

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi komunikasi telah membawa pada perkembangan yang signifikan. Teknologi komunikasi adalah perlengkapan hardware, struktur organisasi, dan nilai-nilai sosial yang digunakan individu untuk mengumpulkan, memproses, dan tukar-menukar informasi dengan individu-individu lain (Roger, 1986). Melalui perkembangan inilah melahirkan berbagai teknologi komunikasi baru yang semakin mempermudah proses komunikasi individu satu dengan individu yang lainnya. Adapun contoh dari perkembangan teknologi komunikasi tersebut adalah dengan munculnya internet di dalam kehidupan kita.

Internet adalah jaringan komputer yang menghubungkan jaringan-jaringan di seluruh dunia, internet juga dapat digambarkan sebagai jaringan alam suatu jaringan yang luas (Sibero, 2011:10). Melalui pengertian internet tersebut bisa dilihat bahwa dengan kehadiran internet ini, kita semakin dimudahkan untuk melakukan proses komunikasi. Apalagi kehadiran internet sangat erat kaitannya dengan adanya gadget. Gadget merupakan salah satu hasil dari inovasi teknologi terbaru dengan fungsi yang lebih baik serta mempunyai fitur-fitur modern yang memiliki tujuan maupun fungsi lebih praktis dan juga lebih berguna (Sanjaya dan Wibowo dalam Manumpil, 2015:2).

Melalui berbagai fitur yang ditawarkan dari gadget, kita tidak lagi dipersulit saat ingin berkomunikasi dengan orang lain dalam kondisi atau di lokasi tertentu yang berbeda pulau atau negara sekalipun asalkan masih terhubung dengan sinyal wifi atau paket data yang kita miliki. Dampak yang cukup menonjol dari adanya gadget ini

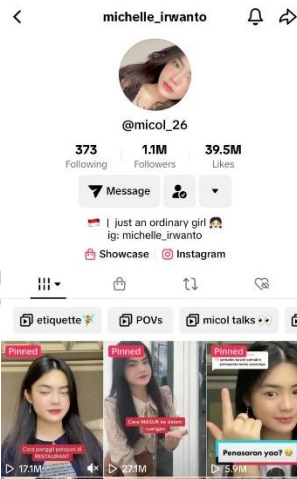
adalah kehadiran media baru yaitu media sosial. Tentunya istilah media sosial sendiri sudah tidak asing lagi bagi kita. Media sosial ialah serangkaian aplikasi berbasis internet yang didirikan di atas ideologi dan teknologi web yang mengarah pada terjadinya dan pertukaran konten yang diciptakan penggunaannya (Kaplan dan Haenlein, 2010). Bukti konkret dari perkembangan media sosial ini juga bisa kita lihat melalui pertumbuhan pengguna media sosial yang terus meningkat di setiap tahunnya.

Pada bulan Januari 2023 total pemakai internet berjumlah 5,16 Miliar dan pengguna media sosial di dunia mencapai angka 4,76 Miliar pengguna (We Are Social dan Hootsuite). Jumlah tersebut cukup meningkat secara signifikan jika dibandingkan dengan data pengguna media sosial pada bulan Januari 2022 yang hanya mencapai 277,7 juta pengguna. Adapun beberapa contoh media sosial yang saat ini tengah berkembang di sekitar kita seperti *Instagram*, *Twitter*, *TikTok*, *Facebook*, *Telegram* dan lain-lain. Namun, dari sekian banyaknya media sosial yang ditawarkan, tentunya ada salah satu media sosial yang cukup ngetren dan banyak dipilih untuk dipakai oleh pengguna media sosial di seluruh penjuru dunia.

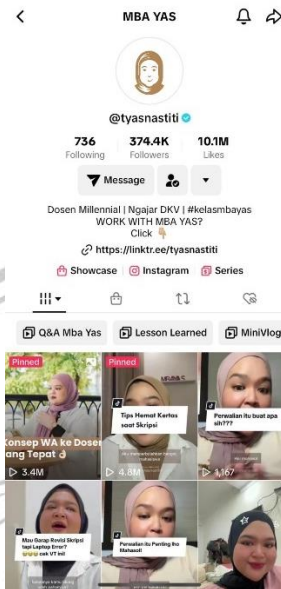
Media sosial tersebut adalah *TikTok*. *TikTok* merupakan salah satu jejaring sosial Tiongkok dan platform video musik yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Aplikasi *TikTok* ini dikembangkan oleh Beijing ByteDance Technology yang berasal dari China (Bagus, 2018). *TikTok* sendiri dapat diunduh melalui Play Store untuk pengguna Android dan Apps Store untuk pengguna iOS. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat video musik sendiri dengan durasi maksimal saat ini mencapai 10 menit. Saat ini media sosial *TikTok* menjadi salah satu media sosial yang sedang ngetren dan juga disukai karena variasi konten yang unik hingga kemudahan penggunaan aplikasi yang ditawarkan. Adapun beberapa variasi atau jenis konten di *TikTok* yaitu konten hiburan, konten edukasi, konten memasak, konten haul, dan konten tutorial (Beautynesia, 2021).

Berdasarkan data pada bulan Januari 2023, pengguna *TikTok* di seluruh dunia mencapai 1,05 Miliar pengguna. Jumlah pengguna tersebut mengalami peningkatan sebesar 18,8% dibandingkan tahun sebelumnya (We Are Social, 2023). Sedangkan secara spesifik pengguna *TikTok* di Indonesia per bulan Februari 2023 mencapai angka 109,9 juta pengguna. Jumlah pengguna *TikTok* di Indonesia sendiri menduduki urutan nomor dua sebagai pengguna terbanyak di dunia setelah Amerika Serikat dengan angka kurang lebih 113,25 juta pengguna (CNN, 2023). Pertumbuhan pengguna media sosial *TikTok* di Indonesia akhirnya juga mendorong pada bermunculannya konten kreator di *TikTok* atau yang biasa kita sebut sebagai *TikTokers*.

Bermunculannya konten kreator *TikTok* atau *TikTokers* ini juga menjadi salah satu faktor munculnya kecemasan dari berbagai pihak. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya berbagai artikel yang membahas mengenai kasus dan dampak negatif di media sosial *TikTok*. Salah satunya adalah kasus Tiktokers Oklin Fia yang dianggap melakukan penistaan agama karena unggahan videonya yang dianggap tidak senonoh (Tribunnews, 2023). Bagaimana tidak, seiring dengan kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial *TikTok* untuk membuat, mengunggah berbagai jenis konten, maka kita tidak bisa dengan mudah mengendalikan semua pengguna atau konten kreator dalam memanfaatkan media sosial *TikTok*. Meskipun media sosial *TikTok* sendiri memiliki peraturan atau pedoman dalam pengunggahan konten, tetapi kita tidak bisa mengendalikan pengguna untuk menonton tayangan konten yang sudah disajikan di media sosial *TikTok*. Sehingga kekhawatiran dari berbagai pihak itu muncul dengan persepsi media sosial *TikTok* akan memberikan dampak yang negatif saja kepada para penggunanya.



Kini muncul salah satu *TikTokers* ternama Indonesia yaitu Michelle Irwanto. Konten kreator *TikTok* @micol_26 ini merupakan perempuan kelahiran Surabaya, Oktober 2004. Saat ini akun *TikTok* @micol_26 sudah memiliki 1,1M followers dan 39,5M likes di *TikTok*. Michelle Irwanto mulai dikenal oleh publik pada kisaran awal tahun 2020. Konten Michelle Irwanto berhasil mencuri perhatian publik atau pengguna *TikTok* melalui berbagai konten yang disajikan yaitu mengenai konten edukasi. Konten edukatif yang disajikan oleh Michelle Irwanto sendiri seperti etika berbelanja, etika interview, cara duduk di kursi, cara makan elegan, etika video call, cara duduk di kursi, etika ke saudara atau orang tua dan lain-lain. Tidak hanya itu saja, parasnya yang cantik dan anggun membuat para netizen semakin tertarik untuk menonton konten edukatif dari Michelle Irwanto. Bahkan, dalam satu postingan video Michelle Irwanto di *TikTok* bisa mencapai ribuan komentar, likes, hingga 27M tayangan. Jumlah yang cukup banyak ini membuat konten Michelle Irwanto mudah sekali untuk *FYP (For Your Page)* di beranda para pengguna *TikTok*.



Jika dibandingkan dengan salah satu konten kreator TikTok yang juga dikenal dengan konten edukasinya yaitu @tyasnastiti, konten dari akun TikTok @micol_26 lebih menarik untuk diteliti. Hal tersebut dikarenakan jenis konten edukasi yang disajikan oleh akun @tyasnastiti sudah banyak ditemukan dan disajikan oleh konten kreator lain yang dominan mengenai tips-tips skripsi. Berdasarkan durasi yang ditawarkan pun dari akun @tyasnastiti cenderung lama dan tentunya membutuhkan cukup waktu untuk menontonnya. Sedangkan akun @micol_26 menyajikan konten yang singkat dan tentunya penonton tidak cepat bosan saat menonton. Meskipun keduanya memiliki jumlah followers yang cukup banyak, edukasi dari akun @micol_26 masih cenderung jarang disajikan dan penting dipelajari sejak dini. Jika konten edukasi mengenai skripsi bisa kita pelajari saat beranjak dewasa atau akan memasuki dunia perkuliahan saja, tetapi konten edukasi yang disajikan akun TikTok @micol_26 mengenai etika atau berperilaku sudah seharusnya kita ketahui dan kita pelajari sejak dini atau beranjak dewasa dari berbagai latar belakang utamanya untuk kepentingan bermasyarakat atau bersosialisasi. Apalagi konten edukasi yang disajikan oleh akun TikTok @micol_26 belum tentu bisa dipelajari oleh semua individu secara cuma-cuma.

Meskipun konten edukasi yang disajikan oleh akun TikTok @micol_26 termasuk dalam edukasi informal, hal tersebut menjadi salah satu faktor yang menarik untuk diteliti. Edukasi informal sendiri ialah edukasi yang dilakukan atas kesadaran serta rasa tanggung jawab dari suatu individu. Jalur pendidikan atau edukasi informal ini dilakukan secara mandiri (Raudatus Syaadah et al., 2022). Sedangkan edukasi formal bisa kita dapatkan secara terstruktur di bangku sekolah seperti cara berhitung, cara membaca dan lain sebagainya. Adapun edukasi nonformal yang bisa kita dapatkan seperti bimbingan atau mengikuti kursus tertentu. Jika dibandingkan dengan cara ataupun hal-hal yang bisa kita pelajari menurut edukasi masing-masing, edukasi informal ini belum tentu bisa didapatkan oleh setiap individu secara merata dengan latar belakang yang berbeda. Oleh karena itu, dengan adanya edukasi informal melalui media sosial TikTok secara gratis ini bisa menjadi salah satu ketertarikan dan mendorong individu untuk memiliki keinginan belajar secara mandiri maupun menambah wawasan utamanya mengenai etika, cara-cara berperilaku elegan yang memang tidak bisa diperoleh dari pendidikan formal maupun non formal.

Konten edukasi yang disajikan pada platform media sosial *TikTok* menggambarkan salah satu konten yang cukup menarik di berbagai kalangan pengguna *TikTok*, mengingat timbulnya persepsi negatif pada penggunaan media sosial *TikTok* yang beriringan dengan meningkatnya pengguna media sosial *TikTok* khususnya di Indonesia. Edukasi yang didefinisikan sebagai proses mengubah sikap dan perilaku seseorang atau sekelompok orang untuk menjadi manusia dewasa melalui segala situasi, peristiwa, atau usaha dalam pendidikan atau pelatihan ini juga memiliki kesinambungan dalam hal mengubah perilaku negatif, menambah wawasan di zaman sekarang yang serba teknologi atau media sosial ini (Decsa, 2021). Konten edukasi juga menjadi pilihan konten yang menarik untuk disajikan dengan adanya kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial *TikTok*.

Oleh karena itu, **Media Sosial TikTok sebagai Media Penyajian Konten Edukasi**, yaitu **Analisis isi pada akun TikTok @micol_26** penting untuk diteliti karena di zaman sekarang, media sosial utamanya *TikTok* memiliki peran atau dampak yang cukup besar untuk mengubah sikap dan perilaku individu atau suatu kelompok. Apalagi jumlah pengguna media sosial utamanya *TikTok* terus mengalami peningkatan yang signifikan. Bukan hanya itu saja, media yang merupakan salah satu unsur komunikasi ini menjadi penting untuk diteliti karena keberlangsungan atau keberhasilan proses komunikasi dalam hal ini konten edukatif dari akun *TikTok* @micol_26 kepada para pengguna *TikTok* juga bergantung pada media yang digunakan. Akun @micol_26 dipilih oleh peneliti karena jumlah followers yang cukup banyak, memiliki ciri khas dalam penyampaian konten edukasi, sehingga akan memiliki dampak yang cukup besar dalam mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku dari penontonnya. Penyajian konten edukasi oleh akun @micol_26 di media sosial *TikTok* juga akan memberikan bukti yang konkret bagaimana pemanfaatan media sosial *TikTok* dalam hal mendorong ketertarikan belajar mengenai edukasi informal di zaman sekarang. Apalagi edukasi mengenai etika, cara berperilaku tersebut erat kaitannya dengan kegiatan kita sehari-hari dan penting dalam hal membentuk kepribadian suatu individu.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimanakah isi konten edukasi yang terkandung pada media sosial Tiktok dari akun @micol_26?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah isi konten edukasi yang terkandung pada media sosial Tiktok dari akun @micol_26.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta referensi pembelajaran terutama dalam bidang Ilmu Komunikasi serta dapat menjadi referensi baru atau kajian pustaka untuk penelitian selanjutnya yang sejenis.

b. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan kepada pihak lain seperti jurnalis, konten kreator tentang pembahasan terkait media sosial *TikTok* dan bagaimana pemanfaatan media sosial *TikTok* sebagai media penyajian konten edukasi. Diharapkan juga penelitian ini dapat memotivasi mereka untuk konsisten melakukan penyebaran informasi, pembuatan konten dengan menyajikan konten edukasi.