



Pengguna internet di Indonesia sangatlah banyak jika dilihat berdasarkan gambar 1.2 pada tahun 2020 pengguna internet di Indonesia terdapat 175,4 juta orang. Sedangkan pengguna aktif di media sosial sebanyak 160 juta orang. Oleh karenanya, tidak heran jika banyak masyarakat menggunakan media sosial dan internet dari segala usia menggunakannya melihat dari banyaknya total keseluruhan pengguna yang ada.

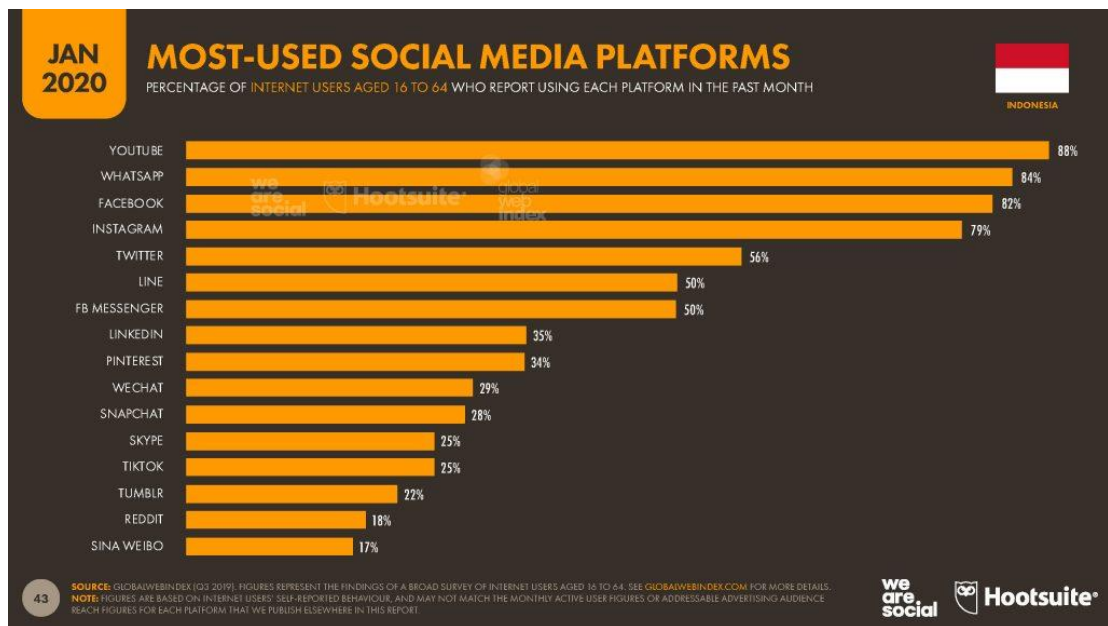
Gambar 1.5 *Daily Time Spent with Media* di Indonesia 2020



Sumber: (datareportal.com,2020)

Gambar 1.5 menjelaskan di tahun 2020 rata-rata setiap orang menghabiskan waktunya menggunakan internet selama 7 jam 59 menit. Mayoritas masyarakat menggunakan lebih lama menggunakan internet untuk media sosial, dalam sehari yaitu 3 jam 26 menit, lalu diikuti dengan menonton televisi, mendengar lagu, dan lain-lain.

Gambar 1.6 *Most Used Social Meda Platforms* di Indonesia 2020



Sumber: (datareportal.com, 2020)

Jika dilihat sebelumnya, di Indonesia tahun 2020 mayoritas masyarakat menggunakan internet untuk media sosial. Berdasarkan gambar 1.6 menjelaskan bahwa 25% masyarakat menggunakan aplikasi TikTok untuk bersosial media. . Aplikasi-aplikasi tersebut merupakan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dalam bermain media sosial.

. *Brand* TikTok sudah menjadi aplikasi berbasis video yang cukup digemari oleh masyarakat Indonesia dan disukai oleh berbagai segmentasi di Indonesia khususnya anak muda. Hasil video yang dibuat dapat dipublikasikan ke media sosial agar mereka dapat membagikan keseruannya, tidak berhenti disitu saja, banyak beberapa orang membuat gerakan-gerakan lucu untuk memberikan tantangan/*challenge* kepada orang lain di media sosial untuk mengikuti gerakannya.

TikTok diperkenalkan pertama kali pada tahun 2016 di Negara China, tepatnya oleh *ByteDance*. TikTok merupakan aplikasi yang memiliki fitur *special effects* yang unik yang dapat digunakan oleh para penggunanya untuk membuat video pendek dengan hasil yang bagus serta dapat dipublikasikan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Aplikasi media sosial ini memiliki fitur musik yang banyak sehingga para penggunanya dapat merekam tarian, gaya bebas, dan lain-lain sehingga memacu kreativitas penggunanya.

Pada September 2016, *ByteDance* meluncurkan sebuah aplikasi berbasis video pendek di *China* yang bernama *Douyin*. Dalam perjalanan mengembangkan aplikasinya, *Douyin* dapat mencapai 100 juta pengguna dan 1 miliar penonton video per harinya. Kemudian, *Douyin* melebarkan sayap ke beberapa negara, tetapi merubah Namanya menjadi TikTok. Tidak butuh waktu lama, TikTok menjadi populer di Thailand, Jepang, dan beberapa negara Asia lain. Pada November 2017, TikTok mengakuisisi aplikasi Musical.ly dengan harga 1(satu) miliar dolar AS, dengan mengakuisisi aplikasi Musical.ly secara otomatis para pengguna Musical.ly berpindah ke TikTok, akuisisi ini diharapkan dapat meningkatkan para pengguna dari kalangan generasi Z. Setelah melakukan akuisisi, 6 juta orang di Amerika Serikat telah mengunduh TikTok di tahun 2018.

TikTok masuk ke Indonesia pada tahun 2017, tingkat unduhan TikTok selalu meningkat setiap tahunnya hingga saat ini. Dalam kurun waktu tiga tahun TikTok berhasil mencapai total unduhan hingga 150 juta di Indonesia, perkembangan TikTok diikuti dengan penambahan fitur yang bervariasi dan berbagai kemudahan bagi setiap penggunanya agar tidak mudah jenuh dalam menggunakan aplikasi

TikTok. Akan tetapi, kenyataannya tidak selalu kemudahan dan fitur yang ditawarkan oleh TikTok mendapatkan respon yang positif dari publik. Hal tersebut terlihat dari komentar yang ada pada aplikasi TikTok dan respon publik melalui media sosial lainnya. Komentar yang dilontarkan oleh publik kepada TikTok berlandaskan oleh sudut pandang setiap penggunanya. Namun fitur yang ditawarkan oleh TikTok dirasa cukup untuk mengembangkan kreativitas, mengisi waktu luang, mencari informasi seperti gaya hidup, dan lain-lain. Pengguna juga diberikan kebebasan dalam mencari dan menggunakan aplikasi TikTok dalam memperoleh kebutuhannya dalam bermedia sosial, sehingga nantinya diharapkan kepuasan para penggunanya dapat tercapai.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dalam hal ini, rumusan masalah mengacu pada hal yang dilatar belakangi pada masalah diatas, dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat perbedaan antara motif dan kepuasan pengguna pada aplikasi TikTok?

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah ada perbedaan motif dan kepuasan pengguna pada aplikasi TikTok
- b. Seberapa besar perbedaan antara motif dan kepuasan pengguna pada aplikasi TikTok?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini merumuskan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1.3.2 Mengetahui apakah ada perbedaan motif dan kepuasan pengguna pada aplikasi TikTok

1.3.1 Mengetahui seberapa besar perbedaan antara motif dan kepuasan pengguna pada aplikasi TikTok?

#### **1.5 Signifikansi Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi kepada beberapa pihak. Signifikansi yang diharapkan dari penelitian ini oleh penulis yaitu:

##### **1.5.1 Signifikansi Akademis**

Melalui penelitian khususnya dalam sisi akademis bidang ilmu komunikasi diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan mengenai motivasi terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya.

##### **1.5.2 Signifikansi Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengukur kepuasan pengguna khususnya pada *platform* media sosial bagi produk atau jasa yang ditawarkan melalui aktivitas motif setiap penggunaannya. Bagi TikTok, penelitian ini dapat menjadi masukan yang positif dan kritik yang dapat membangun.