E-ISSN: 3031-8521
P-ISSN: 3032-1867
Halaman 1770-1778
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026

Fenomena Budaya Viral di Tiktok Sebagai Bentuk Perilaku Komunikasi Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang

Ashalina Zafirah[1], Syinthia Fita Loca[2], Susanti[3], Nissa Agustin[4], Abdur Razzaq[5]

[1,2,3]Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Raden Fatah Palembang
E-mail: 24051410199@radenfatah.ac.id, 24051410205@radenfatah.ac.id, 24031410120_uin@radenfatah.ac.id, 24011410069@radenfatah.ac.id , abdurrazzaq_uin@radenfatah.ac.id

Abstract

The evolution of social media has transformed university students' communication patterns, notably through the use of TikTok as a short-form video platform. The viral culture phenomenon on TikTok extends beyond the rapid dissemination of content; it has become integral to students' communication behaviors encompassing self-expression, trend participation, identity construction, and interaction with other users. This study aims to examine how the viral culture phenomenon on TikTok manifests as a form of communication behavior among university students. A qualitative approach was employed, utilizing interviews and observations for data collection. The gathered data were analyzed descriptively to gain insight into the students' experiences and communication behaviors regarding TikTok usage. The findings reveal that students utilize TikTok not merely for entertainment but also as a space for communication and self-expression. Viral culture is evident in the habit of following trending music, audio clips, movements, terminology, and video styles. Furthermore, students do not simply replicate trends; they reinterpret and adapt them to reflect their individual creativity and personalities. Additionally, TikTok usage influences language use, the presentation of personal identity, and interaction patterns—such as commenting, liking, sharing, and reposting. Thus, viral culture on TikTok can be understood as a form of participatory, expressive, and interactive communication behavior among university students in the digital era.

Keywords: *viral culture, TikTok, communication behavior, university students, social media*

Abstrak

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan dalam pola komunikasi mahasiswa, salah satunya melalui penggunaan TikTok sebagai media berbasis video pendek. Fenomena budaya viral di TikTok tidak hanya berkaitan dengan penyebaran konten secara cepat, tetapi juga menjadi bagian dari perilaku komunikasi mahasiswa dalam mengekspresikan diri, mengikuti tren, membangun identitas, dan berinteraksi dengan pengguna lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana fenomena budaya viral di TikTok menjadi bentuk perilaku komunikasi mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Data yang diperoleh melalui wawancara untuk memahami pengalaman dan perilaku komunikasi mahasiswa dalam menggunakan TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan TikTok tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang untuk berkomunikasi dan mengekspresikan diri. Budaya viral terlihat melalui kebiasaan mengikuti tren berupa musik, suara, gerakan, istilah, serta gaya video yang sedang populer. Mahasiswa juga tidak hanya mengikuti tren, tetapi mengembangkan kembali tren tersebut sesuai dengan kreativitas dan karakter masing-masing. Selain itu, penggunaan TikTok turut memengaruhi penggunaan bahasa, cara mahasiswa menampilkan identitas diri, serta pola interaksi melalui komentar,

tanda suka, berbagi, dan repost. Dengan demikian, budaya viral di TikTok dapat dipahami sebagai salah satu bentuk perilaku komunikasi mahasiswa di era digital yang bersifat partisipatif, ekspresif, dan interaktif.

Kata Kunci : *Budaya Viral, TikTok, Perilaku Komunikasi, Mahasiswa, Media Sosial*

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia, terutama dalam hal cara bersosialisasi dan berkomunikasi. Transformasi menuju era digital telah melahirkan pola interkasi yang baru yang tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu (Diana & Sari, 2024). Salah satu dampak paling besar dari digitalisasi adalah berkembangnya secara pesat media sosial. Media sosial telah menjadi ruang interaksi baru yang memungkinkan pengguna menciptakan, membagikan, dan mengonsumsi informasi secara cepat, interaktif, dan partisipatif (Putri Riyanto & Pratomo, 2022). Banyaknya berbagai platform yang sudah berkembang, namun TikTok menjadi salah satu aplikasi paling dominan, terutama di kalangan generasi muda. TikTok menawarkan konten dengan format berbentuk video pendek memiliki algoritma yang sangat personal, sehingga mendorong pengguna untuk terus menggulir konten yang disajikan secara berkelanjutan (Saputri et al., 2025).

Mahasiswa yang mencari hiburan cepat dan menghilangkan stres dari rutinitas akademis mungkin menemukan TikTok sebagai cara yang efektif untuk bersantai dan bersenang-senang. Beberapa mahasiswa mungkin menggunakan TikTok untuk membagikan konten yang memiliki potensi untuk menjadi viral. Kesempatan ini dapat memberikan pengakuan dan popularitas di antara pengguna TikTok lainnya, yang bisa menjadi dorongan positif bagi seseorang yang mencari apresiasi atau pengakuan. Aktif menggunakan jejaring sosial TikTok berasal dari berbagai alasan dan tujuan mahasiswa dalam menggunakan jejaring sosial ini. Kebebasan berekspresi pada platform TikTok menjadi landasan penggunaan aplikasi TikTok, sehingga menjadi dasar penelitian ini, dengan begitu bagaimana aplikasi TikTok digunakan sebagai ruang publisitas berekspresi Mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Salah satu fenomena paling menonjol di media sosial adalah penyebaran video pendek, yang sering kali menjadi viral dalam waktu singkat. Video viral, yang mampu menjangkau audiens luas dengan cepat, telah menjadi alat penting dalam menyampaikan pesan sosial, budaya, dan politik. Tren demi tren bermunculan dengan sangat cepat melalui media sosial. Munculnya media sosial pertama *"Six Degrees"* pada tahun 1997 menjadi pelopor terbentuknya interaksi secara digital(Kamilah, 2024). Pesan yang telah disampaikan oleh seorang komunikator tentu berdampak atau memiliki efek pada komunikan. Efek tersebut dapat dijadikan sebagai ukuran keberhasilan atau kegagalan seorang komunikator dalam menyampaikan pesannya(Kusumawijayanti & Sunardi, 2022).

Penggunaan istilah viral yang bersumber dari TikTok tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi tindakan, tetapi juga berperan sebagai praktik micro-identity work. Pada saat yang sama, praktik ini berpotensi memunculkan kesenjangan makna ketika berhadapan dengan generasi lain yang memiliki pengalaman kultural dan kerangka simbolik berbeda, sehingga dapat memengaruhi efektivitas komunikasi organisasi. Dinamika ini penting untuk dipahami karena berkaitan langsung dengan proses pembentukan identitas, negosiasi makna simbolik, serta hubungan interpersonal di tempat kerja. Keterbatasan pemahaman terhadap praktik simbolik lintas generasi berpotensi menimbulkan hambatan komunikasi dan ketidakharmonisan dalam iklim kerja(Bani & Yustikasari, 2025).

Video viral sering kali berisi konten – konten yang memicu emosi, seperti humor elemen kejutan, atau isu sosial dan menyebarkan dengan cepat di berbagai platform media sosial. Cara berkomunikasi juga dapat mengikuti keadaan, kondisi serta kepada siapa pesan tersebut disampaikan. Terdapat berbagai gaya komunikasi, untuk itu komunikator harus lebih memilih cara berbicara yang sesuai dan efektif. Media sosial memberikan ruang bagi masyarakat untuk bertukar informasi secara online dengan mudah dan cepat(Bani & Yustikasari, 2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial atau manusia dalam konteks tertentu melalui analisis mendalam terhadap makna, pengalaman, serta perspektif individu atau kelompok. Pendekatan ini lebih menekankan pada data deskriptif daripada angkaangka statistik, dengan menggunakan metode seperti observasi, wawancara, studi kasus, dan analisis dokumen(Lestari et al., 2025). Penelitian kualitatif berfokus pada eksplorasi makna yang kompleks dan tidak dapat sepenuhnya diukur dengan metode kuantitatif. Penelitian ini sering kali menggunakan paradigma interpretatif, yang menempatkan subjektivitas peneliti sebagai bagian dari proses pemahaman. Oleh karena itu, penelitian kualitatif sangat berguna dalam memahami latar belakang sosial, budaya, dan psikologis dari suatu fenomena, yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui angka atau generalisasi statistik. Selain itu, metode ini juga memungkinkan fleksibilitas dalam proses pengumpulan data, sehingga dapat menangkap nuansa serta kompleksitas dari interaksi sosial yang sedang diteliti (Creswell & Creswell, 2017).

Salah satu teknik utama dalam penelitian kualitatif adalah wawancara, yang digunakan untuk menggali informasi secara mendalam dari subjek penelitian. Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan interaksi verbal antara peneliti dan responden guna memperoleh pemahaman tentang pengalaman, pendapat, atau persepsi mereka terhadap suatu fenomena. Wawancara dalam penelitian kualitatif dapat bersifat terstruktur, semi-terstruktur, atau tidak terstruktur, tergantung pada tingkat kebebasan yang diberikan kepada responden dalam menjawab pertanyaan(Lestari et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bersumber pada hasil riset, TikTok ditemui selaku salah satu media yang digunakan mahasiswa tidak cuma buat mendapatkan hiburan, namun pula selaku ruang buat melaksanakan komunikasi serta mengekspresikan diri. Mahasiswa bisa membuat serta memberikan video, membagikan pendapat, menggemari konten, dan memberikan kembali konten yang dikira menarik. Kegiatan tersebut menampilkan kalau mahasiswa tidak cuma berfungsi selaku penerima pesan, namun pula bisa jadi komunikator lewat konten yang mereka penciptaan. Penemuan ini sejalan dengan riset Wahyuni serta Fajarini (2025) yang menampilkan kalau TikTok sudah jadi ruang ekspresi diri, penyampaian ilham, serta interaksi sosial untuk mahasiswa(Wahyuni & Fajarini, 2025).

Fenomena budaya viral nampak dari Kerutinan mahasiswa menjajaki bermacam tren yang lagi ramai di TikTok. Tren tersebut bisa berbentuk pemakaian musik, suara, gerakan, style video, sebutan tertentu, ataupun wujud konten yang lagi banyak digunakan oleh pengguna lain. Keikutsertaan mahasiswa dalam tren tersebut menampilkan terdapatnya proses penerimaan serta penyebaran budaya digital lewat kegiatan komunikasi menciptakan kalau mahasiswa menjajaki tren TikTok sebab tren tersebut dikira selaku bagian dari bukti diri kekinian serta bisa membagikan rasa mempunyai terhadap area sosialnya

Mahasiswa juga menampilkan kecenderungan buat tidak cuma meniru tren, namun meningkatkan kembali tren tersebut cocok dengan kreativitas serta kepribadian masing-masing. Suatu tren bisa digunakan sebagai dasar untuk membuat konten dengan gaya penyampaian yang berbeda. Proses tersebut menampilkan kalau budaya viral bisa menciptakan sikap komunikasi yang bertabiat partisipatif sebab pengguna turut menghasilkan kembali pesan yang lebih dahulu sudah tersebar. Riset menimpa sikap komunikasi pengguna TikTok di golongan mahasiswa pula menampilkan kalau mahasiswa memakai konten yang mereka amati selaku inspirasi buat membuat konten baru cocok dengan atensi serta tren yang tumbuh(Sulistia & Simamora, 2023).

Penggunaan TikTok pula memperlihatkan terdapatnya kecenderungan mahasiswa buat menunjukkan bukti diri tertentu lewat konten yang terbuat. Bukti diri tersebut bisa ditunjukkan lewat metode berpakaian, style berdialog, ekspresi, tipe konten, musik, ataupun tren yang diseleksi. Apa yang ditampilkan di TikTok jadi bagian dari metode mahasiswa memperkenalkan dirinya kepada pengguna lain menimpa representasi bukti diri mahasiswa

lewat TikTok menampilkan kalau media sosial bisa digunakan mahasiswa buat menunjukkan bukti diri, style hidup, serta nilai sosial yang mau mereka representasikan kepada khalayak(Sanjaya, 2025).

Hasil riset juga menampilkan kalau bahasa yang tumbuh lewat budaya viral jadi bagian dari sikap komunikasi mahasiswa. Sebutan ataupun ungkapan tertentu yang timbul lewat konten TikTok bisa digunakan kembali dalam obrolan tiap hari. Pemakaian sebutan tersebut menampilkan terdapatnya kesamaan rujukan budaya digital di antara mahasiswa sehingga komunikasi jadi lebih gampang dimengerti oleh kelompok yang menjajaki tren yang sama menciptakan kalau Generasi Z memakai bermacam wujud bahasa prokem dalam komunikasi di TikTok selaku wujud kreativitas berbahasa. (Rahmah et al., 2023)

Tidak hanya membuat konten sendiri, mahasiswa pula memakai fitur repost buat mengantarkan pesan secara tidak langsung. Konten yang dibagikan kembali umumnya mempunyai keterkaitan dengan perasaan, pengalaman, ataupun pemikiran pengguna. Dengan demikian, repost bisa jadi wujud komunikasi sebab pengguna memilah konten tertentu buat mewakili suatu yang mau di informasikan kepada orang lain menciptakan kalau kegiatan repost TikTok bukan semata-mata aksi teknis, namun bisa jadi aplikasi komunikasi buat mengekspresikan perasaan, mendapatkan validasi sosial, serta membangun self-image. (Hantarti & Adiprabowo, 2026)

Interaksi mahasiswa lewat TikTok pula nampak lewat kegiatan membagikan pendapat, like, memberikan konten, serta melaksanakan obrolan lewat fitur yang ada. Interaksi tersebut membuat komunikasi tidak menyudahi pada ikatan antara pembentuk serta pemirsa, namun bisa tumbuh jadi ikatan antarpengguna menampilkan kalau TikTok bisa berperan selaku media interaksi sosial mahasiswa lewat bermacam fitur komunikasi yang ada di dalam aplikasi. (Januari et al., 2024)

Budaya viral pula berkaitan dengan kebutuhan mahasiswa buat menampilkan eksistensi dirinya di ruang digital. Kala mahasiswa menjajaki tren serta mengunggah konten yang lagi terkenal, mereka bisa mendapatkan atensi dari pengguna lain lewat jumlah siaran, likes, ataupun pendapat. Respons tersebut bisa jadi wujud pengakuan sosial terhadap keberadaan mereka di media sosial menciptakan kalau Generasi Z menjajaki tren TikTok selaku salah satu metode menampilkan eksistensi diri serta mendapatkan respons dari area sosial. (Panji Prayitno et al., 2023)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan pertama, diketahui bahwa penggunaan bahasa, istilah, atau slang yang sedang viral di TikTok sudah menjadi bagian dari komunikasi sehari-hari bersama teman. Informan mengungkapkan bahwa dirinya pernah menggunakan istilah yang viral di TikTok ketika sedang mengobrol dengan teman. Hal ini terjadi karena istilah tersebut sering dijumpai melalui konten TikTok dan kemudian terbawa ke dalam percakapan sehari-hari. Informan juga menjelaskan bahwa penggunaan istilah viral terkadang dilakukan secara spontan karena sudah terbiasa mendengar dan melihat penggunaannya di media sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa konten yang dikonsumsi mahasiswa melalui TikTok tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga dapat masuk ke dalam kebiasaan berbahasa mereka saat berinteraksi secara langsung.

Selain pemakaian bahasa yang sedang tren, Thara Miftahuljannah juga mengungkapkan bahwa fenomena yang muncul di TikTok berpengaruh pada cara dia bersenda gurau dengan rekan-rekannya di kampus. Salah satu contohnya adalah saat informan bersama teman-temannya menirukan gaya komedi dari konten Shella dan Lulu yang menggambarkan karakter serta dialog dengan nuansa seperti orang-orang kaya. Gaya humor ini dianggap menarik karena menampilkan reaksi dan percakapan yang lucu serta cenderung tidak masuk akal. Informan dan kawan-kawannya kemudian menerapkan gaya bercanda yang serupa dalam komunikasi sehari-hari. Ini menunjukkan bahwa tren yang sedang viral di TikTok bisa dijadikan acuan bagi mahasiswa dalam menciptakan humor dan membangun suasana interaksi yang lebih menyenangkan bersama teman sebayanya.

Di sisi lain, informan kedua juga mengakui bahwa dia pernah menggunakan istilah atau slang yang tengah populer di TikTok saat berkomunikasi dengan teman-teman. Informan menjelaskan bahwa banyak istilah yang viral kerap muncul dalam kehidupan sehari-hari

sehingga ia terkadang ikut menggunakannya saat berdiskusi. Penggunaan istilah tersebut muncul karena informan telah sering mendengarnya lewat TikTok. Dengan begitu, bahasa yang awalnya dikenal melalui media digital dapat masuk ke dalam komunikasi langsung, bahkan tanpa perencanaan sebelumnya.

Anisa Azzahra juga menyatakan bahwa tren viral di TikTok cukup memengaruhi cara dia bercanda serta berinteraksi dengan kawan-kawannya di kampus. Ketika ada teman yang melakukan hal yang dianggap lucu, informan kadang-kadang menggunakan istilah yang viral untuk memberi respons. Menurut Anisa, penggunaan istilah ini membuat percakapan terasa lebih menarik dan mudah dimengerti karena teman-temannya juga memahami arti dari istilah yang digunakan. Namun, Anisa menegaskan bahwa kebiasaan ini lebih sering dilakukan dalam situasi yang santai, bukan saat membahas topik yang serius. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan bahasa viral tidak terjadi dalam setiap konteks komunikasi, melainkan disesuaikan dengan suasana obrolan dan individu yang terlibat.

Dari kedua wawancara tersebut, terdapat kesamaan pengalaman antara Thara Miftahuljannah dan Anisa Azzahra, yaitu penggunaan bahasa viral dari TikTok dalam interaksi sehari-hari serta pemanfaatan tren sebagai bahan lelucon dengan teman-teman. Namun, keduanya juga memberikan contoh pengalaman yang berbeda. Thara Miftahuljannah lebih fokus pada meniru gaya komedi dari konten Stella dan Lulu, sedangkan Anisa Azzahra menjelaskan penggunaan istilah viral untuk merespons peristiwa lucu saat berbincang. Hasil ini menunjukkan bahwa budaya viral di TikTok dapat terlihat dalam perilaku komunikasi mahasiswa melalui penggunaan bahasa, pemaparan gaya humor, serta penyesuaian cara berinteraksi di dalam pertemanan.

Fenomena budaya viral di TikTok menampilkan terdapatnya pergantian dalam sikap komunikasi mahasiswa pada masa digital. Mahasiswa tidak cuma memakai TikTok selaku media buat menerima data serta hiburan, namun pula memakainya buat mengekspresikan diri, membuat konten, menjajaki tren, dan berhubungan dengan pengguna lain. Wujud komunikasi yang timbul tidak cuma berbentuk komunikasi verbal, namun pula komunikasi nonverbal lewat ekspresi wajah, gerakan, baju, dampak visual, pengambilan foto, serta penyuntingan video. Perihal tersebut sejalan dengan riset Pratama, Narti, serta Yanto(2023) yang menciptakan kalau mahasiswa Ilmu Komunikasi pengguna TikTok banyak menampilkan sikap komunikasi nonverbal dalam konten yang mereka buat. Riset tersebut pula menampilkan kalau mahasiswa memakai TikTok buat menjajaki tren, berbagi ilham, mengekspresikan kreativitas, serta berhubungan dengan komunitas di media sosial. (Abdi et al., 2023)

Budaya viral turut memudahkan mahasiswa untuk mengikuti berbagai tren yang sedang ramai di TikTok. Tren tersebut bisa berbentuk penggunaan audio, gaya video, istilah, gerakan, atau pun cara penyampaian pesan tertentu. Saat sebuah tren terus muncul dan dipakai banyak pengguna, mahasiswa dapat terdorong untuk turut membuat atau memakai tren itu agar tetap mengikuti perkembangan yang sedang berlangsung di media sosial. Penelitian Riska Dwi Putri et al. (2025) menemukan bahwa mahasiswa memandang keterlibatan dalam tren viral TikTok sebagai bagian dari identitas kekinian dan kebutuhan untuk memperoleh social belonging.

Penggunaan TikTok juga bisa memengaruhi cara mahasiswa berkomunikasi dengan orang lain. Bahasa dan gaya komunikasi yang muncul di TikTok dapat terbawa ke dalam komunikasi sehari-hari, terutama saat mahasiswa berinteraksi dengan teman sebaya. Istilah populer yang berasal dari media sosial dapat dipakai untuk membuat percakapan lebih santai dan mengikuti perkembangan bahasa di lingkungan pergaulan. Penelitian Saputri et al. (2025) menunjukkan adanya perubahan dalam gaya komunikasi interpersonal mahasiswa, terutama pada pilihan bahasa, pola ekspresi, dan cara berinteraksi setelah intens menggunakan TikTok.

Budaya viral di TikTok juga terkait dengan perubahan penggunaan bahasa dalam komunikasi mahasiswa. Berbagai kata atau ungkapan yang populer melalui TikTok dapat masuk ke dalam percakapan sehari-hari. Penggunaan bahasa tersebut umumnya lebih tampak dalam komunikasi informal karena mahasiswa cenderung memakai istilah yang

dianggap dekat dengan perkembangan tren media sosial. Penelitian Akbar dan Hariyanto (2025) membahas bagaimana bahasa populer TikTok memengaruhi gaya komunikasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. (Akbar & Hariyanto, 2020) Selain bahasa, TikTok juga memberi ruang bagi mahasiswa untuk menyampaikan pesan melalui komunikasi visual. Video pendek memungkinkan pengguna memadukan gambar, musik, teks, ekspresi, gerakan, dan berbagai unsur visual lainnya dalam satu konten. Hal ini membuat penyampaian pesan di TikTok tidak hanya bergantung pada komunikasi verbal, tetapi juga pada bagaimana pesan dikemas secara visual agar menarik perhatian audiens. Penelitian ini menunjukkan bahwa konten TikTok dapat dimanfaatkan sebagai sarana ekspresi diri melalui penyajian video yang memadukan unsur informasi dan kreativitas. (Dwijayanti & Kesuma, 2024)

Interaksi yang berlangsung lewat TikTok turut memperlihatkan bahwa komunikasi di kalangan mahasiswa tidak bersifat satu arah. Ketika sebuah konten telah dibuat, pengguna lain bisa memberi komentar, menyukai, membagikan, atau membuat konten serupa dengan mengikuti tren yang sama. Respons semacam itu memungkinkan pengguna berperan sebagai komunikator sekaligus komunikan. Dengan begitu, budaya viral terbentuk lewat proses interaksi yang melibatkan banyak pengguna dan memungkinkan sebuah konten menyebar dari satu pengguna ke pengguna lain.

Kemudahan untuk membuat dan menikmati konten TikTok juga memberi mahasiswa lebih banyak peluang untuk terlibat dalam budaya digital. Adanya fitur video pendek, musik, efek, dan aneka alat pengeditan menjadikan proses produksi konten lebih mudah dijalankan. Keadaan tersebut dapat mendukung mahasiswa dalam mengembangkan kreativitas serta menyampaikan gagasan dengan cara yang lebih menarik. Penelitian Rahmat, Mirnawati, dan Assapari (2025) memperlihatkan bahwa mahasiswa memandang TikTok sebagai platform kreatif yang bisa dipakai untuk menghasilkan dan menyampaikan konten, meskipun penggunaannya juga menghadirkan sejumlah tantangan. (Rahmat & Assafari, 2025)

Budaya viral juga bisa membuat mahasiswa lebih memperhatikan konten yang tengah mendapat perhatian publik. Saat suatu konten memperoleh banyak penonton dan interaksi, konten itu dapat menjadi acuan bagi pengguna lain untuk membuat versi yang mirip. Proses tersebut memperlihatkan bahwa popularitas sebuah konten dapat mendorong munculnya pola komunikasi yang berulang dan kemudian berkembang menjadi sebuah tren. Dalam konteks ini, mahasiswa bukan hanya mengikuti tren, tetapi juga bisa turut mengembangkan tren lewat kreativitas mereka sendiri.

Penggunaan TikTok juga menunjukkan adanya beragam motif yang mendorong mahasiswa memakai platform tersebut. Mahasiswa dapat memanfaatkan TikTok untuk hiburan, memperoleh informasi, mengikuti tren, mencari popularitas, mengekspresikan diri, maupun membangun identitas pribadi. Penelitian Zesika dan Susanti (2024) terhadap mahasiswa di Kota Pekanbaru menemukan bahwa motif tren, fitur menarik, hiburan, dan informasi merupakan motif yang menonjol dalam penggunaan TikTok, sedangkan pola pemanfaatannya meliputi informasi, identitas pribadi, hiburan, konsumsi, serta interaksi sosial.

Di sisi lain, budaya viral juga bisa membawa perubahan pada kebiasaan komunikasi mahasiswa jika TikTok digunakan secara berlebihan. Mahasiswa dapat menghabiskan waktu yang cukup lama untuk menonton dan mengikuti berbagai konten yang muncul terus-menerus. Intensitas penggunaan itu dapat membuat perhatian mahasiswa lebih banyak tercurah pada aktivitas di media sosial ketimbang kegiatan lainnya. Penelitian Wahyuni Husain et al. (2025) menunjukkan bahwa penggunaan TikTok terbilang tinggi di kalangan mahasiswa di Palopo, dengan rata-rata pemakaian harian lebih dari tiga jam dan berbagai tujuan seperti hiburan, mencari informasi, mengekspresikan hobi, serta mengurangi stres. (Husain et al., 2025)

Dengan demikian, budaya viral di TikTok dapat dipahami sebagai fenomena komunikasi yang tidak hanya berkaitan dengan popularitas sebuah konten, tetapi juga dengan cara mahasiswa berinteraksi, mengekspresikan diri, mengikuti tren, menggunakan bahasa, serta membangun identitas di ruang digital. TikTok memberi peluang kepada mahasiswa

untuk berperan sebagai penerima sekaligus produsen pesan. Di sisi lain, pemanfaatan platform ini juga harus diimbangi dengan kemampuan memilih tren dan konten secara bijak supaya kegiatan komunikasi di ruang digital tetap bermanfaat bagi kehidupan sosial dan akademik mahasiswa.

Budaya yang menjadi tren di TikTok juga berhubungan erat dengan cara komunikasi para mahasiswa, khususnya dalam pemakaian bahasa sehari-hari dan cara berinteraksi dengan teman-teman. Dari hasil wawancara, kedua informan mengaku telah menggunakan kata-kata atau istilah gaul yang populer di TikTok dalam obrolan sehari-hari. Ini menunjukkan bahwa konten yang diakses melalui platform media sosial dapat memengaruhi komunikasi tatap muka. Istilah yang sering terdengar menjadi akrab dan dipakai kembali secara natural saat berbincang dengan teman. Dalam hal ini, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sumber referensi bahasa yang digunakan oleh mahasiswa dalam lingkungan bersosialisasi.

Selain aspek bahasa, fenomena yang viral di TikTok juga tercermin dalam cara mahasiswa bersenda gurau dan menciptakan interaksi sosial. Informan pertama menceritakan kebiasaannya meniru corak humor dari konten Stella dan Lulu, yang dikenal dengan obrolan lucu dan absurd, sedangkan informan kedua memanfaatkan istilah yang sedang tren untuk menanggapi momen-momen lucu saat bersama teman di kampus. Kedua pengalaman ini menunjukkan bahwa mahasiswa bukan hanya sekadar penikmat dari tren yang viral, tetapi juga mengintegrasikan tren tersebut ke dalam aktivitas sehari-hari. Pemakaian bahasa dan humor yang sama dapat membuat diskusi terasa lebih menyenangkan dan akrab. Namun, cara penggunaannya tetap disesuaikan dengan kondisi komunikasi, sebab bahasa viral umumnya lebih banyak digunakan saat bersenda gurau atau dalam suasana yang santai.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan tentang fenomena budaya viral di TikTok sebagai wujud perilaku komunikasi mahasiswa, dapat ditarik kesimpulan bahwa TikTok kini telah bertumbuh melampaui fungsinya sebagai media hiburan semata. Bagi mahasiswa, TikTok berfungsi sebagai ruang komunikasi digital yang memberi mereka kesempatan untuk menerima, memproduksi, menyebarkan, serta merespons pesan. Kegiatan seperti membuat video, berkomentar, menyukai, membagikan, dan melakukan repost memperlihatkan bahwa mahasiswa mampu berperan sebagai komunikator sekaligus komunikan di lingkungan media sosial.

Fenomena budaya viral tampak dari keterlibatan mahasiswa dalam beragam tren yang tumbuh di TikTok. Tren seperti pemakaian musik, suara, gerakan, istilah, gaya video, ataupun format konten tertentu bisa menyebar dengan cepat dan mendorong mahasiswa untuk turut serta. Akan tetapi, mahasiswa tidak sekadar mengikuti tren, sebab sebagian dari mereka turut mengembangkan kembali tren tersebut sesuai kreativitas dan karakter masing-masing. Dengan begitu, budaya viral memperlihatkan adanya perilaku komunikasi yang partisipatif, karena pengguna ikut menciptakan dan menyebarkan kembali pesan yang tengah berkembang. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa mahasiswa memandang keterlibatan dalam tren viral sebagai bagian dari identitas kekinian dan kebutuhan untuk mendapatkan rasa memiliki di lingkungan sosial.

Budaya viral di TikTok turut berkaitan dengan proses pembentukan dan penyampaian identitas mahasiswa di ruang digital. Cara mahasiswa memilih konten, memakai bahasa, menampilkan ekspresi, mengikuti gaya tertentu, maupun membagikan ulang konten bisa menjadi sarana untuk memperlihatkan karakter dan keberadaan dirinya kepada orang lain. Dalam konteks ini, TikTok menjadi ruang bagi mahasiswa untuk menampilkan diri sekaligus mendapatkan respons dari pengguna lain. Interaksi lewat tanda suka, komentar, dan bagikan juga menjadikan respons audiens sebagai bagian dari proses komunikasi dan pembentukan identitas digital.

Selain memengaruhi cara mahasiswa menampilkan diri, budaya viral juga membawa perubahan pada penggunaan bahasa dan gaya komunikasi. Istilah atau ungkapan yang

populer di TikTok dapat dipakai kembali dalam percakapan sehari-hari, khususnya dalam komunikasi informal bersama teman sebaya. Hal itu memperlihatkan bahwa perkembangan budaya digital dapat memengaruhi kebiasaan komunikasi mahasiswa. Penelitian terbaru juga menemukan bahwa bahasa viral TikTok memengaruhi pilihan kata, gaya komunikasi, dan kebiasaan berbicara mahasiswa, terutama dalam situasi informal.

Pada akhirnya, fenomena budaya viral di TikTok dapat dipahami sebagai bagian dari perkembangan perilaku komunikasi mahasiswa di era digital. TikTok menyediakan ruang bagi mahasiswa untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, membangun identitas, mengikuti perkembangan tren, serta menciptakan dan menyebarkan pesan secara kreatif. Meskipun begitu, penggunaan TikTok tetap harus dilakukan secara bijak sebab intensitas penggunaan yang tinggi dapat membuat interaksi digital menjadi lebih dominan dan berpotensi menurunkan kedalaman interaksi langsung. Oleh karena itu, mahasiswa perlu memiliki kemampuan untuk memilih dan menggunakan tren secara kritis agar TikTok dapat dimanfaatkan sebagai ruang komunikasi dan kreativitas tanpa mengabaikan kehidupan akademik maupun sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Abdi, A., Pratama, P., & Narti, S. (2023). *Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tik Tok*. *10*(2), 775–786.

Akbar, A. F., & Hariyanto, D. (2020). *The Influence of Tiktok Media ' s Popular Language on Students Communication Styles Pengaruh Bahasa Populer Media Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Mahasiswa*. *September 2016*, 1–7.

Bani, B., & Yustikasari. (2025). VIDEO VIRAL TIKTOK DAN DINAMIKA KOMUNIKASI GEN Z DI. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, *7*(3), 352–362.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.

Diana, B. A., & Sari, J. A. (2024). Dampak Transformasi Digitalisasi terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, *9*(2), 88–96.

Dwijayanti, R. I., & Kesuma, H. (2024). *@ MAYATOOMUCH SEBAGAI SARANA EKSPRESI DIRI Educational Video Content on the TikTok Account @ mayatoomuch as a Medium of Self - Expression*. *6*(1), 22–27.

Hantarti, R. A., & Adiprabowo, V. D. (2026). *Makna Aktivitas Repost TikTok bagi Gen Z dalam Mengekspresikan Diri dan Membangun Self-Image*. *15*(3), 423–438.

Husain, W., Rahman, S., Ibrahim, I. S., Sulfikar, A., Islam, P., Palopo, I., Islam, P., & Palopo, I. (2025). *Revealing the Ecstasy of Communication upon Using Tik Tok : A Virtual Ethnography in Palopo City , Indonesia*. *18*(1), 110–127.

Januari, N., Susanti, E., Fadla, S. L., Hasibuan, L. H., Ajrina, N., Azizah, E., William, J., Ps, I., & Estate, M. (2024). *Analisis Interaksi Sosial Mahasiswa Pelanggan Aplikasi Tiktok Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. *4*(1).

Kamilah, A. (2024). *Menilik Media Sosial Pertama di Dunia, Ternyata Bukan Friendster Baca artikel detikjabar, "Menilik Media Sosial Pertama di Dunia, Ternyata Bukan Friendster" selengkapnya https://www.detik.com/jabar/berita/d-7169081/menilik-media-sosial-pertama-di-dunia-te*. DetikJabar. https://www.detik.com/jabar/berita/d-7169081/menilik-media-sosial-pertama-di-dunia-ternyata-bukan-friendster

Kusumawijayanti, A. R., & Sunardi, A. M. (2022). Gaya Komunikasi Analisa Widyaningrum dan Efeknya Terhadap Publik Communication Style of Analisa Widyaningrum and Its Effect on The Public. *Unisbablitar*, *11*(1), 28–37. https://doi.org/https://doi.org/10.35457/translitera.v11i1.2054 p-ISSN

Lestari, S., Bernolian, D., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). Makna dan Representasi Fenomena FOMO dalam Tren Hijab Turban di Media Sosial TikTok bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, *2*(April). https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i2.171

Panji Prayitno, N., Elaine, A., Satrio P, R., & Junita, I. (2023). *FENOMENA JOGET TIKTOK SEBAGAI SARANA EKSISTENSI DIRI DI KALANGAN GENERASI Z KOTA BANDUNG*. *4*, 13–20.

Putri Riyanto, G., & Pratomo, Y. (2022). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022*. Kompas.Com. https://tekno.kompas.com/read/2022/06/10/19350007/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022?page=all

Rahmah, F. A., Khasanah, I., Brawijaya, U., & Kunci, K. (2023). *Kreativitas generasi Z menggunakan bahasa prokem dalam berkomunikasi pada aplikasi TikTok Gen Z creativity of using slank language in communication in the TikTok application Pendahuluan Perkembangan bahasa terjadi seiring dengan perkembangan teknologi.*

Rahmat, H., & Assafari, M. M. (2025). *UNIVERSITY STUDENTS' PERCEPTION AND CHALLENGES OF USING TIKTOK AS CREATIVE PLATFORM IN LEARNING SPEAKING*. *15*(1), 31–41.

Sanjaya, R. A. (2025). *Representasi Identitas Mahasiswa Melalui Gaya Berpakaian Di Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu)*. *22*(2), 51–68. https://doi.org/10.19105/nuansa.v18i1.xxxx

Saputri, E. I., Nugroho, D. R., & Ulya, E. D. (2025). Pengaruh Penggunaan TikTok terhadap Perubahan Gaya Bahasa Komunikasi Interpersonal di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, *2*(September), 126–134. https://doi.org/https://doi.org/10.62383/konsensus.v2i5.1394

Sulistia, D. A., & Simamora, I. Y. (2023). *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi PERILAKU KOMUNIKASI PENGGUNAAN MEDIA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA STAMBUK 2019 Abstrak Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi*. *4*(3), 1189–1200.

Wahyuni, H., & Fajarini, S. D. (2025). *RUANG EKSPRESI DIRI DI ERA DIGITAL (ANALISIS PERAN TIKTOK DI KALANGAN MAHASISWA FISIP UMB)*. *6*(1), 127–141.