

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Deskripsi Objek Penelitian

TikTok merupakan aplikasi yang dibuat oleh Zhang Yiming di Cina. Zhang Yiming telah mendirikan perusahaan teknologi ByteDance. Pada awalnya Zhang Yiming menciptakan Douyin pada 2015. Popularitas Douyin melambung sangat cepat dan banyak disukai oleh para penggunanya. Karena popularitas Douyin tersebut, akhirnya ByteDance memutuskan untuk mencoba mengekspansi ke luar negeri dengan mengakuisisi Musical.ly dan untuk memudahkan pelafalan, maka aplikasi tersebut berganti nama menjadi TikTok

TikTok yang menawarkan berbagai efek dan fitur yang menarik serta unik agar para penggunanya dapat membuat dan mengeksplor video dengan durasi maksimal 10 menit. Aplikasi TikTok sendiri diciptakan yang berasal dari Cina dan Zhang Yiming telah membangun perusahaan teknologi ByteDance di tahun 2012. Pada awalnya Zhang Yiming menciptakan Douyin pada September 2015. namun sekarang telah berganti menjadi TikTok. Hingga akhirnya pada 2018 TikTok hadir di Indonesia.

TikTok menjadi aplikasi populer di Indonesia pada tahun 2018. Walaupun pada awalnya sempat diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) karena dianggap tidak bersifat mendidik. Namun, akhirnya TikTok mendapatkan izinnya kembali. Saat ini TikTok memiliki 113 juta pengguna di Indonesia dan telah diunduh >5000 juta orang di *Google Play Store*.

TikTok Memiliki beberapa fitur, diantaranya adalah:

1. Musik: TikTok merupakan platform video musik, yang dapat digunakan dan disesuaikan pada konten yang dimiliki dengan menambahkan berbagai jenis musik.
2. Filter: Dengan fitur ini, pengguna dapat mengatur keseimbangan antar warna, cahaya dan rona, dan menyesuaikannya pada video.
3. Efek: Melakukan eksperimen dengan menggunakan berbagai efek secara bersamaan. Seperti memasukan efek visual, stiker, transisi, dan efek lainnya pada video.
4. Pengubah suara: Terdapat berbagai pilihan pengubah suara untuk menambahkan kesenangan dan kreativitas.
5. Kecantikan: Tik Tok menawarkan fitur mempercantik untuk mereka yang ingin tampil lebih percaya diri serta tidak perlu repot untuk berdandan lagi, karena fitur ini dapat kita atur sendiri.
6. Caption otomatis: Pembuatan caption otomatis dapat dilakukan pada TikTok. Hal ini tentu diharapkan dapat mereka yang mengalami gangguan pendengaran.
7. Filter komentar: Dengan adanya filter ini membuat penggunanya dapat melindungi diri dari ancaman.
8. Live: Fitur ini dapat digunakan untuk menjangkau partisipan lebih luas lagi.

1.1.2. Logo Tiktok

Gambar 1.1 Logo Tiktok



Sumber: <https://www.pngwing.com/>

1.1.3. Visi dan Misi Tiktok

a. Visi:

Menjadi tujuan utama di seluruh dunia dalam video pendek

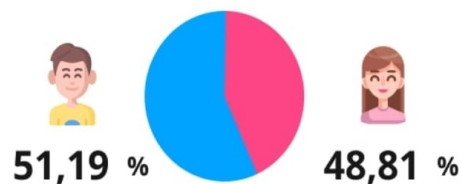
b. Misi:

Kami mengumpulkan dan menyebarkan kreativitas, pengetahuan, dan momen dunia yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari. TikTok memberi semua orang kesempatan untuk menjadi kreatif dan mendorong pengguna untuk membagikan semangat dan kreativitas mereka melalui video.

1.2. Latar Belakang Penelitian

Pesatnya Perkembangan teknologi di segala bidang kehidupan, dapat dilihat pada media sosial. Media sosial yang memiliki berbagai jenis dan manfaat membuat hampir setiap individu memiliki akun media sosial. Dimana Indonesia per-oktober 2023 tercatat memiliki jumlah populasi sebesar 278 juta. Dimana pengguna Internet didominasi oleh gender pria dengan jumlah 51,19 %

Gambar 1.2 Gender Pengguna Internet



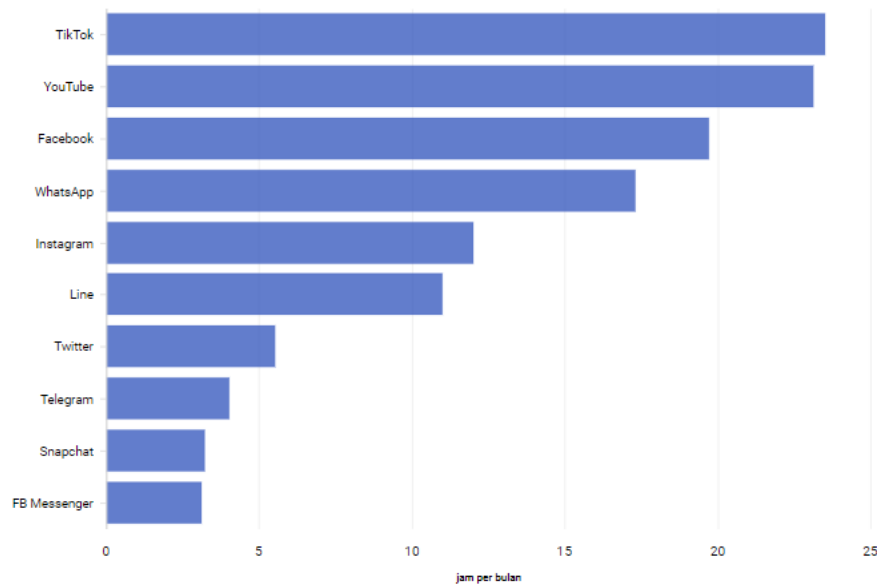
Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet

Indonesia(<https://survei.apjii.or.id/>)

Pengguna dapat berinteraksi dan mengakses semua informasi melalui aplikasi berjejaring ini. Media sosial seperti Instagram, Youtube, dan dunia maya sejenisnya memungkinkan para pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan

membuat konten. Tiktok adalah salah satu situs sosial media dengan banyak pengikut dan telah menjadi media sosial yang paling populer saat ini di Indonesia dan bahkan di seluruh dunia. Tiktok, seperti yang dilaporkan CNN Indonesia, menjadi aplikasi sosial media yang berkembang pesat di *Google Play Store* dan *App Store*. Tiktok juga telah melampaui pesaing besar seperti Facebook, Youtube dan Instagram dengan memiliki jumlah pengguna aktif dan durasi yang digunakan oleh para penggunanya sebesar 23,5 jam setiap bulan, dimana waktu penggunaan tersebut lebih besar dibanding media sosial lainnya.

Gambar 1.3 Rata-Rata Waktu Yang Dihabiskan Para Pengguna Media Sosial



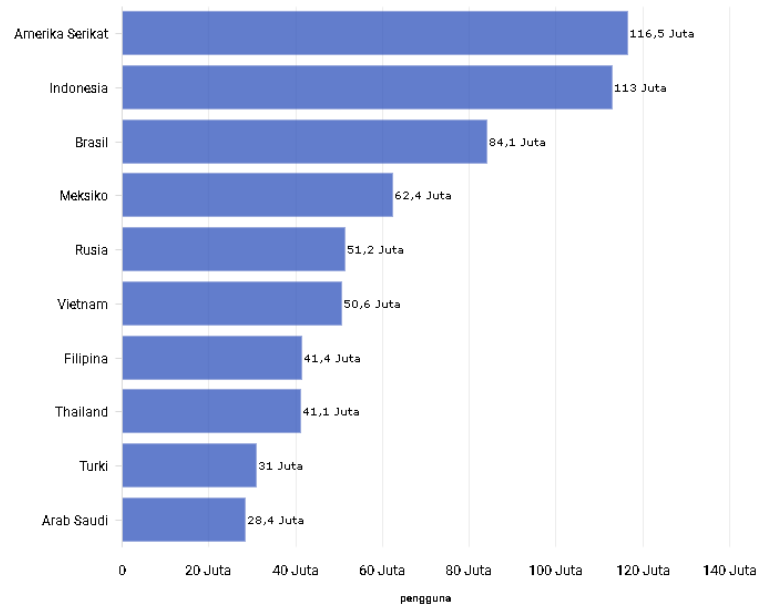
Sumber: Databoks

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/13/pengguna-media-sosial-global-paling-sering-habiskan-waktu-di-tiktok-ketimbang-facebook>)

Databoks merupakan perusahaan riset dan media online sejak tahun 2012 dan telah menjadi portal dalam memudahkan pencarian dan pengolahan data ekonomi dan bisnis. Dilansir dari Databoks, jumlah pengguna TikTok telah meningkat 18,8% dalam setahun terakhir. Negara dengan pengguna terbanyak

terletak di Amerika Serikat, dengan 113,25 juta pengguna pada awal 2023. Indonesia berada di urutan kedua dengan 113 juta pengguna TikTok.

Gambar 1.4 Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia

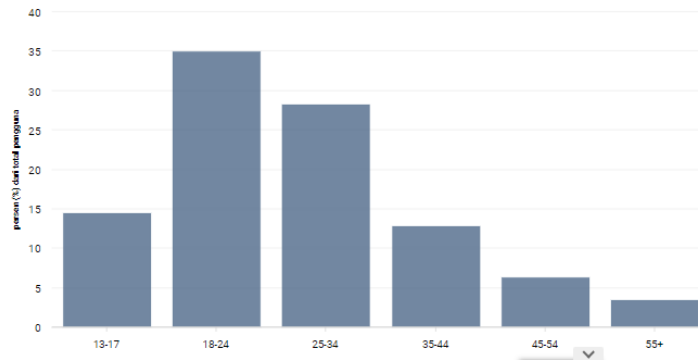


Sumber: Databoks

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>)

TikTok adalah platform media sosial yang memiliki fitur seperti video, musik, teks, filter, dan fitur lainnya. TikTok menjadi sangat populer, yang memungkinkan Aplikasi ini memiliki banyak pengguna dari berbagai demografi, mulai dari remaja, dewasa, bahkan anak kecil, yang sangat menyukainya karena kemudahan dalam mengakses hiburan dan informasi.

Gambar 1.5 Usia Pengguna TikTok



Sumber: Databoks

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/27/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka#:~:text=Pengguna%20TikTok%20didominasi%20oleh%20kalangan,dari%20total%20pengguna%20pada%202022.>)

Setiap orang dapat dengan mudah membuat atau mendapatkan hiburan berupa video dari segala usia, latar belakang, dan dari seluruh dunia. Sedangkan TikTok di Indonesia sendiri digunakan oleh masyarakat untuk berbagai tujuan, mulai dari mencari hiburan, berkeaktivitas hingga melakukan bisnis.

Gambar 1.6 Video Yang Paling Dicari Pengguna Tiktok Indonesia

No	Nama	Nilai / Persen (%)
1	Rekomendasi wisata	56
2	Produk kecantikan	55
3	Resep masak	54
4	Tempat makan/minum	53
5	Tren fesyen	50
6	Aktivitas rekreasi/acara	49
7	Rekomendasi film/acara TV	46
8	Pakaian	44
9	Aksesoris fesyen	44
10	Produk berkaitan rumah	30

Sumber: Databoks

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/05/10-kategori-video-yang-paling-dicari-pengguna-tiktok-indonesia-ada-favoritmu>)

Pada gambar diatas, hanya terdapat sepuluh kategori dikarenakan nilai persentasenya lebih tinggi, adapun kategori yang lain memiliki nilai persentase kurang dari 10%, seperti konten tips fotografi dan videografi, *dance challenge*, *a day in my life*, *behind the scene*, dan konten lainnya yang memiliki persentase yang rendah.

Gambar 1.7 Video Yang Paling banyak di Tonton

No.	Nama Data	Nilai / Miliar Kali
1	Entertainment	443,3
2	Dance	150,3
3	Pranks	54
4	Fitness/sports	43,3
5	DIY	28,6
6	Beauty/skincare	21,8
7	Fashion	17,5
8	Recipes/cooking	12,9
9	Life hacks/advice	8,3
10	Pets	7,5


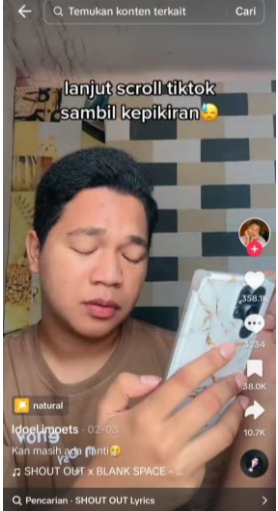
Sumber: Databoks

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/11/pengguna-paling-banyak-menonton-video-kategori-hiburan-di-tiktok>)

Tabel 1.1 Kategori Konten TikTok

No	Konten	Keterangan	Link
----	--------	------------	------

1.		Kategori resep masak yang dikemas dalam konten edukasi yang kreatif	https://vt.tiktok.com/ZSNDeSpR1/
2.		Kategori produk kecantikan yang dikemas dalam bentuk edukasi, fashion dan kecantikan dalam bentuk kreatif	https://vt.tiktok.com/ZSNUAs3eL/
3.		Kategori rekomendasi wisata yang dikemas dalam bentuk konten vlog yang kreatif	https://vt.tiktok.com/ZSNDe3B2Q/

4.		<p>Kategori <i>dance challenge</i> menampilkan kecanduan akan penggunaan TikTok</p>	<p>https://vt.tiktok.com/ZSNUCxMqL/</p>
5.		<p>Konten komedi tentang kecanduan</p>	<p>https://vt.tiktok.com/ZSNU49EGF/</p>

Sumber: Hasil Olahan Pribadi

Penggunaan media sosial TikTok sebagai wadah dalam meningkatkan keterampilan menjadikan dampak positif bagi para penggunanya. Namun walaupun terdapat dampak positif dari aplikasi Tiktok, nyatanya terlalu fokus pada suatu aplikasi juga akan berdampak buruk bagi individu khususnya para remaja yang masih sangat labil. Tiktok juga dapat menimbulkan dampak negatif dimana membuat penggunanya semakin hari semakin kecanduan aplikasi media sosial ini. TikTok yang mengacu pada kebutuhan yang tak henti-hentinya untuk digunakan sebagai sarana hiburan atau interaksi sosial (Yang, 2023). Kecanduan karena TikTok memungkinkan pengguna menghabiskan berjam-jam menonton video tanpa henti, mengabaikan tugas serta memiliki gaya hidup yang tidak sehat.

Beberapa tanda kecanduan TikTok termasuk menonton TikTok dimanapun dan kapanpun, terobsesi dengan jumlah like dan komen video, secara obsesif memeriksa notifikasi, dan mengalami kegelisahan ketika tidak menggunakan TikTok.

TikTok memiliki salah satu sistem algoritma tercanggih yang dapat membuat penggunanya ketagihan dibandingkan dengan platform media sosial lainnya, dengan memengaruhi keadaan internal seperti kesenangan, konsentrasi, dan distorsi waktu pengguna yang pada gilirannya memengaruhi perilaku kecanduan mereka (Qin et al., 2022). Sistem algoritma tercanggih tersebut dapat dilihat dari partisipasi, konten, dan jenis interaksi, yang menjadikan masalah kecanduan TikTok lebih parah daripada media sosial populer lainnya.

Adapun teori yang memperkuat riset ini adalah model Teori kognitif sosial (SCT), yang menyatakan bahwa sebagian dari perolehan pengetahuan individu dapat dikaitkan langsung dengan mengamati orang lain dalam konteks interaksi sosial, pengalaman, dan pengaruh media luar. Teori ini dikemukakan oleh Albert Bandura sebagai perpanjangan dari teori pembelajaran sosialnya pada tahun 1986. Teori tersebut menyatakan bahwa ketika seseorang mengamati model yang melakukan suatu perilaku dan konsekuensi dari perilaku tersebut, mereka mengingat urutan peristiwa dan menggunakan informasi ini untuk memandu perilaku selanjutnya. Mengamati model juga dapat mendorong untuk terlibat dalam perilaku yang telah mereka pelajari.

Teori Kognitif Sosial telah diterapkan dalam berbagai konteks, mulai dari pendidikan hingga perawatan kesehatan, membuktikan keserbagunaan dan relevansinya. Dengan mempelajari konsep inti teori kognitif sosial, kita dapat memperoleh pemahaman lebih dalam tentang mekanisme rumit yang mendorong perilaku manusia dan interaksi sosial. SCT mencakup pertimbangan perilaku individu sebelumnya, kognisi, lingkungan sosial, dan lingkungan fisik ketika memprediksi perilaku masa depan.

Pilihan model ini sebagai dasar penelitian berdasarkan pendekatannya yang komprehensif dan integratif, yang menggabungkan beragam variabel berdasarkan model teoritis utama yang dikembangkan untuk menjelaskan sikap terhadap perilaku penggunaan teknologi.

Pada penelitian ini, aplikasi TikTok memungkinkan pengguna membuat video musik pendek mereka sendiri. Melihat fakta yang ada, terdapat 113 juta pengguna di Indonesia memperlihatkan bahwa aplikasi TikTok sangat bagus, digemari dan diminati oleh berbagai kalangan. Aplikasi Tiktok dapat diimplementasikan sebagai media dalam mengemukakan keterampilan para penggunanya, karena adanya berbagai efek khusus, serta musik latar dari berbagai artis terkenal dalam berbagai kategori, serta berbagai efek khusus lainnya yang dapat digunakan secara langsung, sehingga membuat pengguna dapat membuat video menarik dengan tambahan instrumen musik untuk disesuaikan dengan situasi dalam video tersebut.

Berbagai fitur dan visualisasi khusus yang dimiliki TikTok, membuat para penggunanya menemukan banyak kesempatan untuk menunjukkan keterampilan para pengguna. Hal ini tentu dapat membantu dalam beberapa kasus, namun juga membuat adanya kecanduan dalam menggunakan aplikasi tersebut. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Smith dan Short (2022), dimana TikTok memungkinkan pengguna untuk mengabadikan momen berkesan dan membuat video pendek untuk merekam kehidupan mereka, sehingga memberikan banyak hiburan bagi orang-orang tetapi juga menjadi bentuk baru dari kecanduan media sosial. Meskipun gejala-gejala kecanduan yang mendasarinya serupa di berbagai platform, intensitas dan faktor pendorong kecanduan TikTok bersifat unik karena menimbulkan kekhawatiran serius akan adanya kecanduan TikTok pada generasi muda, dimana mereka naif dan mudah terserap ketika dihadapkan pada berbagai macam konten video pendek (Weimann et al,2020).

Kecanduan yang menjadi suatu kondisi dimana individu memiliki keinginan untuk melakukan sesuatu dengan frekuensi dan durasi yang diluar batas normal dalam sehari, menyebabkan terganggunya aktivitas sehari-hari (Kwon, 2013).

Banyak hal yang menyebabkan seseorang berpotensi dalam kecanduan. Seperti yang dikemukakan oleh Andreassen et al. (2016) bahwa kecanduan dapat dilihat dari arti penting, toleransi, perubahan suasana hati, penarikan diri, kambuh dan konflik.

Pengguna aplikasi TikTok kini telah menjangkau seluruh lapisan masyarakat, terutama para remaja yang memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai media untuk mengekspresikan diri. Walaupun TikTok dapat memunculkan adanya perilaku kecanduan, namun tidak dapat dipungkiri karena remaja yang mengakses TikTok dinilai memiliki kesempatan untuk menggunakan keterampilan dalam membuat konten di TikTok sehingga mampu memikat penontonnya untuk tetap menjaga eksistensi melalui konten kreatif yang dibuatnya. Oleh karena itu, semakin banyak konten yang dibuat di TikTok, maka semakin banyak juga keterampilan yang dapat digunakan. Penggunaan keterampilan juga dibantu dengan pengalaman dan pembelajaran dari konten yang mereka buat, sehingga remaja pengguna TikTok juga bisa berkreasi dalam kesehariannya (Purbaningrum & Andrini, 2023). Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Simpson (2023) dimana TikTok dinilai dapat menjadi tempat yang populer untuk memproduksi, menampilkan, dan terlibat dalam karya kreatif. Mengingat bahwa sebagian besar kreator memiliki kebebasan dalam mendukung platform online, untuk berkreasi.

Menurut Gallagher (dalam Nigrum, 2021) kreativitas ialah proses mental yang dikerjakan seseorang dalam berbagai berbentuk gagasan maupun produk baru, ataupun menggabungkan kembali gagasan yang sudah terdapat dalam aksi yang baru. Kreativitas juga didefinisikan sebagai kemampuan untuk menggabungkan data baru, rumor, atau komponen yang sudah ada. Menurut Munandar (2009), ini berarti bahwa kreativitas tidak harus membuat sesuatu yang baru, sebaliknya, harus membuat kombinasi dari hal-hal yang sudah ada. Sedangkan Menurut Barron (1976) kreativitas merupakan kemampuan untuk mewujudkan sesuatu yang baru.

Dalam penelitiannya, Andiyana (2018) menggunakan indikator kreatif yang terdiri dari kelenturan, elaborasi, kelancaran, dan keaslian. Guilford (dalam Munandar, 2014) juga menyatakan hal yang sama, dimana Indikator berpikir kreatif dilihat dari kelancaran berpikir, kelenturan berpikir, elaborasi, dan keaslian. Maka hal yang akan diteliti dalam kreativitas penggunaan aplikasi Tiktok terkait kelancaran berpikir, kelenturan berpikir, elaborasi, dan keaslian.

Penelitian yang berjudul “*Reasons for Teenagers' Habitual Use of Social Media: A Case Study of TikTok*” merupakan sebuah penelitian yang dilakukan oleh Yihan Yang pada tahun 2023. Penelitian ini mengenai TikTok yang berhasil membuat sebagian remaja sangat bergantung pada platformnya dengan menyimpulkan pikiran pengguna dan secara akurat menunjukkan konten yang mereka minati. Makalah ini mengambil TikTok sebagai studi kasus dan remaja sebagai objek penelitian untuk menganalisis alasan remaja menggunakan media sosial, dan memberikan beberapa solusi yang masuk akal untuk mengurangi ketergantungan remaja pada penggunaan TikTok.

Penelitian yang berjudul “*The Intensity of Tiktok Application Users Towards the Creativity of Generation Z in Jakarta*” merupakan sebuah penelitian yang dilakukan oleh Maya Purbaningrum dan Susi Andrini pada tahun 2023. Penelitian ini meneliti Pesatnya perkembangan aplikasi TikTok di kalangan Generasi Z yang memerlukan eksplorasi potensi terhadap kemampuan kreatif mereka, mengingat TikTok memiliki format platform yang unik dan interaksi yang mendalam.

Penelitian yang berjudul “Studi Komparasi Konten Tiktok Dokter Tentang Kesehatan” merupakan sebuah penelitian yang dilakukan oleh Sanrio Indrawan dan Suzy Azeharie pada tahun 2022. Penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian komparasi mengenai konten yang disajikan dengan menggunakan gaya penyampaian yang berbeda.

Penelitian yang berjudul “Sosialisasi Pemanfaatan Media Baru “Tiktok” Pada Remaja di Desa Wawatu, Kecamatan Moramo Utara, Kabupaten Konawe

Selatan” merupakan sebuah penelitian yang dilakukan oleh La Ode Muhammad et al. pada tahun 2023. Selama satu hari, remaja di Desa Wawatu dididik tentang penggunaan media baru Tiktok, dan telah menghasilkan perubahan dalam perilaku remaja yang menggunakan aplikasi Tiktok, seperti peningkatan pengetahuan dan keterampilan.

Dengan adanya penelitian terdahulu yang telah dijabarkan, dapat dilihat bahwa banyaknya dampak dari Tiktok berdasarkan kreativitas yang dimiliki dengan menggunakan Tiktok hingga menimbulkan adanya perilaku kecanduan dari penggunaan Tiktok hingga menghabiskan waktu berjam-jam dalam sehari. Penelitian tersebut juga dilakukan dengan cara dan metode yang berbeda-beda. Ada yang melakukan eksplorasi, sosialisasi, menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Penelitian mengenai Tiktok ini juga telah dilakukan di berbagai negara dengan narasumber ataupun responden yang berbeda-beda sesuai kriteria yang telah ditentukan.

Penelitian telah banyak dilakukan untuk mengetahui kreativitas ataupun kecanduan dari para pengguna Tiktok, namun belum ada yang membandingkan implementasi kreativitas dan perilaku kecanduan yang dimiliki pengguna Tiktok. Padahal jika dilihat Tiktok memiliki pengaruh dan dampak yang besar pada setiap individu. Pengaruh dan dampak tersebut dapat dirasakan berbeda-beda sesuai dengan minat ataupun cara individu menggunakan dan memanfaatkan Tiktok.

Banyaknya pengguna Tiktok hingga 113 juta yang menjadikan Tiktok aplikasi yang digemari dan disukai oleh berbagai kalangan. Hal ini dikarenakan konten yang disajikan dapat menarik dan menghibur para penggunanya, ditambah dengan adanya algoritma canggih, serta fitur dan visualisasi yang dimiliki Tiktok membuat para penggunanya dapat menuangkan ide dan berkreaitivitas terhadap konten yang dibuat. Pengguna yang senang akan hal ini membuatnya banyak menghabiskan waktu untuk mengakses Tiktok hingga menjadikan adanya kecanduan dalam mengakses Tiktok.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penelitian ini akan dilakukan di ibu kota Indonesia, Jakarta. Dimana Jakarta Menurut analisa dari Superdry menduduki peringkat keempat setelah New York, Seoul dan Dubai, dalam kategori 25 kota di dunia yang sangat banyak dilihat di TikTok dengan jumlah penayangan 37,1 juta serta menjadi kota dengan pengguna terbanyak di Indonesia.

1.3. Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat motif penggunaan implementasi kreativitas dan perilaku kecanduan pada pengguna TikTok?
2. Seberapa besar motif penggunaan implementasi kreativitas dan perilaku kecanduan pada pengguna TikTok?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian:

1. Untuk memahami dan menganalisis implementasi kreativitas pengguna TikTok;
2. Untuk memahami dan menganalisis perilaku kecanduan pengguna TikTok;

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Aspek Teoritis

1. Dapat dijadikan sebagai pengembangan kajian mengenai kreativitas dan potensi kecanduan dari penggunaan aplikasi tiktok.
2. Dapat menambah wawasan mengenai implementasi kreativitas dan perilaku kecanduan dari penggunaan aplikasi TikTok.

1.5.2. Aspek Praktis

1. Diharapkan bahwa penelitian ini akan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang manfaat dan efek penggunaan TikTok.
2. Diharapkan bahwa penelitian ini dapat membantu mengembangkan kreativitas pengguna TikTok, serta mengontrol penggunaan agar dapat meminimalisir adanya perilaku kecanduan.