

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media sosial telah menjadi fenomena yang luar biasa dalam era digital modern (Wulansari, 2021). Media sosial adalah platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten, berinteraksi, dan berpartisipasi dalam komunitas daring. Selain itu, Media sosial menjadi ruang untuk setiap individu menyampaikan pendapat, mempengaruhi opini publik, pertukaran budaya, membangun jaringan, mengakses informasi dan melakukan interaksi sosial

Perkembangan media sosial telah mengubah cara komunikasi dan interaksi sosial. Media sosial telah menghapuskan batasan geografis, waktu, dan ruang dalam komunikasi (Berger et al., 2011). Dahulu, saat alat komunikasi masih tradisional, masyarakat luas hanya dapat berkomunikasi melalui surat dan telepon umum. Namun, masyarakat saat ini dapat dengan mudah terhubung dengan teman, keluarga, dan orang-orang dari berbagai belahan dunia dengan hanya menggunakan perangkat digital. Misalnya, komputer, *smartphone*, dan table. Melalui berbagai alat komunikasi tersebut membantu proses komunikasi menjadi lebih efisien. lebih dari itu, alat-alat komunikasi tersebut juga membantu menghadirkan komunikasi yang *real-time*. Maka dari itu tidak heran di era kini, media sosial merupakan kebutuhan hidup sehari-hari.

Media sosial menjadi kebutuhan kehidupan sehari-hari bagi semua lapisan generasi, terkhusus generasi Z. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1997 sampai dengan 2012. Generasi Z tumbuh dalam era digital dan internet atau dapat disebut juga “*digital natives*” karena lahir di era akses perangkat digital sejak usia dini. Hal tersebut membuat generasi Z sangat tergantung dengan teknologi di dalam keseharian. Mereka menghabiskan hampir sembilan jam dalam sehari untuk mengakses media, melihat layar atau gawai dan termasuk waktu yang dihabiskan mereka untuk mengerjakan banyak hal dalam penggunaan media sosial seperti berbagi pengalaman pribadi, berinteraksi dengan teman dan keluarga, pembelajaran dan berbagi informasi dan membangun jaringan dan hubungan sosial, Rata-rata generasi Z terpapar media sosial lebih dari 13 jam dalam sehari (Vitelar, 2019).

Salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan generasi Z adalah TikTok. TikTok adalah media sosial berbagi video pendek yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi video kreatif dengan mudah dan cepat dengan menampilkan video berdurasi pendek TikTok menciptakan kegembiraan dan mendorong kreativitas penggunanya. Menurut Wang (dalam Araujo et al., 2022,) TikTok menjadi platform media sosial yang berkembang pesat yang memperoleh 200% pangsa pasar hanya dalam kurun waktu dua tahun pada April 2019. TikTok menghadirkan berbagai macam konten, seperti hiburan, edukasi, dan *dance challenge*.

TikTok menyediakan berbagai fitur yang menarik bagi generasi Z (Anderson 2020). Misalnya terdapat efek khusus, filter, dan musik latar yang

memungkinkan pengguna untuk mengembangkan kreativitas mereka dalam menciptakan konten yang inovatif dan menarik. Selain itu, TikTok juga mendorong terciptanya kolaborasi dan interaksi melalui tantangan dan duet, di mana pengguna dapat berpartisipasi dalam tren dan konten yang sedang populer.

Dalam konteks ini, TikTok berhasil menjadi daya tarik bagi generasi Z karena konten yang singkat, menarik, dan mudah dikonsumsi melalui perangkat mobile (Anderson, 2020). Generasi Z menyukai pengalaman pengguna yang muda dan menyenangkan yang ditawarkan oleh TikTok, dan sering menghabiskan banyak waktu untuk menjelajahi dan berinteraksi dengan konten di TikTok.

TikTok memberikan konsumsi konten yang singkat dan cepat, hal ini berbeda dengan interaksi sosial yang cenderung lebih lama dan lebih dalam. Kemudian pemahaman mengenai konsumsi TikTok pada generasi Z menjadi diperlukan, terutama jika dilihat dari aspek perkembangan sosial dan komunikasi. Salah satu isu penting yang perlu diperhatikan adalah *attention span* atau rentang perhatian.

Attention span adalah kemampuan untuk mempertahankan perhatian yang terfokus pada suatu tugas atau aktivitas dalam jangka waktu tertentu. Hal ini mencakup keterampilan untuk menyeleksi rangsangan eksternal, tetap fokus pada suatu tujuan, dan mengabaikan gangguan, seperti yang dikatakan oleh Herbert Simon (1978) apa yang dikonsumsi oleh seseorang dari sebuah informasi adalah perhatian dari penerimanya. Oleh karena itu, banyaknya informasi yang diterima menciptakan kurangnya perhatian. Dalam konteks komunikasi interpersonal, *attention span* memainkan peran penting pada pemahaman pesan yang

disampaikan oleh orang lain. Seseorang yang mempunyai *attention span* yang baik akan dapat mendengarkan komunikasi dengan empati, respons yang tepat dan membangun hubungan yang lebih dalam dengan orang lain. Sebaliknya, *attention span* yang rendah membuat konsentrasi yang rendah pula sehingga dapat menghambat pemahaman dan mempengaruhi komunikasi interpersonal yang efektif (Deborah et al., 2018).

Attention span dapat ditentukan oleh berbagai faktor, seperti tingkat stres, kelelahan, dan paparan terhadap media sosial yang berubah dengan cepat. Penyajian video pendek dan ketersediaan informasi yang cepat yang ada di TikTok, telah membuat lingkungan yang memaksa generasi Z untuk terbiasa mengonsumsi konten di media sosial dengan cara berpindah dari satu konten ke konten lainnya dalam waktu singkat (Araujo et al., 2022). Akibatnya, *attention span* generasi Z semakin rentan terganggu dan sulit mempertahankan konsentrasi ketika melakukan interaksi sosial, terkhusus komunikasi interpersonal. Madden (2017) menyebutkan dampak negatif dari konsumsi media sosial yang berlebihan mengakibatkan *attention* seseorang akan terus berkurang.

Dalam kehidupan sosial, komunikasi adalah hal yang fundamental bagi seorang individu (Cangara & Hafied, 2016). Setiap orang perlu berkomunikasi dengan orang lain untuk membantu terpenuhinya. Misalnya dalam kebutuhan interaksi sosial, secara alamiah manusia memerlukan kontak atau koneksi sesama untuk membangun hubungan antara individu. Kebutuhan terhadap afirmasi dan dukungan emosional juga menjadi alasan seseorang untuk melakukan komunikasi.

Salah satu komunikasi yang paling sering dilakukan adalah komunikasi interpersonal. Menurut Suranto (2011) komunikasi interpersonal terjadi di antara dua orang yang melakukan interaksi tatap muka, memakai saluran verbal maupun saluran nonverbal, dan mempunyai kesempatan untuk memberikan umpan balik dengan segera. Secara umum, komunikasi ini sangat sering terjadi karena mudah untuk dilakukan (Berger et al., 2011).

Komunikasi interpersonal dapat dikatakan efektif apabila pesan yang dikirimkan oleh komunikator dapat diterima dan dipahami oleh komunikan (Hardjana, 2003). Ada berbagai faktor pendukung yang membantu komunikasi interpersonal dapat berjalan dengan efektif. Pemilihan kata yang tepat, dukungan ekspresi wajah, kontak mata, dan gerakan tubuh, hal-hal tersebut dapat membantu penerimaan pesan berjalan dengan baik ketika berkomunikasi (Barton et al., 2018). Kemudian dalam komunikasi interpersonal, penting juga untuk mendengarkan secara aktif sehingga seseorang dapat memberikan umpan balik yang sesuai.

Keterampilan untuk mendengarkan secara aktif adalah usaha untuk mendengarkan dengan penuh perhatian dan menyampaikan respon yang menunjukkan pemahaman terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator (Sari, 2016). Selain itu, mendengarkan dengan baik dalam komunikasi interpersonal diperlukan untuk menghindari kesalahpahaman dan menunjukkan empati. Mengembangkan kemampuan mendengarkan dengan aktif membutuhkan usaha, kesabaran, praktek dan komitmen penuh. Faktor pendukung yang membantu seseorang untuk bisa mendengarkan secara aktif adalah *attention span*.

Mendengarkan aktif sangat erat kaitannya dengan durasi perhatian seseorang terhadap suatu hal atau *attention span*. Dalam konteks komunikasi interpersonal, kemampuan mendengarkan aktif yang baik memerlukan *attention span* yang panjang. Menurut Martoredjo (2014), *attention span* yang baik akan membantu seseorang untuk memusatkan perhatian pada komunikasi yang sedang berlangsung dan mendengarkan dengan cermat agar dapat menangkap setiap detail pesan dari lawan bicara.

Jika seseorang mempunyai *attention span* yang pendek, perhatiannya akan mudah teralihkan, kehilangan konsentrasi, atau dapat mulai berspekulasi di dalam pikirannya ketika komunikator masih menyampaikan pesan (Uncapher et al., 2016). Dalam konteks komunikasi, seseorang yang memiliki *attention span* yang pendek cenderung cepat merespons dan mengambil kesimpulan sebelum lawan bicara selesai berbicara. Hal tersebut membuat kesalahpahaman atau kurangnya pengertian yang mendalam terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Namun, faktanya tingkat *attention span* manusia mengalami penurunan sepanjang 2000-2015 (Dörfler, 2019). Menurut studi Microsoft (dalam Dörfler, 2019) yang dilakukan pada 2015 mendapati hasil bahwa rata-rata seseorang dapat fokus hanya selama delapan detik. Hal ini diakibatkan oleh perkembangan teknologi informasi yang membuat seseorang mudah terdistraksi. Masih menurut studi tersebut, 70% responden berusia 18-24 tahun (yang tergolong dalam definisi generasi Z,) memberikan keterangan bahwa memilih langsung melihat *handphone*, saat tidak ada hal yang lebih menarik perhatiannya.

Dengan demikian, dapat diartikan bahwa penurunan attention span terjadi sangat signifikan terhadap generasi Z. Hal tersebut terjadi akibat kebiasaan penggunaan media sosial secara masif. Menurut IDN Research Institute (2022) dalam laporannya menunjukkan hasil bahwa mayoritas generasi Z mengakses media sosial lebih dari tiga jam dalam sehari. Salah satu media sosial yang populer bagi generasi Z adalah TikTok. Penurunan *attention span* pada generasi Z akibat konsumsi TikTok berlebih tentu menjadi masalah serius yang berkaitan dengan kemampuan komunikasi interpersonal. Akibat perkembangan teknologi informasi. Pada era informasi yang begitu cepat, manusia sangat mudah kehilangan fokus dan konsentrasi.

Pada penelitian terdahulu, (Siehoff, 2023) mendapati temuan bahwa TikTok memberi efek pada *attention span* orang dewasa muda secara berkelanjutan. Penelitian lain, (Konova et al., 2018) meneliti tentang dampak media sosial pada fokus seseorang, meskipun penelitian ini memberikan tinjauan tentang dampak media sosial dalam penelitian ini tidak membahas secara khusus tentang TikTok dan generasi Z dalam konteks proses, persepsi dan komunikasi interpersonal. Penelitian lain yang dilakukan (Uncapher et al., 2016) menguji hubungan antara multitasking media dengan memori jangka pendek dan panjang. Jika dilihat sekilas, penelitian yang dilakukan Uncapher memiliki fokus yang sama dengan penelitian ini. Namun ada letak perbedaan penelitian terdahulu yaitu pada pengujian hubungan antara *multitasking* media tanpa membahas secara spesifik tentang media sosial tertentu atau TikTok. Lebih lanjut lagi, dalam penelitian Phan (2023) memiliki subjek penelitian siswa SMA di Swedia. Temuan

penelitian menunjukkan bahwa siswa-siswa mengalami gangguan *attention span* dan kecanduan media sosial. Penelitian ini juga menjelaskan media sosial mempengaruhi daya tahan perhatian siswa sekolah menengah atas. Kebaruan yang dapat diambil dari penelitian tersebut yaitu subjek penelitian dan lokasi penelitian. Penelitian ini akan berfokus pada generasi Z, tidak terbatas oleh siswa SMA tertentu dan penelitian ini berlokasi di Indonesia. Kemudian pada (Deborah et al., 2018) menunjukkan hasil penelitian tidak ada perbedaan *attention span* individu yang menggunakan perangkat mobile dan komputer kemudian, penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif. perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini berada pada metode penelitian.

Berdasarkan penjelasan di atas dengan adanya penelitian ini, peneliti ingin menggali lebih dalam mengenai proses *attention span* generasi Z di era TikTok. Selain memberikan wawasan dan pemahaman yang mendalam, terbatasnya penelitian dengan topik yang sama menjadikan penelitian ini sebagai khazanah baru ilmu pengetahuan. Selanjutnya penelitian ini dapat mengisi kesenjangan penelitian terdahulu untuk melanjutkan dan memperjelas proses *attention span* generasi Z secara spesifik sebagai pengguna media TikTok.

Penelitian ini akan mengkaji pandangan, proses, dan pengalaman generasi Z terkait *attention span* di era TikTok. Hal ini akan memberikan landasan yang kuat untuk pengembangan penelitian lebih lanjut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dirumuskan dalam pertanyaan penelitian yaitu:

Bagaimana proses *attention span* generasi Z di era TikTok?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian untuk mengeksplorasi proses *attention span* generasi Z sebagai mayoritas pengguna platform TikTok.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat:

1. Memberikan manfaat secara akademis sebagai literatur komunikasi media massa dan komunikasi interpersonal yang memberikan kebaruan kajian eksplorasi proses *attention span* generasi Z secara spesifik dalam era sosial media TikTok.
2. Menjawab gap penelitian yang ada sehingga mengisi kesenjangan penelitian terdahulu.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi para pengguna TikTok, penelitian ini dapat menjadi sumber edukasi dan meningkatkan kesadaran terhadap penggunaan media sosial.
2. Bagi perusahaan TikTok, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan aturan pedoman pengguna atau panduan komunitas.