

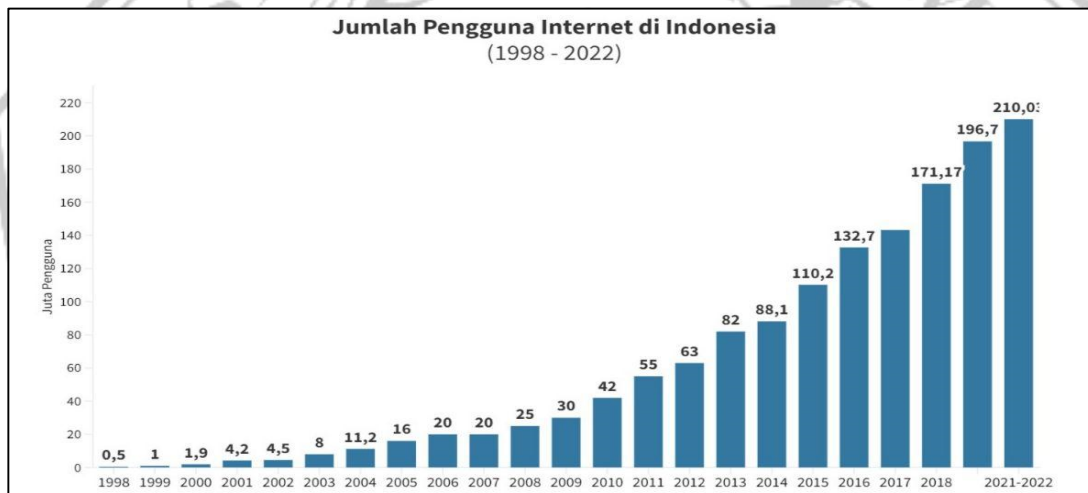
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial merupakan instrumen komunikasi sederhana bagi setiap individu agar tetap terhubung dengan individu lainnya. (Pradeep & Nair, 2018). Media sosial mewadahi komunikasi online bagi setiap individu dalam ruang virtual, yang barangkali menjadi komponen penting bagi penggunaannya (Khatib, 2016). John R. Bittner berpendapat bahwa komunikasi massa adalah pesan yang disampaikan media kepada sejumlah besar orang. Perkembangan zaman seiring dengan kemajuan teknologi, tidak bisa dihindari munculnya internet dalam aktivitas setiap sektor kehidupan, baik dari sektor bisnis, pendidikan, ataupun kegiatan sosialisasi, dll.

Kehadiran media sosial memberikan dampak yang besar bagi kehidupan. Yang Anda butuhkan mudah didapat, orang yang awalnya tidak terkenal bisa menjadi terkenal melalui jejaring sosial, atau sebaliknya, orang yang tidak percaya diri bisa menjadi percaya diri melalui jejaring sosial. Bagi masyarakat khususnya kaum muda, media sosial merupakan kebutuhan yang membuat penggunaannya tidak terlepas dengan media sosial. Setiap individu mempunyai potensi masing-masing untuk berkembang sesuai dengan kemampuan dan keinginan untuk mengembangkannya, seperti mengikuti trend yang sedang berkembang atau hal-hal menarik lainnya yang membantu memajukan potensi maksimal dan disiplin diri.

Menilik data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan dataindonesia.id, tercatat pengguna internet meningkat pesat dari tahun ke tahun. Pada periode 2019 - 2020, ada 196,7 juta pengguna. Skala meningkat sebesar 6,78%, sehingga tingkat penggunaan internet di Indonesia menjadi 77,02%, sehingga pada periode 2021-2022 pengguna internet tercatat sebesar 210,03 juta di Indonesia membuat peningkatan pada tahun 2023 sebanyak 212,9 juta.



Sumber: APJII

Hal ini dapat disimpulkan bahwa kemunculan internet di tengah kehidupan masyarakat Indonesia semakin penting. Sebagai media yang semakin berkembang maju, media sosial menjadi wujud media yang paling digemari. Bukan tanpa alasan. Media sosial menyuguhkan segala informasi dan akses interaktif sehingga menjadikannya begitu diminati seluruh masyarakat. Salah media sosial yang tengah booming dan disenangi dari berbagai kalangan usia adalah TikTok.

Zhang Yiming merupakan orang dibalik lahirnya platform video musik tersebut. Ia adalah salah satu alumni dari Universitas Nankai jurusan software engineer. Dari proses inilah muncul jejaring sosial TikTok, sarana untuk membuat video atau konten menarik lainnya (www.moneysmart.id 04/07/2018). TikTok atau yang diketahui sebagai aplikasi sinkron bibir (lip-sync) sekarang sedang berada di atas daun atau lagi booming. Media sosial berbasis video ini banyak mendapat perhatian di kalangan masyarakat terutama para remaja, memungkinkan penggunanya untuk membuat konten yang kreatif dan menarik serta membagikannya sebagai video tes, tantangan, musik, tarian, aktivitas sehari-hari, dan lainnya.

TikTok juga telah memfasilitasi penggunanya dengan berbagai fitur menarik seperti fitur video yang menimbulkan kesan unik melalui lagu dan tema yang disajikan, tarian atau tarian, dubbing terkait video yang menarik, atau untuk media mengekspresikan preferensi pengguna seperti di bidang tata rias, game, mobil, musik, dan sebagainya mudah dilakukan. Berbagai trend video yang banyak menarik perhatian pengguna untuk mengikuti trend tersebut bisa disebut dengan *Fyp (Four Your Page)*. Seiring dengan peningkatan komunitas sosial, saat ini berbagai jenis konten bermunculan, dimana orang dapat sharring informasi atau pengalaman dengan pengguna lainnya (Chen et al. 2011a dalam Hajli, 2013). Menjadikan banyak pengembang aplikasi bersaing untuk membuat aplikasi edit video seperti CapCut, KineMaster, Inshot, Ssplice, Videolap dan lain sebagainya.

TikTok adalah salah satu jejaring sosial paling populer di dunia. Menurut survei KIC-Kominfo: Pengguna TikTok di Indonesia tumbuh pesat sejak pandemi Covid-19 di awal tahun 2020. Di awal tahun 2020, pengguna TikTok di Indonesia hanya 17% dan meningkat 13 poin hingga mencapai 30% di tahun 2021. Dan pada tahun 2022 pengguna TikTok meningkat lagi menjadi 40%. Menurut laporan We Are Social dan Hootsuite, di tahun 2023 Indonesia

menempati posisi kedua pengguna TikTok terbanyak dengan jumlah pengguna 109, 90 juta setelah posisi pertama di pegang oleh Amerika Serikat dengan jumlah pengguna 113, 25 juta. Yang rata-rata penggunanya adalah generasi millennial dengan rentan usia 18-38 tahun yang hidup di era globalisasi yang serba canggih alat elektronik dan jaringan online.

TikTok tidak hanya dimanfaatkan sebagai media menyebarkan informasi dan mencari informasi. Fenomena lain yang unik untuk disoroti terhadap media TikTok ialah tentang bagaimana TikTok dimanfaatkan sebagai media mengekspresikan atau mengaktualisasikan diri bagi para penggunanya. Aktualisasi diri sendiri ialah memenuhi kebutuhan dan pencapaian tertinggi manusia sebagai entitas sosial, kesadaran diri yang unik berarti meningkatkan pengalaman pertumbuhan dan penciptaan batin. Menyadari orang selalu dimotivasi oleh kebutuhan untuk menyesuaikan kehidupan pribadinya dengan tren tertentu. Topik self-awareness bagi pengguna TikTok dalam memenuhi kebutuhan self-awareness menjadi sangat penting. Salah satu pengguna tiktok yakni @haii.anin seorang *content creator* pendaki gunung menuturkan “Seperti ada rasa kepuasan tersendiri apabila *video* yang diunggah mendapat pujian dari masyarakat dan bisa diterima dengan baik”. Pada jurnal penelitian terdahulu yang berjudul “Aktualisasi diri dan Media Sosial (Dramaturgi kaum milenial dalam media sosial TikTok) “ memberikan kesimpulan bahwa, Setiap individu memiliki kebebasan untuk menggunakan media sosial TikTok dan yang memungkinkan penggunanya dapat menampilkan citra dirinya sesuai dengan bagaimana yang diinginkannya, namun reaksi atas kesan yang ditampilkan seseorang pada media sosial TikTok merupakan wilayah seorang *actor backstage* yang menggambarkan situasi dirinya yang sebenarnya melihat seseorang dari media sosial.“

Pembaruan dari penelitian ini adalah semakin berkembangnya teknologi komunikasi akan mempengaruhi bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi. Dan pada penelitian ini penulis akan mengkaji bagaimana pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media aktualisasi diri.

Nama Akun Tiktok Mahasiswa Ilkom UMM	Jumlah Followers	Tema Konten	Link Akun
@rizkasyifa	15,4K	Random Fun	https://www.tiktok.com/@rizkasyifa?_t=8dfingB8TXV&
@ceritahijrah	150,7K	Motivasi hijrah	https://www.tiktok.com/@_013.ss?_t=8dHnFdYQHnm&_r=1
@Aasyahda	75,7K	Daily Fun	https://www.tiktok.com/@aasyahda?t=8cuPcATuaF5&_r=1
@_.13.ss	1379	Daily Fun	https://www.tiktok.com/@_013.ss?t=8dHnFdYQHnm&_r=1
@lavie.estbellee_	2498	Daily Fun	https://www.tiktok.com/@lavie.estbellee?t=8cuPihVYmI&_r=1

Sumber: Data olah pribadi

Adapun alasan penulis memilih Tiktok sebagai objek penelitian dan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Malang sebagai subjek, berdasarkan riset yang telah dilakukan dari lingkungan terdekat banyak yang menggunakan aplikasi Tiktok dan rata-rata memiliki jumlah pengikut yang bervariasi mulai 100 hingga 1000. Hal ini meningkatkan rasa keingintahuan penulis tentang bagaimana pemanfaatan TikTok sebagai media aktualisasi diri.

1.2 Rumusan Masalah

Penjelasan konteks di atas, peneliti akhirnya menemukan cara penyelesaian masalah sebagai berikut:

Bagaimana media Tiktok dimanfaatkan oleh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Malang sebagai media aktualisasi diri?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pencapaian aktualisasi diri dalam Pemanfaatan Media Tiktok pada Diri Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada pemaparan latar belakang dan rumusan masalah, peneliti berharap penelitian ini bermanfaat untuk:

1. Manfaat Akademis

- a) Sebagai sarana untuk menerapkan dan mengembangkan ilmu teori, menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan tentang Pemanfaatan media tiktok dalam aktualisasi diri mahasiswa khususnya pada kajian media sosial.
- b) Memberikan informasi mengenai pencapaian aktualisasi diri seperti apa yang dicapai oleh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Malang dalam penggunaan media Tiktok.

2. Manfaat Praktis

Manfaat Praktis Penelitian ini salah satunya adalah untuk memberikan motivasi, informasi dan wawasan bahwa aktualisasi diri berpengaruh pada rasa percaya diri dan memberikan pengetahuan bahwa komunikasi melalui konten dapat menambah rasa

percaya diri. Serta memberikan motivasi untuk menggunakan media sosial secara lebih bermanfaat.

