
ANALISA PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN BUDAYA DAN SEJARAH TIONGKOK

Studi Kasus pada Akun @Chinese_server

¹Ong Peter Leonardo, ²Amelia Solemnis, ³Minnie Elisa Yanggah

^{1 2 3}Pendidikan Bahasa Mandarin, Universitas Widya Kartika

¹ 1185641324@qq.com

³ minnyelisa@widyakartika.ac.id

Abstrak

Wabah COVID-19 (Corona Virus Disease 2019) telah melanda di berbagai negara hampir di semua belahan dunia. Kondisi ini sudah merambah pada dunia Pendidikan. Sejak saat itu seluruh kegiatan belajar mengajar di Indonesia yang semula dilakukan secara offline kini dilakukan secara online. Oleh sebab itu, kini menggunakan sistem e-learning sebagai penunjang pendidikan, begitu pula dengan media sosial. Media sosial dapat mempermudah pendidik dalam menyampaikan informasi kepada peserta didik, mendorong peserta didik untuk mengetahui lebih banyak tentang materi dalam proses pembelajaran dan memungkinkan peserta didik berhubungan akrab dengan pendidik dan peserta didik lainnya. Melihat perkembangan media pembelajaran saat ini, media pembelajaran di era digital harus diselaraskan dengan perkembangan teknologi. Media pembelajaran haruslah menarik dan dekat dengan peserta didik. penggunaan aplikasi media sosial seperti TikTok di kalangan masyarakat khususnya remaja menjadikan aplikasi ini sebagai media sosial yang sangat populer belakangan ini. Konten edukasi menjadi salah satu konten yang paling diminati, tidak heran jika banyak orang khususnya pendidik yang menggunakan TikTok sebagai media pembelajaran. Aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran interaktif diharapkan membantu peserta didik dalam memahami dan menerima proses pembelajaran yang dilakukan pendidik. Melalui aplikasi TikTok, pendidik dapat dengan mudah menciptakan pembelajaran interaktif, sehingga dapat disesuaikan dengan lingkungan, situasi, dan kondisi dari peserta didik. Tidak sedikit pengguna TikTok yang memanfaatkan platform ini, salah satunya adalah pemilik akun @Chinese_server selaku content creator yang berkecimpung dalam mengajar budaya dan sejarah Tiongkok di akun TikTiknya. Hal ini membuat penulis ingin mengetahui lebih mendalam mengenai penggunaan aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran budaya dan sejarah Tiongkok oleh akun @Chinese_server. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penulis akan melakukan wawancara dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber untuk memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.

Kata kunci: Penggunaan; Aplikasi TikTok; Media Pembelajaran; Budaya dan Sejarah Tiongkok

Abstract

[Title: Use of Tik Tok Applications Analysis as a Media for Learning Culture and History of China Case Study on Account @Chinese_server] The outbreak of COVID-19 (Corona Virus Disease 2019) has conquered various countries all over the world. This condition has penetrated the world of education. Since then, all teaching and learning activities in Indonesia which were originally done offline are now being conducted online. Therefore, they are now using an e-learning system as an educational support, as well as social media. Social media can make it easier for educators to convey information to students, encourage students to explore more about the learning materials during their learning process and allow students to have close relationships with educators and other students. Seeing the development of learning media today, learning media in the digital era must be harmonized with technological developments. Learning media must be interesting and close to students. The widespread use of social media application such as TikTok among the public, especially teenagers, has made this application a very popular social media lately. Educational content is one of the most popular contents, it's no wonder that many people, especially educators, use TikTok as a learning medium. TikTok as an interactive learning media is expected to help students understand and accept the learning process carried out by educators. Through TikTok, educators can easily create interactive learning, so that it can be adapted to the environment, situation, and condition of students. Not only a few TikTok users take advantage of this platform, one of which is the owner of @Chinese_server account -- a content creator who is involved in teaching Chinese culture and history on his TikTok account. This makes the author wants to know more about the use of the TikTok application as

a medium for learning Chinese culture and history by @Chinese_server account. The research method that the author uses is qualitative with a case study approach. The author will conduct interviews by asking questions to the informant to provide answers to these questions.

Keywords: *Usage; TikTok Application; Learning Media; Chinese Culture and History*

1. PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2020, dunia dikejutkan dengan adanya *COVID-19 (Coronavirus Disease-19)*. Dampak yang ditimbulkan oleh *COVID-19* ini sangat besar dan berpengaruh terhadap aktivitas sehari-hari khususnya dalam dunia pendidikan di seluruh dunia, salah satunya di Indonesia. Hal ini secara tidak langsung mengubah sistem pembelajaran di Indonesia yang semula dilakukan secara tatap muka menjadi sistem pembelajaran daring atau *online*. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan perubahan pada kehidupan masyarakat. Terlebih dengan kebutuhan internet yang terus meningkat sebagai sarana untuk pertukaran dan penyebaran informasi. Apabila dilihat dari hasil survei APJIII, pengguna internet di Indonesia 2019-2020 berjumlah 73,7%, naik dari 64,8% dari tahun 2018 (*Republika.co.id*). Jumlah pengguna internet di Indonesia tergolong tinggi, begitu pula dengan media sosial. Ada banyak aplikasi media sosial yang digemari dan setiap aplikasi memiliki fasilitas serta kriteria yang berbeda-beda, salah satunya adalah media sosial TikTok. TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan *platform* video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016.

Aplikasi TikTok adalah aplikasi yang dibuat oleh perusahaan asal Tiongkok, *ByteDance* tersebut dapat memberdayakan pemikiran kreatif, dalam berkreasi bagi para *online content creators* di seluruh dunia, terutama Indonesia sebagai salah satu pengguna internet terbesar di dunia (*ekspose.id*). Maraknya penggunaan aplikasi TikTok di kalangan masyarakat khususnya remaja menjadikan aplikasi ini sebagai media sosial yang sangat populer belakangan ini. Seperti yang tertuang dari hasil riset aplikasi *Sensor Tower*, yang menobatkan TikTok sebagai aplikasi terlaris dengan total unduhan lebih dari 63,3 juta di perangkat *iOs* maupun *Android*. Menurut *Sensor Tower*, negara yang paling banyak mengunduh aplikasi ini adalah Indonesia yang menyumbang 11% dari total unduhan TikTok (*kompas.com*).

TikTok menjadi *platform* yang berpotensi sebagai media pembelajaran di Indonesia. Terlebih, saat ini pemerintah menerapkan sistem Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ) selama pandemi *COVID-19*. Maka dari itu TikTok memiliki peluang sebagai sarana edukasi yang sangat terbuka lebar. Bahkan, pihak TikTok sendiri sudah berkolaborasi dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI (Kemendikbud) dalam memajukan kecerdasan bangsa Indonesia melalui program #SamaSamaBelajar (*minews.id*). Hal ini menyebabkan tidak sedikit yang akhirnya mengagumi video-video TikTok terutama video edukasi yang salah satunya diunggah oleh Randy Zanuvar, salah satu *content creator* yang membuat konten edukasi tentang budaya dan sejarah Tiongkok di akun TikTiknya. Dapat kita lihat bahwa karakter masyarakat Indonesia yang sosial dan senang berbagi, maka media sosial menjadi medium komunikasi yang sangat representatif. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian penggunaan aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran budaya dan sejarah Tiongkok oleh akun *@Chinese_server*, khususnya dalam pembelajaran budaya dan sejarah yang biasanya kurang diminati oleh peserta didik karena dianggap susah dan membosankan. Menurut penulis, aplikasi TikTok bisa digunakan sebagai media edukasi. Peserta didik mampu mempelajari materi dengan sajian audio visual yang menarik berdurasi singkat. Saat memberikan materi pembelajaran baiknya pendidik menyampaikan dengan video yang menyenangkan dan dipadukan dengan materi pembelajaran sehingga dapat menciptakan sebuah karya yang dapat membantu dalam proses pembelajaran.

2. METODE PENELITIAN

Penulis melaksanakan penelitian pada bulan November 2021 hingga bulan Juli 2021. Subyek penelitian penulis adalah Randy Zanuvar yaitu seorang *content creator* yang memiliki lebih dari seratus ribu pengikut, dimana video yang diunggah yaitu tentang budaya dan sejarah Tiongkok di akun TikTiknya, @*Chinese_server*. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa pedoman wawancara, karena dalam proses pengumpulan data menekankan pada wawancara mendalam terhadap narasumber melalui *Zoom Meeting* dan mengumpulkan data pendukung lainnya seperti gambar melalui aplikasi TikTok. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Metode Kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus. Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alami dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2014: 6). Penelitian ini difokuskan pada suatu kasus tertentu yaitu bagaimana penggunaan aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran budaya dan sejarah Tiongkok oleh akun @*Chinese_server*. Dalam studi kasus ini peneliti juga mengumpulkan data mengenai diri subyek penelitian. Peneliti melakukan studi kasus dengan landasan teori sebagai acuan ketika akan menggali suatu hal yang berkaitan dengan subyek.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Profil Subyek Penelitian

Nama : Randy Zanuvar
Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 18 Januari 1994
Agama : Islam
Usia : 27 tahun
Jenis kelamin : Laki-laki
Pendidikan : Universitas Padjadjaran, Bandung
Alamat rumah : Bekasi
Sumber informasi : Subyek

2) Asal Mula Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Budaya dan Sejarah Tiongkok

Penggunaan aplikasi yang dilakukan oleh Randy merupakan hal yang baru di pertengahan tahun 2020, yaitu pada bulan April 2020. Randy memilih TikTok bagi seorang *content creator* karena sebagai pengguna aplikasi TikTok khususnya *content creator* dapat lebih mudah mendapatkan *exposure* (ruang pemasaran) dibandingkan dengan aplikasi lainnya, karena distribusi video telah diatur oleh algoritma TikTok. Juga adanya faktor keberuntungan bagi para *content creator* dalam mendapatkan jumlah audience yang banyak, maka pengguna bisa mendapatkan kesempatan untuk mendapatkan views, followers, likes, dan comments dalam waktu yang singkat. Randy memilih topik budaya dan sejarah Tiongkok karena dirasa masih sangat sedikit orang yang membahas tentang budaya dan sejarah Tiongkok, oleh sebab itu Randy ingin membantu menyebarkan hal yang berguna bagi masyarakat, yaitu ilmu yang dimilikinya, tentunya juga menjadi suatu kebanggaan dan kebahagiaan tersendiri bagi Randy untuk dapat membantu banyak orang.

3) Penggunaan Fitur-fitur TikTok

Randy biasanya menggunakan fitur *Special Effects* “*My Background*” yaitu menampilkan orang yang berbicara sekaligus gambar yang dipilih sebagai latar belakang. Randy mendapatkan gambar-gambar tersebut dari *Pinterest* atau *Google*. *Special effects* “*My Background*” digunakan untuk menjelaskan konten dengan gambar yang menunjang topik tanpa menghilangkan video orang yang berbicara, tentunya hal ini akan memperjelas dan

mempermudah para *content creator* dalam menjelaskan materi sekaligus untuk menarik perhatian penonton.



Gambar 1.

Tangkapan Layar TikTok @Chinese_server Menggunakan *Special Effects: My Background* dan *3D Veil*

4) Pembuatan Video

Randy tidak memiliki persiapan khusus dalam mengunggah *sebuah* video, biasanya dilakukan secara spontanitas. Terkadang Randy memilih *comment* yang menarik untuk dibahas, yang dapat mengundang minat penonton, lalu menggunakan fitur balas melalui video dan disimpan ke dalam *draft* terlebih dahulu untuk tahap *editing*, serta mengumpulkan sumber informasi serta gambar-gambar yang mendukung konten. Sebelum merekam video, Randy biasanya juga mengingat kembali informasi-informasi yang ingin disampaikan dalam videonya. Randy menghabiskan waktu kurang lebih 1(satu) hingga 2(dua) jam untuk membuat sebuah video yang berdurasi kurang lebih 40 hingga 60 detik.

5) Hal yang Membedakan Konten Milik Randy dengan *Content Creator* Lainnya

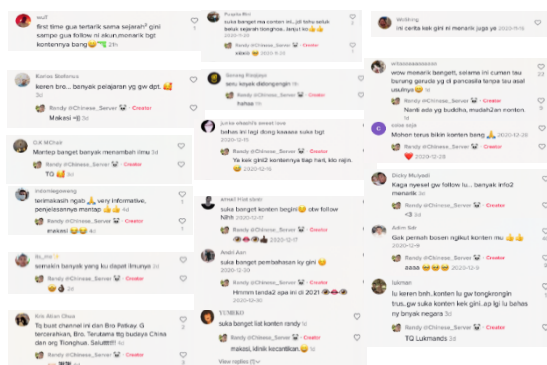
Agar video pembelajaran lebih menarik, Randy menambahkan unsur humor dalam videonya. Dengan adanya unsur humor, itu bisa menjadi ciri khas dari video Randy sehingga berbeda dengan *content creator* lainnya. Randy juga menggunakan gambar-gambar yang menarik, terkadang membuat gimik-gimik, dan memilih topik yang unik sehingga dapat memancing perhatian para penonton. Cara Randy menyampaikan materi tidak seperti ceramah dan tidak mengerucut pada agama tertentu saja. Informasi yang dibahas oleh Randy adalah tentang informasi umum, sedangkan *content creator* lainnya banyak yang membahas tentang agama.

6) Penggunaan *Hashtag*

Penggunaan *hashtag* merupakan salah satu strategi *content creator* untuk meningkatkan *engagement* (interaksi) dengan followersnya. Sebagaimana dalam *BigCommerce.com* bahwa strategi *engagement* dan kampanye dalam media sosial yaitu salah satunya dengan menggunakan *hashtag* populer. Berikut adalah *hashtag* TikTok yang biasanya digunakan oleh Randy dalam setiap videonya: #lapakmandarin, #Mandarin, #Chinese, #China, #Culture, #Budaya, #History, #Sejarah, dan #fyp.

7) Respon Penonton

Sebagian besar respon dari penonton video Randy adalah positif.



Gambar 2.
Tangkapan Layar Kolom Komentar TikTok @Chinese_server

Dapat kita ketahui bahwa video milik Randy mengundang antusias para penonton terbukti dari banyaknya jumlah *views* dan komentar positif penonton di kolom komentar. Banyak penonton video Randy yang merasa termotivasi dan diuntungkan dengan menonton video tersebut karena mendapatkan ilmu yang sebelumnya belum pernah didapatkan mengenai budaya dan sejarah Tiongkok.

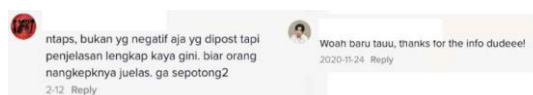


Gambar 3.
Tangkapan Layar Jumlah Views Video @Chinese_server

8) Karakteristik Penonton

Randy sendiri mengetahui beberapa karakteristik dari penontonnya dan menyebutkan bahwa penonton video akun @Chinese_server dapat dibagi menjadi empat, yaitu:

1. Penonton yang senang dengan konten, yang cenderung memberikan komentar positif.
2. Penonton biasa ataupun *content creator* lain yang meluruskan penjelasan Randy atau memberikan tambahan wawasan tentang topik yang dibahas.
3. Penonton yang cenderung menyimpang, sengaja ingin menjatuhkan orang lain atau biasanya disebut dengan *haters*.
4. Penonton yang tidak menyambung dengan pembahasan.



Gambar 4.
Tangkapan Layar Kolom Komentar @Chinese_server, Karakteristik Penonton 1 (satu)

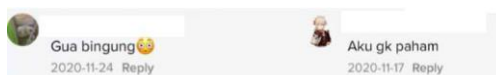
9) **Followers dan Engagement**

Adapun Randy mendefinisikan followers. Followers adalah orang yang mengikuti seseorang karena menyukai konten tersebut dan sesuai dengan minatnya. Followers tentunya memegang peranan yang penting dalam keberhasilan Randy, meskipun bukan merupakan patokan utama untuk dapat masuk ke beranda utama TikTok atau biasa disebut dengan fyp (for you page), patokan utamanya adalah engagement.



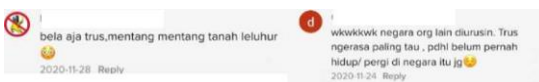
Gambar 5.

Tangkapan Layar Kolom Komentar @Chinese_server, Karakteristik Penonton 2 (dua)



Gambar 6.

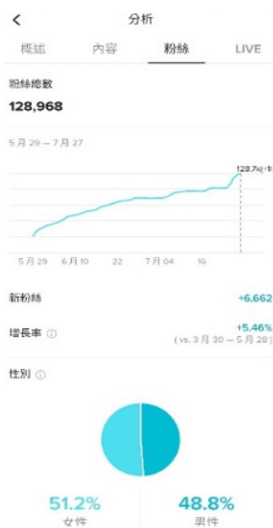
Tangkapan Layar Kolom Komentar @Chinese_server, Karakteristik Penonton 3 (tiga)



Gambar 7.

Tangkapan Layar Kolom Komentar @Chinese_server, Karakteristik Penonton 4 (empat)

Dapat dilihat bahwa jumlah followers Randy pada 29 Mei 2021 hingga 27 Juli 2021 mengalami peningkatan sebesar 5,46% dari sebelumnya, 30 Maret 2021 hingga 28 Mei 2021. Followers Randy bertambah sebanyak 6,662 followers. Hal ini menunjukkan bahwa tidak sedikit orang yang mengaggumi konten Randy dan peminat topik tentang budaya dan sejarah Tiongkok kini makin bertambah. Engagement dengan penonton juga memiliki peran yang tidak kalah pentingnya. Semakin banyak followers dan engagement yang kita miliki, semakin banyak peluang video kita akan ditonton, dilike, dicomment, dan juga dishare oleh pengguna lainnya. Jika memiliki banyak followers maka jangkauan promosi sebuah bisnis atau akun pastinya akan semakin luas dan tentunya akan dianggap sebagai orang yang berpengaruh (influencer) bagi para penonton. Disamping itu, jumlah followers juga merupakan badge of honor bagi seorang content creator, meskipun tidak ada korelasinya dengan jumlah views. Menurut Randy akun yang memiliki followers banyak namun viewers sedikit dapat dianggap flop, yaitu gagal, jika followers dan views seimbang maka dapat dikatakan akun tersebut sukses.



Gambar 8.
Tangkapan Layar *Analytics* Akun TikTok @*Chinese_server*

10) Tantangan

Salah satu tantangan yang sering dihadapi oleh seorang content creator seperti Randy adalah mendapatkan jumlah views yang sedikit meskipun sudah konsisten membuat konten, namun dalam beberapa video, jumlah viewers yang didapat tidak juga mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan peminat kebudayaan Tiongkok masih tergolong rendah maka dari itu membutuhkan waktu yang lama untuk dapat mengumpulkan penggemar dan membuat sebuah fanbase. Disamping itu juga terdapat peraturan maupun pembatasan konten oleh TikTok, sehingga content creator perlu lebih berhati-hati dalam membuat video. Content creator harus berhati-hati dalam mengunggah video, dari segi konten, tutur bahasa, dan lain-lain agar tidak dianggap sebagai violation (pelanggaran).

11) Kelebihan dan Kekurangan TikTok

Randy menjelaskan kelebihan dan kekurangan aplikasi TikTok. Lebih mudah bagi *content creator* untuk mendapatkan *exposure* dari TikTok dengan masuk ke halaman fyp (*for you page*) karena sistem distribusi video telah diatur oleh algoritma TikTok itu sendiri. Fasilitas-fasilitas yang disediakan sangat memudahkan pengguna untuk berkreasi, juga terdapat banyak fitur-fitur menarik yang dapat digunakan. Namun, di dalam TikTok, tidak terdapat insentif bagi *content creator*. Sementara itu, penghasilan yang didapatkan di TikTok bisa berupa *endorsement* dari *brand*. Dengan durasi video yang pendek, penonton dapat cukup memahami materi, namun sudah mencakup seluruh informasi, dibandingkan dengan video durasi panjang yang cenderung membosankan. Tidak menutup kemungkinan bagi penonton untuk mencari tahu lebih lanjut tentang informasi yang ingin ditelusuri.

12) Hal yang Harus Diperhatikan Sebagai Content Creator

Randy menjelaskan bahwa jika ingin menjadi seseorang yang berpengaruh bagi orang lain, contohnya menjadi seorang content creator TikTok, tentunya akan sering menghadapi suatu tantangan atau kesulitan. Maka dari itu, harus memiliki mental baja. Segala sesuatu yang dibagikan ke dalam media sosial akan sangat mudah tersebar dan dipahami sebagai wawasan baru. Oleh karena itu, penting bagi pembuat video untuk menyajikan konten positif dan kreatif yang mengedukasi dan menginspirasi sebagai referensi untuk banyak orang. Mengajar khususnya di aplikasi Tiktok bukanlah sumber uang. Sebagai pembuat konten, harus memastikan bahwa sumber yang disalurkan itu benar dan terpercaya karena sebagai edukator harus dapat mempertanggung jawabkan apa yang telah diucapkan. Pendidik maupun peserta

didik tidak hanya memanfaatkan aplikasi Tiktok saja, namun juga dapat didukung dengan aplikasi lainnya. TikTok adalah salah satu platform yang baik untuk meningkatkan popularitas terlebih dahulu agar lebih dikenal oleh banyak orang.

Dari penjelasan di atas, dapat kita ketahui bahwa aplikasi TikTok merupakan salah satu aplikasi yang memudahkan pengguna untuk berkreasi. Video TikTok dapat disimpan dan diunduh oleh pengguna lainnya selama pengunggah video membuka akses bagi seluruh orang untuk mengunduhnya. Dimana menurut Daryanto (2016:7) bahwa fungsi dari media pembelajaran secara umum adalah yang pertama, untuk memperkuat kemampuan fiksatif. Kedua, untuk memperkuat kemampuan manipulatif. Video dalam TikTok dapat ditonton kembali, disimpan, dan diunduh oleh pengguna. Maka dari itu, pengguna dapat memutar kembali video sesuai dengan kebutuhan. Ketiga, untuk memperkuat kemampuan distributif. Video-video dalam TikTok mampu menjangkau jumlah audience yang besar karena distribusi video telah diatur oleh TikTok sendiri dan jika beruntung, video-video yang sebelumnya telah diunggah dapat kembali tampil di fyp sehingga dapat menjangkau jumlah views yang lebih banyak. hal ini menjadi keuntungan bagi setiap content creator karena dari sanalah followers dan viewers akan bertambah.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa TikTok adalah salah satu aplikasi media sosial yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia, terutama bagi generasi Z. Randy Zanuar, pemilik akun @Chinese_server adalah salah satu content creator yang menggunakan aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran khususnya dalam pembelajaran budaya dan sejarah Tiongkok. Randy memilih TikTok karena dapat lebih mudah mendapatkan exposure (ruang pemasaran) dan adanya faktor keberuntungan dalam mendapatkan jumlah audience yang banyak. Tujuan Randy membahas tentang budaya dan sejarah Tiongkok adalah untuk memasyarakatkan bahasa, budaya, dan sejarah Tiongkok di Indonesia. Agar video pembelajaran lebih menarik, Randy menambahkan unsur humor dan menggunakan gambar-gambar yang menarik, terkadang membuat gimik-gimik, dan memilih topik yang unik sehingga dapat memancing perhatian penonton, serta menggunakan fitur-fitur dari TikTok seperti musik, special effects dan lain-lain. Hashtag yang biasanya digunakan adalah #lapakmandarin, #Mandarin, #Chinese, #China, #Culture, #Budaya, #History, #Sejarah, dan #fyp. Cara penyampaian materi yang dilakukan Randy tidak seperti ceramah dan tidak mengerucut pada agama tertentu saja. Karena video-videonya yang unik dan menarik, video Randy mengundang antusias para penonton terbukti dari banyaknya jumlah followers, views, dan respon positif penonton di kolom komentar. Followers dan engagement memiliki peran yang penting bagi keberhasilan content creator seperti Randy, karena jika memiliki banyak followers maka jangkauan promosi sebuah bisnis atau akun pastinya akan semakin luas dan tentunya akan dianggap sebagai orang yang berpengaruh (influencer) bagi para penonton. Semakin tinggi engagement yang kita miliki, maka semakin tinggi peluang video kita akan masuk fyp.

Sebagai seorang content creator tentunya harus memiliki mental baja, karena terdapat banyak tantangan dan risiko yang harus dihadapi. Mengikuti pedoman komunitas TikTok juga merupakan hal penting agar tidak terkena pelanggaran. Oleh karena itu, penting bagi pembuat video untuk menyajikan konten positif dan kreatif yang mengedukasi dan menginspirasi. Mengajar khususnya di aplikasi TikTok bukanlah sumber uang, karena tidak terdapat insentif bagi content creator kecuali dalam bentuk endorsement dari brand. Sebagai pembuat konten, harus memastikan bahwa sumber yang disalurkan itu benar dan terpercaya.

Dilihat dari hasil analitik followers Randy, dapat diketahui bahwa sebenarnya peminat budaya dan sejarah Tiongkok kini semakin bertambah, diketahui dari hasil peningkatan jumlah followers akun @Chinese_server sejak 29 Mei 2021 hingga 27 Juli 2021 yaitu sebesar 5,46%. Dimana yang dinamakan followers dalam Oxford Learners Dictionaries adalah seseorang yang

mendukung dan mengagumi orang tertentu atau sekumpulan ide, sangat tertarik dengan aktivitas tersebut dan mengikuti hal yang terbaru, yang melakukan sesuatu setelah orang lain melakukannya terlebih dahulu, dan yang memilih untuk secara teratur menerima pesan seseorang menggunakan layanan media sosial.

Pengajaran budaya dan sejarah Tiongkok menggunakan TikTok menjadi menyenangkan karena fasilitas TikTok sangat variatif dan bisa dipilih sesuai dengan keinginan pengguna. TikTok juga dapat merangsang ide pendidik dan meningkatkan kreativitas pendidik dalam proses belajar mengajar, sehingga pembelajaran menjadi lebih menarik dan meningkatkan rangsangan positif siswa untuk belajar. Dengan itu, TikTok dapat menjadi wadah bagi siapapun untuk belajar, berkreasi, dan meningkatkan popularitas.

Daftar Pustaka

- Asyhar, Rayandra. (2012). *Kreatif Mengembangkan Media Pembelajaran*. Jakarta: Referensi Jakarta
- Azhar, Arshayd. (2011). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Azhar, Arshayd. (2013). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Press
- Arsyad, Azhar. (2016). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Daryanto. (2016). *Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Gava Media
- Kustandi, C. (2011). *Media Pembelajaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Kustandi, Cecep dan Sutjipto, Bambang. (2013). *Media Pembelajaran Manual dan Digital Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Moleong, Lexy J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Rusman. (2013). *Seri Manajemen Sekolah Bermutu Model-Model Pembelajaran Mengembangkan Profesionalisme Guru*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sudjana, N, Rivai, A. (2010). *Media Pengajaran*. Bandung: Sinar Baru Algensindo
- Bigcommerce. What Is 'Following' And What Does It Mean On Social Media?.* Diakses pada 22 Februari 2021 melalui <https://www.bigcommerce.com/ecommerce-answers/what-is-following/>
- Bohang, Fatimah Kartini. (2018, 5 Juli). *TikTok Punya 10 Juta Pengguna Aktif di Indonesia*. Diakses pada 28 Januari 2021 melalui <https://tekno.kompas.com/read/2018/07/05/09531027/tik-tok-punya-10-juta-pengguna-aktif-di-indonesia>
- Budiansyah, Arif. (2020, 21 Februari). *Deretan Fitur TikTok Yang Wajib Kamu Coba, Simak Nih!*. Diakses pada 2 April 2021 melalui <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200221163748-37-139654/deretan-fitur-tiktok-yang-wajib-kamu-coba-simak-nih>
- Dwinanda, Reiny. (2020, 9 November). *Survei APJII: 73 Persen Masyarakat Terhubung Internet*. Diakses pada 28 Januari 2021 melalui <https://republika.co.id/berita/qjj67h414/survei-apjii-73-persen-masyarakat-terhubung-internet>
- Kusuma, Wahyunanda. (2020, 25 Februari). *Di Balik Fenomena Ramainya TikTok di Indonesia*. Diakses pada 14 Januari 2021 melalui <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/25/11180077/di-balik-fenomena-ramainya-tiktok-di-indonesia>
- One. (2020, 25 Desember). *Bisakah TikTok Digunakan Sebagai Media Pembelajaran*. Diakses pada 10 Februari 2021 melalui <https://www.minews.id/cuitan-mi/bisakah-tiktok-digunakan-sebagai-media-pembelajaran>

- Oxford Learner's Dictionaries*. (2021). *Follower*. Diakses pada 8 Juli 2021, dari <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/follower?q=follower>.
- Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. (2020, 11 September). *Indonesia Sumbang Angka Unduhan TikTok Terbanyak di Dunia*. Diakses pada 27 Juli 2021 melalui <https://tekno.kompas.com/read/2020/09/11/15010037/indonesia-sumbang-angka-unduhantiktok-terbanyak-di-dunia>
- Rahmawati. (2021, 22 Maret). *TikTok, Jaringan Sosial dan Platform Video Musik Tiongkok*. Diakses pada 3 Agustus 2021 melalui <https://ekspose.id/tik-tok-jaringan-sosial-dan-platform-video-musik-tiongkok/>