

Pemanfaatan Tiktok Sebagai Ruang Belajar dalam Mengembangkan Ide Usaha Ibu Rumah Tangga di Perumahan Athya IV, Jl. Kayu Putih, Simpang Baru, Tampan, Pekanbaru

Utilization of TikTok as a Learning Platform in Developing Business Ideas for Housewives in Athya IV Housing Complex, Kayu Putih Street, Simpang Baru, Tampan, Pekanbaru

Bintang Citra Aulia¹, Mutia Salsabila², Sindi Amelia³, Rika Fitri Ramadani⁴

^{1,2,3,4}Universitas Negeri Riau

INFO ARTIKEL

Riwayat artikel:

Received 30 April 2026

Revised 5 May 2026

Accepted 10 May 2026

Available online 18 May 2026

Keywords: *TikTok, media sosial, ruang belajar, ide usaha, ibu rumah tangga, pendidikan nonformal.*

Keywords: *TikTok, social media, learning space, business ideas, housewives, nonformal education*



Artikel ini merupakan artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2026 by Author.

Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRACT

At the Athya IV Housing Complex on Jl. Kayu Putih, Simpang Baru, Tampan, Pekanbaru, this study investigated the use of TikTok as a non-formal learning space in the process of developing business ideas for housewives. This study employed a qualitative methodology utilizing in-depth interviews. Informants were purposively selected from housewives who actively use social media, especially TikTok, to seek inspiration and knowledge about productive activities. The results showed that social media, especially TikTok, has become an effective learning resource in encouraging creativity and economic independence for housewives. Housewives can acquire new skills such as making culinary products, understanding how to sell online, and developing business ideas based on household skills by watching short video content. However, several problems exist, including time constraints, difficulty verifying the accuracy of information, and a lack of systematic follow-up content. TikTok can be a good non-formal learning platform for housewives if they have sufficient digital literacy.

ABSTRACT

Di Perumahan Athya IV di Jl. Kayu Putih, Simpang Baru, Tampan, Pekanbaru, penelitian ini menyelidiki penggunaan TikTok sebagai ruang belajar nonformal dalam proses pengembangan ide usaha ibu rumah tangga. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif yang menggunakan wawancara mendalam. Secara purposive, informan dipilih dari ibu rumah tangga yang aktif menggunakan media sosial, terutama TikTok, untuk mencari inspirasi dan pengetahuan tentang kegiatan produktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, terutama TikTok, telah menjadi sumber belajar yang efektif dalam mendorong kreativitas dan kemandirian ekonomi ibu rumah tangga. Para ibu rumah tangga dapat memperoleh keterampilan baru seperti membuat produk kuliner, memahami cara penjualan online, dan mengembangkan ide usaha berbasis keterampilan rumah tangga dengan menonton konten video pendek. Tetapi ada beberapa masalah. Ini termasuk keterbatasan waktu, kesulitan memverifikasi kebenaran informasi, dan kekurangan konten lanjutan yang sistematis. TikTok dapat menjadi tempat belajar nonformal yang bagus untuk ibu rumah tangga jika mereka memiliki literasi digital yang cukup.

PENDAHULUAN

Teknologi digital telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi dan belajar. Kemunculan situs berbagi video seperti TikTok membuka kesempatan baru bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi secara mandiri di luar institusi pendidikan formal. Dalam pendidikan masyarakat, fenomena ini penting, terutama bagi kelompok ibu rumah tangga yang seringkali memiliki keterbatasan akses terhadap pendidikan formal, tetapi masih membutuhkan pengembangan keterampilan dan kemampuan produktif mereka (Sulistyoningrum & Kusuma, 2022). Dalam diskusi tentang pemberdayaan ekonomi dan pendidikan, ibu rumah tangga sering dianggap sebagai kelompok yang tidak diprioritaskan. Mereka sering tidak memiliki akses ke

pelatihan dan pendidikan nonformal yang terstruktur karena aktivitas keseharian mereka yang terfokus pada mengelola rumah tangga. Sebaliknya, penetrasi media sosial yang semakin luas, seperti TikTok, memberi orang kesempatan baru untuk belajar secara mandiri dan menemukan inspirasi untuk bisnis (Ardiansyah & Rahmawati, 2023).

TikTok, platform berbagi video pendek yang sekarang menjadi pemimpin media sosial di seluruh dunia, telah melampaui fungsinya sebagai media hiburan. Baik tutorial memasak, teknik kerajinan tangan, maupun strategi pemasaran bisnis kecil adalah beberapa konten yang secara alami mengubah platform ini menjadi ekosistem pengetahuan. Kajian literasi digital menyebut fenomena ini sebagai pembelajaran informal berbasis media (Rahmat & Hidayat, 2021).

Studi sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial sangat memengaruhi perilaku belajar informal masyarakat. Namun, tidak banyak penelitian yang secara khusus melihat bagaimana TikTok dapat digunakan sebagai tempat belajar untuk ibu rumah tangga untuk membangun ide usaha, terutama yang menggunakan metode kualitatif yang berfokus pada pengalaman subjektif informan. Akibatnya, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana ibu rumah tangga di Perumahan Athya IV Pekanbaru menggunakan TikTok dan platform media sosial lainnya sebagai tempat belajar informal untuk mengembangkan gagasan bisnis mereka.

Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) menjelaskan bagaimana media sosial, khususnya TikTok, terlibat dalam kehidupan sehari-hari ibu rumah tangga; (2) mengevaluasi bagaimana TikTok berfungsi sebagai sumber pendidikan nonformal untuk membangun keterampilan dan gagasan usaha; dan (3) menemukan hambatan dan teknik yang digunakan untuk memanfaatkan media sosial secara produktif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif yang menggunakan wawancara mendalam. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menghitung variabel statistik, tetapi untuk mempelajari pengalaman, persepsi, dan perilaku informan saat menggunakan media sosial sebagai media belajar. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif dipilih (Creswell & Poth, 2018). Metode ini memungkinkan peneliti mengeksplorasi makna yang tersembunyi di balik tuturan dan perilaku informan secara kontekstual dan menyeluruh.

Informasi penelitian dipilih secara purposive, yaitu ibu rumah tangga yang aktif menggunakan media sosial dan tinggal di Perumahan Athya IV Pekanbaru. Pilihan informan didasarkan pada fakta bahwa mereka memiliki pengalaman langsung yang terkait dengan subjek penelitian, yaitu pemanfaatan media sosial dalam kegiatan belajar nonformal dan pembentukan gagasan bisnis (Sugiyono, 2019).

Secara purposive, informan penelitian adalah ibu rumah tangga yang aktif menggunakan media sosial dan tinggal di Perumahan Athya IV Pekanbaru. Pilihan informan ini didasarkan pada fakta bahwa mereka memiliki pengalaman langsung yang terkait dengan fokus penelitian, yaitu pemanfaatan media sosial dalam kegiatan belajar informal dan pengembangan ide usaha (Sugiyono, 2019).

Wawancara mendalam, atau wawancara mendalam, adalah metode pengumpulan data utama, yang dilakukan secara langsung dengan menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur. Pertanyaan terbuka seperti berikut dimasukkan ke dalam panduan wawancara: (a) pola dan intensitas penggunaan media sosial; (b) jenis konten yang dikonsumsi dan dipelajari; (c) pengalaman belajar dari media sosial; (d) proses mengembangkan ide usaha; dan (e) tantangan yang dihadapi. Untuk memastikan informan dapat berbicara secara terbuka dan jujur, wawancara dilakukan dalam suasana yang ramah (Moleong, 2021).

Menggunakan model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2019), data yang dikumpulkan dianalisis dalam tiga tahap: pengurangan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk memastikan keakuratan interpretasi, triangulasi sumber dan member checking yang berarti mengonfirmasi kembali temuan kepada informan menjamin keabsahan data (Denzin, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Penggunaan Media Sosial dalam Kehidupan Sehari-Hari Ibu Rumah Tangga

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, media sosial telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari ibu rumah tangga di Perumahan Athya IV Pekanbaru. Informan mengaku menggunakan media sosial pada waktu senggang, seperti setelah menyelesaikan pekerjaan rumah tangga pada pagi hari maupun pada malam hari sebagai sarana hiburan sekaligus memperoleh informasi. Intensitas penggunaan media sosial yang cukup tinggi menunjukkan bahwa media digital telah terintegrasi dalam kehidupan domestik masyarakat.

Platform yang paling sering digunakan oleh informan adalah TikTok dan Facebook. Namun, TikTok lebih banyak dimanfaatkan untuk mencari konten yang bersifat praktis dan inspiratif, seperti tutorial memasak, ide jualan makanan, kerajinan tangan, hingga strategi pemasaran produk secara daring. Informan menilai bahwa format video pendek pada TikTok memudahkan mereka memahami isi materi karena disampaikan secara visual, singkat, dan langsung pada inti praktik.

Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh ibu rumah tangga tidak hanya bersifat konsumtif sebagai media hiburan, tetapi juga produktif sebagai sarana belajar mandiri. Dalam konteks pendidikan nonformal, kondisi ini menggambarkan adanya proses pembelajaran berbasis digital yang berlangsung secara fleksibel sesuai kebutuhan pengguna. Hal tersebut sejalan dengan konsep konektivisme yang menyatakan bahwa proses belajar dapat berlangsung melalui jaringan digital dan akses informasi yang diperoleh secara mandiri.

Selain itu, pola penggunaan media sosial yang menyesuaikan dengan aktivitas rumah tangga menunjukkan bahwa ibu rumah tangga mampu mengintegrasikan teknologi digital ke dalam rutinitas keseharian mereka. Dengan demikian, media sosial tidak lagi dipandang sekadar sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai ruang belajar yang mendukung pengembangan diri dan aktivitas produktif.

TikTok sebagai Ruang Belajar Informal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok dimanfaatkan oleh informan sebagai media belajar informal untuk memperoleh berbagai keterampilan praktis. Informan mengaku sering mencari video tutorial yang berkaitan dengan kegiatan rumah tangga maupun peluang usaha, seperti pembuatan makanan, pengemasan produk, teknik promosi, dan cara berjualan secara online.

TikTok dinilai efektif sebagai ruang belajar karena penyampaian informasinya sederhana, mudah dipahami, dan dapat langsung dipraktikkan. Format video pendek membuat informan lebih mudah mengikuti tahapan-tahapan yang diperlihatkan dibandingkan harus membaca penjelasan panjang. Beberapa informan juga menyatakan bahwa mereka sering menonton ulang video tertentu sebelum mencoba mempraktikkannya sendiri di rumah.

Proses belajar tersebut menunjukkan adanya pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*), di mana individu belajar melalui proses mengamati, mencoba, mengevaluasi, dan mengulangi kembali. Dalam penelitian ini, ibu rumah tangga tidak hanya

menerima informasi secara pasif, tetapi turut melakukan praktik langsung berdasarkan konten yang mereka tonton di TikTok.

Selain itu, algoritma TikTok turut mempermudah proses pembelajaran karena secara otomatis menampilkan konten yang sesuai dengan minat pengguna. Ketika informan sering menonton konten usaha atau tutorial memasak, maka sistem TikTok akan merekomendasikan video serupa secara berkelanjutan. Kondisi ini membuat proses belajar berlangsung secara terus-menerus tanpa harus melakukan pencarian secara aktif.

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa TikTok telah mengalami pergeseran fungsi, dari yang awalnya hanya dikenal sebagai media hiburan menjadi media pembelajaran informal yang mampu mendukung peningkatan keterampilan dan pengetahuan masyarakat, khususnya ibu rumah tangga.

Pengembangan Ide Usaha melalui Konten Media Sosial

Penelitian ini menemukan bahwa konten TikTok memberikan pengaruh terhadap munculnya ide usaha pada ibu rumah tangga. Informan mengaku memperoleh inspirasi usaha setelah melihat berbagai video tentang makanan rumahan, kerajinan tangan, hingga pengalaman usaha kecil yang dibagikan oleh pengguna lain.

Proses munculnya ide usaha umumnya diawali dari ketertarikan informan terhadap suatu konten, kemudian muncul rasa ingin mencoba membuat produk serupa secara mandiri di rumah. Setelah beberapa kali melakukan percobaan, informan mulai melakukan evaluasi terhadap hasil yang diperoleh dan mencoba menjual produk tersebut kepada lingkungan sekitar maupun melalui media sosial.

Jenis usaha yang paling banyak diminati adalah usaha kuliner rumahan, seperti makanan ringan, minuman, dan kue sederhana. Hal ini disebabkan karena keterampilan memasak telah dimiliki oleh sebagian besar informan sehingga lebih mudah dikembangkan menjadi peluang ekonomi. TikTok dalam hal ini berperan sebagai sumber inspirasi sekaligus media pembelajaran yang membantu informan memahami cara produksi dan pemasaran produk.

Selain usaha kuliner, beberapa informan juga tertarik pada usaha tanaman hias dan kerajinan tangan setelah melihat konten kreatif di TikTok. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial mampu memperluas wawasan pengguna terhadap peluang usaha yang sebelumnya tidak terpikirkan.

Dalam konteks pendidikan masyarakat, kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana pemberdayaan ekonomi berbasis digital. Melalui akses informasi yang mudah dan terbuka, ibu rumah tangga memiliki kesempatan untuk mengembangkan keterampilan produktif dan meningkatkan kemandirian ekonomi keluarga.

Peran Media Sosial dalam Membangun Kreativitas dan Motivasi Berwirausaha

Berdasarkan hasil wawancara, paparan konten kreatif di TikTok mampu meningkatkan motivasi informan untuk mencoba membuka usaha sendiri. Informan merasa terdorong ketika melihat pengguna lain berhasil menjalankan usaha kecil dari rumah dan membagikan proses usahanya melalui video singkat.

Fenomena tersebut menunjukkan adanya proses pembelajaran observasional, yaitu proses belajar melalui pengamatan terhadap pengalaman orang lain. Konten yang menampilkan keberhasilan usaha sederhana memberikan dorongan psikologis bagi informan bahwa mereka juga memiliki peluang untuk melakukan hal yang sama.

Selain meningkatkan motivasi, TikTok juga membantu informan mengembangkan kreativitas dalam mengolah produk dan strategi pemasaran. Informan mulai memperhatikan

cara penyajian produk, teknik pengemasan, hingga metode promosi yang menarik setelah mempelajari berbagai konten usaha di media sosial.

Beberapa informan juga menyatakan bahwa mereka sering membaca kolom komentar untuk mengetahui tanggapan pengguna lain terhadap suatu produk atau tutorial. Hal ini menunjukkan adanya upaya pengguna untuk menilai kualitas informasi sebelum mempraktikkannya secara langsung.

Dengan demikian, TikTok tidak hanya memberikan informasi praktis, tetapi juga membentuk pola pikir kreatif dan motivasi berwirausaha pada ibu rumah tangga. Media sosial menjadi ruang interaksi digital yang mendorong pengguna untuk belajar, berinovasi, dan lebih percaya diri dalam mengembangkan usaha mandiri.

Kendala dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Ruang Belajar

Meskipun TikTok memberikan banyak manfaat sebagai ruang belajar informal, penelitian ini juga menemukan beberapa kendala yang dialami oleh informan. Kendala utama yang paling sering dirasakan adalah keterbatasan waktu. Sebagai ibu rumah tangga, informan harus membagi waktu antara pekerjaan domestik dan aktivitas belajar melalui media sosial sehingga proses belajar sering dilakukan secara tidak teratur.

Kendala berikutnya adalah banyaknya informasi yang tidak terstruktur. Informan mengaku sering menemukan tutorial yang menarik, tetapi penjelasannya terlalu singkat sehingga sulit dipahami secara mendalam. Selain itu, beberapa video tidak menjelaskan tahapan secara lengkap sehingga informan harus mencari referensi tambahan dari sumber lain.

Masalah lain yang ditemukan adalah kesulitan memverifikasi kebenaran informasi. Tidak semua konten di TikTok dapat dipastikan keakuratannya, terutama yang berkaitan dengan strategi usaha maupun pemasaran produk. Sebagian informan mengatasi hal tersebut dengan membaca komentar pengguna lain atau bertanya kepada anggota keluarga yang lebih memahami teknologi digital.

Selain faktor informasi, kendala teknis seperti jaringan internet yang kurang stabil juga menjadi hambatan dalam mengakses video pembelajaran. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai media belajar masih dipengaruhi oleh kesiapan infrastruktur digital masyarakat.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa meskipun TikTok memiliki potensi besar sebagai ruang belajar nonformal, pemanfaatannya tetap membutuhkan kemampuan literasi digital agar pengguna mampu memilih, memahami, dan mengevaluasi informasi secara kritis.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa TikTok telah dimanfaatkan oleh ibu rumah tangga di Perumahan Athya IV Pekanbaru sebagai ruang belajar informal yang membantu mereka memperoleh pengetahuan dan keterampilan praktis dalam mengembangkan ide usaha. Melalui konten video pendek yang mudah diakses dan dipahami, informan dapat mempelajari berbagai hal, seperti pembuatan produk kuliner, strategi pemasaran, hingga cara memulai usaha rumahan.

Pemanfaatan TikTok tidak hanya memberikan tambahan informasi, tetapi juga meningkatkan kreativitas dan motivasi berwirausaha pada ibu rumah tangga. Proses belajar berlangsung secara mandiri melalui kegiatan menonton, mencoba, mengevaluasi, dan menerapkan kembali informasi yang diperoleh dari media sosial. Dengan demikian, TikTok berperan sebagai media pembelajaran nonformal yang mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa kendala dalam pemanfaatan TikTok sebagai ruang belajar, seperti keterbatasan waktu, informasi yang belum terstruktur secara sistematis, kesulitan memverifikasi kebenaran konten, serta hambatan jaringan internet. Oleh karena itu, kemampuan literasi digital menjadi hal penting agar pengguna mampu memanfaatkan media sosial secara lebih bijak dan produktif.

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar untuk dimanfaatkan dalam pendidikan nonformal dan pemberdayaan masyarakat, khususnya bagi ibu rumah tangga. Oleh sebab itu, diperlukan dukungan dari lembaga pendidikan masyarakat maupun pemerintah dalam meningkatkan literasi digital serta pemanfaatan media sosial secara edukatif dan produktif.

REFERENSI

- Aradiansyah, F., & Rahmawati, D. (2023). Media sosial sebagai ruang ekspresi ekonomi kreatif perempuan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, 5(1), 34–50.
- Arif, M., & Suryani, N. (2023). Eksplorasi konten digital dalam pembentukan minat berwirausaha ibu rumah tangga. *Jurnal Pendidikan Nonformal dan Pemberdayaan*, 8(2), 112–128.
- Bandura, A. (2018). *Social learning theory*. Routledge.
- Bourdieu, P. (2018). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood.
- Buchem, I., & Hamelmann, H. (2020). Microlearning: A strategy for ongoing professional development. *E-Learning Papers*, 21(7), 1–15.
- Buckingham, D. (2019). *The media literacy of children and young people*. Institute of Education.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage.
- Denzin, N. K. (2017). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Routledge.
- Field, J. (2021). *Social capital and lifelong learning*. Policy Press.
- Gibb, A. (2020). Entrepreneurship: Unique solutions for unique environments. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1), 93–118.
- Hobbs, R. (2020). *Digital and media literacy: Connecting culture and classroom*. Corwin Press.
- Karpati, A., & Szabo, T. (2020). Digital visual learning: Analysis of an innovative educational program. *Journal of Educational Technology & Society*, 23(3), 45–60.
- Kolb, D. A. (2021). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (3rd ed.). Prentice Hall.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2019). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). Sage.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2020). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Purwanto, H., & Taufik, M. (2022). Kesenjangan digital dan implikasinya bagi pemberdayaan perempuan di perkotaan. *Jurnal Komunikasi dan Masyarakat*, 4(1), 78–95.
- Rahmat, A., & Hidayat, R. (2021). Pembelajaran informal berbasis media digital di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Ilmu Pendidikan Masyarakat*, 6(2), 55–72.
- Rogers, A. (2019). *Non-formal education: Flexible schooling or participatory education?* Kluwer Academic.
- Siemens, G. (2021). Connectivism: A learning theory for the digital age. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 2(1), 3–10.

- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistyoningrum, R., & Kusuma, A. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai sumber belajar nonformal bagi perempuan dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 9(1), 21–38.
- van Dijk, J. (2021). *The digital divide*. Polity Press.
- Zhao, L., & Liu, H. (2022). Algorithmic curation and informal learning: How TikTok shapes knowledge acquisition. *Computers in Human Behavior*, 128, 107117.