

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi digital pada saat ini seperti menjadi salah satu hal pokok yang sangat penting untuk kehidupan umat manusia. Pada era saat ini, media sosial sudah banyak digunakan mulai dari kalangan anak-anak, remaja, maupun orang dewasa. Kehadiran media sosial memudahkan orang-orang untuk mengakses apa pun dan di mana pun serta mempermudah memenuhi kebutuhan hidup. Media sosial juga sudah menjadi tempat membentuk *image* diri, mengungkapkan perasaan, mengekspresikan diri, serta dapat menyalurkan bakat dan minat para penggunanya. Dari banyaknya fitur yang tersedia di media sosial, muncul berbagai aplikasi yang mendukung masyarakat untuk berkreasi menunjukkan eksistensinya di dunia maya seperti, TikTok, Snapchat, Facebook, Instagram dan lainnya (Anugrah, 2022) . Dalam penelitian kali ini, peneliti akan berfokus pada salah satu media sosial yaitu aplikasi TikTok.

Aplikasi ini memiliki *special effects* yang mudah digunakan sehingga semua orang dapat membuat video yang keren dan menarik dengan durasi 30 detik hingga sekarang sudah bisa membuat video dengan durasi 6 menit. melalui aplikasi TikTok, pengguna dapat berbagi segala aktivitas, kreativitas, dan kebahagiaan mereka lalu mengunggahnya. Pengguna aplikasi TikTok di Indonesia kebanyakan adalah anak usia sekolah berumur 9-19 tahun atau disebut generasi Z (Handy & Wijaya, 2020).

Persentase pengguna TikTok dengan usia 9-24 tahun ada sebanyak 32.5%. Sementara itu, ada 29.5% pengguna TikTok yang berusia 20-29 tahun. Selanjutnya, sebanyak 16.4% pengguna berusia 30-39 tahun. Persentase untuk pengguna 40-49 tahun adalah 13.9% dan pengguna yang berusia 50 tahun ke atas adalah sebanyak 7.1%. Sehingga TikTok didominasi oleh para Gen Z alias anak-anak muda dengan

rentang usia 9 hingga 24 tahun. Dari keseluruhan pengguna TikTok, 60% di antaranya dikuasai oleh Gen Z (Wisnuadi, 2022).

Pro dan kontra mengenai aplikasi TikTok masih berlangsung sampai saat ini. Paling utama mengenai tarian yang dilakukan perempuan di TikTok yang awalnya menuai polemik karena dinilai membagikan akibat negatif sehingga diblokirnya TikTok di Indonesia kemudian disaat ini TikTok sudah kembali dibuka dan menjadi media perempuan mengekspresikan tubuhnya yang dapat dilihat oleh masyarakat luas sehingga membuat mereka menjadi terkenal. Berdasarkan data dari Bytedance Ads per April 2022 Statistik menampilkan kalau 8,2 juta pengguna TikTok merupakan perempuan serta anak perempuan sedangkan pengguna pria berjumlah 6,1 juta (Fadhila, 2020).

Aplikasi ini banyak digunakan oleh berbagai ragam orang dari seluruh usia tidak menutup kemungkinan ada konten-konten yang memiliki faktor negatif di dalamnya. Terdapatnya konten-konten negatif tersebut pastinya bisa membahayakan untuk pertumbuhan mental penggunaannya yang rata-rata anak muda yang berumur dibawah 18 tahun sebab belum stabilnya dari segi pendirian ataupun pemikiran. Masa remaja ialah masa peralihan dari anak-anak mengarah dewasa dalam perihal ini terdapat pertumbuhan baik itu secara raga maupun mental. Masa anak muda ialah masa pertumbuhan yang hendak dilewati oleh orang. Sebaliknya masa perkembangan anak muda merupakan masa kala mencapai kematangan mental, emosional, sosial, raga, yang menggambarkan periode perkembangan orang pada masa peralihan dari masa anak-anak menuju dewasa. Perihal ini mengakibatkan perbandingan ciri antara satu dengan yang lain. Pergantian baik secara raga maupun psikis dan kehidupan sosial yang mendatangkan bermacam perkara dan tantangan (Adawiyah, 2020).

Menurut *Head Of Content and User Operation* TikTok Indonesia sepanjang masa PSBB serta *work from home*, platform video pendek itu lebih ramai 20 persen dari umumnya. Umumnya mereka yang memakai TikTok sepanjang pandemi untuk mengusir kebosanan sepanjang beraktivitas di rumah. Tidak cuma di Indonesia di Amerika Serikat pemakaian TikTok sepanjang pandemik pula

bertambah ekstrem. Data dari lembaga survei *comscore* mengatakan semenjak Oktober tahun 2019 sampai Maret 2020 wisatawan TikTok tercatat menggapai 25 juta. Jumlah ini melonjak sampai 12 Juta pengguna sepanjang Amerika memberlakukan *lockdown* dibulan Februari sampai Maret 2020. Angka ini, hampir 2 kali lipat dibanding bulan bulan sebelumnya. Bagi Bytedance, Indonesia sendiri mempunyai pengguna aktif aplikasi TikTok sebanyak 10 juta tiap bulannya. Perihal ini didukung dengan beragamnya aplikasi TikTok seperti full dj TikTok, duet TikTok parah, dj TikTok *remix*, TikTok meme *soundboard*, *hot video for* TikTok serta lain sebagainya. Seluruh aplikasi TikTok tersebut bisa dengan gampang di unduh lewat *google playstore* (Astuti & Subandiah, 2021; Alfiana, 2019).

Di Indonesia pada tahun 2018 aplikasi ini dinobatkan sebagai aplikasi terbaik di *playstore* yang dipunyai oleh *Google*. Tidak hanya itu, TikTok pula jadi jenis aplikasi sangat menghibur (Imron, 2018). Pada Juli kemudian aplikasi buatan Cina itu pernah diblokir oleh Kementerian Komunikasi serta Informatika (Kominfo) di pertengahan 2018, alasannya sebab terdapatnya konten-konten yang negatif, paling utama untuk anak-anak. Pemblokiran pada aplikasi ini cuma berlangsung seminggu, mulai 3- 10 Juli 2018 (Adawiyah, 2020).

Aplikasi, terutama aplikasi TikTok, memungkinkan kita terhubung dengan jutaan orang diseluruh dunia. Komunikasi antarpribadi kini berangsur-angsur menjelma menjadi interaksi antara manusia dan telepon genggam. Karena begitu mudahnya berinteraksi dengan telepon akhir-akhir ini. Banyak orang lebih memilih menggunakan ponsel daripada berinteraksi di lingkungan sosial di sekitar kita. Orang lebih suka berteman melalui jejaring sosial internet dan melupakan orang lain. Bahkan jika mereka berada di ruangan yang sama dengan orang lain, mereka tidak akan terlibat dalam percakapan karena mereka sibuk dengan ponsel masing-masing. Teman di jejaring sosial tampaknya lebih dekat dan lebih nyata daripada tetangga kita, sementara ponsel adalah teman yang lebih dekat daripada lingkungan sosial. Hal ini dapat menimbulkan berbagai gangguan kepribadian pengguna, seperti tidak peduli dengan lingkungan sosial sekitar (Panuju, 2015:70).

Interaksi ini sangat berbeda dengan interaksi tatap muka. Interaksi di sini terbentuk melalui proses akselerasi yang dimulai dari ucapan dan teks. Seperti menulis, itu adalah sebuah fenomena. Bahkan bersosialisasi atau bersosialisasi dengan orang-orang di sekitar mereka (biasanya anak muda) di waktu yang berbeda, mengakses aplikasi di ponsel mereka selama jam sekolah atau di acara atau pertemuan antar remaja (Fauzan, 2021).

Fenomena TikTok ini menjadi sangat populer dikalangan remaja tidak hanya terjadi di kota besar. Fenomena ini sudah menjadi trend hampir disetiap pelosok tanah air. Tidak terkecuali kota-kota kecil. Terutama remaja usia 10-20 tahun, yang berpartisipasi dalam *euphoria* TikTok. Bahkan mereka tidak menyadarinya, mereka sudah terjebak di dunia yang penuh dengan simulasi yang tidak nyata (buatan). Dalam penelitian sosiologi postmodern, penggunaan media sosial tak terkecuali TikTok adalah entitas yang berafiliasi dengan apa yang disebutnya. Ini terlihat seperti lebih dari yang sebenarnya terjadi (Wijaya, 2020).

Fakta aplikasi TikTok berkaitan erat dengan citra yang dipersepsikan seorang atas dirinya sendiri. Sebab lewat aplikasi TikTok tiap orang ingin menunjukkan sisi terbaiknya kepada orang lain. Sehingga, kesan yang dimiliki orang lain terhadap dirinya bisa bernilai positif apabila aplikasi TikTok dilakukan dengan metode yang benar. Perihal tersebut hendak menghasilkan dorongan dari dalam dirinya guna berbuat serta menggapai suatu yang dia mau supaya dapat penuhi kebutuhannya. Tidak hanya itu, lewat aplikasi TikTok seorang bisa lebih mengutarakan apa yang dipikirkannya (Fauzan, 2021).

Anak muda sangat tergantung pada media sosial serta tidak dapat dilepaskan dari pemikiran bergaya-gaya serta kekinian, media sosial seolah telah jadi candu untuk mereka, seluruh perihal yang berupa aktivitas ataupun kegiatan, enak serta perasaan kerap kali diunggah oleh anak muda lewat media sosialnya. Tidak hanya itu anak muda memakai media sosial pastinya dengan bermacam motivasi, bukan cuma buat berbagi data dan inspirasi saja namun buat jadi salah satu ajang membuktikan kreativitas, pencitraan diri serta mengekspresikan diri baik dalam bentuk tulisan, gambar, ataupun video, tidak hanya itu pemakaian media sosial bisa

digunakan buat membuktikan eksistensi diri dikalangan area pergaulannya. Eksistensi diri ialah sesuatu usaha manusia buat mencari serta menguasai arti kehidupan untuk dirinya yang diyakini sebagai suatu wujud dari nilai batiniah yang paling utama, dimana tidak terdapat satu orang atau orang juga ataupun suatu yang dapat memberi penafsiran tentang makna serta maksud dari kehidupan seorang tersebut, jadi setiap manusia wajib menciptakan metode sendiri untuk mengalami kondisi serta lingkungan sekitar. Eksistensi diri bisa dicoba oleh seluruh manusia tanpa terkecuali serta juga bisa disaksikan oleh orang lain. Eksistensi diri terdapat pada tiap diri manusia tanpa memahami batas umur, tipe kelamin, pembelajaran, status sosial serta lain-lain, selain itu eksistensi diri tercipta sebab adanya dorongan dari dalam orang tersebut dan terdapatnya tuntutan manusia selaku makhluk sosial (Fauziah, 2019).

Platform berbagi video pendek dengan durasi 15 detik ini menginginkan tujuan utama pengguna internet dalam membuat video seluler bentuk pendek. Sebagai aplikasi yang diklaim menginspirasi kreativitas serta membawa kegembiraan, *content* yang diusung pula mengasyikkan, santai serta kreatif dengan tetap mempunyai papan cerita. Kreativitas yang ditawarkan oleh TikTok tetap terbuat berlandaskan *remix* sumber yang terdapat. TikTok mempunyai musik serta cuplikan diskusi yang direkam dari bermacam sumber yang bisa digunakan pengguna untuk membuat video. Sebagian tren terbanyak di TikTok merupakan tarian dengan musik, komedi suara, meme, serta sinkronisasi bibir (Astuti & Subandiah, 2021).

TikTok digunakan remaja sebagai media buat berkreasi di saat pandemi, TikTok banyak mempunyai sumber ide-ide yang dapat memicu benak untuk memunculkan ataupun melahirkan sesuatu kreasi itu sendiri. Kala berkreasi memerlukan ide yang kreatif supaya video yang terbuat pada TikTok mempunyai keunikan tertentu serta berbeda dengan yang lain (Pratiwi & Achmad, 2021).

Dengan motif remaja dalam penggunaannya, aplikasi TikTok mempunyai muatan positif, misalnya sebagai ajang hiburan, suatu seni, mengimplementasikan serta mengeksistensi diri buat membagikan kepuasan untuk dirinya sendiri ataupun

orang lain, tidak hanya itu dengan memakai aplikasi TikTok penggunaannya bisa menghasilkan kreativitas serta bakat yang dipunyai misalnya semacam bernyanyi, dubbing, membuat konten-konten seru yang unik hingga bisa menjadikan seorang selaku *influencer* semacam artis, selebgram, *youtuber* serta yang lain. Sayangnya popularitas TikTok tidak cuma bawa akibat positif saja tetapi bawa akibat negatif pula, yang diakibatkan oleh minimnya konsep diri dari orang itu sendiri, misalnya dalam pemakaian pakaian yang *sexy* serta joget dengan goyangan yang erotis serta tidak pantas untuk dicoba. ironisnya banyak penggunaannya khususnya anak muda yang berupaya untuk menajaki perihal tersebut, ini dicoba untuk jadi pusat atensi setelah itu menjadi viral. Banyak pengguna yang mengunggah video sejenis tanpa menyadari kalau video yang ditiru tidaklah perihal yang pantas untuk ditiru serta apabila tidak dikontrol dengan baik hingga dapat jadi kenakalan (Fauziah, 2019).

Motif menjadi sumber kekuatan yang membangkitkan rasa ingin tahu untuk mencoba aplikasi TikTok para siswa sekolah dasar hingga sekolah menengah atas. Perilaku tampak yang ditunjukkan dengan menggunakan aplikasi TikTok mulai mengunduh aplikasi, melakukan pencarian video yang menarik, hingga mencoba membuat konten pada aplikasi TikTok. Motivasi menggerakkan perilaku untuk mencapai tujuan-tujuan yang tersirat dalam penggunaan aplikasi atau dapat dimaknai sebagai motif kebutuhan. Senada dengan hal tersebut Mendari (2010) menjelaskan bahwa motivasi merupakan suatu kekuatan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan sedangkan motif yang bersifat potensial dan aktualisasinya dinamakan motivasi (Andriani, 2021).

Konsep diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang mewarnai perilaku individu. Konsep diri merupakan aspek yang penting dalam kehidupan individu yang merupakan refleksi yang dipandang, dirasakan dan dialami individu mengenai dirinya sendiri. Adanya konsep diri akan menunjang individu menjalani hidup karena dengan konsep diri seseorang akan bertingkah laku sesuai dengan konsep dirinya. Konsep diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang mewarnai perilaku individu. Konsep diri merupakan aspek yang penting dalam kehidupan individu yang merupakan refleksi yang dipandang, dirasakan dan

dialami individu mengenai dirinya sendiri. Adanya konsep diri akan menunjang individu menjalani hidup karena dengan konsep diri seseorang akan bertindak laku sesuai dengan konsep dirinya (Fauziah, 2019; Sitorus, 2018).

Setiap manusia pasti memiliki konsep diri, begitu pula yang dirasakan oleh para remaja. Masa remaja merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak dan masa dewasa, masa transisi ini seringkali membuat remaja bersangkutan dengan situasi yang membingungkan, satu pihak mereka masih kanak-kanak tetapi dilain pihak mereka sudah harus bertindak laku seperti orang dewasa. Remaja memiliki sikap, emosi dan pembawaan diri yang belum dapat dikatakan stabil karena mereka masih berada dalam tahap mencari jati diri dan konsep diri. Setiap remaja memiliki konsep diri masing-masing saat melakukan interaksi sosial dengan orang lain, apa yang remaja pikirkan tentang dirinya tentunya akan tercermin dari bagaimana ia berbicara, berpenampilan dan bersikap (Fauziah, 2019).

Penelitian serta wawancara lebih dahulu dengan pengguna TikTok menampilkan kalau orang-orang, paling utama kalangan muda, termotivasi buat berpartisipasi dalam tantangan bila mereka bisa mengekspresikan keahlian orang ataupun apabila mereka bisa menekuni keahlian baru, misalnya, gerakan menari (Klug, 2020). Dengan menjajaki promosi diri selebriti, banyak anak muda serta berusia muda membentuk bukti diri *online* mereka buat memperoleh popularitas, pengakuan, serta keterhubungan tingkatan besar (Van Dijk, 2013). Klug (2020) menciptakan kalau wujud hiburan serta hiburan yang terbuka, *performatif*, serta sebagian besar tidak terstruktur yang berpusat pada TikTok memperkenalkan hambatan modal sosial yang lebih rendah untuk pengguna guna berpartisipasi dalam tantangan TikTok, namun pula narsisme, pencarian atensi, serta kemauan buat menghasilkan penampilan, yang positif (Dias & Duarte, 2022).

Adapun maksud dari penelitian ini adalah karena pelajar perempuan di SMK BINA HARAPAN sering menggunakan TikTok pada saat di sekolah ataupun di dalam kelas serta kumpul bareng teman-temannya dan tidak bisa lepas dari TikTok sehingga peneliti ingin memberikan gambaran tentang apa sebenarnya

motif pelajar perempuan di SMK BINA HARAPAN ini menggunakan aplikasi TikTok di sekolah ataupun di dalam kelas.

Alasan penulis memilih judul ini, **PENGGUNAAN TIKTOK PADA REMAJA PEREMPUAN DI SMK BINA HARAPAN** karena Sebelum melakukan wawancara atau penelitian langsung peneliti sudah melakukan observasi singkat ke beberapa SMA/SMK namun di SMK BINA HARAPAN ini peneliti melihat kalau pelajar perempuannya sering menggunakan TikTok di sekolah ataupun di dalam kelas dibandingkan pelajar laki-laki yang lebih memilih bermain *game mobile legend* sehingga peneliti menemukan masalah dan akan memberikan gambaran kepada pembaca yaitu apa motif dari pelajar perempuan di SMK BINA HARAPAN ini sering atau selalu menggunakan TikTok di sekolah ataupun di kelas mereka dan apakah kebutuhan atau yang mereka cari di TikTok itu terpenuhi. Pelajar perempuan di SMA/SMK lainnya justru jarang menggunakan TikTok di sekolah ataupun kelas karena mereka lebih suka menggunakannya di luar sekolah.

Dari data yang peneliti dapatkan dari Bytdance Ads per April 2022 menampilkan kalau 8,2 juta pengguna TikTok di Indonesia merupakan perempuan sedangkan pengguna pria berjumlah 6,1 juta pengguna. Dan persentase pengguna TikTok dengan usia 9-24 tahun ada sebanyak 32.5% sehingga peneliti lebih memilih remaja perempuan. Data dari *website* Kemdibud.go.id tentang jumlah siswa-siswi yang ada di SMK BINA HARAPAN berjumlah perempuan sebanyak 26 siswi dan laki-laki sebanyak 74.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa motif remaja perempuan di SMK BINA HARAPAN menggunakan media sosial TikTok.
2. Apakah kebutuhan remaja perempuan di SMK BINA HARAPAN terpenuhi dengan menggunakan aplikasi TikTok.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin diraih dalam pembuatan skripsi ini adalah :

1. Untuk menggambarkan apa motif utama remaja perempuan di SMK BINA HARAPAN dalam menggunakan TikTok.
2. Mengetahui apakah kebutuhan remaja perempuan di SMK BINA HARAPAN pengguna aplikasi TikTok terpenuhi ?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat untuk akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menginformasikan lebih lanjut mengenai apa saja yang menjadi motivasi remaja perempuan di SMK BINA HARAPAN dalam menggunakan media sosial terutama TikTok dalam hal ini penelitian menggunakan teori *Uses and Gratification*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian lebih rinci lagi mengenai motivasi remaja perempuan yang menggunakan TikTok dan yang membuat video TikTok.