

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan aktivitas sosial manusia. Komunikasi sangat penting dalam kehidupan manusia sebab manusia tidak bisa hidup tanpa komunikasi. Hal ini dikarenakan manusia membutuhkan orang lain untuk berkomunikasi, karena komunikasi merupakan bagian yang sangat penting sebagai suatu kebutuhan sepanjang hidup. Tak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi. Interaksi sosial merupakan sebuah syarat terjadinya aktivitas sosial. Menurut Everett Kleijan, komunikasi penting untuk hidup itu sendiri sebab manusia tidak bisa hidup tanpa komunikasi (Hafied Cangara,2009:1-2 dalam Saku Bouk, 2013 :1).

Dalam berkomunikasi ada dua cara yang dilakukan yaitu komunikasi langsung (*face to face*) dan komunikasi tidak langsung. Komunikasi langsung atau bisa disebut komunikasi tatap muka artinya komunikator dan komunikan bertemu secara langsung bertukar pesan. Namun seiring perkembangan teknologi, komunikasi langsung dimungkinkan melalui perantara media seperti *video call* atau telepon. Sedangkan komunikasi tidak langsung dilakukan juga melalui perantara media yaitu media massa cetak seperti majalah, tabloid, surat kabar maupun media massa elektronik seperti televisi dan radio. (Saku Bouk, 2013 : 13-14)

Semakin berkembangnya jaman dan ilmu pengetahuan, manusia semakin pintar dalam mengembangkan teknologi. Kehadiran teknologi membuat banyak perubahan pada gaya hidup manusia serta cara berpikir dan berkomunikasi dengan sesama. Teknologi adalah alat yang diciptakan manusia untuk memperpanjang dan menopang segala keterbatasan organ tubuh manusia.

Menurut Ellul, teknologi adalah kumpulan-kumpulan pengetahuan manusia yang diperoleh dari berbagai pengalaman ataupun dari berbagai sumber lainnya yang membantu manusia untuk melakukan kegiatan tertentu dengan menggunakan alat yang telah diciptakannya untuk mencapai tujuan tertentu (Saku Bouk, 2018 : 15)

Dalam perkembangan teknologi, lahirlah teknologi yang mutakhir yaitu internet sebagai media komunikasi online yang menjadi sarana komunikasi paling canggih dan moderen saat ini karena internet dapat menyediakan segala bentuk informasi yang diperlukan oleh para penggunanya. Secara harafiah, internet (*interconnected-networking*) ialah rangkaian komputer yang berhubungan satu sama lain melalui jaringan dan saling berkomunikasi dengan waktu dan wilayah yang tak terbatas (Darma,2009:1)

Jumlah pengguna internet yang besar dan semakin berkembang telah mewujudkan budaya internet karena internet mempunyai pengaruh yang besar atas ilmu dan pandangan dunia. Oleh karena itu internet mampu menyaingi

media komunikasi lainnya. Kehadiran internet telah mengubah cara manusia dalam berkomunikasi sebab keunggulan internet yang dapat memberikan informasi dengan cepat. Ini lah yang membuat internet yang mejadi populer saat ini. Semakin meningkatnya pengguna internet di indonesia membuat media sosial semakin melekat dengan masyarakat. Media sosial sebagai media komunikasi dikembangkan untuk membantu manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Kehadiran media sosial membuat manusia dapat berbagi segala informasi yang ia miliki kepada sesama penggunannya. (Darma,2009:3-4)

Menurut Ahqvist, dkk media sosial merupakan saran interaksi antara sejumlah orang melalui “*sharing*” informasi dan ide-ide melalui jaringan internet untuk membentuk semacam komunitas virtual (Liliweri, 2015 : 288). Ada berbagai macam media sosial yang digunakan oleh masyarakat moderen saat ini, salah satu diantaranya adalah *tik tok*. *Tik tok* adalah media sosial yang di minati kalangan remaja. Sebagai media sosial yang diminati oleh kalangan remaja, memungkinkan setiap penggunanya untuk berbagi video ataupun menontonnya kapan saja dan dimana saja.

Pengguna tik tok saat ini berasal dari berbagai kalangan, termasuk juga kalangan remaja. Banyak remaja yang mengunduh aplikasi tersebut dan menggunakan sebagai ajang eksistensi diri dengan membuat video-video sekreatif mungkin dan menarik. Demikian halnya dengan remaja di Kelurahan Lasiana, Kecamatan Kelapa lima, Kota Kupang sebagai pengguna aktif aplikasi tersebut.

Tik tok adalah sebuah aplikasi jejaring sosial yang merupakan platform social video pendek yang didukung musik. Baik itu musik tarian, gaya bebas (freestyle) dan perform, para pembuat video yang didorong untuk sekreatif mungkin berimajinasi sebebaskan-bebasnya dan menyatakan ekspresi mereka dengan semenarik mungkin. (*Kumparan.com*)

Aplikasi yang dibuat oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok tersebut dapat memberdayakan pemikiran kreatif sebagai wujud tolak ukur baru, dalam berkreasi bagi para *online content creators* diseluruh dunia, terutama di Indonesia sebagai salah satu pengguna internet terbesar didunia (*liputan6.com*).

Tik tok memiliki banyak konten-konten video yang ingin mereka buat dengan mudah. Tidak hanya melihat dan menirukan, mereka dapat membuat video dengan dengan cara mereka sendiri. Mereka dapat menuangkan ide-ide kreatif mereka agar video tersebut memiliki *viewers/likers* yang tinggi dan dapat menjadi contoh pengguna lain untuk membuat video. Tidak hanya mengenai video-video menarik, joget, lisyng dll, mereka juga bisa ikut tantangan yang dibuat oleh pengguna lain. (*Kumparan.com*)

Pada kenyataannya tik tok memiliki aturan dan kebijakan dalam penggunaannya agar penggunaannya terhindar dari berbagai masalah. Beberapa aturan tersebut antara lain menghindari konten-konten yang berisi seksual atau ketelanjangan, konten yang berbahaya atau merugikan, konten yang

mengandung kebencian, kekerasan, pelecehan atau *cyberbullying*, ancaman konten yang membahayakan anak, serta memperhatikan kembali hak cipta konten dan privasi (Nasrullah, 2015:184-190)

Dalam menggunakan media setiap orang memiliki motif tersendiri. Motif adalah sebuah dorongan dari dalam diri seseorang untuk melakukan segala aktivitas demi mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Gerungan, motif merupakan suatu pengertian, yang meliputi semua penggerak, alasan-alasan dan dorongan dalam diri manusia yang menyebutkan ia berbuat sesuatu (Santoso, 2010:107)

Sebagai bahan acuan, penelitian ini merupakan rujukan dari penelitian sebelumnya yakni, "*Motif Penggunaan Media Sosial Tik Tok di Kalangan Anak-Anak*" yang ditulis oleh Adha Liany, Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang. Ditemukan bahwa motif penggunaan media sosial tik tok di kalangan anak-anak karena didorong oleh motif menemukan informasi, motif aktualisasi diri, motif interaksi sosial dan motif hiburan. Sedangkan hubungan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, yaitu pada fenomena dalam penggunaan media sosial tik tok yang digunakan di berbagai kalangan, karena aplikasi tik tok sendiri tidak memberi batasan umur pada penggunaannya. (Sumber : <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/76643> di akses pada tanggal 30 September 2021)

Juga penelitian terdahulu yang berjudul “*Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja*” yang ditulis oleh Witanti Prihatiningsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa motif penggunaan media sosial instagram dapat dilihat dari lima kebutuhan penggunaan media yaitu, untuk memenuhi kebutuhan kognitif, efektif, integrasi personal, integrasi sosial dan hiburan. Jadi keterkaitan penelitian yang ditulis oleh Witanti Prihatiningsi, dan penelitian ini terletak pada objek penelitian, dimana motif hiburan sangat mempengaruhi remaja dalam menggunakan media sosial. (Sumber : <https://journal.budiluhur.ac.id> diakses pada tanggal 01 Oktober 2021)

Dalam penelitian yang akan peneliti lakukan juga terdapat empat indikator yang diambil dari pemikiran Alfred Schutz tentang fenomenologi yakni “(*because of motive*) tren dan pergaulan, (*in order to motive*) hiburan dan eksistensi diri. (Kuswarno: 2009)

Demikian halnya dengan remaja Kelurahan Lasiana yang juga memiliki motif untuk mengakses media sosial. Berdasarkan wawancara awal penulis dengan beberapa remaja pada bulan September, di Kelurahan Lasiana Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang, rata-rata mereka menggunakan media sosial setiap hari. Untuk mengikuti video yang lagi viral, seperti berjoget-joget atau mengikuti challenge, agar terlihat update di media sosial tik tok. Sebagai pengguna aktif tik tok, mereka menghabiskan waktu tiga hingga empat jam

perhari untuk mengakses media tik tok. Remaja di Kelurahan Lasiana mengakses media tik tok melalui *smartphone* mereka sendiri, karena rata-rata mereka sudah menggunakan *smartphone*.

Berdasarkan latar belakang ini, penulis tertarik untuk meneliti tentang “MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *TIK TOK* DI KALANGAN REMAJA” (Studi Kasus Pada Remaja Kelurahan Lasiana, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dapat dikemukakan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “apa motif remaja Kelurahan Lasiana, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang menggunakan media sosial Tik Tok?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pengetahuan mengenai motif di balik penggunaan media sosial *tik tok* bagi remaja Kelurahan Lasiana, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Secara akademis penelitian ini dapat menjadi referensi, sebagai salah satu sumber bahan penelitian juga bacaan di lingkungan FISIP UNWIRA.

- b. Secara teoritis penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai media komunikasi.
- c. Secara praktis penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

1.5 Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis

1.5.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini adalah penalaran yang dikembangkan dalam memecahkan masalah penelitian. Pada dasarnya, kerangka pemikiran menggambarkan jalan pikiran yang rasional dalam melaksanakan penelitian tentang motif penggunaan media sosial *tik tok* di kalangan remaja.

Kehadiran media sosial saat ini membawa pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan masyarakat. Tidak hanya itu, seiring berkembangnya jaman, media sosial pun semakin berkembang dan hal ini bisa memberikan dampak yang positif maupun negatif terhadap pengguna itu sendiri. Dampak positifnya, media sosial bisa memberikan penggunanya begitu banyak informasi juga hiburan. Sedangkan dampak negatifnya, pengguna bisa kapan saja mengakses situs-situs pornografi dan lain sebagainya. Begitupun yang terjadi pada remaja, perkembangan teknologi juga bisa berpengaruh terhadap pertumbuhan dan pergaulan remaja. Salah satu media sosialnya yaitu *tik tok* dapat mempengaruhi pola pergaulan remaja saat ini.

Tik tok banyak digemari saat ini karena dapat dijadikan sebagai sarana hiburan, informasi dll. Keunggulan *tik tok* saat ini mampu menyaingi media sosial lain seperti *Insatgram* dan *Youtube*. Banyak remaja yang menggunakan

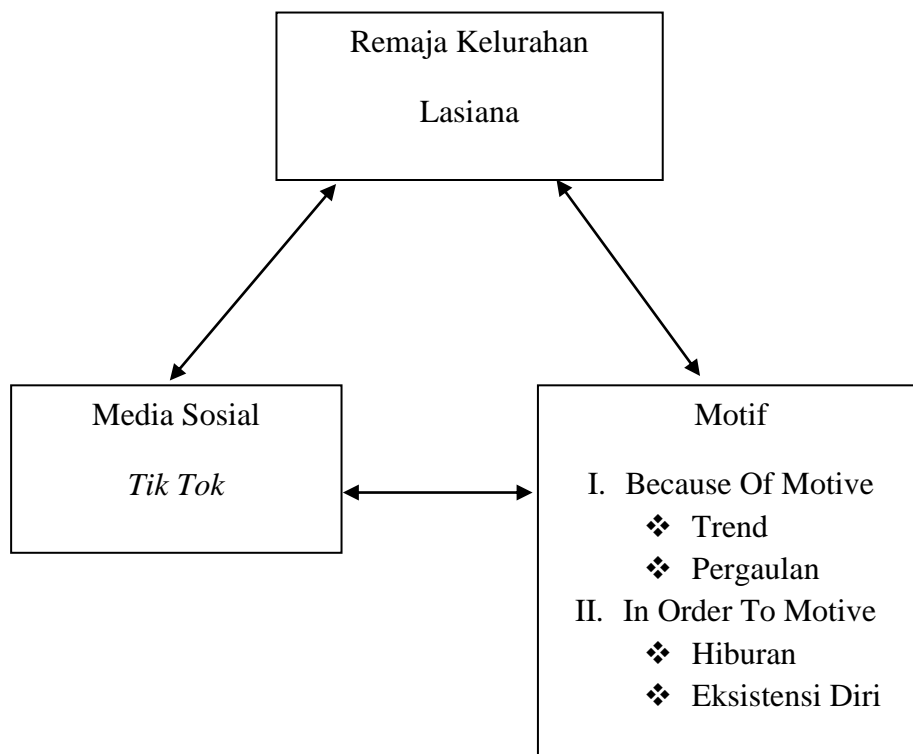
tik tok sebagai ajang eksistensi diri, sehingga remaja memiliki motif atau dorongan untuk membuat video-video sekreatif mungkin dan menarik. Kreativitas tidak mudah untuk mendapatkannya, karena butuh proses dan keinginan yang dapat mereka terdorong untuk memunculkan ide-ide kreatif. Munculnya kreativitas setelah mereka melihat sesuatu yang baru dan mempunyai keinginan membuat karya baru dari sebelumnya agar dapat bermanfaat bagi mereka. Hal inilah yang mempengaruhi remaja Kelurahan Lasiana menggunakan media sosial tik tok.

Dalam mengakses video tik tok tidak terjadi begitu saja, ada alasan-alasan yang menjadi pendorongnya yaitu karena tren dan pergaulan.

Sesuai dengan pemahaman konseptual yang telah diuraikan diatas, maka alur kerangka pikir ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Bagan 1.1

Kerangka Pikir Penelitian



1.5.2 Asumsi

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini yakni para Remaja Kelurahan Lasiana, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang yang menggunakan media sosial *tik tok* karena terdorong oleh motif tertentu.

1.5.3 Hipotesis

Dengan merujuk pada rumusan masalah di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah, motif remaja di Kelurahan Laisana, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang menggunakan media sosial *Tik Tok* adalah motif *because of motive* yang merujuk pada trend dan pergaulan dan motif untuk *in order to motive* yang merujuk pada hiburan dan eksistensi diri.