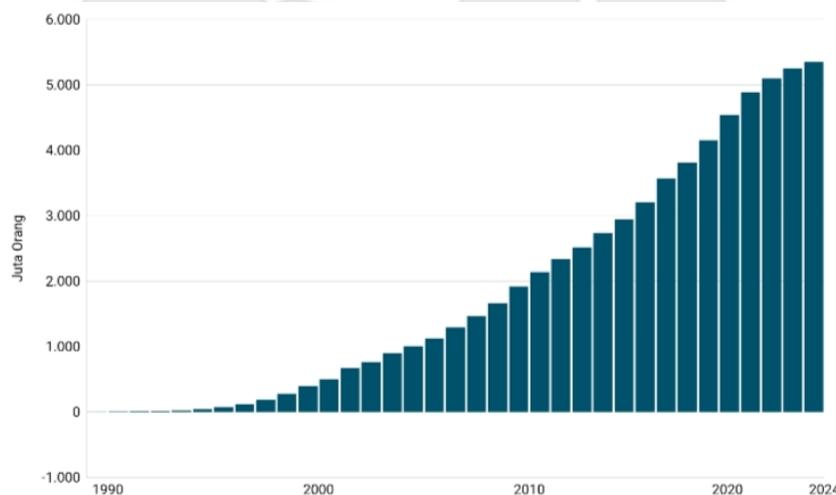


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, terjadi kemajuan pesat pada bidang teknologi untuk mempermudah kehidupan manusia. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah internet. Dikutip dari KBBI, internet adalah jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit (Roy, 2022). Berdasarkan laporan yang dibuat oleh We Are Social (2024) dalam (Annur, 2024a) diketahui jumlah pengguna internet global secara individu telah mencapai 5,35 miliar orang pada Januari 2024, di mana jumlah ini mencapai 66,2% dari populasi global dan mengalami peningkatan sebesar 1,8% (97 juta orang) dibanding tahun 2023. Peningkatan jumlah pengguna internet secara global disajikan pada grafik berikut:



Gambar 1.1 Grafik Pengguna Internet di Dunia

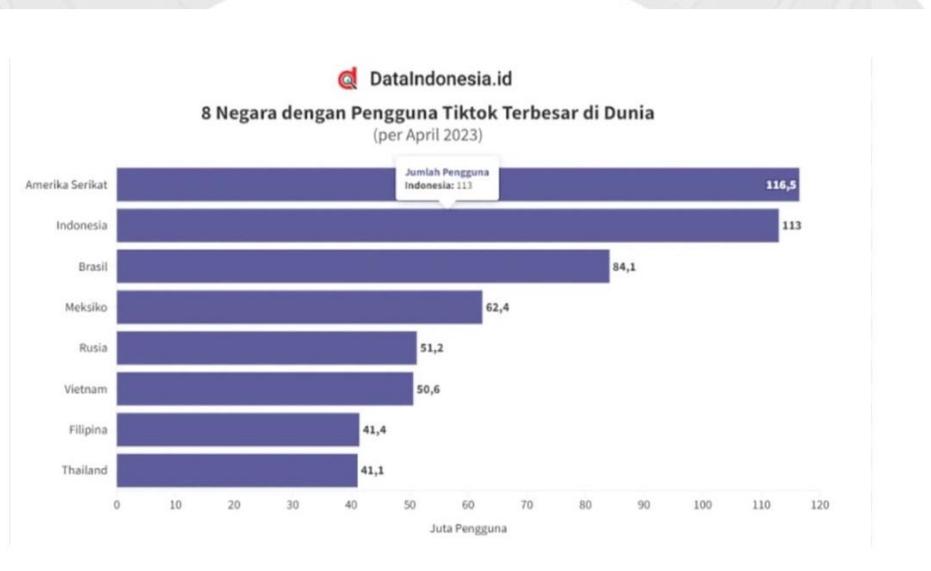
Sumber : internet (Databoks)

Di Indonesia, menurut APJII (2024) jumlah pengguna internet tahun 2024 telah mencapai 221 juta jiwa dari total keseluruhan populasi, yang membuat tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5%. Dari sisi usia, kelompok umur 13-18 tahun menjadi yang paling hobi berselancar di dunia maya (APJII, 2022). Fenomena ini merupakan efek dari

pandemi covid-19 yang sempat melanda dunia di tahun 2020. Pandemi covid-19 telah menyebabkan munculnya berbagai perubahan, salah satunya adalah aktivitas yang awalnya dilakukan secara tatap muka seperti bersekolah dan berkomunikasi dengan teman, harus dialihkan menjadi *online* (atau dikenal dengan istilah Pembelajaran Jarak Jauh). Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) bulan Maret 2023, sebanyak 94,16% anak muda Indonesia usia 16-30 tahun pernah mengakses internet dalam tiga bulan terakhir untuk media sosial (84,37%), berita (84,28%), dan hiburan (83,78%) (Muhamad, 2024). Tidak dapat dipungkiri bahwa sekarang ini media sosial sangat menjamur di kalangan masyarakat, khususnya remaja.

Menurut Hurlock (1999) dalam (Haidar & Apsari, 2020), masa remaja merupakan masa transisi dari anak-anak menuju dewasa yang mencakup kematangan pada sisi mental, emosional dan fisik. Remaja sebenarnya tidak memiliki tempat yang pasti, mereka tidak tergolong lagi anak-anak akan tetapi belum juga dapat diterima secara penuh untuk masuk ke golongan dewasa. Karena itu remaja perlu untuk melakukan komunikasi dengan lingkungan sekitar. Komunikasi merupakan hal dasar yang dibutuhkan oleh manusia sebagai makhluk sosial untuk menjalankan kehidupan bermasyarakat. Komunikasi dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh dan membagikan informasi. Dengan perkembangan teknologi, saat ini komunikasi dalam dilakukan melalui media social. Media social merupakan salah satu media online yang dapat diakses dengan perangkat gawai dengan menggunakan jaringan internet agar dapat terhubung untuk berkomiikasi (Kustiawan et al., 2022). Proses penyampaian suatu pesan yang dahulu dilakukan secara langsung (*face-to-face*), kini dapat dilakukan secara online dengan mudah, praktis, dan jauh lebih efisien (Cahyono, 2016 dalam Yasin et al., 2022). Dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna media sosial, tak heran jika bermunculan berbagai macam aplikasi untuk memenuhi permintaan yang dibutuhkan. Salah satu aplikasi yang dimaksud adalah TikTok.

TikTok adalah layanan hosting video berdurasi pendek yang dimiliki oleh perusahaan Tiongkok, ByteDance (Wikipedia, 2024). TikTok memberikan fasilitas kepada pengguna untuk dapat menonton video, mengunggah video, memberikan reaksi berupa *share*, *like* dan *comment* serta layanan lain seperti Tiktok Shop dan Live Tiktok. Secara global, Tiktok mulai melebarkan sayap di tahun 2018 dan meraih kepopuleran di masa pandemi covid-19. Menurut laporan We Are Social (2024) dalam (Annur, 2024b), aplikasi video pendek ini telah memiliki 1,09 miliar pengguna dari seluruh dunia per April 2023.



Gambar 1.2 Grafik Pengguna Internet di Dunia
Sumber : internet (DataIndonesia.id)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa jumlah pengguna TikTok di Indonesia menempati peringkat kedua dengan total pengguna mencapai 113 juta, diikuti oleh Brasil dan Meksiko dengan jumlah pengguna TikTok masing-masing sebanyak 84,1 juta pengguna dan 62,4 juta pengguna. Aplikasi Tiktok menggunakan sistem algoritma yang canggih untuk menganalisis preferensi pengguna dan memberikan konten yang relevan secara personal. Selain itu, aplikasi Tiktok memiliki kemampuan untuk menciptakan tren dan memicu konten untuk menjadi viral. Hal ini dimungkinkan karena aplikasi Tiktok menciptakan kolom komentar sebagai sarana saling berinteraksi antara konten kreator dan pengguna lainnya secara aktif, efektif, dan interaktif. Aplikasi Tiktok juga memudahkan para penggunanya untuk

mengunduh dan membagikan konten atau video yang menarik. Itu sebabnya aplikasi ini sering digunakan untuk memasarkan produk atau merk tertentu dengan memanfaatkan popularitas dari para selebriti dan sistem *brand endorsement*. Hal inilah yang membuat aplikasi Tiktok menjadi lebih meledak atau lebih berkembang pesat lagi (Anfarizi, 2023).

Menurut Laporan We Are Social (2024) dalam (Annur, 2024b) pengguna aplikasi Tiktok di Indonesia kebanyakan adalah kelompok usia 18-24 tahun, dengan proporsi 20,9% perempuan dan laki-laki 17,5%. Hal ini tentunya perlu mendapatkan perhatian yang serius karena dengan banyaknya fitur dan kemudahan dalam berkomunikasi yang ditawarkan oleh aplikasi Tiktok, ada potensi yang sangat besar bagi terjadinya revolusi di dalam persepsi dan pola pikir para penggunanya baik secara positif maupun negatif. Konten-konten yang diunggah oleh pengguna lain di Aplikasi Tiktok mempengaruhi persepsi dan pola pikir, terutama di kalangan remaja.

Pengaruh negatif yang merugikan dari penggunaan aplikasi Tiktok di kalangan remaja dapat terlihat dari munculnya beberapa kasus yang terjadi dan menjadi sorotan, seperti kasus Christy Gassaille, seorang remaja yang meninggal setelah mencoba tantangan Tiktok (Saputra, 2023) dan kasus pengeroyokan seorang siswi SMA Negeri 6 Kendari oleh kakak kelasnya karena unggahan konten di Tiktok (Pati & Khairina, 2021). Selain itu, konten *viral* terkait standar kecantikan dan gaya hidup mewah memicu perasaan rendah diri, kecemasan sosial, dan bahkan depresi pada remaja yang merasa tidak mampu memenuhi standar tersebut.

Kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain di media sosial membentuk persepsi diri yang tidak sehat dan tidak akurat. Remaja dapat merasa tertekan untuk menciptakan citra yang ideal di dunia maya, yang bisa sangat berbeda dengan kenyataan sehari-hari (Oktarini et al, 2022). Intensitas penggunaan media sosial yang berlebihan dan tidak terkontrol juga dapat mengganggu keseimbangan antara interaksi virtual dan interaksi sosial di

dunia nyata sehingga berpotensi mengurangi kemampuan remaja dalam berkomunikasi dan berinteraksi secara langsung.

Berdasarkan penelitian Parapat (2023) dengan judul “Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*) Remaja di Sibuhuan Kecamatan Barumun Kabupaten Padang Lawas” dengan metode penelitian deskriptif kualitatif, ditemukan bahwa penggunaan media sosial dapat membuat penggunanya merasa nyaman hingga berdampak pada *oversharing* yang dapat berdampak positif dan negatif pada pengungkapan diri seorang remaja. Selanjutnya Setiawan & Nabila (2022) dalam penelitian yang berjudul “Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Pembentukan Konsep Diri Remaja di Desa Pisangan Jaya, Kabupaten Tangerang” dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif menemukan adanya dampak negatif pada diri remaja pengguna aplikasi Tiktok seperti penggunaan baju yang *sexy* serta praktik berjoget dengan gerakan yang cukup erotis dan tidak sepatasnya. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Qadri et al., (2022) dengan judul penelitian yaitu ”Dampak Media Sosial Tiktok pada Akhlak Anak-anak di Kota Makassar” dengan menggunakan metode kualitatif pada 15 narasumber, diketahui bahwa penggunaan media sosial Tiktok memberikan dampak negatif terhadap akhlak anak. Hal ini dapat dilihat dari tutur kata dan penggunaan bahasa yang kurang baik.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti merangkumkan hal yang mendasari minat peneliti untuk melakukan penelitian, yaitu tingginya intensitas penggunaan aplikasi TikTok khususnya di kalangan Remaja di Indonesia yang telah menstimulasi pikiran dari remaja untuk melakukan suatu tindakan yang terinspirasi dari konten yangterseba luas pada beranda aplikasi tiktok, selain itu belum adanya penelitian terakit aspek komunikasi dalam peran media sosiala tiktok terhadap perkembangan kepribadian. Penelitian tentang peran komunikasi media sosial TikTok dalam perkembangan kepribadian remaja memiliki urgensi yang sangat penting terutama pada remaja dengan usia yang yang rentan untuk dipengaruhi dan pada kesehatan psikologis remaja

dalam masa perkembangannya. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana penggunaan media sosial TikTok mempengaruhi perkembangan identitas dan kepribadian remaja, peneliti dapat merumuskan pendekatan yang lebih bijak dan seimbang dalam mengintegrasikan teknologi ini dalam kehidupan remaja. Maka dari itu, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul penelitian yaitu "Peran Komunikasi Media Sosial TikTok dalam Perkembangan Kepribadian Remaja"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan oleh peneliti, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Apa peran media social tiktok pada perkembangan kepribadian remaja di era digitalisasi ini?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami peran komunikasi melalui media sosial TikTok dalam perkembangan kepribadian remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mencapai beberapa tujuan khusus sebagai berikut:

1. Menilai Peran Visual dan Konten Audiovisual dari Media Sosial TikTok: Mengidentifikasi pengaruh elemen visual dan konten audiovisual yang ada di TikTok terhadap perkembangan identitas dan nilai-nilai pribadi remaja, serta bagaimana elemen ini membentuk persepsi mereka terhadap diri sendiri dan dunia di sekitarnya.
2. Mencari Peran Negatif: Mencari potensi Peran negatif dari penggunaan TikTok terhadap perkembangan kepribadian remaja.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis:

- **Kontribusi pada Kepemahaman Ilmiah:** Penelitian ini akan berkontribusi pada pemahaman ilmiah tentang bagaimana komunikasi melalui media sosial TikTok mempengaruhi perkembangan kepribadian remaja. Ini bisa membantu mengisi celah pengetahuan di bidang ilmu komunikasi dan psikologi terkait.

1.4.2 Manfaat Praktis

- **Pengembangan dan Gambaran Peran Ilmu Komunikasi :** Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebagai gambaran atau bahan pertimbangan dan pengembangan dalam mendukung pembelajaran terutama dalam bidang ilmu komunikasi yang berkaitan dengan fenomena yang saat ini sedang viral.