

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2014 muncul aplikasi musical.ly dan kemudian berganti nama menjadi tiktok. Tiktok merupakan aplikasi dimana para pengguna dapat berbagi video music dengan durasi pendek sekitar satu menit pada platform yang digunakan tiktok (Andita Raras, 2020). Aplikasi tiktok tersedia di *android* dan *ios*, sehingga semua kalangan masyarakat dapat menggunakan aplikasi ini. Kemudian aplikasi ini menjadi tren hingga saat ini yang berkembang pesat dengan mengalami perubahan nama menjadi tiktok di tahun 2016. Besarnya perkembangan yang dialami tiktok akhirnya Bytedance memperkenalkan tiktok di tahun 2016. Bytedance Technology, induk perusahaan dari musical.ly dan tiktok mengumumkan akan segera menggabungkan dua aplikasi video populer ini diberbagai negara contohnya Indonesia, mereka ke Indonesia untuk meresmikan aplikasi gabungan yang baru diperkenalkan di masyarakat dunia (Yudha Pratomo, 2018).

Aplikasi tiktok ramai digunakan setelah diperkenalkan dan diresmikan karena aplikasi tiktok mempunyai beberapa fitur canggih atau *effect* yang menarik dan mudah digunakan dikalangan remaja yaitu seperti menggunakan background music dan filter secara gratis dan bebas untuk membuat aktivitas *content creator*. Sehingga terbukti aplikasi ini memiliki pengguna banyak. Dengan rating 4,6 dari 5 bintang dan pengguna 27.827 pengguna diseluruh dunia ditahun 2017 (Demmy Deriyanto, Fathul Qorib, 2018:78). Rating bintang empat yang didapatkan dari pengguna tersebut memiliki arti bahwa aplikasi yang memiliki jumlah pengguna banyak, aplikasi yang bagus (memiliki fitur yang bagus seperti yang dijelaskan

diatas), penggunaan aplikasi mudah, dan privasi pengguna terjaga atau aman. Ketika aplikasi ini booming dan memiliki bintang empat lebih terlihat dari pengunduh di Indonesia yang terus bertambah jumlah.

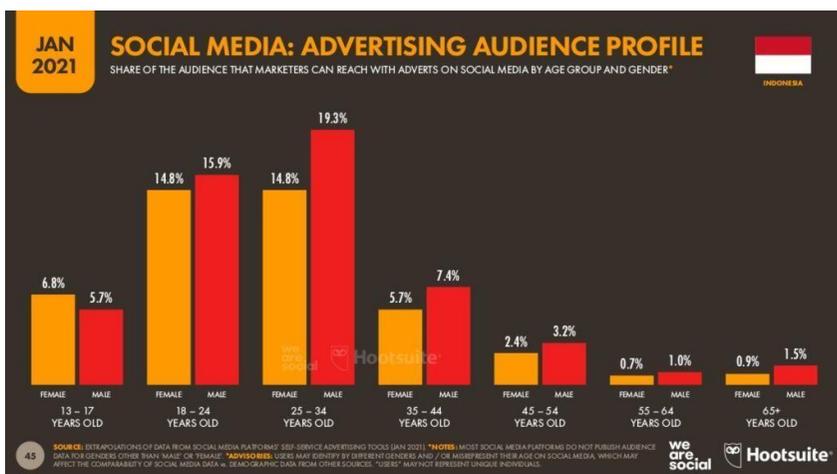
Pada tahun 2019 sampai 2020 pengguna di Indonesia meningkat sehingga menduduki peringkat empat dan peringkat satu yang diduduki oleh aplikasi *Whatsapp*, kedua aplikasi *zoom*, ketiga adalah *Youtube* (Yosepha Pusparisa, 2020). Perkembangan aplikasi *tiktok* tentu didukung dengan penggunaannya yang semakin banyak. Pada 2020 ini juga tercatat pengguna sosial media di Indonesia mengalami kenaikan sekitar 10 juta jiwa dari tahun sebelumnya, yakni tercatat sebanyak 160 Juta orang Indonesia yang aktif di sosial media pada tahun 2020.

Salah satu buah dari era konvergensi media adalah *tiktok*. Dilahirkan dari seorang mahasiswa lulusan Universitas Nankai dari jurusan Software Engineer yang sekaligus menjadi pendiri perusahaan tekno yang bernama Byte Dance, *Tiktok* mendapatkan perhatian cukup besar hingga pada akhir 2017 dapat mengakuisisi *Musical.ly*. Pengguna di Indonesia pada tahun 2020 ini sekitar 30,7 yang merupakan jumlah unduhan pengguna aktif *tiktok*, selain hal itu angka tersebut yang memperkuat posisi Indonesia sebagai negara pengguna *tiktok* terbesar ke-empat (Fajar Pebrianto, 2021).

Aplikasi tersebut di Indonesia membawa lika-liku yang cukup terjal bagi pengguna *tiktok*, karena banyak orang yang tidak menyetujui keberadaan aplikasi *tiktok*. Tidak menyetujui keberadaan *tiktok* karena *tiktok* memiliki pengguna dan isi video yang *over acting* (alay) dan kurang pantas dilihat. Seperti contohnya berjoget – joget dan menebar sensasi. Setelah perilisan resmi pengguna di Indonesia mulai bertambah dari kalangan manapun. Bertambahnya pengguna baru *tiktok* juga menambah genre hiburan

dan edukatif. Seiring berjalannya waktu tiktok memiliki wajah baru dan dapat diterima oleh masyarakat. Hal ini disebabkan isi dari tiktok sudah mengalami perubahan yang pesat dari genre hiburan yang menyediakan video tentang *make up*, *gaming*, tebak-tebakan lelucon, dll. Begitu juga genre edukasi dengan video cara menghitung cepat, belajar bahasa jepang atau inggris, dan *sharing* pengalaman hingga pengetahuan *content creator* tersebut.

Data tersebut menambah pesat dengan jumlah *download* dan akun yang melebihi *facebook*. Perkembangan pada aplikasi tiktok terus meningkat hingga saat ini dengan jumlah unduhan pengguna tujuh juta yang merupakan pengunduh aktif (bukan robot atau bot) aplikasi tiktok. Hal tersebut bisa terjadi karena pada saat pandemi banyak pengguna tiktok dari kalangan remaja bosan dan mencari hal baru yang berupa kesenangan atau hal *entertaint* di sana. Tidak hanya itu rata-rata pada setiap aplikasi seperti *instagram* hingga *youtube* terdapat konten pengguna tiktok yang di *re-upload*. Dari segi usia pengguna medsos, laporan ini memperlihatkan bahwa warga dengan rentang usia mendominasi pada kelompok usia 18-24 tahun.



Gambar 1.1 : jumlah usia pengunduh tiktok (sumber: [www.hotsuite.com](http://www.hotsuite.com))

Pengguna diumur 18 hingga 24 tahun ikut mendominasi memberikan klasifikasi yang cukup panjang, namun berdasarkan hasil pengamatan peneliti mendapatkan mayoritas pengguna tiktok didominasi oleh generasi Alpha dengan kelahiran rata-rata 1999-2003. Hal tersebut menandakan bahwa pengguna rata-rata mahasiswa. Sehingga peneliti mendapati bahwa kalangan mahasiswa menjadi pasar besar dalam meningkatnya pengguna tiktok.

Fenomena ini terjadi disekitar penulis yang dimana pengguna tiktok adalah kaum remaja. Kaum Remaja yang menggunakan tiktok bermacam-macam dari umur 17 tahun hingga 20 tahun dengan kelahiran rata-rata 1999-2003. Pengguna tiktok kalangan remaja dilngkungan penulis adalah mayoritas mahasiswa. Penulis memilih mahasiwa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya angkatan 2018. Hal tersebut dikarenakan penulis melakukan observasi berapa pengguna yang berada pada lingkungan mahasiswa ILKOM 2018, dan tercatat ada 59 dari 278 mahasiwa yang menggunakan aplikasi tersebut. Semakin banyaknya konten tiktok yang populer dan mudah diikuti mulai dari *entertaint*, *challenge*, musik, menari, dan tips oleh kalangan remaja khususnya mahasiswa Ilmu komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya angkatan 2018.

Penggunaan aplikasi tiktok pada mahasiswa ini memiliki latar belakang atau *background* berbeda-beda. Penggunaan tersebut tentunya bertujuan utama untuk bersenang-senang dan berkreaitivitas melalui video yang diunggah. Dalam hal tersebut pengguna tiktok berperan sebagai komunikator dengan penyampaian atau penguanaan melalui konten dan penikmat video tiktok sebagai komunikan. Konten tiktok yang ada pada kalangan remaja rata-rata mengunggah konten yang *entertaint* atau menghibur hingga edukasi seperti cara edit video atau photo. Penggunaan

tersebut tentunya memiliki alasan pada setiap mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2018 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis melihat penggunaan tiktok dikalangan mahasiswa karena setiap mahasiswa memiliki idola yang bermain tiktok juga. Selain hal itu mahasiswa menggunakan tiktok karena tiktok sendiri sedang *hitz* atau naik daun. Pengguna pada tiktok tentunya memiliki perilaku penyampaian pesan harus dikemas berupa karya video satu menit dan dapat menikmati video tersebut. Hal ini penulis juga ingin mengetahui alasan mereka dalam menggunakan tiktok apakah sebagai media aktualisasi diri yang berdasarkan orientasi pengguna masing-masing. Dalam fenomena tersebut banyak pengguna yang memiliki orientasi khusus yang membuat mereka mempunyai aktivitas pada aplikasi tiktok. Orientasi tersebut penulis lihat dari ketertarikan adanya tren dan semua sedang menggunakan aplikasi tiktok, mengikuti gaya idola mereka, hingga mencari hiburan atau kesenangan. Aktivitas tersebut dilakukan oleh pengguna tiktok kalangan mahasiswa dapat berdasarkan sosiopsikologis dan sosiodemografis.

Aktivitas penggunaan tiktok berdasarkan sosiopsikologis yang pengguna lebih berkecenderungan kearah tindakan atau sifat perilaku mereka yang terbentuk dari pengalaman hidup mereka. Perilaku mereka dilihat dari latar belakang psikologis mereka yang kemungkinan baik-baik saja atau memiliki pengalaman hidup yang kurang menyenangkan atau trauma. Maka dari itu pengguna tiktok berproses untuk menikmati dan menyampaikan pesan dengan video berdurasi satu menit untuk popularitas hingga aktualisasi diri. Hal ini berguna untuk memahami bagaimana dan mengapa setiap pengguna tiktok mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2018 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya bertindak seperti yang mereka perbuat.

Perilaku atau aktivitas pengguna tiktok juga berdasarkan sosiodemografis. Hal ini karena penulis melihat adanya keterkaitan penggunaan dengan usia dan asal daerah yang sangat mempengaruhi penggunaan tiktok berdasarkan sosiodemografis pengguna. Seperti pengguna pada mahasiswa atau kalangan remaja dengan umur 19 sampai 22 mereka cenderung menggunakan tiktok dengan bersenang - senang, dengan keperluan mencari *like* dan *follower* yang kemungkinan besar akan meningkatkan popularitas mereka. Tindakan penggunaan aplikasi tiktok juga dapat dilihat berdasarkan sosiodemografis yang dapat menggambarkan dari lingkungan mereka atau ruang lingkup yang berpengaruh pada penggunaan tiktok. Lingkungan pengguna akan menciptakan perilaku pengguna tiktok sesuai dengan tempat tinggal ataupun gaya hidup mereka.

Hal tersebut sangat menarik diteliti oleh penulis karena aplikasi tiktok sekarang mengalami perkembangan yang sangat baik. Karena dulu aplikasi tiktok sering dianggap sebagai aplikasi yang kurang bermanfaat atau *overacting* (alay) bagi masyarakat. Seiring berjalannya waktu tiktok diterima pada seluruh kalangan masyarakat dan memiliki wajah baru dengan adanya genre *entertainment* atau hiburan dan edukasi. Dengan adanya perkembangan tersebut aplikasi ini dapat digunakan sebagai pembelajaran atau hiburan secara singkat. Penggunaan tiktok di kalangan mahasiswa memiliki perilaku berdasarkan latar belakang sosiopsikologis dan sosiodemografis mereka. Hal tersebut nantinya akan memudahkan penulis mendapatkan hasil dari penelitian penggunaan tiktok oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2018 berdasarkan sosiopsikologis dan sosiodemografis. Dengan begitu penulis dapat mengetahui penggunaan tiktok dari sering atau jarang dan genre yang lebih disukai para pengguna tiktok mahasiswa Ilkom angkatan 2018.

## **1.2 Rumusan Masalah**

- Penelitian ini berdasarkan latar belakang diatas Rumusan Masalah yang didapat oleh penulis :

Bagaimanakah hasil analisis pengguna tiktok berdasarkan sosiopsikologis dan sosiodemografis mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2018 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

- Tujuan yang didapat penulis dari rumusan masalah yang ada :

Bertujuan Ingin mengetahui hasil analisis pengguna penggunaan tiktok berdasarkan sosiopsikologis dan sosiodemografis mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2018 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Ingin mengetahui hasil analisis pengguna

## **1.4 Manfaat Penelitian**

- Teoritis

Sebagai bahan referensi penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih pada Ilmu Komunikasi khususnya pada kajian media baru atau *newmedia*

- Praktis

Memberikan gambaran mengenai penggunaan aplikasi tiktok dari sisi mahasiswa dengan latar belakang sosiopsikologis dan sosiodemografis kepada pembaca.

## 1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian bertujuan untuk mempermudah pemahaman penelitian. Dalam laporan penelitian ini, sistematika penelitian terdiri atas lima bab yaitu, pendahuluan, kajian pustaka, metode penelitian, penyajian data pembahasan, dan yang terakhir yaitu penutup. Masing-masing uraian dapat dijelaskan sebagai berikut

- **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini merupakan pendahuluan yang materinya sebagian besar menyempurnakan usulan penelitian yang berisikan tentang latar belakang masalah juga menuliskan alasan penulis memilih objek penelitian tersebut, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian. Pada manfaat penelitian terdiri atas manfaat secara akademis, praktis dan umum.

- **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Dalam bab ini berisikan tentang penelitian terdahulu yang pernah diteliti oleh peneliti terdahulu, *critical review*, landasan teori yang digunakan, dan kerangka dasar pemikiran seperti apa yang akan dibuat.

- **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisikan tentang pengembangan metodologi yang terdiri dari tipe penelitian , peran peneletian, lokasi penelitian, sumber data hingga tehnis analisis data, dan keabsahan data yang akan dibahas secara lengkap pada bab ini.

- **BAB IV DESKRIPSI OBJEK, PENYAJIAN DATA, DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini mendeskripsikan objek yang akan diteliti yaitu pengguna tiktok oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi 2018 sebagai kommunikator berdasarkan sosiopsikologis dan sosiodemografis dari deskripsi objek, penyajian data, dan pembahasan. Dalam menyampaikan pesan berupa video , pelaku komunikasi memiliki berbagai macam konten yang dapat dimasukkan kedalam sosiopsikologis dan sosiodemografis mereka. Lalu penjabaran penyajian data dan pembahasan penelitian.

#### **BAB V PENUTUP**

Berisikan tentang kesimpulan dari serangkaian pembahasan penelitian berdasarkan analisis yang telah dilakukan serta saran-saran dan rekomendasi untuk disampaikan kepada objek dan subjek penelitian atau bagi penelitian selanjutnya.