



Gender dan Perilaku Sosial Mahasiswa: TikTok sebagai Tren Kekinian, Braggadocian Behavior hingga Hiperrealitas dan pengaruhnya terhadap Perilaku Mahasiswa di Kampus IKIP 'SLW'

Reza Pahlevi ¹, Prio Utomo ²

Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Siliwangi, Indonesia
Jl. Terusan Jend. Sudirman No.3, Baros, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi, Jawa Barat 40521, Indonesia

Info Artikel: Diterima: 31 Mei 2024; Disetujui: 23 Juni 2024; Dipublikasikan: 28 Juni 2024

Keywords	Abstract
Braggadocian Behavior; Gender; Hyperreality; Tiktok; Behavior, Student	<i>The presence of TikTok has created a mirage phenomenon for students, namely as a current trend, braggadocian behavior, and hyperreality, students use TikTok just for fun and seeking popularity such as style, fashion, and lifestyle. This study aims to uncover the impact and influence of TikTok on student behavior. This study uses qualitative research methods with variants of empirical phenomenological analysis to reveal the impact and influence of TikTok on student behavior. This research was carried out in 2021, the research subjects were students and active TikTok users. The results of the study revealed that the presence of TikTok among students had an impact and influence on student behavior, including (1) contemporary lifestyle; (2) narcissistic behavior; (3) addictive behavior; (4) consumptive lifestyle; (5) personal branding; (6) braggadocian behavior; (7) hyperreality. The conclusion of the study shows that the impact and influence of TikTok have resulted in changes in student behavior, namely maladaptive behavior. The results of this study contribute as an enrichment and reference material (novelty) related to the impact and influence of TikTok on student behavior.</i>

Kata Kunci	Abstrak
Braggadocian Behavior; Gender; Hiperrealitas; Tiktok; Perilaku, Mahasiswa	Kehadiran Tiktok telah menciptakan fenomena fatamorgana bagi mahasiswa yaitu sebagai tren kekinian, braggadocian behavior dan hiperrealitas, mahasiswa menggunakan Tiktok hanya untuk bersenang-senang dan mencari popularitas seperti style, fashion, dan gaya hidup. Tujuan penelitian ini untuk mengungkap dampak dan pengaruh Tiktok terhadap perilaku mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode riset kualitatif dengan varian analisis fenomenologi empiris untuk mengungkap dampak dan pengaruh Tiktok terhadap perilaku mahasiswa. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2021, subjek penelitian yaitu mahasiswa dan aktif pengguna Tiktok. Hasil penelitian mengungkap bahwa kehadiran Tiktok di kalangan mahasiswa telah memberikan dampak dan pengaruh terhadap perilaku mahasiswa antara lain (1) gaya hidup kekinian; (2) perilaku narsistik; (3) perilaku adiktif; (4) gaya hidup konsumtif; (5) personal branding; (6) braggadocian behavior; (7) hiperrealitas. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa dampak dan pengaruh Tiktok telah mengakibatkan pada perubahan perilaku mahasiswa yaitu perilaku maladaptif. Hasil penelitian ini berkontribusi sebagai bahan pengayaan dan acuan (novelty) terkait dampak dan pengaruh Tiktok terhadap perilaku mahasiswa.

* **Correspondence Penulis:** Prio Utomo [✉ prio.utomo@ikipsiliwangi.ac.id](mailto:prio.utomo@ikipsiliwangi.ac.id)
Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Siliwangi, Indonesia

How to Cite (APA Style):

Pahlevi, R., & Utomo, P. (2024). Gender dan Perilaku Sosial Mahasiswa: TikTok sebagai Tren Kekinian, Braggadocian Behavior hingga Hiperrealitas dan pengaruhnya terhadap Perilaku Mahasiswa di Kampus IKIP 'SLW'. *Jurnal Hawa: Studi Pengarus Utama Gender dan Anak*, 6(1), 25-33. <https://ejournal.uinfabengkulu.ac.id/index.php/hawa/article/view/4043>



PENDAHULUAN

Pada bulan Juli tahun 2018, masyarakat sempat dihebohkan oleh seorang remaja berusia 13 tahun yang sempat viral menjadi Seleb TikTok dengan akun bernama prabowo118 atau disebut Bowo Alpenliebe. Begitu populernya, ia memiliki lebih dari 700 ribu fans di akun Tiktok miliknya. Setiap satu konten video TikTok yang ia buat mendapat tanda suka lebih dari 6 juta. Puncaknya, ia sempat rival saat mengadakan acara *meet and greet* dengan biaya tiket sebesar Rp. 80.000-100.00. Begitu populernya Bowo Alpenliebe sebagai seleb TikTok tentunya juga tidak lepas dari pro dan kontra dari masyarakat, salah satunya adalah kritikan dan bully dari Nitizen atas konten-konten TikTok-nya dianggap alay.

Kepopuleran TikTok telah memberikan pengaruh dan menjadi budaya konsumtif bagi remaja, Instazood.Com melaporkan bahwa sebagian besar pengguna TikTok adalah Generasi Z, sebanyak 8,2 juta pengguna TikTok adalah perempuan dan laki-laki sebesar 6,1 juta. Sementara Omnicoreagency.Com mencatat bahwa sebanyak 41% pengguna Tiktok adalah remaja dengan rentan usia 16-24 tahun. Namun, kepopuleran aplikasi TikTok saat ini tidak lagi membawa dampak positif (mendidik) bagi kalangan remaja dan banyak mengandung konten yang tidak wajar (negatif). Puncaknya, pada tanggal 3-10 Juli 2018, Pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika resmi memblokir sementara aplikasi TikTok, pemblokiran tersebut dilakukan setelah mendapat 2.853 laporan dari masyarakat yang menganggap TikTok banyak menyajikan konten-konten negatif, terutama bagi remaja. Pelanggaran yang banyak dijumpai pada platform tersebut seperti konten *bullying*, asusila, pornografi, ujaran kebencian dan konten-konten negatif lainnya.

Fenomena sebagaimana diungkap di atas memberikan makna bahwa kehadiran TikTok telah menciptakan fenomena realitas pada perilaku mahasiswa, mereka awalnya membuat video *lipsync* hanya untuk hiburan, kesenangan dan kreativitas,

namun mereka justru terjebak pada pengaruhnya. Seperti saat ini remaja sering menampilkan konten TikTok yang tidak sesuai dengan kehidupan realitas, seperti perilaku narsistik, adiktif, gaya hidup konsumtif. Serta tingkah laku yang tidak etis seperti meniru gaya hidup orang lain yang berbeda, rela melakukan apapun agar mendapat banyak *like* melalui tingkah laku aneh (Batoebara, 2020), serta tidak peduli terhadap komentar orang (Rosdiana & Nurnazmi, 2021).

Tiktok merupakan platform media sosial yang diciptakan untuk pengembangan kreativitas dan pengetahuan dalam forensik digital (Prayogi et al., 2024). TikTok adalah platform video pendek dengan durasi 15-60 detik yang mana di dalamnya menyediakan berbagai macam *special effect* sehingga pengguna dapat melakukan performa beragam (gaya perilaku, nyanyian, perkataan, tarian, dance) yang dilengkapi *background* lagu dan adanya efek 3d serta filter wajah yang dapat menambah kesan unik dan menarik. Pengertian lain dikemukakan oleh (Buana & Maharani, 2020) mengatakan Tik Tok merupakan media sosial baru yang memberi wadah kepada para penggunanya untuk dapat berekspresi mengasah bakat melalui konten video (Suswandi & Utomo, 2023). TikTok dapat mengeksplor kreativitas dan bakat yang dimiliki misalnya seperti bernyanyi, dubbing, serta membuat konten-konten unik, kreatif dan positif (Kuen & Kuen, 2020).

Namun, perkembangan TikTok saat ini telah memberikan pengaruh pada entitas pada remaja berupa hiperrealitas, yaitu fenomena perilaku yang melebihi dari apa yang terjadi sesungguhnya. Hasil penelitian terdahulu oleh (Ilahin, 2022), (Rahmayani et al., 2021), (Adawiyah, 2020), (Ruth & Candraningrum, 2020), (Syamsudin & Sukmawati, 2021), (Agustyn, 2022), (Satriana, 2022) mengungkap temuan bahwa dampak negatif penggunaan TikTok telah mengarahkan siswa pada hiperrealitas, gaya hidup konsumtif, serta perilaku negatif seperti membuat konten-konten video tidak pantas diantaranya joget berlebihan,

pelecehan seksual, *bullying*, asusila, serta aksi-aksi lain yang tidak wajar. Hasil temuan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa dampak TikTok telah menciptakan perilaku candu (adiktif) pada remaja dan tanpa disadari mereka terjebak pada pengaruhnya seperti mengikuti atau meniru konten-konten yang seharusnya tidak layak untuk dilakukan (negatif).

Penyajian data lebih dalam juga diperoleh dari hasil studi lapangan (pra-penelitian) mengungkap bahwa perilaku candu (adiktif) TikTok pada mahasiswa terbentuk melalui tiga ritme. Pertama, tren kekinian, yaitu adanya persepsi bahwa TikTok sebagai kecenderungan (*trend*) jaman *now* (gaul) untuk diikuti. Kedua, *braggadocian behavior*, yaitu mencari kesenangan melalui perilaku narsis (selalu menyebarkan konten video). Ketiga, hiperrealitas, yaitu ekspektasi atau keinginan yang lebih terhadap potensi diri untuk dapat melampaui realitas yang ada dalam kehidupan sesungguhnya. Ketiga aspek tersebut mengarahkan pada perilaku candu TikTok pada mahasiswa yang kemudian memberikan pengaruh pada hiperrealitas.

Tujuan penelitian ini untuk mengungkap pengaruh TikTok terhadap perilaku mahasiswa. Fokus penelitian ini menitikberatkan pada fatamorgana (kenikmatan, dan hyperrealists) dalam dunia TikTok dan pengaruhnya (dampak) terhadap perilaku mahasiswa. Hasil temuan ini dapat dijadikan sebagai kebaruan (*novelty*) perihal pengaruh TikTok bagi perilaku mahasiswa ditinjau dari tren kekinian (jaman *now*), motif *braggadocian behavior* (perilaku candu) dan hiperrealitas TikTok. Hasil penelitian ini berkontribusi sebagai bahan pengayaan dan acuan (*novelty*) terkait dampak dan pengaruh TikTok terhadap perilaku mahasiswa.

METODE

Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe riset fenomenologi empiris. Studi fenomenologi digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan suatu fenomena secara natural (nyata) tanpa memanipulasi

data di dalamnya. Menurut Creswel, mengemukakan studi fenomenologi adalah sebuah metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengalaman sebuah fenomena individu dalam dunia sehari-hari (Eddles-Hirsch, 2015). Studi ini bertujuan untuk memahami dan menggambarkan sebuah fenomena spesifik yang mendalam dan diperolehnya esensi dari pengalaman hidup partisipan pada suatu fenomena (Yüksel & Yıldırım, 2015). *Realm* yang dikaji pada penelitian ini memfokuskan pada motif, ekspektasi dan pandangan subjek dalam menggunakan TikTok.

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kampus IKIP Siliwangi pada tahun 2023. Subjek penelitian mahasiswa berjumlah delapan orang dengan inisial DM, SM, YT, CA, DA, NK, NS dan AM. Pengambilan subjek melalui teknik *purposive sampling*.

Sumber data terdiri dari dua jenis (1) data primer, yaitu mahasiswa sebagai fokus sumber informasi utama; (2) data sekunder, yaitu aplikasi TikTok sebagai sumber informan pendukung. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara mendalam (*in depth interview*) dan *mobile phone* (aplikasi TikTok).

Validitas data melalui tiga langkah meliputi (1) triangulasi, membandingkan data atau metode berlainan (*interview*, dan pengamatan melalui *mobile phone*); (2) validasi intersubjektivitas, memaparkan dan menyajikan hasil interpretasi atau refleksi pada subjek; (3) *peer review*, menyajikan hasil pemaknaan dalam diskusi dengan orang luar (*peer review*) untuk dibandingkan dengan ketersetujuan subjek yang diteliti.

Analisis data menggunakan analisis fenomenologi empiris, analisis ini terdiri dari tiga tahap meliputi (1) *phenomenological reduction*, proses analisis ini berupa perangkuman (abstraksi) fakta-fakta empirik yang diresapi langsung di lapangan ke dalam sebuah makna; (2) *eiditic reduction*, proses analisis ini berupa mengarusutamakan esensi fenomena atas tafsiran yang diperoleh dan menyaja-

mpingkan fenomena/pengalaman subjek; (3) *transcendental reduction*, proses analisis ini berupa merefleksikan abstraksi esensi fenomena ke dalam hakekatnya (mengkonstruksi fenomena).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang terkumpul dan analisis data, hasil penelitian diperoleh hasil bahwa TikTok saat ini telah dijadikan sebagai tren kekinian, *braggadocian behavior* dan hiperrealitas mahasiswa. Hasil temuan mengungkap terdapat tujuh dampak dan pengaruh TikTok terhadap perilaku mahasiswa, ketujuh temuan penelitian dipaparkan berikut:

Pertama, gaya hidup kekinian. TikTok telah memberikan dampak dan pengaruh terhadap perilaku mahasiswa yaitu gaya hidup kekinian. Menurut informan SM mengemukakan "*TikTok adalah tempat Saya dalam mengekspresikan diri, jadi.. Saya harus mengikuti life style jaman now (SM, 18-09-2021)*", informan lain mengatakan "*Bermain TikTok sudah menjadi gaya hidup Saya karena TikTok sudah menjadi tren kekinian (AM, 17-09-2021)*". Sementara informan CA mengatakan "*Dengan bermain TikTok orang-orang bisa melihat gaya hidup Saya dan mereka bisa melihat Saya selalu eksis (CA, 19-09-2021)*". Hasil penelitian diperoleh temuan bahwa TikTok telah dijadikan fashion, model, trend dan sebagai gaya hidup kekinian oleh mahasiswa.

Kedua, perilaku narsistik. TikTok telah memberikan dampak dan pengaruh terhadap mahasiswa yaitu perilaku narsistik. Menurut informan DM mengemukakan "*Konten video yang saya posting di TikTok agar Saya dapat dipuji dan dikagumi bahwa Saya terlihat sangat luar biasa (DM, 17-09-2021)*", informan lain mengatakan "*Ya karna Saya percaya bahwa Saya spesial dan bangga akan potensi yang Saya miliki (CA, 18-09-2021)*", sementara informan NK mengatakan "*Saya ingin mendapatkan penghargaan dan pengakuan dari orang lain atas apa yang telah Saya tunjukkan (NK, 16-09-2021)*". Hasil penelitian diperoleh temuan bahwa TikTok telah mem-

berikan pengaruh perilaku narsistik, yaitu perilaku berlebihan terhadap dirinya sendiri seperti selfie, fantasi, kesenangan dan merasa dirinya sempurna.

Ketiga, perilaku adiktif. TikTok telah memberikan dampak dan pengaruh terhadap mahasiswa yaitu perilaku adiktif. Menurut informan NS mengemukakan "*Kalau satu hari tidak maen TikTok rasanya ada sesuatu yang kurang dari Saya (NS, 15-09-2021)*". Informan lain mengemukakan "*Bermain TikTok sangat menyenangkan dan membuat Saya ketagihan untuk selalu bermain TikTok setiap hari (YT, 16-09-2021)*", sementara informan DA mengemukakan "*TikTok sudah menjadi kebutuhan sehari-hari Saya, jadi setiap hari Saya harus membuat konten menarik untuk Saya posting (DA, 18-09-2021)*". Hasil penelitian diperoleh temuan bahwa penggunaan TikTok telah memberikan pengaruh pada perilaku adiktif yaitu ketergantungan dan dijadikan sebagai kebutuhan hidup.

Keempat, gaya hidup konsumtif. TikTok telah memberikan dampak dan pengaruh terhadap perilaku mahasiswa yaitu gaya hidup konsumtif. Menurut informan AM mengemukakan "*Setiap hari Saya harus membuat konten dan memposting di TikTok, setiap momen Saya selalu abadikan di TikTok (AM, 18-09-2019)*". Informan lain mengatakan "*TikTok telah menjadi prioritas dan sudah menjadi kebutuhan Saya, bermain TikTok sudah menjadi hobi Saya (NS, 15-09-2019)*". Sementara informan NK mengemukakan "*Bermain TikTok bagi Saya sudah menjadi gaya kekinian untuk dilakukan dan memberikan kepuasan terutama dalam mengekspresikan diri dalam kehidupan sehari-hari (NK, 16-09-2019)*". Hasil penelitian diperoleh temuan bahwa TikTok telah memberikan pengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa seperti *style*, *fashion*, dan gaya hidup berlebihan yang dijadikan sebagai kebutuhan hidup.

Kelima, *personal branding*. TikTok telah memberikan dampak dan pengaruh terhadap perilaku mahasiswa yaitu pembentukan *personal branding* meliputi kompetensi, standar dan gaya. Menurut informan DA mengemukakan "*Dengan bermain TikTok, Saya dapat memasarkan kemampuan Saya agar*

cepat rival dan terkenal (DA, 17-09-2021)". Informan lain mengatakan "Konten yang Saya buat dan posting di TikTok, tujuannya adalah untuk mendapatkan like dan pujian dari TikTokers (DA, 16-09-2021)". Sementara informan CA mengatakan "Saya ingin menjadi populer seperti Bowo, jadi Saya membuat konten video di TikTok semenarik mungkin dan berbaur unik (CA, 19-09-2021)". Hasil penelitian diperoleh temuan bahwa TikTok telah memberikan dampak dan pengaruh pada *personal branding*, yaitu keinginan mendapatkan pujian atau pengaguman dan popularitas.

Keenam, *braggadocian behavior*. TikTok telah memberikan dampak dan pengaruh terhadap perilaku mahasiswa yaitu aktif aktif menggunakan TikTok dengan gaya narsis, update konten status, sebar link agar dianggap keren. Menurut informan DM mengemukakan "Ya Saya merasa bangga saja bahwa Saya berbeda bisa melampaui orang lain sebagaimana seperti konten-konten video TikTok yang Saya posting (DM, 17-09-2021)". Informan lain mengatakan "Saya ingin memberitahukan ke orang lain bahwa Saya sudah melakukan sesuatu yang beda dimana mereka belum pernah. Dan itu merupakan hal yang keren bagi Saya (SM, 14-09-2021)". Sementara informan YT mengatakan "Saya ingin mendapat pujian, dikagumi dan tampil keren agar orang lain tertarik dengan Saya, untuk itu TikTok Saya harus memiliki keunikan (CA, 14-09-2021)". Hasil penelitian diperoleh temuan bahwa TikTok telah memberikan dampak dan pengaruh pada *braggadocian behavior*, yaitu perilaku yang suka pamer dan narsis menunjukkan siapa dia.

Ketujuh, hiperrealitas. TikTok telah memberikan dampak dan pengaruh pada hiperrealitas yaitu perilaku yang tidak sesuai dengan kenyataannya. Menurut informan DA mengemukakan "Saya hanya mencari popularitas dan biar bisa rival, jadi banyak konten-konten yang Saya buat tidak sesuai dengan kenyataannya (DA, 15-09-2021)". Informan lain mengatakan "Konten video di TikTok Saya hanyalah pencitraan saja biar Saya terlihat berbeda dan keren (NK, 14-09-2021)". Sementara informan

NS mengatakan "Semua konten video di TikTok hanyalah rekayasa dan Saya buat agar terlihat seperti nyata dan asli (AM, 14-09-2021). Hasil penelitian diperoleh temuan bahwa TikTok telah memberikan dampak dan pengaruh pada perilaku berlebihan dimana apa yang dilakukan mahasiswa tidak sesuai dengan realitas aslinya.

Pembahasan

Kehadiran TikTok telah menciptakan fenomena fatamorgana bagi mahasiswa yaitu sebagai tren kekinian, *braggadocian behavior* dan hiperrealitas, hal ini dapat dilihat dimana mereka eksis dan aktif menggunakan TikTok untuk bersenang-senang dan mencari popularitas seperti gaya narsis, posting konten video. Imbasnya, TikTok telah menciptakan hiperrealitas yaitu situasi atau kondisi yang melampaui realitas yang sebenarnya (*hyperreality*). Berdasarkan hasil penelitian, temuan mengungkap bahwa fenomena TikTok di kalangan mahasiswa telah memberikan dampak dan pengaruh terhadap perilaku mahasiswa antara lain:

Pertama, gaya hidup kekinian. Tiktok telah menjadi tren kekinian dan memberikan pengaruh terhadap perilaku mahasiswa, salah satunya adalah gaya hidup, mahasiswa lebih mengutamakan *fashion* dan menjadi bagian penting dari gaya, trend, dan penampilan kehidupan sehari-hari oleh mahasiswa. Begitupun pada mahasiswa IKIP Siliwangi mereka aktif menggunakan TikTok dengan menampilkan gaya hidup yang ingin terlihat *aesthetic* (seni) dan ingin sekali terlihat kekinian seperti gaya hidup seleb TikTokers yang menjadi idolanya dengan gaya *aesthetic* seperti dalam hal penampilan *fashion* dan gaya hidup yang mengarah pada kekinian.

Tren kekinian yang mengarah pada gaya hidup merupakan bentuk mengaplikasikan dari model atau gaya yang tengah digandrungi atau *booming*, begitupun trend kekinian identik menghasilkan model atau gaya terbaru yang memberikan pengaruh pada mahasiswa untuk mengikutinya. Disamping itu, penggunaan TikTok utamanya

mencari kepuasan untuk mengikuti gaya hidup dan *fashion* seperti idolanya dengan cara mengubah penampilannya untuk terlihat dewasa dan agar dapat populer seperti idolanya (Maharani et al., 2022). Akibatnya, kehadiran tikTok telah mengarah pada gaya hidup mahasiswa yang tidak pada tempatnya seperti perilaku mahasiswa dalam menggunakan (memposting video) TikTok yang tidak pantas dan cenderung berlebihan.

Kedua, perilaku narsistik. TikTok telah memberikan pengaruh pada perilaku narsistik, hal ini dapat dilihat konten-konten video TikTok yang dibuat dan diunggah mahasiswa IKIP Siliwangi cenderung pada perilaku narsis. Narsistik merupakan perilaku yang menekankan pada membanggakan diri sendiri, dimana mereka selalu memperhatikan diri secara berlebihan terhadap dirinya sendiri seperti selfie, fantasi, kesenangan dan merasa dirinya sempurna. Perilaku narsistik pada mahasiswa berpusat pada dirinya dan mereka selalu beranggapan bahwa dirinya sempurna (*self-congratulatory*).

Narsistik adalah kecenderungan perilaku yang mengarahkan seseorang pada *style, fashion*, dan gaya hidup yang berlebihan, selalu berupaya mendapatkan pengakuan (dipuji dan dikagumi) orang lain serta merasa dirinya hebat dan sempurna. Narsistik merupakan pola kepribadian yang mana di dalamnya didominasi oleh perasaan dirinya merasa hebat, senang dipuji dan dikagumi, mereka memiliki perasaan yang begitu kuat bahwasanya mereka adalah orang yang memiliki keunggulan dalam hal *style, fashion*, dan gaya hidup (Putri & Isrofins, 2021). Orang-orang dengan perilaku narsistik mereka senang sekali menyombongkan diri, memandang dirinya dengan cara berlebihan dan memiliki tujuan utama yaitu berharap orang lain memberikan pujian terhadap dirinya (D. P. Sari, 2021). Perilaku narsistik disebut juga dengan istilah *narcissistic personality disorder*, gangguan ini terjadi akibat adanya perilaku yang secara berlebihan dalam memandang keunikan dan kelebihan pada dirinya dan tersebut mem-

berikan dampak pada fantasi berlebihan (*grandiose fantasy*). Kecenderungan narsistik adalah kepribadian gangguan di mana seseorang memiliki rasa kepentingan diri yang berlebihan dan kebutuhan berlebihan (Rahayu & Hamidah, 2022). Dilihat dari karakteristiknya, perilaku narsistik memiliki ciri khas meliputi (1) perasaan berlebihan; (2) penuh fantasi; (3) merasa spesial; (4) ingin dipuji dan dikagumi; (5) senang mengeksplor hubungan interpersonal; (6) kecenderungan pada perasaan iri; (7) sombong, arogan dan angkuh.

Ketiga, perilaku adiktif. TikTok telah memberikan pengaruh pada perilaku adiktif di kalangan mahasiswa IKIP Siliwangi, mahasiswa menjadi candu (ketergantungan) menggunakan TikTok. Perilaku adiktif tersebut membuat mahasiswa merasa terikat dan membawa mereka pada perilaku diluar nalar kesadaran dalam menggunakan TikTok, mereka terus-menerus secara keberlanjutan menggunakan TikTok untuk kesenangan dan kebutuhan diri, kondisi inilah mengarahkan mahasiswa pada ketergantungan dan telah dijadikan sebagai kebutuhan hidup.

Perilaku adiktif merupakan ketergantungan pada penggunaan *social media* yang mana dapat memberikan dampak pada penyakit kejiwaan seperti depresi, stres, serta gangguan emosional dan lainnya, untuk itu perlu dilakukan beberapa urgensi tentang perilaku adiktif (Rizal et al., 2020). Menurut Skinner, mengemukakan perilaku adiktif termasuk rumus perilaku yang mana reaksi atau tindakan seseorang terhadap pada stimulus, proses perilaku tersebut muncul adanya stimulus terhadap organisme yang kemudian organisme tersebut merespon (Gunawan, 2018). Perilaku adiktif juga dikategorikan pada perilaku ketergantungan yaitu senang pada pikiran maupun emosi yang berlebihan. Seseorang dengan perilaku adiktif dapat dikatakan sebagai keadaan yang membuatnya merasa terikat dan memiliki kecenderungan pada candu (ketergantungan). Adanya kecenderungan tersebut ia terbawa pada perilaku secara berulang-ulang dan memungkinkan untuk tidak bisa diting-

galkan. Perilaku adiktif dapat mempengaruhi pikiran kognitif dan bahkan memberikan pengaruh pada psikis dan penyakit mental seseorang. Perilaku adiktif pada seseorang selalu mengarahkan perasaan dimana mereka merasa bahwa dirinya tidak memenuhi standar ideal tersebut cenderung untuk mengalami ketidakpuasan pada tubuh yang dapat merusak kesejahteraan fisik dan psikologis mereka (Marizka et al., 2019).

Keempat, perilaku konsumtif. Tiktok telah memberikan dampak dan pengaruh pada perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa IKIP Siliwangi, hal ini dapat dilihat dimana dalam mengkonsumsi, memakai, dan menggunakan Tiktok secara berlebihan dan dijadikan sebagai prioritas oleh mahasiswa. Predikat perilaku konsumtif mahasiswa terhadap penggunaan Tiktok telah melekat hal ini dapat dilihat dari penggunaan Tiktok telah melebihi atau di luar kebutuhan yang rasional yaitu tidak berdasarkan faktor kebutuhan.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan atau tindakan pemakaian (mengkonsumsi) secara berlebihan dan di luar batas yang menyebabkan pemborosan. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang dapat dilihat apabila orang tersebut mengkonsumsi diluar kebutuhan dan pembelian tidak lagi didasarkan pada aspek kebutuhan (*need*) tetapi sudah pada aspek keinginan (*want*) (Nisak, 2022). Perilaku konsumtif merupakan perilaku berlebihan (konsumsi) dan lebih mengedepankan keinginan dari pada kebutuhan. Penggunaan Tiktok yang berlebihan telah menyebabkan mahasiswa untuk ber konsumsi secara irasional dan mereka memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif (Pohan et al., 2021), salah satu faktor yang mempengaruhi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yaitu ketika *style*, *fashion*, dan gaya hidup dianggap mampu menunjukkan status sosial. Perilaku konsumtif ditunjukkan mahasiswa dalam penggunaan Tiktok dianggap sebagai tren kekinian dimana memberikan kepuasan bagi dirinya.

Kelima, *personal branding*. Mahasiswa IKIP Siliwangi menggunakan Tiktok dengan alasan utamanya yaitu sebagai tren masa kini dan sarana untuk mengekspresikan diri yang bermuara pada *personal branding*. Mereka menggunakan dirinya sebagai merek atau disebut dengan *brand* melalui konten video Tiktok guna mendapatkan pujian atau pengaguman, ke semua itu dilakukan guna mendapatkan popularitas.

Personal branding merupakan suatu perilaku yang mana menggunakan dirinya atau kariernya sebagai merek (*brand*), memasarkan dirinya pada orang lain secara sistematis, sekaligus menarik persepsi publik secara aktif. Terdapat tiga aspek utama dalam pembentukan *personal branding* meliputi kompetensi, standar dan gaya. Ketiga aspek tersebut memberikan pengaruh besar terhadap pembentukan *personal branding*. Menurut Rampersad, terdapat dua alasan besar mengapa *personal branding* dapat berkembang menjadi sebuah tren, salah satunya adalah adanya perkembangan teknologi yang telah mengubah struktur karir saat ini (Sari, 2018). Pada pengembangan karir, *personal branding* menjadi cara yang efektif bagi seseorang untuk menunjukkan siapa dia (kemampuan dan keunikan).

Keenam, *braggadocian behavior*. Kehadiran Tiktok telah mengubah perilaku mahasiswa IKIP Siliwangi pada *braggadocian behavior* yaitu orang yang aktif menggunakan Tiktok dengan gaya narsis, update status, sebar link agar dianggap keren. Ke semua itu dilakukan mahasiswa dengan tujuan agar mereka mendapat pujian, dikagumi dan mendapat popularitas.

Braggadocian behavior berasal dari kata *braggart* mengandung arti yaitu pembual atau penyombong. Tipe orang ini memiliki karakteristik yaitu suka membanggakan diri dan berusaha memberitahukan ke orang lain bahwa dirinya melakukan sesuatu yang beda dengan lainnya atau dianggap keren. Perilaku ini seperti memposting foto dengan gaya narsis di tempat-tempat yang belum pernah dikunjungi orang lain, serta di

tempat-tempat lain yang tengah populer. *Braggadocian behavior* merupakan perilaku berlebihan dimana seseorang selalu eksis dan pamer akan keberadaan dirinya di suatu tempat yang belum pernah dikunjungi seseorang dengan cara posting foto atau video. *Braggadocian behavior* diartikan sebagai orang yang suka pamer atau dan selalu berupaya menunjukkan diri eksis agar diketahui orang lain melalui perilaku yang ditunjukkannya (Kuen & Kuen, 2020).

Ketujuh, hiperrealitas. TikTok digunakan mahasiswa IKIP Siliwangi sebagai media pencitraan dalam upaya membangun eksistensi dan popularitas diri, berupaya terlihat menarik dan berbeda, serta berupaya lebih baik daripada kenyataan yang sebenarnya. Mahasiswa terjebak dalam kondisi hiperrealitas dan mendorong mereka melakukan pencitraan diri yang meskipun terdapat perbedaan yang berbeda antara kondisi yang sebenarnya dengan apa yang mereka posting di TikTok (dunia maya).

Hiperrealitas merupakan konsep dimana realitas yang berlebihan dimana apa yang dilakukan seseorang melampaui dan tidak sesuai dengan realitas aslinya (*hyper-sign*). Hiperrealitas menciptakan suatu kondisi dimana kebohongan atau kepalsuan bersatu dengan kebenaran (keaslian) dan rekayasa yang dibuat seolah-olah terjadi sesuai dengan keadaan yang sebenarnya (realitas). Seringkali hiperrealitas mengarah pada ekspektasi terhadap potensi diri yang melampaui realitas yang ada dalam kehidupan sesungguhnya, kondisi seperti ini disebut dengan hiperrealitas (*hyper-reality*) oleh sosiolog asal Perancis, Jean Baudrillard (Nurmansyah, 2021). Keadaan dari hiperrealitas ini membuat mahasiswa menjadi berlebihan dalam menggunakan TikTok yang tidak sesuai dengan tujuannya. Mahasiswa menggunakan TikTok bukan karena atas dasar kebutuhannya melainkan adanya pengaruh dari simulasi yang menyebabkan gaya hidup mahasiswa tidak sesuai dengan kenyataannya.

KESIMPULAN

Kehadiran TikTok telah menciptakan fenomena fatamorgana bagi mahasiswa yaitu sebagai tren kekinian, *braggadocian behavior* dan hiperrealitas, hal ini dapat dilihat dimana mereka eksis dan aktif menggunakan TikTok untuk bersenang-senang dan mencari popularitas seperti gaya narsis, posting konten video (*braggadocian behavior*). Imbasnya, TikTok telah menciptakan hiperrealitas bagi mahasiswa yaitu situasi atau kondisi yang melampaui realitas yang sebenarnya (*hyperreality*). Hasil temuan penelitian mengungkap bahwa fenomena fatamorgana dalam dunia TikTok di kalangan mahasiswa telah memberikan dampak dan pengaruh terhadap perilaku mahasiswa antara lain (1) gaya hidup kekinian; (2) perilaku narsistik; (3) perilaku adiktif; (4) gaya hidup konsumtif; (5) *personal branding*; (6) *braggadocian behavior*; (7) hiperrealitas. Ketujuh dampak dan pengaruh tersebut telah mengakibatkan pada perubahan perilaku mahasiswa yaitu perilaku maladaptif.

Saran dan rekomendasi. Hasil penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian yaitu hanya bertumpu pada fenomenologi Tiktok di kalangan mahasiswa. Saran bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan subjek lebih luas (universal) dan dapat memotret urgensi TikTok ditinjau dari peran dan manfaat TikTok. Rekomendasi, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pengayaan dan acuan (*novelty*) terkait dampak dan pengaruh TikTok terhadap perilaku mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135-148.
- Agustyn, I. (2022). Dampak Media Sosial (Tik-Tok) Terhadap Karakter Sopan Santun Siswa Kelas VI Sekolah Dasar. *JPGSD: Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 10(4), 735-745. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-penelitian-pgsd/article/view/46250>

- Batoebara, M. U. (2020). Aplikasi tik-tok seruan atau kebodohan. *Network Media*, 3(2), 59–65.
- Buana, T., & Maharani, D. (2020). Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) Dan Kreativitas Anak. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 1–10.
- Eddles-Hirsch, K. (2015). Phenomenology and educational research. *International Journal of Advanced Research*, 3(8).
- Gunawan, D. (2018). Penerapan Konseling Behavioral Teknik Modelling Untuk Mengatasi Kecanduan Game Online Pada Anak Usia 10 Tahun. *KONSELI: Jurnal Bimbingan Dan Konseling (E-Journal)*, 5(2), 105–118.
- Ilahin, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok terhadap Karakter Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah. *IBTIDA'*, 3(1), 112–119.
- Kuen, M. M., & Kuen, F. A. (2020). Eksistensi Braggadocian Behavior Pada Media Sosial Tiktok. *Jurnal Ilmiah Pranata Edu*, 2(2), 47–55.
- Maharani, R. P., Rahmawati, U., & Sari, D. N. (2022). Hiperrealitas Pengguna Tiktok. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 3(1), 1–11.
- Marizka, D. S., Maslihah, S., & Wulandari, A. (2019). Bagaimana Self-Compassion Memoderasi Pengaruh Media Sosial Terhadap Ketidakpuasan Tubuh? *Jurnal Psikologi Insight*, 3(2), 56–69.
- Nisak, M. (2022). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2).
- Nurmansyah, F. (2021). Hiperrealitas pada Media Sosial Pengguna Instagram di Kalangan Mahasiswa. *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial Dan Budaya*, 2(2), 1–15.
- Pohan, M., Jufrizen, J., & Annisa, A. (2021). Pengaruh Konsep Diri, Kelompok Teman Sebaya, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dimoderasi Literasi Keuangan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 402–419.
- Prayogi, F., Utomo, P., & Bulantika, S. Z. (2024). Cognitive-Behavioral Counseling: A Strategy to Overcome Students' Addiction to TikTok through Self-Instruction Method. *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling*, 8(2), 14.
- Putri, L. H., & Isrofins, B. (2021). Perilaku Narsisme dan Harga Diri Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok Pada Siswa SMA. *Empati-Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 8(1), 49–73.
- Rahayu, S., & Hamidah, T. (2022). The Correlation Between Narcissistic Tendency and Subjective Well Being with the Intensity of TikTok Social Media Use on Adolescents. *3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)*, 1755–1761.
- Rahmayani, M., Ramdhani, M., & Lubis, F. O. (2021). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(7), 3327–3343.
- Rizal, A., Purwoko, B., & Hariastuti, R. T. (2020). Peningkatan Self Compassion Untuk Mereduksi Perilaku Adiktif Pengguna Sosial Media Bagi Siswa SMP. *Indonesian Journal of Learning Education and Counseling*, 3(1), 1–7.
- Rosdiana, A., & Nurnazmi, N. (2021). Dampak Aplikasi Tiktok dalam Proses Sosial di Kalangan Remaja Rabadompu Timur. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 4(1), 100–109.
- Ruth, D., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram. *Koneksi*, 4(2), 207–214.
- Sari, D. P. (2021). Gangguan Kepribadian Narsistik dan Implikasinya Terhadap Kesehatan Mental. *Konseling Islam: Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam*, 5(1), 93–114.
- Sari, Y. (2018). *Analisis Personal Branding Gany Rahman Melalui Media Sosial Instagram* [Binus

University].

<https://library.binus.ac.id/Thesis/RelatedSubject/2018-1-00425>

- Satriana, S. (2022). Kecanduan tiktok pada anak pesisir pantai dan implikasi layanan konseling kelompok (studi kasus). *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 12(1), 98-106.
- Suswandi, T. N., & Utomo, P. (2023). The Effect of Emotional Intelligence on the Quality of Social Media use among Adolescent. *INSPIRATIF: Journal of Educational Psychology*, 2(1), 6-10. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30829/al-irsyad.v12i1.12012>
- Utomo, P., & Prayogi, F. (2021). Literasi Digital: Perilaku dan Interaksi Sosial Masyarakat Bengkulu Terhadap Penanaman Nilai-nilai Kebhinekaan Melalui Diseminasi Media Sosial. *Indonesian Journal of Social Science Education (IJSSE)*, 3(1), 65-76.
- Syamsudin, S., & Sukmawati, L. (2021). Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Hubungan Sosial Masyarakat Indonesia Disaat Pandemi Covid-19 (Literature Review). *NOUMENA: Jurnal Ilmu Sosial Keagamaan*, 2(2), 93-110.
- Yüksel, P., & Yıldırım, S. (2015). Theoretical frameworks, methods, and procedures for conducting phenomenological studies in educational settings. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 6(1), 1-20.