah pengguna media sosial Tiktok terbanyak di dunia yaitu mencapai 109,9 juta pengguna pada 2023. Tujuan dari aplikasi Tiktok ini untuk menimbulkan kreativitas dan membawa keceriaan pada pengguna, dengan video pendek yang dikemas secara baik dan tidak membosankan. Banyaknya konten yang dapat diminati oleh pengguna Tiktok seperti fashion, komedi, vlog, kecantikan, hiburan, pembelajaran, dan edukasi atau pendidikan. Pengguna media sosial tiktok mayoritas remaja atau generasi Z yang berumur 18 – 24 tahun. (Agustiansyah, 2023).

Generasi Z merupakan perubahan dari generasi Y saat teknologi mulai berkembang, generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1995 sampai 2010 (Rahmana, 2022). Generasi Z merupakan generasi yang memiliki karakter menggemari teknologi, lebih cerdas, fleksibel, dan toleran dengan perbedaan budaya. Perbedaan yang lebih signifikan antara generasi Z dengan generasi lainnya yaitu dalam penggunaan akses internet melalui seluler yang menimbulkan generasi ketergantungan atas ketertarikan dengan suatu hal diinternet. Sejalan dengan apa yang selalu terhubung dengan dunia maya, generasi Z memanfaatkannya untuk memperoleh suatu informasi dan edukasi. Media tiktok sering digunakan generasi Z terutama mahasiswa atau pelajar yang tertarik menggunakan aplikasi ini. Tiktok memiliki banyak manfaat yang banyak digunakan serta mempunyai peluang yang lumayan besar selain menjadi media hiburan dan informatif bagi generasi Z, Tiktok bisa menumbuhkan kreativitas dalam pembuatan video sebagai media pembelajaran yang menarik bagi pelajar dengan isi konten yang dibagikan. Simarta 2011 dalam jurnal (Mahmudah & Rahayu, 2020) konten merupakan inti, jenis, atau unit dari informasi dalam bentuk digital, yang dapat mencakup teks, gambar, grafik, video, audio, dokumen, laporan, dan berbagai jenis lainnya. Diperkuat dengan pernyataan Business Dictionary konten media sosial merupakan esensi dari pesan ataupun wacana yang dikomunikasikan, sebagaimana dimengerti ataupun diterima oleh audiens yang dituju.

Pemanfaatan media sosial dengan konten edukasi serta informatif yang bertujuan sebagai pembelajaran dan pengetahuan yang bermanfaat dengan menginformasikan sesuatu yang berupa foto dan video. (Fauzi, 2016) dalam penelitiannya berjudul “Pengaruh Akun Instagram @indotravellers.co Terhadap Minat Traveling” menyimpulkan bahwa banyaknya akun yang menawarkan dari jenis – jenis konten untuk menarik pengguna akun lainnya, dapat dilihat dari kepribadian seseorang dengan apa yang diikuti dan menyukai konten pengguna akun instagram. Seperti seseorang yang memiliki minat berpetualang pasti akan mencari tahu di explore media sosial dan juga bisa mengikuti akun yang berhubungan dengan minat traveling. Begitu juga dengan gen Z yang berminat dengan hal – hal yang berhubungan dengan editing video, maka akan muncul explore konten yang menyajikan pembahasan tentang tips dan trick edit video. Pada isi konten yang diberikan dari berbagai konten kreator melingkupi tentang edukasi editing video, dikemas secara sederhana dan langsung pada intinya supaya dapat lebih muda dipahami oleh followersnya melalui video konten. Konten kreator membagi informasi yang membahas tentang langkah – langkah seputar tutorial editing video, menjernihkan audio, pengambilan angle video, color grading video dan banyak pembahasan yang membantu dalam memudahkan editing. Beberapa akun konten kreator berisi banyak tentang tutorial editing video dengan menyarankan dan memanfaatkan aplikasi editing seperti VN, Inshoot, Cap Cut, Kinemaster, Dolby On, Alight Motion, Adobe Premier, Node Video.

Berkembangnya teknologi di era revolusi 5.0 benar – benar berdampak pada dunia pendidikan yang menekankan pendidikan moral, karakter serta keteladanan. Industri 5.0 merupakan konsep masyarakat yang menggunakan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari (Lestiyani, 2020). Dalam situasi ini ilmu yang dimiliki dapat digantikan oleh teknologi, namun penerapan skill yang dipunyai dalam diri peserta didik tidak dapat digantikan oleh teknologi. Pembelajaran konvensional pada saat ini dibantu dengan saranamedia sosial, dengan adanya peristiwa pandemi lalu membuat pembelajaran yang sebelumnya offline menjadi online. Pembelajaran offline saat ini mengalami transisi yang belum sepenuhnya bisa meninggalkan pembelajaran online. Pembelajaran menggunakan jaringan internet melalui pemanfaatan media sosial Tiktok,

membuat peran media pembelajaran sangat diperlukan. Pemanfaatan media Tiktok sebagai media pembelajaran menjadikan sebuah fenomena yang unik dan baru dalam menyampaikan bahan ajar. Generasi Z telah menggunakan pemanfaatan media sosial sebagai pemenuhan informasi yang mereka butuhkan. Peran generasi Z seperti mahasiswa sangat aktif dan intens pada perkembangan teknologi baru, sebagai kontrol sosial untuk peduli dengan satu sama lain. Dalam perkembangannya fungsi media sosial Tiktok mampu membuat generasi Z memilih sebagai media pembelajaran mengenai pengetahuan umum hingga materi kuliah.

Seperti yang di alami beberapa generasi Z yang memanfaatkan media sosial Tiktok sebagai sumber informasi tambahan media pembelajaran yang tidak membosankan. Setelah melakukan pra riset, selain mendapatkan pembelajaran dari perkuliahan generasi Z memilih media sosial Tiktok sebagai pembantu dalam menunjang wawasan serta informasi belajar dikarenakan ingin mencari tahu lebih tentang tips dan trick serta memberikan efek colour grading dan transisi dalam edit video. Sebigain besar media sosial Tiktok merupakan media yang diminati oleh generasi Z, yang ingin mencari solusi dalam hal pembelajaran dari pemanfaatan media sosial seperti keinginan dalam belajar editing video. Berdasarkan penjabaran fenomena diatas, maka peneliti ingin mengetahui pemanfaatan media sosial tiktok yang digunakan oleh generasi Z sebagai media pembelajaran editing video serta apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam memanfaatkan media sosial sebagai pembelajaran. Maka peneliti mengambil judul “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Editing Video Bagi Generasi Z”. Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagaimana peran media sosial tiktok dimanfaatkan sebagai media pembelajaran.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk menganalisis serta menjelaskan sebuah suatu fenomena yang terjadi di dalam masyarakat. Suatu fenomena di masyarakat yang mengungkapkan jika dengan adanya metode deskriptif kualitatif bisa dijadikan langkah untuk memecahkan masalah yang sedang diteliti (Saryono, 2022). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka. Data tersebut dapat diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan, foto, video, catatan, dokumentasi pribadi, memo, dan dokumen lainnya. Moleong, 2005 dalam (Hidayati, 2014). Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana peran media sosial tiktok dimanfaatkan sebagai media pembelajaran editing video bagi generasi Z. Kemudian menginterpretasikan peristiwa dalam bentuk transkrip kata atau gambar yang akan dimasukkan dalam bentuk catatan melalui wawancara di lapangan.

Unit analisis dalam penelitian ini peneliti yaitu subjek yang akan diteliti dengan mengamati bagaimana pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media pembelajaran editing video bagi generasi Z, sekaligus potensi media sosial tiktok dan hambatan generasi Z dalam pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media pembelajaran editing video. Sesuai metode penelitian yang ditentukan, pemilihan subjek penelitian dilakukan secara penentuan dengan pertimbangan tertentu dimana penentuan langsung informan yang memiliki kriteria yang telah ditetapkan peneliti untuk mengetahui bagaimana peran media sosial tiktok sebagai media pembelajaran editing video bagi generasi Z. Subyek penelitian merujuk pada elemen, individu atau kelompok yang menjadi fokus dari penelitian. Subjek penelitian mencerminkan hal-hal yang secara melekat ada dalam objek

penelitian itu sendiri. Penelitian kualitatif yang secara khusus melakukan studi tentang pemanfaatan media sosial, dianalogikan unit analisis sebagai sample universe. Sample Universe ini ditentukan pada awal penentuan desain pemilihan informan, dilanjutkan dengan penentuan jumlah informan, penentuan strategi pemilihan informan dan perekrutan informan. Dimana peneliti mengungkap fenomena pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media pembelajaran editing video, maka sebagai unit analisis dalam penelitian ini generasi Z yang memanfaatkan media sosial tiktok sebagai alat bantu belajar editing video.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Editing Video Bagi Generasi Z

Penggunaan media sosial Tiktok di generasi Z dimanfaatkan sebagai media, hiburan, promosi, edukasi pembelajaran, dan informasi apapun mengenai sebuah peristiwa terkait sehingga generasi Z tidak ketinggalan dalam menerima informasi. Media sosial Tiktok sebagai platform media sosial, menampilkan konten dalam format video pendek yang memungkinkan informasi disampaikan dengan cepat. Dalam pengaksesannya media sosial Tiktok lebih sering digunakan generasi Z daripada media sosial lain, generasi Z bisa menghabiskan waktu dua sampai tiga jam lebih. Berbagai pencapaian generasi Z ketika memanfaatkan media sosial tiktok, temotivasi menjadi konten kreator dan digunakan sebagai pengetahuan luas dari berbagai sumber pesan informasi atau tutorial yang bermanfaat. Pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media pembelajaran editing video, generasi Z cenderung dapat dipahami ketika menerima sebuah pesan informasi yang diberikan melalui media sosial Tiktok. Strategi yang digunakan Konten kreator editing video sebagai orang yang menyampaikan pesan dengan mengemas pesan secara sederhana, jelas, dan langsung pada intinya. Konten kreator dapat menunjukkan empati terhadap perasaan, masalah, dan kekhawatiran yang mungkin dimiliki generasi Z. Ini akan membuat mereka merasa dipahami dan lebih terhubung dengan materi pembelajaran. Keterlibatan aktif konten kreator dalam live streaming mengajak generasi Z untuk berpartisipasi aktif dalam pembelajaran, seperti memberikan pertanyaan, tantangan, yang dapat mereka lakukan, akan membangun keterlibatan yang lebih dalam. Menggunakan tren terkini dan referensi budaya yang populer bisa membuat konten terasa lebih relevan dan mengikat generasi Z pada materi pembelajaran. Menyampaikan pesan positif, motivasi, dan dukungan kepada generasi Z dalam menghadapi tantangan pembelajaran dapat membangun kepercayaan diri dan semangat belajar. Membuat saluran yang dibagikan pada pengikut konten pembelajaran hal ini bisa merangsang diskusi, pertukaran gagasan, dan kolaborasi antara generasi Z.

Berbagai fitur yang telah diberikan media sosial tiktok memudahkan generasi Z dalam pembelajaran. Seperti fitur pencarian ketika mencari tema informasi seputar tutorial editing video media sosial Tiktok otomatis memberikan rekomendasi video teratas dan tagar yang telah dicantumkan pada video membuat lebih banyak varian pembelajaran melalui berbagai konten kreator. Dengan banyaknya konten kreator generasi Z tidak merasa bosan ketika melakukan pembelajaran editing video, berbagai sumber pengetahuan informasi tips dan trik bisa didapatkan. Pembelajaran editing video melalui media sosial Tiktok, cukup membantu menjangkau informasi terkait dicari generasi Z dan dapat diakses dimanapun ketika ingin menggunakannya. Setelah menggunakan pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media pembelajaran, Generasi Z

mengalami perubahan dari soft skill dan hard skill serta lebih cepat dalam memahami penyampaian pesan yang telah diberikan dan mempunyai pengetahuan yang luas dalam editing video. Selain itu peneliti menggunakan hasil penilaian dari aspek kognitif generasi Z. memiliki wawasan pengetahuan mengenai editing video dapat menjelaskan konsep video atau menggabungkan beberapa konsep menjadi satu video. Sedangkan dilihat dari aspek afektif generasi Z sangat antusias ketika menerima informasi editing video hingga menimbulkan suatu respon kepada konten kreator saat memanfaatkan media sosial tiktok sebagai media pembelajaran. Jika dilihat dari aspek psikomotorik Generasi Z dapat mengedit video dengan konsep kreatif mungkin sesuai kemampuan dengan berbagai teknik, kombinasi efek video yang digunakan serta transisi dan warna yang diberikan membuat video semakin menarik ketika dinikmati.

2. Potensi Peran Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Editing Video Bagi Generis Z

Potensi peran media sosial yang ditemukan dari pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media pembelajaran editing video. Berikut merupakan potensi pendukung dari peran media sosial tiktok yang dialami generasi Z.

1. Fitur media sosial Tiktok

Banyaknya fitur yang tersedia di media sosial Tiktok, mempermudah generasi Z ketika melakukan pembelajaran. Generasi Z dapat mencari pembelajaran editing video melalui tagar, streaming konten kreator, trend konsep video, teknik edit langsung dalam aplikasi dan mengkombinasikan musik dari daftar perpustakaan yang telah disediakan oleh media sosial Tiktok. Fitur like peminatan dalam tiktok yang terus memunculkan konten yang disukai membuat refrensi varian editing video baru dan generasi Z cenderung lebih cepat beradaptasi dengan teknologi yang akan lebih terampil dalam menggunakan fitur-fitur tersebut.

2. Pembawaan konten kreator

Konten kreator mempunyai tujuan ketika memberikan informasi terkait editing video, setiap konten kreator telah mempersiapkan dan menguasai materi yang akan diberikan. Pembawaan konten kreator sangat mempengaruhi penerimanya, cara pembawaan pesan yang disampaikan tentu jelas berbeda dari setiap konten kreator. Bagaimana cara mereka mengemas pesan secara sederhana, langsung pada intinya, mempraktekkannya dan menyenangkan. Sehingga dapat diterima dan mudah dipahami oleh generasi Z pada metode pembelajaran.

3. Menerapkan pesan informasi dan kolaborasi

Ketika melakukan proses pembelajaran melalui media sosial Tiktok, informasi yang diberikan telah diterima generasi Z dengan mudah dan cepat. Generasi Z bisa dapat menerapkan pengetahuan yang diterima pada editing video yang dilakukan, secara tidak langsung membantu perkembangan mereka melalui penguasaan skill dalam teknik editing video. Penerapan yang dilakukan dari hasil proses pembelajaran dapat dilihat melalui hasil video yang telah dibuat. Kolaborasi antar pengguna generasi Z dapat belajar dari sesama pengguna TikTok yang memiliki keterampilan editing video yang lebih baik. Mereka juga bisa berinteraksi dalam komentar untuk berbagi tips dan saran.

Jika dikaitkan dengan dua faktor yang pencapaian belajar generasi Z dalam pemanfaatan media sosial. Faktor tersebut merupakan faktor internal dan eksternal eksternal. Faktor internal yang didapatkan generasi Z seperti keinginan, karakter, harapan, sikap, motivasi, fokus konsentrasi dan kebutuhan. Demikian itu faktor eksternal generasi Z seperti pesan informasi yang didapatkan, jangkauan, lingkungan sekitar, pengetahuan, dan pembaruann.

3. Hambat Peran Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Editing Video Bagi Generasi Z

Hambat yang ditemukan dari pemanfaatan peran media sosial Tiktok sebagai media pembelajaran editing video. Berikut merupakan hambatan yang dialami generasi Z.

1. Kurangnya Konteks Pendidikan Formal

Konten pembelajaran di sini mungkin tidak selalu disajikan dengan pendekatan dan struktur yang sesuai dengan kurikulum atau kebutuhan pendidikan formal. Konten pendidikan formal memerlukan standar kualitas dan akurasi yang lebih tinggi, yang mungkin tidak selalu dijaga dengan baik di platform media sosial.

2. Ketidakstabilan kualitas konten

Tidak semua konten yang dihasilkan akan berkualitas tinggi dari perspektif pembelajaran. Generasi Z perlu memiliki keterampilan kritis dalam memilih konten yang benar-benar bermanfaat. Informasi yang diberikan konten kreator terkadang singkat dan pesan informasi yang diberikan setengah – setengah. Membuat generasi Z harus mencari pada konten kreator lain atau menunggu video lanjutan dari konten kreator tersebut. Selain itu informasi yang diberikan konten kreator tidak semua itu ada, seperti informasi terkait teknik editing video yang tidak familiar dan tidak diketahui banyak orang. Generasi Z juga sering mendengarkan ulang ketika informasi yang diberikan konten kreator membingungkan.

Adapun hambatan dari masing – masing generasi Z ketika memanfaatkan media sosial Tiktok dan keterbatasan yang mempengaruhinya dalam pembelajaran. Dimana hambatan kendala bisa sebabkan konten kreator, lingkungan sekitar, durasi dalam media terbatas, kurangnya konteks pendidikan formal generasi Z sendiri.

4. Teori SMCR

Peneliti menggunakan teori komunikasi SMCR David K. Berlo dalam penelitian ini. Dimana melibatkan empat unsur komunikasi yang terdiri dari S (source), M (Message), C (Channel), R (Receiver) menganalisis tentang pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai sarana media pembelajaran editing video bagi generasi Z, yang dapat disesuaikan dalam proses pembelajaran editing video melalui media sosial Tiktok. Jika dikaitkan teori maka (Source) sumber melibatkan konten kreator sebagai komunikator, (Message) pesan yang diberikan atau penyampaian informasi tentang editing video, (Channel) saluran merupakan media yang digunakan, dan (Receiver) penerima yaitu generasi Z.

1. Source (sumber)

Sumber merupakan komunikator atau orang yang ahli dalam bidangnya. Sumber bisa saja disampaikan teman sebaya, buku – buku, para ahli, konten kreator, dan guru (Taufia, 2017). Sumber informasi yang didapat mengenai pembelajaran editing video, melalui konten kreator yang telah diikuti generasi Z sebagai komunikator seperti Rey Dawson, Belajar ngonten, Adityapramanna, alifprst kopitam, Darvis, ASD creative, Zonosan, Adamardhika, Urrofi, Gakuyen, dan Gede Ananda. Banyaknya konten kreator yang memberikan sumber informasi terkait editing video, dapat membuat generasi Z tidak terpatok dengan satu sumber saja. Selain itu menambahkan pengetahuan luas yang didapatkan generasi Z melalui berbagai sumber.

2. *Message* (Pesan)

Devito 1986 dalam (Saleh, 2016) pesan merupakan ide, emosi, atau pemikiran yang akan diubah menjadi kode oleh pengirim dan diterjemahkan oleh penerima. Secara umum, pesan dapat berupa sinyal, simbol, tanda, atau gabungan dari semuanya, yang bertindak sebagai stimulus yang akan direspons oleh penerima. Isi pesan konten kreator dalam penyampainnya lebih cepat diterima generasi Z. Pembawaan seorang konten kreator tentunya berbeda – beda ketika mengemas pesan informasi dengan sederhana dan langsung pada intinya, tidak membutuhkan waktu yang sangat lama sehingga dapat langsung dimengerti dan dipahami generasi Z. Pesan yang bermaksud menuju pada perhatian pengguna, konten kreator dapat langsung memfokuskan pesan yang diberikan dalam proses edukasi pembelajaran. Penyampain pesan yang diberikan berupa tutorial – tutorial editing video, cara transisi video, colour grading efek yang diberikan pada video, menambah pengetahuan mengenai teknik – teknik editing video.

3. *Channel* (saluran)

Media komunikasi meliputi semua alat yang digunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mengolah, mendistribusikan, menyebarkan, dan menyampaikan informasi. Peran media komunikasi sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Dengan cara yang sederhana, media komunikasi berfungsi sebagai perantara dalam menyampaikan informasi dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi penyebaran informasi atau pesan tersebut (Saleh, 2016). Saluran media komunikasi yang digunakan berupa media sosial Tiktok, platform media sosial dengan durasi yang singkat ini digunakan generasi Z untuk mencari suatu informasi hiburan, berita, dan edukasi pembelajaran. Generasi Z mendapatkan berbagai pengetahuan informasi lebih menyeluruh seperti informasi editing video mengenai teknik yang belum pernah diketahui sebelumnya dari pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai pembelajaran.

4. *Receiver* (penerima)

Receiver merupakan audiens, target, komunikan, pihak yang menerjemahkan, khalayak, atau publik dalam konteks komunikasi. *Receiver* atau komunikan adalah pihak yang menjadi target atau penerima pesan dalam proses komunikasi, dengan kata lain, penerima merupakan bagian komunikator dalam komunikasi. Peran komunikan sebagai penerima informasi (Saleh, 2016). Generasi Z selaku penerima atau komunikan isi pesan informasi pembelajaran, komunikasi yang dilakukan konten kreator terhadap penerimanya melalui media sosial tiktok, menimbulkan suatu dampak dan respon balik dari penerima konten kreator. Dampak yang ditimbulkan meliputi soft skill dan hard skill editing video dari generasi Z. Respon balik yang dapat diberikan oleh penerima generasi Z terhadap konten kreator berupa komentar saran yang membangun, mengikuti, mensupport konten kreator, dan memberikan like serta share kepada pengguna lain.

KESIMPULAN

Peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa hasil dari pemanfaatan media sosial tiktok yang telah dilakukan generasi Z sebagai media pembelajaran editing video, strategi yang dilakukan konten kreator mudah dipahami. Berbagai fitur yang telah diberikan media sosial tiktok dan adanya berbagai konten kreator memudahkan generasi Z dalam pembelajaran, menjangkau informasi terkait mengenai wawasan pengetahuan editing video cukup luas dan pemahaman yang diterima dapat diterapkan. Hal ini dapat dilihat dari hasil video yang telah mereka lakukan dengan mengkolaborasi konsep kreativitas yang sesuai kemampuan mereka menggunakan berbagai teknik editing video yang didapatkan. Potensi peran media sosial tiktok generasi Z yang digunakan sebagai media pembelajaran seperti, fitur yang tersedia di media sosial Tiktok, cara pembawaan pesan yang disampaikan dari setiap konten kreator, generasi Z menerapkan pesan informasi dan kolaborasi pada pengguna lain. Hambatan peran media sosial tiktok generasi Z yang digunakan sebagai media pembelajaran seperti, kurangnya konteks pendidikan formal, ketidakstabilan kualitas konten informasi yang diberikan konten kreator menurunkan keinginan belajar generasi Z ketika ingin mencari pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminuddin. (2020). *View of PELATIHAN VIDEOGRAFI DAN EDITING VIDEO SEBAGAI SARANA PENGEMBANGAN MEDIA INFORMASI BKKBN PROVINSI JAMBI.pdf*.
- Azhar. (2011). *Media Pembelajaran. BAB 2 Kajian Teori*.
- Fauzi, M. R. (2016). *Pengaruh Akun Instagram @ indotravellers . co Terhadap Minat Travelling Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNTIRTA Angkatan 2012 - 2014 SKRIPSI* (Vol. 23, Issue 3).
- Mahmuda. (2019). *PENGARUH KARAKTERISTIK GENERASI Z TERHADAP MOTIVASI BELAJAR MAHASISWA PENDIDIKAN AGAMA ISLAM ANGKATAN 2017 & 2018 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA. Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Marini. (2019). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TIK TOK TERHADAP PRESTASI BELAJAR PESERTA DIDIK DI SMPN 1 GUNUNG SUGIH KAB. LAMPUNG TENGAH* (Vol. 1, Issue 3).
- Natalia, C., & Rodhiah, R. (2019). *Pengaruh Kreativitas, Edukasi Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Dalam Generasi Z. Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(2), 164.
- Rahmana, P. N., Putri N, D. A., & Damariswara, R. (2022). *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z. In Akademika* (Vol. 11, Issue 02, pp. 401–410).

- Saleh, S. (2016). *KOMUNIKATOR, PESAN, MEDIA/SALURAN, KOMUNIKAN, EFEK/HASIL, DAN UMPAN BALIK*. Mkb 7056, 1–101.
- Saud, S., Usman, M., & Saleh, N. (2013). Efektivitas Model Komunikasi Smcr Berlo Dalam Pengajaran Wortschatz. *Jurnal Penelitian Pendidikan INSANI*, 14(1), 46–50.
- Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185.