

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi ditandai dengan pergeseran dari media lama beralih pada media baru. Fenomena kehadiran media baru menjadikan penggunaannya dapat menggunakan ruang seluas-luasnya dan melebarkan jaringan tak terbatas. Dalam hal ini media sosial hadir sebagai bagian dari bentuk media baru. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Nasrullah (2015) bahwa media sosial merupakan wadah di internet yang memperbolehkan penggunaannya menunjukkan dirinya dan melakukan interaksi, berbagi, bekerja sama, menjalin komunikasi dengan pengguna lainnya hingga membentuk hubungan sosial secara virtual. Dalam perkembangannya saat ini, salah satu *platform* digital media sosial yang paling marak dan cukup populer di kalangan remaja maupun muda-mudi adalah media sosial TikTok. Terbukti dalam sebuah data yang dipaparkan dalam Garuda (2024), sebanyak 34,9% pengguna aplikasi TikTok telah didominasi oleh kalangan muda atau yang dikenal sebagai Generasi Z dengan rentang usia 18-24 tahun. Hal ini disebabkan Generasi Z cenderung menyukai konten yang lebih banyak menampilkan visual, dalam hal ini seperti grafik, gambar, video, meme, atau dalam bentuk audio-visual lainnya yang dapat dibagikan. Sehingga TikTok menjadi salah satu *platform* media sosial yang paling digemari oleh Generasi Z saat ini (Sujoko et al., 2023).

TikTok merupakan aplikasi berbasis konten audio visual. Penggunaan aplikasi hiburan ini berhasil mencuri perhatian banyak orang. Terbukti pada trafiknya yang meningkat pada dua tahun belakangan ini, terlebih saat pandemi. Dikutip dari Search Logistics (2025), Indonesia menjadi market kedua terbesar TikTok di dunia per tahun 2025. Dilansir dari Statista (2025), terdapat sebanyak 107.7 juta pengguna TikTok yang aktif di Indonesia per Februari 2025.

Media sosial kerap dianggap sebagai sarana untuk membuat karya sekaligus berekspresi. Melimpahnya informasi melalui berbagai jenis media dalam keseharian muda-mudi pun seolah tak terbendung. Menjamurnya penggunaan media sosial saat ini, memberikan sebuah wadah mengekspresikan diri yang begitu bebas dan luas capaiannya bagi individu manapun. Di samping itu TikTok juga mampu dimanfaatkan sebagai media pengungkapan diri. Bagaimana seseorang dapat mempersepsi diri dan orang lain akan memengaruhi komunikasi seseorang dan tanggapan terhadap orang lain. Dengan adanya media sosial seorang individu mampu dengan mudah membagikan perasaan, hal personal maupun kegiatan kesehariannya kapan saja. Dalam dunia maya, seseorang bisa mengekspresikan kebahagiaan, kemarahan ataupun kekesalannya. Hal inilah yang disebut media sosial dapat menjadi media untuk pengungkapan diri atau *self disclosure* (Fauziah, 2021). Menggunakan ide-ide kreatif sebagai wujud inovasi konten, membuat TikTok menjadi sebuah bentuk barometer baru dalam menampilkan kreasi serta ekspresi oleh para pembuat konten atau *content creators* di seluruh dunia, termasuk Indonesia.

Keberadaan TikTok lekat kaitannya dengan kegunaannya sebagai sebuah media sosial yang dapat mengunggah konten audio-visual berdurasi hingga 10

menit sebagai alat komunikasinya, sehingga memungkinkan penggunanya dapat menciptakan galeri pribadinya. Para *Tiktokers* (sebutan untuk pengguna aplikasi TikTok) banyak berkreasi dalam membuat konten hiburan yang menarik maupun bermanfaat. TikTok sebagai salah satu *platform* media sosial juga mampu digunakan oleh penggunanya sebagai media untuk melaksanakan aktualisasi diri melalui unggahan konten, baik dalam bentuk foto maupun video termasuk menambahkan teks atau *caption*. Isi konten tersebut sebagai alat membagikan cerita kepada khalayak di TikTok atau audiens sesuai berdasarkan apa yang ingin diungkapkan dan disampaikan atas dirinya tersebut. Sehingga pengguna dapat memperoleh kepuasan tersendiri melalui adanya timbal balik dari audiens atau pengguna yang lain, berupa tanda suka maupun komentar yang diberikan dalam sebuah unggahan konten sebagai acuan keberhasilan bahwa ia sudah menarik perhatian orang lain.

Hadirnya beragam bentuk konten merupakan bentuk kebebasan pengguna dalam menyampaikan pesannya dalam bentuk audio-visual. Audiens pun juga diberikan kebebasan untuk memilih konten mana yang mereka ingin tonton. Semakin tinggi kaitan sebuah konten dengan audiens maka konten tersebut akan semakin menarik perhatian audiens sehingga mendapatkan banyak jumlah penonton. TikTok dimanfaatkan sebagai fasilitas untuk menghibur diri dari rasa suntuk dan menjadi panggung sesuai dengan makna "*platform*" yang sesungguhnya untuk menunjukkan bakat atau minat yang dimiliki.

Berbagai macam konten video yang dibuat, mulai dari *dance challenge*, video kiat-kiat unik, *tutorial*, bahkan hingga menggunakan TikTok sebagai media mencurahkan isi hati mengenai kehidupan sehari-hari yang dinilai cukup personal

bagi kehidupan mereka. Hal ini banyak dijumpai oleh pengguna di kalangan muda (Hardina & Kurniawan, 2021). Secara tidak disadari pengguna TikTok telah melakukan pengungkapan diri melalui konten yang diunggah pada akunnya. Dimana ia telah membuka bagian tertutup dari dirinya mengenai hal-hal pribadinya yang disembunyikan, sehingga terjadilah proses pengungkapan diri.

Fenomena ini seakan menjadikan sosial media sebagai ruang yang bebas untuk mengekspresikan diri. Komunikasi yang terjadi menjadi lebih kompleks dalam media sosial. Terlebih didukung dengan latar belakang budaya penggunanya yang beraneka ragam. Media sosial menawarkan berbagai kebebasan seperti berpendapat, berekspresi, hingga keleluasaan berbagi yang sebaiknya dapat disikapi dengan bijak oleh tiap penggunanya.

Hal ini menarik peneliti untuk melakukan penelitian awal terhadap Generasi Z di Kota Malang. Dengan didukung oleh latar belakang Kota Malang yang dikenal sebagai kota Pendidikan di Indonesia dengan mahasiswa yang berasal dari berbagai kota, dimana mahasiswa pada rentang usia Generasi Z yang lahir antara tahun 1995 hingga 2012 (Rachmawati, 2019).

Berdasarkan hal-hal yang telah peneliti uraikan di atas, maka peneliti akan mengangkat penelitian bertajuk “*Self Disclosure* Melalui Aplikasi Tiktok pada Gen-Z di Kota Malang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang telah peneliti paparkan di atas, peneliti merincikan pokok masalah tersebut dan merumuskan permasalahan yaitu, bagaimana *Self Disclosure* melalui aplikasi Tiktok pada Gen-Z di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dibuatnya penelitian ini adalah untuk menggali dan memahami bagaimana *Self Disclosure* melalui aplikasi Tiktok pada Gen-Z di Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini penulis harapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak yang terkait, diantaranya terdapat dua manfaat penelitian, yaitu:

1.4.1 Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan manfaat berupa pengetahuan serta sumbangan pemikiran untuk pengembangan Ilmu Komunikasi mengenai *self disclosure* yang dilakukan oleh Gen Z melalui aplikasi TikTok.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti meletakkan harapan melalui penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan serta perbandingan untuk penelitian serta karya-karya ilmiah sebelumnya dan berguna sebagai referensi bagi peneliti lainnya yang akan datang serta memberikan masukan bagi peneliti selanjutnya. Selain itu diharapkan dapat memberikan saran dan kritik sebagai bahan evaluasi bagi pengguna TikTok Gen-Z di Kota Malang mengenai *self disclosure* dalam konten-konten video pada akunnya.