

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah proses suatu kegiatan yang memiliki banyak langkah terpisah tetapi saling berhubungan sepanjang waktu. Ketika kita mempersiapkan diri untuk memberikan presentasi publik, misalnya, kita tidak berdiam diri. Sebaliknya, kita bergerak melalui urutan kegiatan yang saling terkait sebagaimana kita rencanakan, mengumpulkan bahan, berlatih, melakukan presentasi, dan mungkin menyesuaikan penyajian yang kita berikan, berdasarkan reaksi penonton. Begitu pula, komunikasi yang terjadi dalam sebuah percakapan adalah suatu kegiatan yang terdiri dari sejumlah langkah yang saling terkait yang terjadi sepanjang waktu (Hamad, 2021:16).

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Teknologi juga memberikan banyak kemudahan,serta sebagai cara baru dalam melakukan aktivitas manusia. Manusia juga sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi teknologi yang telah dihasilkan. Kemajuan teknologi saat ini benar-benar telah diakui dan dirasakan memberikan

banyak kemudahan dan kenyamanan bagi kehidupan umat manusia (Dwiningrum, 2021:69). Dengan adanya inovasi-inovasi baru dari perkembangan teknologi dapat memudahkan proses komunikasi antar sesama sehingga muncul media baru.

Media baru merupakan bentuk kemajuan teknologi yang sangat pesat di zaman sekarang ini. Media baru sudah menjadi kebutuhan utama masyarakat modern saat ini, media baru telah menerpa banyak kalangan baik anak muda maupun orang tua. Istilah media baru ini muncul seiring dengan hadirnya teknologi internet di era tahun 2000-an yaitu media yang dianggap sebagai media kontemporer dan dinilai efektif dalam penyampaian informasi. Di antara jenis media baru tersebut adalah media seperti *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, *Tiktok*, *line*, *kakaotalk* dan lainnya. Berbagai fungsi penggunaan media sosial mulai dari sarana interaktif, sumber informasi, jembatan dalam membangun hubungan, berbagi ide hingga sebagai media untuk mengekspresikan diri melalui fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi, media sosial keberadaannya saat ini benar-benar dimanfaatkan masyarakat untuk kegiatan pengembangan diri (Hidayat, 2019:111).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan kehadiran media baru mampu membuat para pengguna media sosial bisa mengekspresikan diri melalui berbagai fitur-fitur yang telah disediakan

dalam setiap aplikasi sebagai alat pengembangan diri. Sehingga tidak sedikit dari sekian jutaan manusia pasti memiliki media sosial sebagai alat bantu untuk mengekspresikan diri.

Saat ini, keberadaan media sosial menjadi suatu kebutuhan bagi manusia. Media sosial dipandang sebagai perantara yang mampu membuat penggunanya mendapat dan menyebarkan informasi secara cepat kepada pengikutnya. Media sosial menjadi salah satu media yang banyak digunakan oleh manusia modern baik untuk berkomunikasi maupun menyebarkan informasi dalam bentuk personal maupun berkelompok. Media sosial dipilih menjadi media komunikasi karena tak lagi perlu adanya batas ruang dan waktu yang dimana menjadi sebuah masalah atau penghalang bagi manusia dalam berkomunikasi di masa lalu (Atikah, 2018:33).

Dasar media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi- teknologi perkembangan *web* baru berbasis internet yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi, dan membentuk sebuah jaringan secara *online* sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. Post di *blog*, *tweet*, atau video *Youtube* dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis (Tyas, 2021:28).

Dalam menggunakan media, masing-masing individu memiliki motif dan keperluannya sehari-hari. Terdapat empat indikator motif penggunaan

media menurut McQuail yakni informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial serta hiburan. “Dapat ditambahkan bahwa semua hal dalam urusan tersebut (informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, hiburan) dapat dikatakan sama dengan pernyataan motif dan tujuan yang disadari”. Dalam memilih motif seorang individu dalam menggunakan media tidak lepas dari pengaruh lingkungan sosial atau psikologisnya yang dirasakan sebagai sebuah kebutuhan dan media dipilih untuk memenuhi kebutuhan tersebut (McQuail, 2018:144).

Setiap tahunnya para pencipta teknologi berusaha melahirkan inovasi- inovasi terbaru dengan memasukan fitur-fitur menarik kedalam media sosial yang dapat bersaing dan menjadi media sosial unggulan dari pada media sosial lainnya. Sebut saja seperti *Facebook, Twitter, Instagram, Youtube*, dan masih banyak lagi media sosial yang menawarkan kecanggihan-kecanggihan fitur dari setiap aplikasi mereka demi menarik para peminat media sosial. Tidak hanya digunakan sebagai media berkomunikasi dan menyebarkan informasi, beberapa media sosial sengaja diciptakan sebagai media yang dapat menghibur penggunanya. Saat ini banyak sekali aplikasi media sosial yang diciptakan dengan tujuan menghibur, baik aplikasi berbasis game, audio, visual maupun audio visual. Contohnya adalah aplikasi TikTok yang cukup populer di Indonesia (Hayati, 2020: 29).

TikTok adalah salah satu aplikasi paling populer di dunia. Dalam aplikasi TikTok ini, pengguna dapat membuat video dengan memberikan efek khusus yang unik dan menarik. Selain itu aplikasi TikTok dapat memberikan penggunanya untuk dapat menggunakan beragam *special effect*, dan juga music *background* dari berbagai artis terkenal dengan berbagai kategori dan juga *special effect* lainnya yang dapat digunakan secara instant, sehingga dapat membuat video tersebut menarik serta memiliki alunan lagu yang disesuaikan dengan situasi di video tersebut (Aprilian, 2021:344). Tiktok adalah sebuah aplikasi jejaring sosial yang merupakan platform sosial video pendek yang di dukung musik . baik itu musik tarian, gaya bebas (*freestyle*) dan perform, para pembuat video yang di dorong untuk kreatif mungkin berimajinasi sebebaskan-bebasnya dan menyatakan ekspresi mereka dengan semenarik mungkin. (*Kumparan.com*).

Selain itu, pengguna aplikasi TikTok dapat digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri di kalangan lingkungan pergaulannya. Eksistensi diri merupakan suatu usaha manusia untuk mencari dan memahami arti kehidupan bagi dirinya yang diyakini sebagai sebuah bentuk dari nilai batiniah yang paling utama, dimana tidak ada satu orang atau individu pun atau sesuatu yang dapat memberi pengertian tentang arti dan maksud dari

kehidupan seseorang tersebut, jadi setiap manusia harus menemukan cara sendiri untuk menghadapi kondisi dan lingkungan sekitar (Islami, 2018:4).

Ketergantungan akan media sosial itu merupakan sesuatu hal yang wajar terjadi di kalangan seluruh masyarakat di seluruh dunia, khususnya Negara Indonesia merupakan Negara yang aktif menggunakan media sosial untuk berkomunikasi satu sama lainnya. Pengguna merupakan orang yang aktif dalam menggunakan media sosial itu sendiri.

Indonesia tercatat sebagai negara dengan pengguna TikTok terbesar kedua di dunia pada Januari 2023. Tercatat ada 109,90 juta pengguna media sosial tersebut di dalam negeri. TikTok menjadi salah satu media sosial yang populer didunia. Pasalnya, platform tersebut berisikan beragam konten video pendek yang menarik. Berdasarkan data *We Are Social*, pengguna TikTok di dunia diperkirakan mencapai 1,05 Miliar pada Januari 2023. Jumlah tersebut meningkat 18,8% dibandingkan pada tahun sebelumnya. Pengguna TikTok paling banyak berasal dari Amerika Serikat. Tercatat ada 113,25 Juta pengguna TikTok yang berasal dari Negeri Paman Sam pada awal tahun ini. Indonesia menyusul di urutan kedua dengan jumlah pengguna sebanyak 109,90 Juta pengguna. Posisinya diikuti oleh Brazil dan Meksiko dengan masing-masing pengguna sebanyak 82,21 Juta dan 57,52 Juta. Sebanyak 54,86 Juta pengguna TikTok berasal dari Rusia. Ada pula 49,86 Juta pengguna platform media sosial tersebut

yang berasal dari Vietnam. Lalu 43,43 Juta pengguna TikTok berasal dari Filipina. Sementara, Thailand berada di urutan kedelapan lantaran ada 40,28 Juta pengguna TikTok dari Negeri Gajah Putih. (Riadi, 2023).

Jadi berdasarkan penjelasan diatas dapat dipahami bahwa dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, dapat membawa suatu perubahan yang baru bagi pengguna media sebagai salah satu bentuk dari perkembangan teknologi. Perkembangan aplikasi tiktok semakin populer diberbagai kalangan khususnya di kalangan mahasiswa. Tidak sedikit dari sekian banyak mahasiswa pasti menggunakan media aplikasi tiktok sebagai salah satu media hiburan. Jumlah pengguna aplikasi tiktok yang mencapai 109,90 Juta pengguna membawa fenomena bagi mahasiswa yang aktif menggunakan media tersebut, sehingga banyak mahasiswa yang menghabiskan waktu hanya untuk scroll tiktok yang berisikan video berdurasi 30 detik. Hal ini membawa perilaku ketergantungan pada pengguna aplikasi yang sering menggunakan aplikasi tiktok, bahkan menjadi salah satu topik perbincangan diwaktu luang ketika berkumpul dan membahas video yang lagi viral di aplikasi tersebut.

Untuk mengetahui motif penggunaan aplikasi tiktok, peneliti menggunakan teori fenomenologi menurut Alfred Schutz sebagai acuan untuk bisa mengidentifikasi motif penggunaan aplikasi tiktok pada mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2019. Fenomenologi adalah

ilmu mengenai fenomena yang dibedakan dengan sesuatu yang menjadi atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklasifikasikan fenomena , atau studi tentang fenomena (Kuswarno, 2019). Fenomenologi menurut Alfred Schutz mengatakan bahwa fenomenologi tertarik dengan pengidentifikasian masalah dari dunia pengalaman inderawi yang bermakna, suatu hal yang semula dan terjadi di dalam kesadaran individual kita secara terpisah dan kemudian secara kolektif, di dalam interaksi antara kesadaran-kesadaran. Untuk memahami tindakan seseorang Schutz mengelompokkannya dalam dua fase, yaitu :

1. *In order to motive*, yaitu motif yang merujuk pada tindakan di masa yang akan datang. Dimana tindakan yang dilakukan seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan
2. *Because of motive*, yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu. Dimana tindakan yang dilakukan seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya (Kuswarno, 2019).

Demikian halnya dengan mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2019 yang juga memiliki motif untuk mengakses media sosial. Berdasarkan wawancara awal penulis dengan beberapa mahasiswa prodi ilmu komunikasi pada bulan April, di Kampus UNWIRA prodi Ilmu Komunikasi, rata-rata mereka menggunakan media aplikasi tiktok setiap

hari. Untuk mengikuti video yang lagi viral, seperti berjoget-joget atau mengikuti challenge, agar terlihat update di media sosial tiktok dan untuk menunjukkan eksistensi diri lewat video yang lagi viral di aplikasi tersebut. Selain untuk mengembangkan kemampuan diri, mahasiswa juga menggunakan media aplikasi tiktok sebagai topik perbincangan pada saat waktu istirahat, dimana mereka saling membagi informasi mengenai apa yang mereka dapat dan tonton melalui beranda aplikasi tiktok yang sedang viral di media tersebut. Hal inilah yang mempengaruhi mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2019 ketergantungan dalam menggunakan aplikasi tiktok. Sebagai pengguna aktif tiktok, mereka menghabiskan empat hingga lima jam perhari untuk mengakses aplikasi tiktok, dan mereka mengakui bahwa mereka ketergantungan dengan aplikasi tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 FISIP UNWIRA dikarenakan mahasiswa Ilmu Komunikasi mempunyai hubungan yang erat dengan fenomena media *online* sebagai sarana komunikasi, khususnya media *online* seperti aplikasi TikTok. Hal ini juga ada kaitannya dengan mata kuliah literasi media yang membahas bagaimana masyarakat menggunakan media dan bergantung pada budaya teknologi, sehingga dengan kehadiran aplikasi tiktok membawa perubahan baru dari masyarakat khususnya pada kalangan mahasiswa yang terlihat narsis dan eksis untuk mengikuti perkembangan teknologi.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Motif Penggunaan Aplikasi TikTok Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 (Studi Fenomenologi Alfred Schutz Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019)”** penelitian ini pun dibuat untuk mengetahui apa motif penggunaan aplikasi tiktok pada Mahsiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana motif penggunaan aplikasi TikTok dan perilaku ketergantungan mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2019?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui motif penggunaan aplikasi Tiktok pada mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2019 Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memeiliki dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Kegunaan Teoritis berguna untuk perkembangan Ilmu Pengetahuan yang berkaitan dengan objek penelitian. Sedangkan kegunaan praktis berguna untuk berbagai pihak yang memerlukan untuk

digunakan sebagai referensi. Berikut ini pemaparan tentang kedua manfaat tersebut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan memperkaya keilmuan penelitian dan pembaca mengenai Motif Penggunaan Aplikasi Tiktok dan Perilaku Ketergantungan pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi program studi, dapat dimanfaatkan sebagai sumber referensi terhadap mata kuliah psikologi komunikasi.
- b. Bagi penulis, sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dan sebagai sumber pengetahuan mengenai motif penggunaan aplikasi TikTok dan perilaku ketergantungan pada mahasiswa

1.5 Kerangka Pemikiran

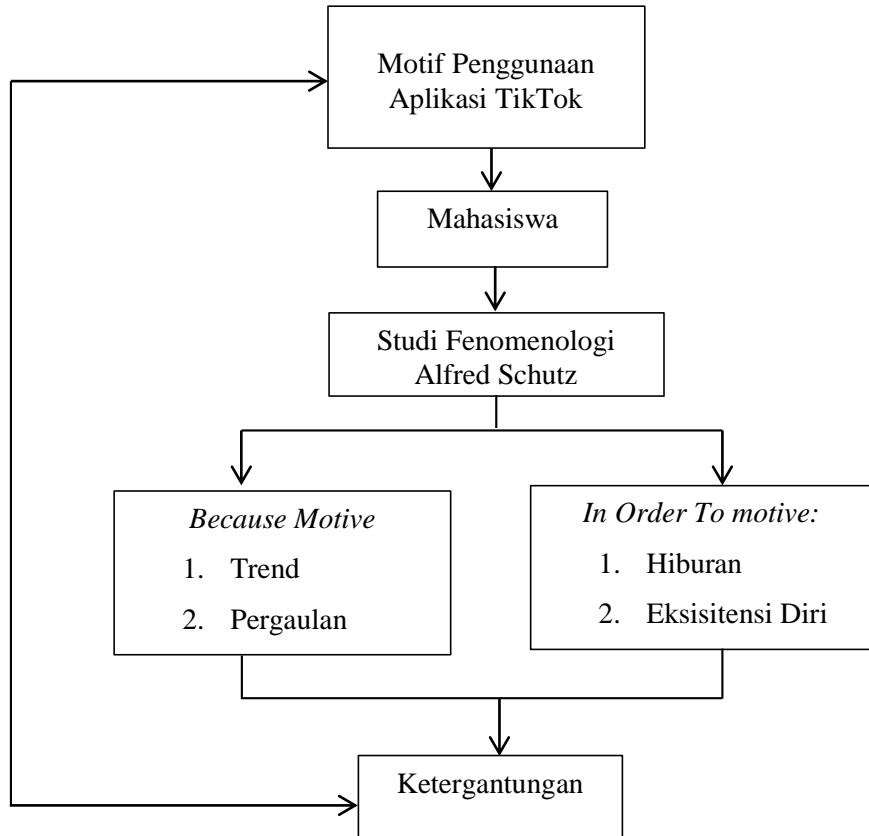
Fenomenologi yang digunakan dalam penelitian ini dalam perspektif Alfred Schutz lebih menekankan pada pentingnya subjektivitas. Inti dari fenomenologi Schutz adalah memandang bahwa pemahaman atas tindakan, ucapan, dan interaksi merupakan prasyarat bagi eksistensi sosial apapun dan sementara digunakan penelitian kualitatif sebagai proses penelitian yang mengeksplorasi masalah sosial dan manusia. Dimana peneliti membangun sebuah gambaran mengenai penggunaan motif media sosial pada aplikasi

TikTok dikalangan mahasiswa pada prodi ilmu komunikasi dapat menentukan perspektif seseorang dalam menggunakan aplikasi TikTok sebagai media hiburan (Mulyana, 2019:62).

TikTok banyak digemari saat ini karena dapat dijadikan sebagai sarana hiburan, informasi dan lain-lain. Keunggulan tiktok saat ini mampu menyaingi media sosial lain seperti *Insagram* dan *youtube*. Banyak remaja yang menggunakan tiktok sebagai ajang eksistensi diri, sehingga remaja memiliki motif atau dorongan untuk membuat video-video sekreatif mungkin dan menarik. Kreativitas tidak mudah untuk mendapatkannya, karena butuh proses dan keinginan yang dapat mendorong mereka untuk memunculkan ide-ide kreatif. Munculnya kreativitas setelah mereka melihat sesuatu yang baru dan mempunyai keinginan untuk meniru dan membuat suatu karya baru dari apa yang mereka lihat sebelumnya agar dapat bermanfaat bagi mereka. Selain untuk mengembangkan kemampuan diri, mahasiswa juga menggunakan media aplikasi tiktok sebagai topik perbincangan pada saat waktu istirahat, dimana mereka saling membagi informasi mengenai apa yang mereka dapat dan tonton melalui beranda aplikasi tiktok yang sedang viral di media tersebut. Hal inilah yang mempengaruhi mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2019 ketergantungan dalam menggunakan aplikasi tiktok.

Dari uraian di atas maka kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran



(Olahan peneliti, 2023)

1.6 Asumsi

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini yakni para mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 FISIP Unwira yang menggunakan aplikasi tiktok karena terdorong oleh motif tertentu.

1.7 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atau pendapat yang belum sempurna. Menurut Bungin (2018:90) hipotesis adalah jawaban sementara terdapat hasil penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan definisi diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah motif penggunaan aplikasi tiktok pada mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2019 disebabkan oleh *because to motive* dan *in oder to motive*.