

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi cara masyarakat dalam menyampaikan pesan kepada orang lain dengan jelas dan baik. Komunikasi hal yang paling penting dalam kehidupan masyarakat. Dalam sehari masyarakat tak lepas dari menyampaikan pesan dan menerima pesan. Di era komunikasi massa masih bersifat satu arah atau one to many dalam memproses penyebaran pesan dari satu sumber ke masyarakat luas tanpa banyak interaksi secara langsung. Masyarakat sebagai penerima pesan lebih pasif dengan interaktivitas yang sangat terbatas. Media massa menggunakan teknologi tradisional dari berbagai saluran seperti media cetak, radio, dan televisi analog. Seiring berkembangnya zaman komunikasi massa telah terevolusi dengan komunikasi media baru. Media baru telah menjadi salah satu cara terefektif bagi masyarakat dengan menggunakan teknologi berbasis digital dan internet yaitu menggunakan platform media sosial, computer atau laptop, dan smartphone berbasis internet. Pesatnya kemajuan teknologi, membuat masyarakat lebih mudah dalam berkomunikasi kepada masyarakat yang lebih luas dan untuk mengakses informasi. (Astari, Rini, Reski, Hana, Nurul. 2018).

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam aspek kehidupan masyarakat, salah satunya berkomunikasi melalui virtual. Teknologi digital juga berperan aktif dalam merubah pola komunikasi masyarakat dalam memperoleh dan menyampaikan informasi (Hasanah, 2025). Media baru bersifat dua arah atau many to many yang mana masyarakat menjadi partisipan yang aktif dan interaktif dalam keterlibatannya di media baru termasuk media sosial. Bagi masyarakat media sosial menjadi sumber utama dalam mencari sebuah informasi, pembentukan persepsi, keputusan publik, dan menjadi produsen konten. Dengan berkembangnya teknologi digital dan alat komunikasi berbasis internet sangat memudahkan masyarakat dalam terhubung langsung dengan jutaan perangkat di seluruh dunia dan berinteraksi di salah satu media sosial sekaligus mengubah cara masyarakat dalam mengkonsumsi dan menyebar konten dan informasi. Media sosial muncul dan merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat sekaligus cepatnya dalam penyebaran berita. Media sosial tidak hanya memberikan informasi pribadi tetapi juga sebagai berita dan

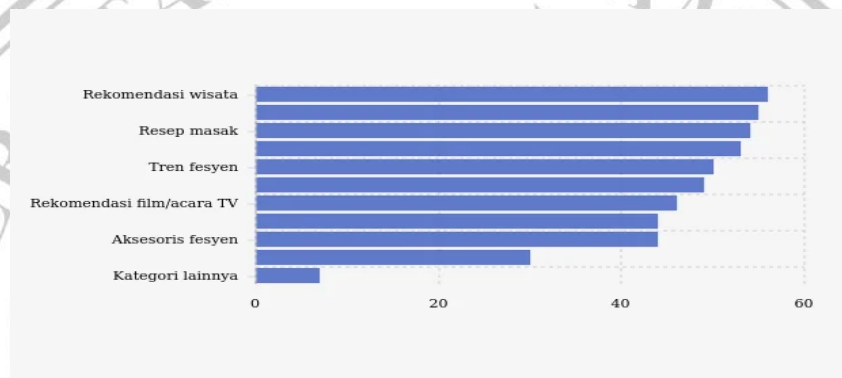
peristiwa terbaru. Banyak dari masyarakat yang berlomba-lomba menyebarkan status dan menjadi orang up to date dari orang lain. (Evanne, 2021)

Pada teknologi digital, jangkauan komunikasi telekomunikasi yang lebih luas dapat mempermudah pesan cepat diterima oleh komunikan tanpa mempedulikan waktu dan tempat mereka. Fitur teknologi digital juga sudah berbeda dengan komunikasi tradisional yang mana pesan dikemas dan disampaikan dengan cara yang unik dan menarik. Hal ini adalah salah satu keunggulan menggunakan komunikasi digital dalam daya tarik pesan. (Asari, Syaifuddin, Ningsi, Maria, Adhicandra, Nuraini, & Murti, 2023).

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial sekelompok aplikasi berbasis internet di era 2.0 untuk menciptakan dan bertukar konten. Media sosial termasuk dalam teknologi digital yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia terutama pada kalangan generasi muda. Media sosial dapat digunakan dalam berkomunikasi tanpa memakan biaya yang banyak. Hingga saat ini media sosial dijadikan sebagai tempat individu berkomunikasi secara cepat, terbuka, dan interaktif tanpa adanya batasan waktu. Media Tiktok seringkali digunakan oleh masyarakat dalam mencari informasi atau hanya sekedar mencari hiburan. Cara kerja Tiktok terfokus pada video pendek dan interaksi cepat yang sangat berbeda dengan media sosial lainnya. Hal ini membuat Tiktok lebih menarik bagi pengguna media sosial terutama pengguna baru. Algoritma Tiktok lebih mudah dan lebih cepat mendeteksi pengguna sejak di detik awal tontonan. Hal ini membuat algoritma Tiktok memberikan rekomendasi konten video yang relevan atau sesuai minat mereka. Tiktok secara signifikan berperan dalam mengubah cara berfikir dan mempengaruhi pengambilan keputusan mereka tentang informasi yang diperoleh dari berbagai konten yang ada. (Fitri, 2023)

Tiktok dirancang dengan cara yang menarik dan kekinian untuk membantu pengguna dalam mengakses dan memahami informasi yang mereka cari, seperti rekomendasi film, review film, spoiler film. Saat ini, Tiktok menjadi platform krusial dalam ekosistem promosi film karena platform ini mampu menyajikan konten video yang ringkas, kreatif dan mampu menarik perhatian masyarakat. Selain itu, cara penyampaian pesan oleh kreator juga menjadi faktor penting dalam membangun ketertarikan masyarakat (Bur, Ayuningtyas, & Muqsith, 2023).

Menurut (Saputra, 2021), review film penting untuk diteliti karena ulasan tersebut merupakan indikator utama pengaruh media, pandangan budaya, dan perilaku konsumen di industri perfilman. Penelitian ini membantu memahami bagaimana opini publik terbentuk, mempengaruhi kesuksesan finansial (box office), dan menjadi masukan bagi lembaga film, serta membantu memahami bagaimana ulasan (ulasan online/online reviews) dapat memicu minat atau justru menurunkan niat menonton. Berdasarkan data dan tren TikTok tahun 2025, konten review film merupakan salah satu konten dalam kategori video Tiktok yang paling dicari oleh masyarakat yang menunjukkan masyarakat tertarik dengan rekomendasi film (kompasiana). Hal ini menunjukkan konten review diminati oleh masyarakat.



Gambar 1.2 Tangkapan Layar dari website
Sumber : Website Kompasiana

Review film yang tersebar di media Tiktok tidak hanya menampilkan cuplikan film, tetapi juga dikemas dengan gaya komunikasi yang personal dan menggunakan teknik komunikasi persuasif. Salah satu konten review film yang dibahas adalah “*When Life Gives You Tangerines*” yang tayang di Netflix pada 7 Maret 2025. Film yang diperankan IU dan Park Bo-gum Serial orisinal Korea ini berhasil menduduki peringkat pertama diawal rilis di Netflix. Film ini digambarkan sebagai emotional roller coaster yang menyentuh dan alur cerita yang relatable dengan kehidupan masyarakat sehingga banyak konten kreator termasuk Alex mereview film ini. Selain itu banyaknya respon emosional dari masyarakat menjadikan film ini sangat relevan untuk dianalisis. Secara keseluruhan, “*When Life Gives You Tangerines*” menjadi objek studi menarik karena berhasil menggabungkan cerita kehidupan sehari-hari (slice of life) yang sederhana dengan kedalaman emosional dan kritik sosial ([detik.com](https://www.detik.com)).



Gambar 1.2 Poster Drama Korea

Fenomena ini turut dimanfaatkan oleh konten kreator, salah satunya Alex Simanjuntak yang mulai aktif di Tiktok dengan username @boboholokal sejak Januari 2021 dengan fokus pada konten review drama Korea. Sampai saat ini akun tersebut menjadi salah satu followers terbanyak di Tiktok 2,1 jt dan 281,5 juta likes dengan kategori konten review film. Hal ini pula menjadi salah satu mendasari penulis untuk meneliti kreator Alex Simanjuntak dengan popularitasnya menjadi reviewer di Tiktok. Hingga ia diundang ke salah satu acara penting di Korea, yaitu: “Baeksang Arts Awards 2025” berkat konten review yang dibuatnya dan beberapa kali ia bertemu dengan aktris atau aktor Korea.

Meskipun Tiktok telah banyak diteliti sebagai media komunikasi dan promosi, masih terdapat keterbatasan penelitian yang secara khusus menganalisis gaya komunikasi dan teknik komunikasi persuasif dari konten review film di Tiktok. Terutama pada analisis akun @boboholokal dalam mereview film “*When Life Gives You Tangerines*”. Dengan demikian, diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoretis pada ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi persuasif di media baru, serta manfaat praktis bagi kolaborasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan memperoleh pemahaman

yang lebih baik tentang bagaimana gaya dan teknik komunikasi persuasif dibangun dan ditunjukkan dalam konten video review film di Tiktok. Agar tujuan penelitian ini tercapai dari gaya komunikasi untuk mengetahui bagaimana karakteristik konten kreator dalam menyampaikan pesan dan teknik komunikasi persuasif untuk mempersuasi atau membujuk komunikan. Maka dibutuhkan langkah yang tepat berdasarkan proses komunikasi.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah gaya dan teknik komunikasi persuasif apa saja yang digunakan oleh Alex Simanjuntak pada akun @boboholokal dalam mereview film "*When Life Gives You Tangerines*" di Platform Tiktok?.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis gaya komunikasi dan teknik persuasif yang digunakan oleh Alex Simanjuntak pada akun @boboholokal dalam mereview film "*When Life Gives You Tangerines*" di Platform Tiktok.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Teoretis

Penelitian ini dapat menguraikan pemahaman mengenai teori komunikasi persuasif dan komunikasi media baru. Manfaat dari penelitian ini juga dapat mengidentifikasi gaya komunikasi dan teknik persuasif yang efektif dan media baru Tiktok dalam membuat konten review film, khususnya bagaimana karakteristik konten review mampu memengaruhi minat penonton. Selain itu, penelitian ini sebagai dasar bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji komunikasi media baru, komunikasi persuasif, pengaruh konten kreator, atau perilaku masyarakat.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat serta wawasan lebih spesifik kepada para konten kreator lainnya tentang gaya dan teknik persuasif di media baru untuk mengoptimalkan potensi pengaruh terhadap keputusan menonton dan membangun pendekatan dengan penonton. Selain itu, dengan adanya pemahaman tentang komunikasi persuasif dalam konten review film di Tiktok membuat penonton

lebih bijak dalam mengonsumsi media baru Tiktok dan menyaring informasi yang telah disampaikan oleh konten kreator sehingga bisa mengambil keputusan dengan lebih kritis.

