

# BAB I

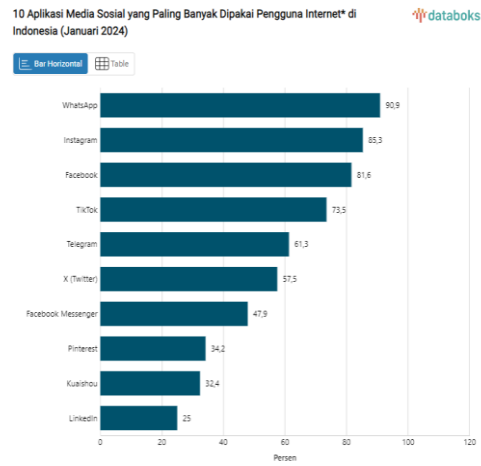
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di dunia era sekarang telah berkembang sangat pesat, setiap orang dituntut untuk terus beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang terus melahirkan berbagai macam inovasi. Media sosial merupakan salah satu bukti atas adanya perkembangan teknologi yang memiliki tujuan untuk berbagi pengalaman dan momen baik dalam bentuk teks, gambar, maupun video. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, terhitung pada tahun 2024 mencapai 221,56 juta orang dengan penetrasi internet menjadi 79,5%.

Menurut Kaplan & Haenlein (2010) Media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated* (Nugraha & Akbar, 2018). Media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk memberikan informasi dalam bentuk teks, gambar, video, dan audio antar individu atau kelompok dan dengan perusahaan sebaliknya (Sukarara, 2023).

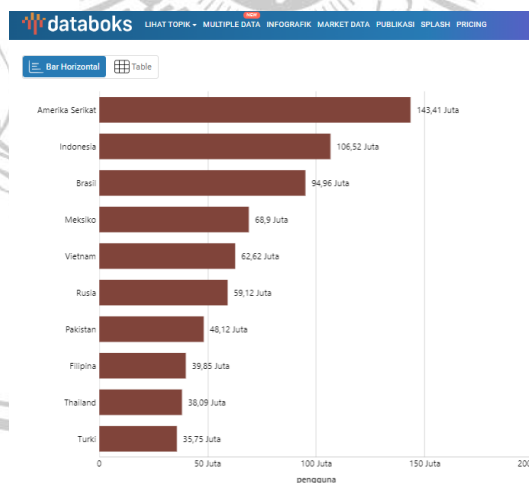
Berdasarkan laporan yang dirilis (Social We Are, 2024). Pada bulan Januari 2024, di Indonesia terdapat 139 juta identitas pengguna sosial media. Terdapat 10 aplikasi media sosial yang sering digunakan di Indonesia dengan peringkat pertama yaitu WhatsApp sebanyak 90,9%, peringkat kedua Instagram sebanyak 85,3%, peringkat ketiga Facebook sebanyak 81,6%, peringkat keempat Tiktok sebanyak 73,5%, dimana aplikasi media sosial ini merupakan aplikasi media sosial baru yang dirilis pada tahun 2016. Kini Tiktok menjadi salah satu aplikasi dengan tingkat popularitas tinggi di Indonesia dan mampu mengalahkan aplikasi yang lebih dulu rilis seperti X (Twitter), Facebook Messenger dibandingkan aplikasi Tiktok.



**Gambar 1** Media Sosial yang sering digunakan di Indonesia

Sumber : databoks

Selain itu, menurut hasil riset yang dilakukan oleh We Are Social, Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna media sosial Tiktok terbanyak di dunia dengan menempati posisi kedua pada bulan Oktober 2023. Tercatat ada sekitar 106,51 juta pengguna Tiktok di Indonesia. Sedangkan posisi pertama sebagai pengguna akun Tiktok terbanyak di dunia adalah Amerika Serikat dengan jumlah 143,41 juta pengguna.



**Gambar 2** Daftar negara yang paling banyak menggunakan media sosial Tiktok

Sumber : databoks

Tiktok menurut Prosenjit dan Anweson (2021) merupakan sebuah aplikasi yang berasal dari internet yang dapat membuat video singkat dan dibagikan dengan berbagai

fitur. Tiktok merupakan platform media sosial berbasis video yang digunakan untuk membuat, membagikan, dan menonton video pendek berdurasi 15-60 detik (Hulu Imannia, 2023). Tiktok diluncurkan oleh perusahaan teknologi ByteDance pada tahun 2016. Aplikasi ini dikenal karena konten-konten kreatif dan variatif seperti dance, tutorial, atau tren viral lainnya. Tiktok menjadi fenomena global, terutama di kalangan generasi muda. Tiktok bukan hanya sekedar menampilkan tayangan video saja, tetapi merupakan aplikasi yang memiliki fitur effects yang unik dan menarik yang dapat digunakan dengan mudah oleh penggunanya sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang maksimal.

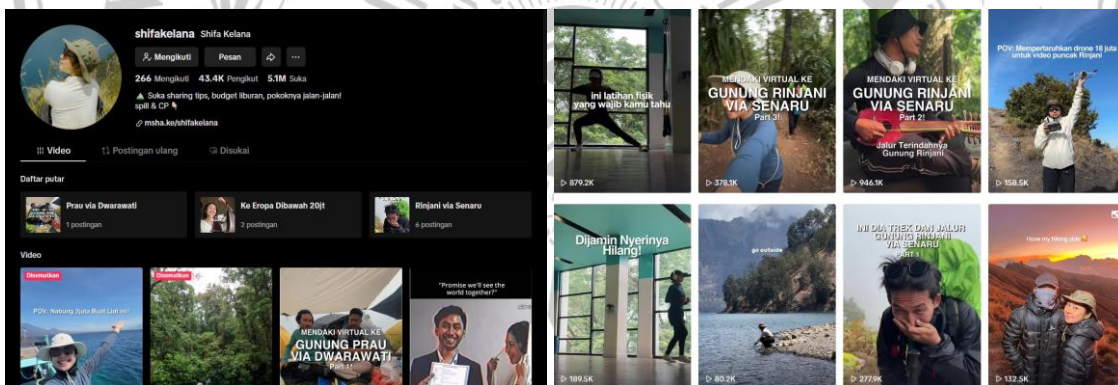
Tiktok sebagai salah satu platform media sosial yang memiliki potensi besar dalam menuangkan ide perilaku dan minat pengguna untuk mengekspresikan sebuah ide kreatif maupun keresahan yang dirasakan oleh penggunanya. Berbagai konten di Tiktok tidak hanya terbatas pada konten hiburan, tetapi juga mencakup informasi mengenai gaya hidup, wisata, dan olahraga.

Menurut MacCannell (1999), kegiatan pendakian adalah sebuah cara menaklukkan diri sendiri dari kalangan orang-orang yang memiliki waktu lebih dan memiliki materi lebih untuk menikmati hidup dengan cara mendekati diri kepada alam (Ferdiaz & Herlambang, 2024). Mendaki gunung merupakan salah satu aktivitas luar ruangan yang sangat populer di kalangan masyarakat sekarang, terutama di Indonesia. Tetapi, sebagian masyarakat Indonesia masih meyakini bahwa gunung dijadikan sebagai kepercayaan mereka. Terdapat beberapa macam tujuan masyarakat pergi ke gunung yaitu untuk kebutuhan sehari-hari, berkebun, kebutuhan spiritual, berziarah dan mendaki gunung.

Kegiatan mendaki gunung menjadi kegiatan yang tidak pernah sepi peminatnya. Aktivitas ini tidak hanya memberikan tantangan fisik namun juga menawarkan pengalaman spiritual dan keindahan alam yang menakjubkan serta memberikan rasa kekeluargaan dan solidaritas sesama pendaki (Reza, 2017). Hal ini yang membuat masyarakat banyak yang mengabadikan lalu dipublikasikan ke media sosial saat melakukan kegiatan mendaki gunung. Namun perlu diperhatikan bahwa Tiktok masih sering digunakan di luar konteks edukasi utamanya dalam kegiatan mendaki gunung.

Beberapa *content creator* atau orang yang gemar membuat konten terkadang hanya menampilkan momen-momen tertentu yang membuat penontonnya tertarik, seperti momen sampai di puncak gunung setelah melewati medan yang sulit, sunrise, sunset, serta momen-momen kebersamaan yang hangat bersama teman-teman pendakian terjadi selama pendakian dilakukan. Hal ini memicu fenomena *Fear Of Missing Out (FOMO)* atau merasa ketinggalan jika belum merasakan hal serupa, contohnya pada kalangan pendaki khususnya pendaki pemula, di mana mereka tergoda untuk mendaki hanya karena ikut-ikutan atau tren semata agar bisa mendapatkan pengakuan dari orang lain, tanpa mempertimbangkan persiapan fisik, mental, perlengkapan yang memadai, atau pengetahuan tentang keselamatan pendakian

Penggunaan Tiktok dalam kegiatan mendaki gunung tidak hanya berfungsi sebagai media atau wadah untuk mengabadikan dan mempublikasikan momen, tetapi juga sebagai sarana edukasi, dimana pengguna Tiktok dapat memberikan pengalaman, tips, trik, pengetahuan tentang keselamatan, peralatan yang diperlukan kepada publik untuk meningkatkan kesadaran terhadap aktivitas pendakian gunung.



**Gambar 3 dan 4** Profil dan beberapa postingan akun Tiktok @shifakelana

*Sumber : Dokumentasi Pribadi*

Saat ini muncul beberapa konten kreator Tiktok atau tiktokers Indonesia salah satunya yaitu Shifa (@shifakelana). Shifa kelana merupakan perempuan kelahiran Jakarta, Agustus 2000. Shifa adalah seorang *content creator* yang cukup terkenal karena konten-kontennya yang informatif dan suka memberikan edukasi terkait kegiatan mendaki gunung, Point of View (POV) di suatu lokasi, estimasi waktu mendaki gunung, travelling, cerita pendakian gunung yang disertai dengan dokumentasi yang menunjukkan pemandangan alam yang indah, dan destinasi wisata dan lainnya.

Shifa sendiri lebih memilih memfokuskan konten terkait edukasi mendaki gunung pada sosial media Tiktoknya dibandingkan dengan konten-konten yang lain. Hal ini dikarenakan Shifa memang memiliki hobi yaitu mendaki gunung. Ketika Shifa sedang melakukan kegiatan mendaki gunung, Shifa sering menemukan permasalahan dan pertanyaan yang tertuju kepada pendaki pemula seperti ketidak-tahuan tentang perlengkapan yang harus disiapkan dan dibawa, dipakai dan dimakan. Selain itu, banyak pertanyaan mengenai informasi tentang pengelolaan risiko seperti ilmu survival atau penanganan hipotermia. Salah satu media untuk pendaki gunung atau target audience Shifa bisa mengakses informasi terkait hal ini adalah media sosial Tiktok.

Saat ini akun Tiktok @shifakelana memiliki 43,4 ribu followers dan 5,1 juta likes. Shifa mulai mengunggah konten Tiktok sejak tahun 2021. Beberapa postingan Tiktok @shifakelana mencapai ratusan bahkan ribuan likes, komentar, hingga jutaan view. Jumlah insight yang banyak ini membuat Shifa Kelana ini seringkali menjadi FYP (Four Your Page) di beranda para pengguna Tiktok. Meskipun konten edukasi yang disajikan oleh akun Tiktok @shifakelana termasuk dalam edukasi informal, hal ini menjadi salah satu daya tarik peneliti untuk melakukan penelitian. Edukasi informal adalah bentuk pendidikan yang terjadi di lingkungan keluarga dan masyarakat, di mana pembelajaran terjadi secara mandiri dan tidak terstruktur.

Konten edukasi yang disajikan pada media sosial Tiktok menggambarkan salah satu konten yang menarik di berbagai kalangan pengguna Tiktok, dimana banyak pandangan negatif pada penggunaan media sosial Tiktok dengan terus meningkatnya pengguna sosial media Tiktok terutama di Indonesia. Konten edukasi menjadi pilihan konten yang menarik untuk diteliti dan disajikan dengan adanya kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial Tiktok.

Oleh karena itu, **Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Komunikasi Sosial Edukasi Kegiatan Mendaki Gunung** (Analisis Isi pada Akun TikTok @shifakelana), penting untuk diteliti karena Tiktok memberikan dampak yang besar dalam memberikan edukasi seputar kegiatan mendaki gunung, sehingga dapat dijadikan contoh bagaimana media sosial Tiktok dapat dimanfaatkan untuk edukasi keselamatan pendakian di tengah ramainya konten-konten mendaki gunung yang memicu FOMO. Akun @shifakelana dipilih oleh peneliti karena jumlah followers serta insight yang cukup banyak, sehingga

dapat dipercaya untuk memberikan pengetahuan dan edukasi seputar kegiatan mendaki gunung. Penyajian konten edukasi oleh akun media sosial Tiktok @shifakelana akan memberikan bukti yang kuat bagaimana media sosial Tiktok dapat dijadikan sarana informasi dan edukasi di zaman sekarang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana isi konten edukasi akun Tiktok @shifakelana dan dimanfaatkan sebagai sarana edukasi kegiatan mendaki gunung?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui isi konten edukasi akun TikTok @shifakelana dan dimanfaatkan sebagai sarana edukasi kegiatan mendaki gunung.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Untuk menambah pengetahuan tentang peran media sosial dalam aktivitas pendakian gunung, serta menambah wawasan tentang bagaimana Tiktok dapat berfungsi sebagai platform untuk berbagi pengalaman, informasi, dan edukasi dalam kegiatan mendaki gunung.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Untuk memberikan edukasi bagi pendaki pemula maupun yang berpengalaman sebagai panduan atau referensi untuk persiapan mendaki gunung dengan menggunakan media sosial Tiktok sebagai sarana edukasi.