

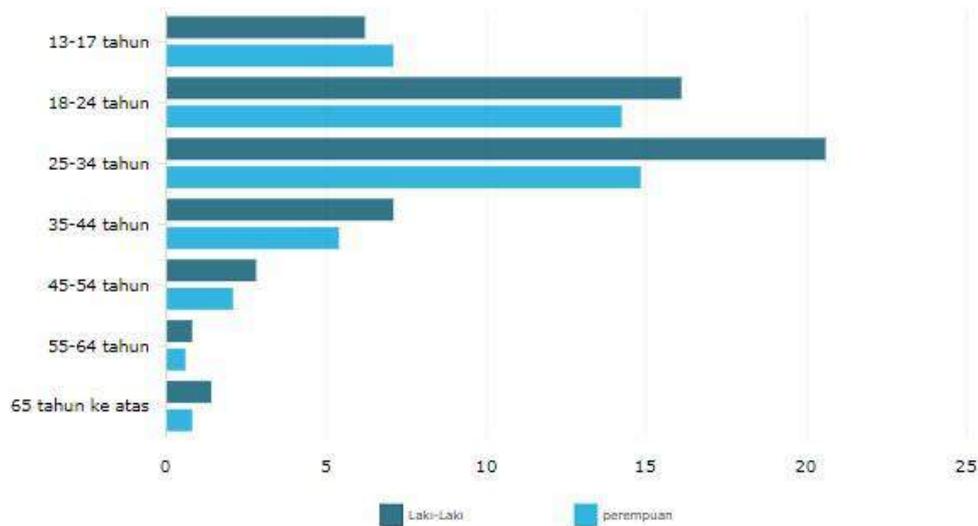
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan dalam bidang komunikasi ini memberikan pengaruh kepada pengguna internet di Indonesia. Hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet Indonesia pada kuartal II tahun 2020 mencapai 196,7 juta jiwa (Bayu, 2020). Pengguna internet tertinggi terdapat pada provinsi Jawa Barat (Jemadu, 2020). Sekretaris Jenderal APJII, Henri Kasyfi, menyatakan alasan tertinggi dalam penggunaan internet adalah media sosial, lalu komunikasi lewat pesan, bermain *games* dan belanja *online*.(Pratama, 2020).

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh APJII, alasan tertinggi dalam penggunaan internet adalah penggunaan media sosial. Mayoritas pengguna media sosial di Indonesia berdasarkan usia dan *gender* dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



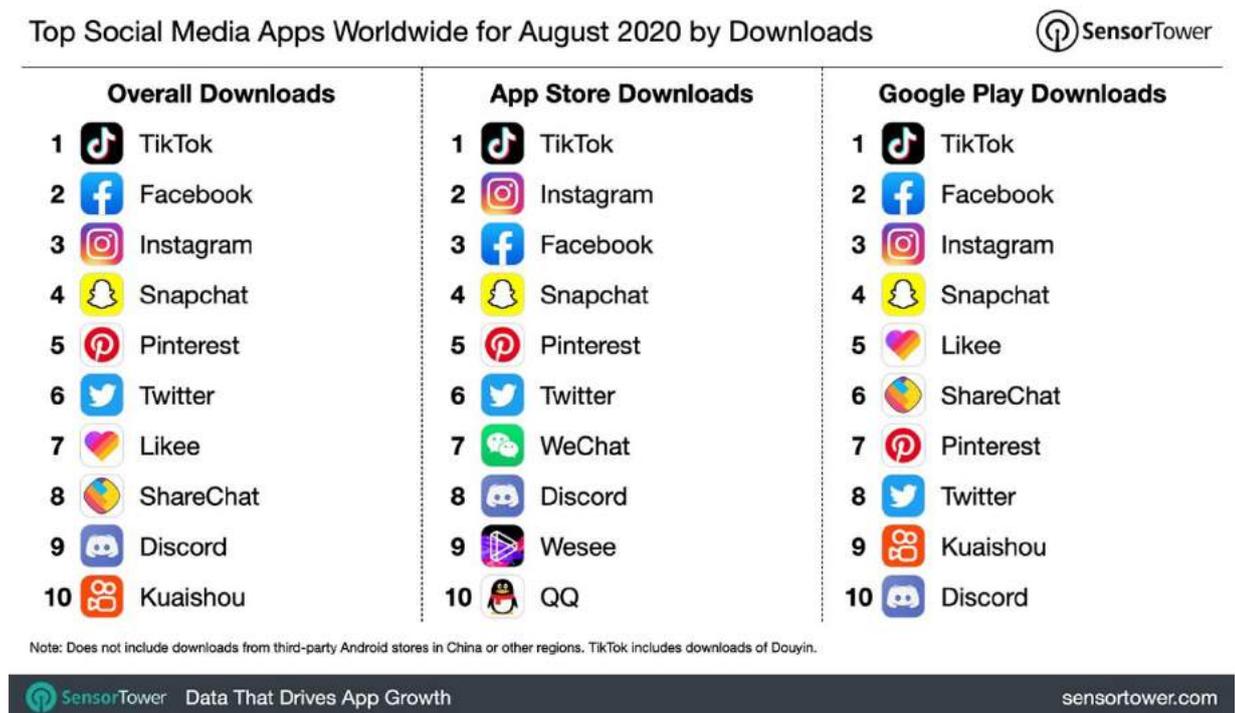
Gambar 1. 1 Pengguna Media Sosial di Indonesia Berdasarkan Usia dan Gender

Sumber : (Annur, 2020)

Berdasarkan gambar 1.1, pengguna media sosial di Indonesia didominasi oleh usia 25 – 34 tahun, selanjutnya pada usia 18 – 24 tahun (Annur, 2020). Melihat data pengguna media sosial tersebut, banyak aplikasi media sosial yang berlomba-lomba untuk memberikan fitur-fitur yang mempermudah orang-orang untuk berkomunikasi melalui

gadget yang mana salah satunya yaitu berfokus pada para remaja dikarenakan intensitas penggunaan yang cukup tinggi terhadap aplikasi media sosial.

Media sosial merupakan sebuah media yang memanfaatkan internet yang penggunaanya dapat berinteraksi tanpa adanya batas jarak, waktu dan ruang. Dengan adanya media sosial, masyarakat dapat mengakses informasi, konten, berbagi video atau foto, dan berinteraksi dengan pengguna lain (Prihatiningsih, 2017). Qiyang & Jung (2019) menjelaskan bahwa media sosial memfasilitasi penggunaanya dalam membuat ataupun membagikan pengetahuan antar orang yang memiliki kemiripan dalam tujuan dan perilaku (Massie, 2020). Berkaitan dengan hal tersebut, *trend* penggunaan media sosial terus berubah di setiap tahunnya. Berikut data media sosial yang paling banyak diunduh di akhir tahun 2019 yang disajikan pada Gambar 1.2



Gambar 1. 2 Peringkat Sosial Media di Dunia Tahun 2020

Sumber : (Chan, 2020)

Berdasarkan gambar 1.2 dapat diketahui bahwa Tiktok pada tahun 2020 menjadi aplikasi sosial media dengan peringkat 1 yang di *download* secara global baik pada *AppStore* maupun *Google Play*. Tik Tok merupakan aplikasi video musik dan jejaring sosial asal Cina resmi meramaikan industri digital di Indonesia (Chan, 2020). Aplikasi Tiktok menjadikan ponsel pengguna menjadi studio berjalan dengan menghadirkan *special effects* yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa

menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah (Massie, 2020). Berdasarkan data ini dapat disimpulkan bahwa Tiktok menjadi salah satu media sosial yang sangat diminati dalam berinteraksi antar pengguna *smartphone*.

Seiring perkembangannya sampai saat ini, Tiktok mengalami perkembangan yang tidak berjalan dengan mulus sejak hadir di Indonesia. Perjalanan Tiktok di Indonesia dapat dilihat pada gambar 1.3 berikut :

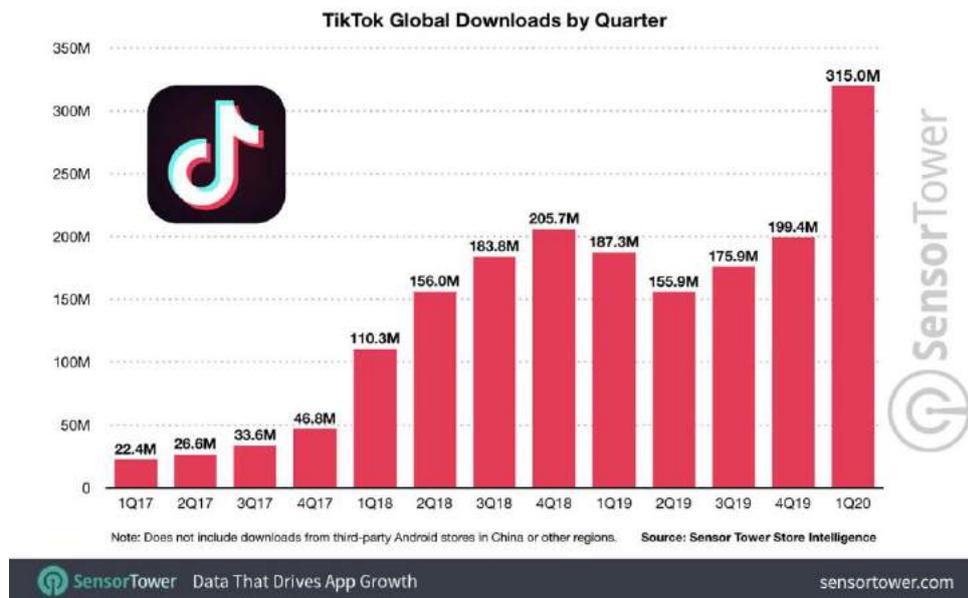


Gambar 1. 3 Perkembangan Tiktok di Indonesia

Sumber : (Kumparan.com, 2018)

Berdasarkan gambar 1.3, aplikasi Tiktok hadir di Indonesia pada bulan September 2017. Namun pada tanggal 3 Juli 2018, aplikasi Tiktok di blokir kominfo oleh karena banyaknya konten negatif pada Tiktok. Lalu petinggi Tiktok datang ke Indonesia untuk mengurus pemblokiran aplikasi Tiktok dengan menemui Menkominfo pada tanggal 4 Juli 2018 dan menemui Kementrian PPA, dan KPAI pada tanggal 6 Juli 2018, lalu pada akhirnya pemblokiran aplikasi Tiktok di Indonesia di buka kembali pada 10 Juli 2018 (Kumparan.com, 2018).

Peningkatan pengguna sosial media Tiktok terus terjadi. Peningkatan jumlah unduhan aplikasi Tiktok secara global dilihat dari *AppStore* dan *GooglePlay* dari semenjak peluncurannya pada tahun 2017 sampai 2020 terjadi peningkatan yang signifikan. Jumlah unduhan aplikasi Tiktok sejak kuartar I tahun 2017 sampai kuartar I tahun 2020 dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 1. 4 Jumlah Unduhan Tiktok

Sumber : (Chapple, 2020)

Berdasarkan gambar 1.4, jumlah unduhan Tiktok terus mengalami peningkatan. Pada awal kuartar I tahun 2017 didapatkan sebanyak 22,4 juta orang mengunduh aplikasi Tiktok yang terus mengalami peningkatan sampai kuartar IV tahun 2018. Pada kuartar I tahun 2019 sempat mengalami penurunan dan peningkatan kembali pada kuartar III tahun 2019 sampai pada kuartal I tahun 2020 jumlah terbanyak unduhan aplikasi Tiktok mencapai 315 juta orang (Chapple, 2020). Tiktok juga menjadi aplikasi yang banyak diunduh di dunia pada bulan Agustus 2020 dengan Indonesia sebagai pengunduh paling banyak pada periode tersebut dengan persentase sebesar 11% dari total unduhan seluruh dunia (Meodia, 2020).

Peningkatan jumlah pengguna Tiktok di Indonesia menurut *survey* yang dilakukan oleh badan riset dan analisa data Internasional, YouGov, bahwa 50 persen remaja di Indonesia memilih format video singkat pada Tiktok untuk mencari inspirasi kreatif dan mengekspresikan kreatifitasnya. Selain karena hal tersebut, Head of Content

and User Operations Tiktok Indonesia, Angga Anugrah Putra, menyatakan bahwa banyaknya konten *creator* dan penikmat video Tiktok Indonesia seiring dengan pertumbuhan internet yang cepat di Indonesia membuat pertumbuhan Tiktok menjadi semakin pesat di Indonesia (Naufal, 2020).

Pengguna Tiktok di Indonesia menurut Head of Public Policy TikTok Indonesia, Donny Eryastha, didominasi oleh remaja dengan rentang usia 14 – 24 tahun (Rakhmayanti, 2020). Di kota Bandung, Tiktok menjadi salah satu aplikasi yang digunakan remaja dalam menunjukkan eksistensi diri pada lingkungan pergaulan. Remaja pengguna aplikasi Tiktok meyakini bahwa dapat menunjukkan ekspresi dirinya karena peningkatan percaya diri, ketidakpedulian terhadap perkataan orang lain, menghilangkan stres, berkembangnya kreativitas dan keluar dari zona nyaman remaja tersebut (Fauziah, 2019).

Aplikasi Tiktok tidak hanya memberikan dampak positif bagi remaja kota Bandung. Aplikasi Tiktok memberikan dampak negatif, salah satunya kepada seorang Youtuber dengan inisial KW. Pemuda kota Bandung tersebut terancam dipenjara selama 6 tahun karena terancam UU ITE. Pemuda tersebut membuat konten video di aplikasi Tiktok yang menyinggung salah satu organisasi masyarakat Islam yaitu Masjid Persatuan Islam (Persis) yang terletak di Jalan Pajagalan, Kota Bandung telah memutar musik diskotek serta membuat heboh publik, namun pada kenyataannya itu tidak terjadi (Nurulah, 2020).

Melihat aplikasi Tiktok sebagai salah satu media sosial yang tidak hanya memberikan dampak positif ataupun negatif yang terjadi pada remaja, khususnya di Kota Bandung. Motif penggunaan sosial media Tiktok menjadi menarik untuk diteliti. Penelitian ini mengadopsi lima indikator motif pengguna media sosial menurut Papacharissi & Rubin (2000) yaitu motif *interpersonal utility*, motif *pass time*, motif *information seeking*, motif *convenience* dan motif *entertainment*.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Liani & Rina, 2020) pada media sosial Twitter dengan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif menunjukkan bahwa motif pengguna media sosial Twitter yang berada pada kategori sangat tinggi dimana motif *entertainment* dan motif *information seeking* berada pada kategori sangat tinggi, sedangkan motif *convenience*, motif *interpersonal utility* dan motif *pass time* berada pada kategori tinggi.

Berdasarkan yang telah di uraikan, motif penggunaan media sosial Tiktok merupakan fenomena yang layak untuk di teliti. Menurut (Rakhmat, 2009) dalam bukunya yang berjudul metode penelitian komunikasi, penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan kuantitatif deskriptif yang hanya memaparkan fenomena atau gejala, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, dan juga tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Dengan demikian, judul dari penelitian ini adalah **“Motif Remaja Dalam Menggunakan Media Sosial (Survey Pada Remaja Berusia 14 – 24 Tahun Pengguna Tiktok di Kota Bandung)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang peneliti uraikan diatas, identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Seberapa tinggi motif *interpersonal utility* pada remaja dalam menggunakan media sosial Tiktok?
2. Seberapa tinggi motif *pass time* pada remaja dalam menggunakan media sosial Tiktok?
3. Seberapa tinggi motif *information seeking* pada remaja dalam menggunakan media sosial Tiktok?
4. Seberapa tinggi motif *convenience* pada remaja dalam menggunakan media sosial Tiktok?
5. Seberapa tinggi motif *entertainment* pada remaja dalam menggunakan media sosial Tiktok?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa tinggi motif *interpersonal utility* pada remaja dalam menggunakan media sosial Tiktok.
2. Untuk mengetahui seberapa tinggi motif *pass time* pada remaja dalam menggunakan media sosial Tiktok.
3. Untuk mengetahui seberapa tinggi motif *information seeking* pada remaja dalam menggunakan media sosial Tiktok.

4. Untuk mengetahui seberapa tinggi motif *convenience* pada remaja dalam menggunakan media sosial Tiktok.
5. Untuk mengetahui seberapa tinggi motif *entertainment* pada remaja dalam menggunakan media sosial Tiktok.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dibagi dua aspek yaitu aspek teoritis dan aspek praktis, yaitu:

1.4.1 Aspek Teoritis

Secara teoritis, peneliti berharap penelitian ini dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi terutama mengenai motif penggunaan media sosial Tiktok dan dapat menjadi referensi atau acuan bagi penelitian selanjutnya yang meneliti motif suatu khalayak dalam menggunakan media sosial terutama Tiktok.

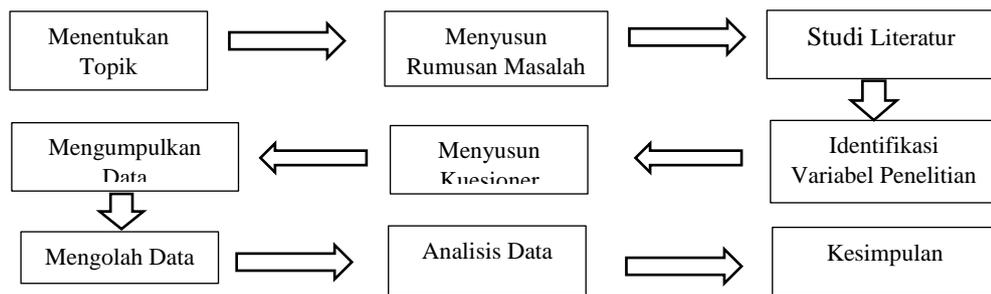
1.4.2 Aspek Praktis

Adapun selain memberikan manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan peneliti dan juga pembaca dalam bidang komunikasi khususnya mengenai motif penggunaan media sosial Tiktok sebagai sumber informasi dan media komunikasi pada saat ini.
2. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para pembaca dalam memahami fenomena atau peristiwa merebaknya penggunaan media sosial Tiktok pada kalangan remaja.
3. Penelitian ini dapat menjadi sarana pemanfaatan media baru serta internet sebagai media komunikasi dan sumber informasi yang bermanfaat.
4. Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk strategi pemasaran seperti pengemasan pesan iklan atau komunikasi pemasaran lainnya.

1.5 Tahapan Penelitian

Adapun tahapan-tahapan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. 5 Tahapan Penelitian

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis akan melaksanakan penelitian di Bandung, Jawa Barat dengan membagikan kuesioner melalui *googleform* kepada remaja di Kota Bandung.

1.6.2 Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian dilakukan dimulai pada bulan Juni 2020 sampai Januari 2021.

Tabel 1. 1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan							
		Juni	Juli	Agt	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
1	Mencari Topik dan Tema Penelitian	■	■						
2	Penyusunan proposal			■					
3	Desk Evaluation Seminar Proposal				■				
4	Revisi DE					■			
5	Penyusunan Bab 4 dan 5						■	■	
6	Pendaftaran Sidang								■
7	Sidang Skripsi								■

Sumber: Olahan Peneliti, 2020