

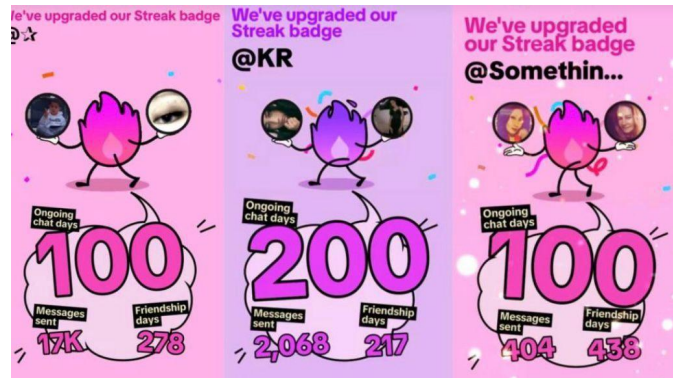
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Dari data We Are Social (2024), Terdapat 139,0 juta penduduk Indonesia yang menggunakan media sosial terhitung sejak Januari 2024, yang dapat dikatakan hal tersebut sama seperti 49,9% dari total populasi yang ada di Indonesia. (Kemp, S., 2024). Sebanyak 72% pengguna TikTok di Indonesia berusia dibawah 34 tahun, dengan mayoritas berasal dari kelompok usia 18-24 tahun (34,9%) dan 25-34 tahun (28,2%). (Santika, E. F., 2023).

Platform yang mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir adalah TikTok. TikTok yang diluncurkan secara global pada tahun 2018 oleh perusahaan ByteDance, menawarkan format video pendek yang menarik dan mudah dikonsumsi. Dengan algoritma yang canggih dan antarmuka yang ramah pengguna, TikTok mampu menarik perhatian jutaan pengguna dari berbagai kalangan usia. Tidak hanya digunakan untuk hiburan, TikTok kini telah berkembang menjadi sarana komunikasi, edukasi, pemasaran, dan ekspresi diri, menjadikannya lebih dari sekadar aplikasi media sosial. Dengan jutaan pengguna aktif setiap harinya, TikTok terus mengembangkan berbagai fitur untuk mempertahankan loyalitas pengguna dan meningkatkan tingkat keterlibatan (*engagement*). Salah satu inovasi yang belakangan diperkenalkan adalah Penggunaan Fitur *Streak TikTok*, untuk mencatat dan menampilkan aktivitas harian pengguna secara berkelanjutan. (Limbert, V., 2023).



Gambar 1.1 Gamifikasi Penggunaan Fitur Streak TikTok

TikTok adalah fitur yang melacak dan menampilkan seberapa sering dua pengguna saling mengirim pesan langsung (DM) secara berturut-turut setiap hari. Jika dua pengguna saling mengirim pesan setiap hari, mereka akan membangun *streak TikTok* dan angka streak TikTok-nya akan terus naik selama mereka mempertahankan komunikasi harian itu. Penggunaan Fitur Streak pada dasarnya dirancang untuk mendorong perilaku konsisten dari pengguna dengan memberikan insentif psikologis berbasis kontinuitas aktivitas. Konsep ini mirip dengan yang telah diterapkan sebelumnya di berbagai platform lain, seperti Snapchat atau Duolingo, yang terbukti mampu meningkatkan retensi pengguna. Fitur Streak *TikTok* ini bertujuan untuk meningkatkan retensi pengguna yaitu membuat pengguna lebih sering membuka aplikasi, membangun Kedekatan yang memotivasi pengguna untuk menjaga komunikasi aktif dengan teman, gamifikasi Sosial yaitu memberikan elemen permainan agar interaksi terasa menyenangkan dan menantang, dan juga keterlibatan harian pengguna. TikTok ingin pengguna aktif setiap hari, tidak hanya menonton video tapi juga berinteraksi secara langsung untuk mempertahankan loyalitas pengguna.

Secara teori gamifikasi (termasuk streak TikTok) telah ditunjukkan dapat meningkatkan persistensi perilaku dan membantu pembentukan kebiasaan melalui insentif berulang, feedback, dan sistem penghargaan yang sederhana, mekanisme ini relevan untuk menjelaskan bagaimana Penggunaan Fitur Streak TikTok dapat berpengaruh pada tingkat user engagement mahasiswa dengan TikTok Selain itu, perspektif *uses and gratifications theory* (UGT) relevan untuk memahami motivasi pengguna dalam memilih dan terus menggunakan platform serta fitur tertentu.

Hal ini menjadi suatu hal yang menarik untuk dikaji karena fenomena ini mencerminkan bagaimana fitur digital dapat mempengaruhi perilaku pengguna secara psikologis dan sosial. Banyak pengguna merasa terdorong untuk membuka aplikasi bukan karena kebutuhan informasi atau hiburan semata, melainkan untuk menjaga rekor harian agar tidak terputus streak TikTok-nya. Ini menunjukkan adanya aspek komitmen virtual yang bersifat emosional, dan dalam konteks akademik, ini bisa dikaitkan dengan konsep minat, motivasi, dan intensitas penggunaan media digital

Fitur Streak ini juga dapat dikatakan semakin populer, namun, belum banyak penelitian yang secara spesifik menganalisis bagaimana keberadaan Penggunaan Fitur Streak TikTok mempengaruhi user engagement dalam mengakses TikTok. Apakah fitur ini benar-benar efektif dalam meningkatkan frekuensi akses? Apakah pengguna merasa termotivasi untuk tetap aktif karena adanya *streak* TikTok? Pertanyaan-pertanyaan ini penting untuk dijawab guna memahami dampak dari inovasi fitur terhadap perilaku pengguna.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan fitur streak TikTok pada platform TikTok terhadap user engagement Mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam mengakses platform. Dengan memahami hubungan ini, pengembang aplikasi, pemasaran digital, dan peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih dalam mengenai bagaimana elemen desain aplikasi dapat mempengaruhi keterlibatan pengguna secara psikologis dan perilaku.

Pada penelitian ini secara spesifik berfokus pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 yang saat ini berada pada semester 8, karena kelompok ini memiliki karakteristik yang relevan secara konseptual maupun praktis dengan topik yang dikaji. Sebagai mahasiswa yang telah menempuh pendidikan di bidang komunikasi, media, dan teknologi selama empat tahun, mereka telah memperoleh bekal keilmuan yang relatif lengkap, baik dari mata kuliah dasar maupun mata kuliah konsentrasi untuk memahami fenomena media secara lebih kritis dibandingkan pengguna media sosial pada umumnya. Bekal keilmuan ini memungkinkan mereka tidak sekadar menjadi pengguna pasif suatu fitur, melainkan mampu mengenali pola interaksi,

motif penggunaan, serta dampak psikologis dan sosial yang ditimbulkan oleh desain fitur tertentu termasuk Fitur Streak pada TikTok.

Pemilihan mahasiswa semester 8 juga didasarkan pada pertimbangan bahwa kelompok ini berada pada tahap akademik akhir, sehingga umumnya telah menyelesaikan seluruh atau hampir seluruh mata kuliah inti, termasuk materi terkait teori media, perilaku audiens, dan fenomena komunikasi digital. Kematangan akademik ini diharapkan membuat refleksi yang mereka berikan terhadap pengalaman pribadi menggunakan Fitur Streak TikTok menjadi lebih kaya dan kontekstual dibandingkan mahasiswa pada tahap awal perkuliahan, yang masih dalam proses membangun kerangka berpikirnya.

Selain itu, mahasiswa semester 8 tetap berada pada rentang usia produktif digital dan tergolong sebagai pengguna aktif platform media sosial, termasuk TikTok, di tengah kesibukan menyelesaikan tugas akhir maupun aktivitas akademik lainnya. Posisi ini menjadikan mereka subjek yang relevan untuk memberikan gambaran mengenai bagaimana fitur interaktif seperti Streak dapat mendorong penggunaan TikTok secara berulang, tanpa mengklaim bahwa pola tersebut bersifat universal pada seluruh pengguna TikTok maupun seluruh angkatan mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Selain pertimbangan konseptual di atas, pemilihan subjek ini juga didasarkan pada pertimbangan teknis berupa kemudahan akses peneliti terhadap populasi mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022. Kedekatan peneliti dengan lingkungan akademik angkatan tersebut memungkinkan proses pengumpulan data berlangsung lebih efisien, dalam hal penyebaran instrumen penelitian. Kemudahan akses ini menjadi faktor pendukung yang memperlancar proses penelitian, tanpa mengurangi relevansi subjek terhadap topik yang dikaji, mengingat kesesuaian karakteristik subjek dengan tujuan penelitian tetap menjadi pertimbangan utama dalam proses pemilihan ini.

Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan kajian pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 semester 8 untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan kontekstual mengenai pengaruh penggunaan fitur streak TikTok terhadap tingkat user engagement, dengan memanfaatkan kombinasi antara literasi

media yang relatif tinggi, kematangan akademik, dan kemudahan akses subjek yang dimiliki kelompok ini.

1.2 Rumusan Masalah :

- Apakah Penggunaan Fitur Streak TikTok pada platform TikTok berpengaruh terhadap tingkat *user engagement* mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan platform tiktok?

1.3 Tujuan Penelitian :

- Mengetahui adanya pengaruh penggunaan fitur streak TikTok pada platform TikTok terhadap tingkat *user engagement* mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan platform tiktok.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis:

- Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur tentang bagaimana seseorang secara aktif memilih dan menggunakan fitur media sosial untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial mereka.
- Dapat menambah wawasan atau informasi mengenai efektivitas elemen gamifikasi yang lebih spesifik pada Penggunaan Fitur Streak TikTok dalam konteks media sosial, dan dapat melengkapi penelitian sebelumnya yang lebih banyak fokus pada educational apps.
- Dan juga dapat menambah pengetahuan tentang pengaruh fitur gamifikasi pada social media terhadap motivasi dan kebiasaan seseorang mengakses platform.

1.4.2 Manfaat Praktis :

- Bagi Akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber kajian akademik dalam studi ilmu komunikasi dan media sosial mengenai konsep gamifikasi media sosial dan membuka peluang penelitian lebih lanjut terkait fitur TikTok dan perilaku pengguna dalam menggunakan platform media sosial.

- Bagi Marketer dan Content Creator, penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk memahami pola perilaku pengguna mengenai Penggunaan Fitur Streak TikTok dan dapat membantu dalam merancang strategi marketing dan content distribution yang lebih efektif.
- Bagi Pengembang Platform, penelitian ini diharapkan dapat memberikan data yang dapat digunakan untuk mengevaluasi dan mengoptimalkan fitur gamifikasi, khususnya *streak* TikTok, agar lebih efektif dalam meningkatkan user engagement pada media sosial,

