

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Era kemajuan teknologi, maka banyaknya media yang dapat digunakan manusia untuk dijadikan alat dalam berkomunikasi, demikian pula dengan media sosial yang dapat dengan mudah diakses melalui jaringan internet. Pada umumnya fungsi dari media sosial di antaranya untuk berbagi pesan dengan banyak pengguna media sosial itu sendiri, yaitu berupa berita (informasi), gambar (foto) dan juga tautan video. Media sosial tidak hanya dapat diakses di perangkat komputer, tetapi dengan adanya aplikasi di smartphone atau telepon pintar, maka semakin memudahkan masyarakat untuk mengakses media sosial secara mobile sehingga dapat diakses kapan pun dan di mana pun (Ahmad Setiadi, 2012).

Diera komunikasi saat ini blog, Wikipedia, dan jejaring social adalah bentuk media sosial yang paling umum dan sering di gunakan oleh manusia didunia ini dan jejaring social merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial contoh media social di antaranya adalah Facebook, Twitter, WhatsApp, Skype, Instagram, Path, *Tik Tok* dan lain-lain, namun pada penelitian ini peneliti akan fokus pada satu media social yaitu aplikasi *Tik Tok* (Dila Mayang Sari, 2021).

Pada aplikasi *Tik Tok* pengguna dapat membuat video yang hanya berdurasi kurang lebih 30 detik dengan memberikan special effects yang unik dan menarik serta memiliki dukungan musik yang banyak sehingga pengguna nya

dapat melakukan performa dengan beragam gaya atau pun tarian, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas pengguna nya menjadi content creator. Selain itu aplikasi *Tik Tok* juga dapat memberikan pengguna nya untuk dapat menggunakan beragam special effect, dan juga music background dari berbagai artis terkenal dengan berbagai kategori dan juga special effect lain nya yang dapat digunakan secara instan, sehingga dapat membuat video tersebut menarik serta memiliki alunan lagu yang disesuaikan dengan situasi di video tersebut (Devri Aprilian, 2019).

Selain itu penggunaan aplikasi *Tik Tok* 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, di mana 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 (Afrizal Nur Islami, 2018).

Apabila orang lain menganggap individu eksis, maka keberadaan individu tersebut sudah dianggap dan dapat diperhitungkan oleh orang-orang di sekitarnya. Maka dari itu, eksistensi biasanya dijadikan acuan sebagai ajang pembuktian diri bahwa kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan dapat berguna dan mendapat nilai yang baik dimata orang lain. Begitu juga yang dirasakan oleh pengguna aplikasi *Tik Tok*, mereka akan membentuk konsep diri yang sesuai dengan keinginannya untuk membentuk eksistensi diri kepada orang lain.

Keinginan untuk menjadi eksis ini identik dengan orang yang memiliki kepribadian narsisme. Narsisme dapat dikonseptualisasikan sebagai kemampuan seseorang untuk mempertahankan citra diri yang relatif positif melalui berbagai proses pemahaman diri dan pengaturan diri. Hal ini berarti narsisme berhubungan dengan citra diri seseorang yang terlampaui positif, yang memandang bahwa dirinya sangat baik, optimis dan positif terhadap dirinya sendiri (Ayu Purnamasari & Veby Agustin, 2018).

Perilaku eksis yang berlebihan memiliki kecenderungan untuk mengarah pada perilaku membanggakan diri sendiri, karena merasa lebih baik dari pada yang lainnya. Tujuan proses unggah video di *Tik Tok* juga tentu bervariasi, hanya sekadar mengikuti tren saja, ingin menunjukkan gaya, kreativitas atau kemampuan tertentu, atau untuk menunjukan kepada orang lain mengenai suatu hal. Durasi video *Tik Tok* yang pendek juga dirasakan lebih praktis dari pada Youtube yang lebih cenderung berisi video-video dengan durasi yang panjang. Video-video dengan jumlah tayang yang baik, memiliki peluang untuk viral atau dilihat oleh banyak orang, sehingga jumlah tayang ini kerap kali menjadi tolak ukur popularitas sebuah akun *Tik Tok*.

Sepanjang kuartal pertama (Q1) 2018, *Tik Tok* mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali. Menurut kutipan Fatimah Kartini Bohang pada tahun 2018 jumlah tersebut mengalahkan aplikasi populer lain semacam Youtube, WhatsApp, Facebook Messenger, dan Instagram. Mayoritas dari pengguna aplikasi *Tik Tok* di Indonesia sendiri adalah anak milenial, usia sekolah, atau biasa dikenal dengan generasi Z. Aplikasi ini pun

pernah diblokir pada 3 Juli 2018. Kemenkominfo telah melakukan pemantauan mengenai aplikasi ini selama sebulan dan mendapati banyak sekali masuknya laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini, terhitung sampai tanggal 3 Juli tersebut. Laporan yang masuk mencapai 2.853 laporan (Wisnu Nugroho, 2020).

Dilansir dalam laman tekno.kompas.com aplikasi *Tik Tok* pernah di blokir pada 3 Juli 2018, akses *Tik Tok* diblokir oleh pemerintah Indonesia. Kemeninfo telah melakukan pemantauan, dan mendapati laporan dan keluhan terhadap aplikasi video ini. Terhitung lebih sampai 3 Juli 2018, laporan yang masuk mencapai lebih dari 2ribu laporan dan keluhan. Menurut menteri Rudiantara, ditemukan banyak konten bermuatan negative, terutama untuk anak-anak. Namun dengan berbagai pertimbangan dan regulasi baru maka pada Agustus 2018 aplikasi *Tik Tok* ini dapat kembali di unduh. Salah satu regulasi yang ditengarai adalah batas usia pengguna, yaitu usia 11 tahun.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang diteliti adalah bagaimana fenomena penggunaan *Tik Tok* dalam mengekspresikan diri pada mahasiswa Ilmu Komunikasi?

1.3.Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena penggunaan *Tik Tok* dalam mengekspresikan diri pada mahasiswa Ilmu Komunikasi?

1.4.Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan informasi tentang perilaku mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam berekspresi diri, dalam kajian ilmu komunikasi dan juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Secara praktis manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memahami fenomena mengekspresikan diri melalui aplikasi Tiktok terhadap *media literacy* dan penelitian ini dapat menambah wawasan tentang mengekspresikan diri yang terjadi didalam lingkungan masyarakat, khususnya tentang fenomena aplikasi *TikTok*.