

## APA CERITA DI KAMPUS?

# TikTok bukan sekadar joget-joget... ada gunanya

► MUHAMMAD HASIF BIN SALEHIN

Meraih maklumat terkini, mencuba trend tarian mahupun menyunting video *Jedag Jedug* (adunan semula lagu-lagu muzik dansa elektronik atau EDM)... apa sahaja yang dilakukan generasi baru di TikTok?

Saya ingin meneroka tujuan dan jenis video yang disunting persatuan mahasiswa Universiti Nasional Singapura (NUS), khususnya profil Persatuan Bahasa Melayu NUS dan Ilsa Tari NUS, yang menampilkan citra kehidupan pelajar dengan penuh semangat.

TikTok merupakan wadah media sosial popular, dimiliki syarikat China, ByteDance Ltd, yang sudah mencecah 1 bilion pengguna aktif dan terus menajana populariti.

Dengan kemudahan memuat naik, menatal (scroll) dan berinteraksi dengan video sepanjang tiga saat hingga 10 minit, generasi belia berusia 19 hingga 25 tahun kini membentuk majoriti pangkalan TikTok di Singapura – 33.32 peratus pada Jun 2023.

Bagaimana pula golongan belia memanfaatkan wadah ini?

Persatuan Bahasa Melayu NUS menggunakan TikTok untuk membina citra atau imej organisasi yang bertunjangkan rasa santai dan seronok.

TikTok digunakan secara suka ria sebagai bahan publisiti untuk mempromosikan acara atau usaha organisasi pelajar.

Contohnya, video persatuan itu yang tular dengan ribuan penonton mengikut trend 'Bawa Makanan Bermula Dengan Huruf Pertama Nama Anda' bagi kegiatan *bonding* pada 2022.

Baru-baru ini, Ilsa Tari pula mempromosikan acara *Muara* di Esplanade dengan mempamerkan ahli-ahli mereka yang mengikut trend 'Nenek Dodoi Zikir'.

Video itu juga tular dengan ribuan tontonan. Kedua-duanya dipengaruhi dan mempengaruhi trend



**VIDEO TULAR:**  
Video Persatuan Bahasa Melayu Universiti Nasional Singapura yang viral, mengikut trend 'Bawa Makanan Bermula Dengan Huruf Pertama Nama Anda' bagi kegiatan *bonding* pada 2022. – Foto TANGKAP LAYAR TIKTOK

dari seberang Tambak.

Bagi Persatuan Bahasa Melayu NUS, kami mengakhiri setiap sesi mesyuarat bulanan dengan merakamkan video mengikut trend terkini yang dianggap ranggi atau *cool*.

Ilsa Tari pula mengakhiri sesi latihan dengan mengikut trend yang lebih berunsur komedi.

Dengan saluran video-video menular, akaun TikTok mampu memperlihatkan hubungan erat, *cool*

*vibe* dan imej bersatu dalam keseronokan.

Video turut bertujuan menjadi tular supaya organisasi itu diketahui lebih ramai belia.

Penggunaan TikTok bagi menyebarkan maklumat organisasi dan menularkan komedi seharian itu penting.

Maka itu, usah meremehkan penggunaan TikTok sebagai alat sosial untuk membina identiti belia masa kini.