

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Permasalahan**

Teknologi merupakan hal yang interaktif dengan berbagai lapisan, organisasi, teknis dan budaya (Pacey, 2000). Teknologi tidak serta merta muncul dalam kehidupan manusia tetapi melalui proses yang panjang sehingga teknologi hadir sebagai penerapan dari ilmu pengetahuan yang terorganisir dan menghasilkan sistem di dalamnya. Dengan hadirnya teknologi ini maka secara tidak langsung menciptakan budaya teknologi (*culture of technology*) dalam kehidupan masyarakat (Bijker, Hughes, & Pinch, 1987).

Kemajuan teknologi berpengaruh besar terhadap kehidupan manusia bahkan mengubah cara manusia dalam berpikir bahkan dalam berperilaku. Teknologi juga mengubah cara manusia dalam berkomunikasi dimana cara manusia berkomunikasi tersebut ditentukan oleh perkembangan teknologi yang eksis pada zamannya (Ohiagu, 2010) sehingga secara tidak langsung teknologi mengubah cara manusia dalam berkomunikasi (McLuhan, 1994). Perkembangan teknologi memungkinkan manusia untuk saling berkomunikasi dengan menggunakan media internet yang menjadi dasar dari berkembangnya media baru khususnya dalam salah satu platformnya yaitu media sosial (Higgins, 1991).

Pada tahun 2020 di kuartal pertama (Januari-Maret), aplikasi TikTok menempati urutan pertama sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh dengan total unduhan sebanyak 315 juta kali. Hingga periode Juli 2020, negara Indonesia menempati peringkat kedua dalam penggunaan aplikasi

TikTok dengan persentase 8,5% dari seluruh dunia. Adapun peringkat pertama negara yang aktif menggunakan aplikasi TikTok adalah Amerika Serikat dengan persentase 9,7% (Sensor Tower Inc, 2020).

Aplikasi TikTok merupakan kombinasi platform antara video dan musik. Aplikasi ini mulai dibuat pada tahun 2012 oleh Zhang Yiming dan diperkenalkan ke publik China pada September 2016 dengan nama Douyin (抖音 dōuyīn) yang secara harfiah diartikan sebagai “getaran suara”. Setelah itu, pada tahun 2017 aplikasi ini diperkenalkan di luar China dengan nama TikTok. (Shi, 2019).



Gambar 1.1 Perbandingan antara logo aplikasi TikTok dan Douyin

Adanya fakta tentang kepopuleran aplikasi TikTok merupakan bentuk dari fenomena sosial di masyarakat. Lebih lanjut, menurut Hui Zuo dan Tongyue Wang dalam risetnya yang berjudul “*Analysis of TikTok User behavior from the Perspective of Popular Culture*” menyebutkan secara spesifik bahwa fenomena dari aplikasi TikTok termasuk dalam kategori fenomena budaya populer (Zuo & Wang, 2019). Fenomena sosial atau biasa juga disebut dengan gejala sosial (*social phenomenon*) merupakan hal yang akan selalu melekat dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial. Manusia sebagai makhluk sosial berarti akan selalu berhubungan dengan manusia lainnya untuk saling bersosialisasi. Dalam interaksi sosial yang

dilakukan oleh manusia akan menimbulkan fenomena sosial yang merupakan rangkaian peristiwa dan bentuk keadaan yang dapat diamati dan diukur dengan kerangka ilmiah (Baker, 2015). Fenomena sosial ini mencakup semua perilaku yang mempengaruhi ataupun dipengaruhi dengan saling berinteraksi satu sama lain. Pengaruh ini bisa datang dari mana saja seperti pengaruh dari generasi sebelumnya, adat istiadat dan perkembangan teknologi. Pengaruh tersebut selanjutnya akan mempengaruhi tingkah laku (*behaviors*) dalam kehidupan sosialnya (Markey, 1926 hal 733). Perubahan dalam konteks fenomena sosial merupakan hal yang dapat dijelaskan secara spesifik, sesuatu yang lazim (*prevalent*) dan kesadaran (*conscious activities*) (Hayes, 1911 hal 188).

Dalam aplikasi TikTok terdapat konten mengenai tantangan menari (*dance challenges*). Pengguna TikTok memahami akan pentingnya *challenges* tersebut untuk meningkatkan popularitasnya dengan cara mengikuti *challenges* yang telah ada ataupun membuat *challenges* baru. Dengan mengikuti tren *challenges* memungkinkan *content creator* menjadi viral dalam waktu singkat. Hasil survey dari IndaHash (sebuah platform yang menghubungkan *influencer* dengan *corporate brand*) mengemukakan bahwa 53% responden menyatakan bahwa jenis konten *challenges* merupakan konten favorit yang digemari penggunanya. Ide dari *challenges* pada aplikasi TikTok adalah suatu kegiatan yang sederhana yang dapat dilakukan oleh setiap orang bagi mereka yang ingin berpartisipasi dalam tantangan tersebut. *Challenges* pada aplikasi TikTok biasanya menggunakan *hashtag* unik yang ditetapkan secara khusus sebagai alat untuk membantu pengguna dalam menemukan

*challenges* serupa pada aplikasi TikTok. *Challenges* pada aplikasi TikTok berkembang pesat dan hampir setiap hari terdapat *challenges* baru pada platform media sosial tersebut. Beberapa *challenges* datang dan pergi dalam waktu yang singkat sehingga tidak banyak *challenges* yang tetap bertahan. (IndaHash Inc, 2020). Maraknya berbagai video menari di TikTok seolah-olah membangkitkan sebuah budaya baru yaitu budaya menari ala TikTok.



Gambar 1.2 Konten menari ala TikTok

Adapun karakteristik dari menari ala TikTok tidak membutuhkan keahlian sebagai penari untuk melakukannya karena gerakan-gerakan tarian ala TikTok termasuk gerakan *simple dance* yang dapat dilakukan oleh semua orang.

Hubungan penelitian ini dengan studi Ilmu Komunikasi karena kehadiran *challenges* pada aplikasi TikTok mempengaruhi pengguna lainnya untuk membuat konten yang serupa. Dalam studi Ilmu Komunikasi, hal tersebut dikategorikan sebagai komunikasi persuasif dimana tujuan dari komunikasi ini untuk mempengaruhi orang lain dalam hal kepercayaan, sikap ataupun perilakunya sehingga orang lain dapat bertindak sesuai dengan yang diharapkan oleh pembuat konten.

## **1.2 Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah**

Fokus pada penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana budaya menari ala TikTok dapat muncul terutama di kalangan milenial Indonesia bahkan di kalangan masyarakat yang tidak berprofesi sebagai penari atau penggemar tarian.

Adapun rumusan dalam penelitian ini adalah bagaimana budaya menari terbangun di kalangan generasi milenial Indonesia karena aplikasi TikTok.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana budaya menari terbangun di kalangan generasi milenial Indonesia karena aplikasi TikTok.

## **1.4 Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memenuhi beberapa signifikansi. Secara terperinci signifikansi penelitian ini adalah:

1) Signifikansi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu menjawab kehadiran fenomena menari ala TikTok dengan menggunakan landasan Teori Belajar Sosial (*Social Learning Theory*) dari Albert Bandura.

2) Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menunjukkan bahwa pentingnya memahami budaya melalui media baru sehingga masyarakat dapat mengajak generasi muda Indonesia membentuk budaya yang lebih positif melalui media baru.

