

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

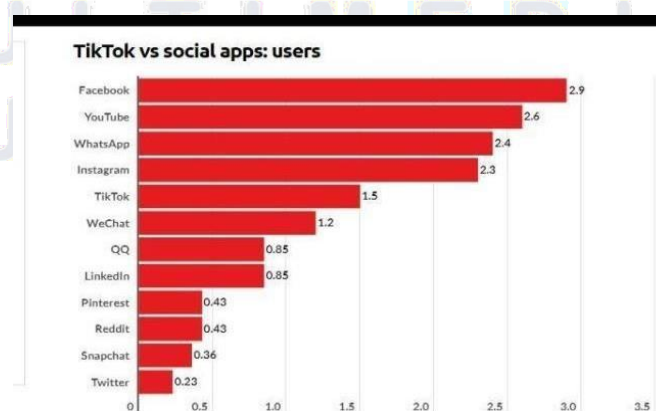
Zaman globalisasi kontemporer memperoleh besar manfaat pertumbuhan pada tiap bidang sosial akibat perkembangan teknologi yang sangat pesat. Cepatnya peningkatan teknologi membuat interaksi sesama anak muda pada suatu wilayah dan di semua lingkungan mendominasi dengan menggunakan jaringan, yaitu media sosial (Kusuma & Oktavianti, 2020). Media sosial saat ini menjadi sumber masyarakat untuk mendapatkan informasi dan hiburan, seperti facebook, twitter, youtube, whatsapp, instagram, tiktok, dll. konten berupa jejaring sosial dalam bentuk virtual yang akan memudahkan mereka mendapatkan apa yang diinginkan secara efektif dan efisien (Cahyono, 2016). Pada saat ini platform media sosial yang sedang mendapatkan perhatian masyarakat adalah Tiktok. Tiktok adalah aplikasi sinkron bibir (*Lip-sync*) berbasis video dengan durasi pendek yang dimana penggunaanya bisa menjadikan Tiktok sebagai wadah kreatifitas untuk menuangkan ide pemikiran dengan memanfaatkan kemudahan penggunaan fitur yang dimiliki oleh Tiktok. Platform Tiktok kini menjadi sumber dimana para penggunaanya bisa meraup keuntungan dengan unggahan-unggahan video yang mereka tayangkan di akun pribadi mereka atau hal ini biasa disebut sebagai *endorsement* (Kusuma & Oktavianti, 2020).



Gambar 1.1: Data 8 Negara dengan Pengguna Aktif Tiktok di Dunia
Sumber: DataIndonesia.id

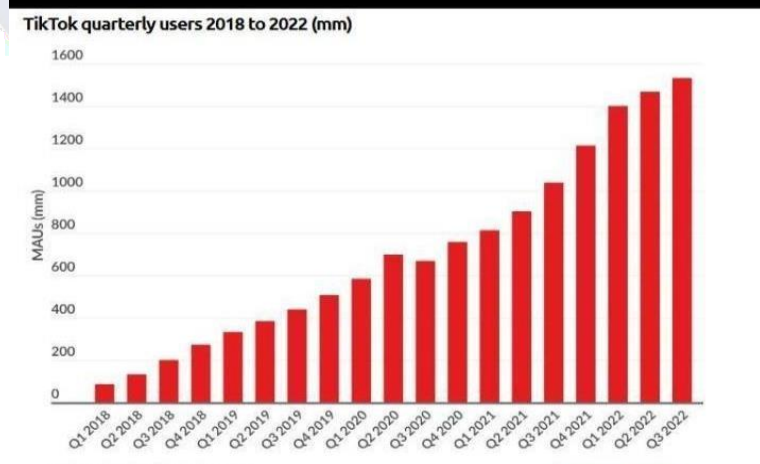
Menurut DataIndonesia.id, Tiktok merupakan media sosial paling sangat populer di seluruh dunia. Aplikasi video pendek ini berhasil membuat perhatian banyak orang, terutama millenials karena tampilan dan fiturnya yang sangat menarik. Tiktok memiliki pengguna aktif sebanyak 1,4 miliar perbulan dengan usia lebih 18 tahun secara umum perkuartal pertama pada tahun 2022. Jumlah ini melebihi 15,34% dibandingkan kuartal sebelumnya dengan jumlah 1,2 miliar pengguna aktif tiktok. Berdasarkan negara, Amerika Serikat mencatat sebagai penduduk terbesar yang paling aktif di tiktok di dunia dengan mencatat 136,4 juta orang pada bulan April 2022. Indonesia berada di urutan kedua dengan mencatat pengguna aktif Tiktok dengan jumlah 99,1 juta orang. Pengguna TikTok di Indonesia menghabiskan rata-rata 23 jam per bulan di TikTok. peringkat berikutnya dengan 73,6 pengguna aktif media sosial TikTok menempati pada Negara Brazil. Kemudian, negara Rusia sebanyak 51,3 juta orang dan Meksiko 50 juta lebih orang. Diikuti oleh Negara Vietnam dengan jumlah pengguna aktif sebanyak 45,8 juta orang. diikuti dengan jumlah pengguna aktif TikTok dari Negara Filipina dengan pengguna aktif sebanyak 40,4 juta orang. Serta itu, Negara Thailand yang menduduki urutan kedelapan dalam daftar 8 negara pengguna aktif dengan sebanyak 38,4 juta orang di Negeri Gajah Putih.

Businessofapps.com mengeluarkan data pada November 2022 bahwa Tiktok meraih pengguna 1,5 Milyar yang mampu bersaing dengan pengguna media sosial lainnya.



Gambar 1.2 Data Tiktok dengan Media Sosial Yang Lain 2022.
Sumber: businessofapps.com

Maka dapat dikatakan dengan jumlah tersebut masyarakat memiliki minat yang tinggi terhadap media sosial Tiktok. Hal lainnya juga dapat dilihat dari data yang dikemukakan oleh businessofapps.com pada bulan November 2022, bahwa Tiktok memiliki perkembangan yang pesat dari tahun 2018-2022.



Gambar 1.3 Data penggunaan Tiktok dari 2018 sampai 2022
Sumber: businessofapps.com

Dalam perkembangannya, media sosial Tiktok memiliki penonton harian sebanyak 10 milyar dengan negara kontributor tertinggi adalah Amerika Serikat dan Inggris. Tiktok dikenal sebagai aplikasi video yang mendapatkan banyak perhatian terutama dikalangan generasi muda karena platform ini memungkinkan mereka untuk lebih kreatif dalam menciptakan video yang disukai. Aplikasi Tiktok memungkinkan pengguna untuk mempermudah pembuatan dengan banyaknya fitur yang disediakan dengan video berdurasi pendek dan untuk dibagikannya kepada teman – teman di Tiktok (Buana & Maharani, 2020). Tiktok mendorong generasi muda khususnya para mahasiswa untuk menggunakan aplikasi ini karena selain isi kontennya mengandung informasi dan hiburan, mereka juga menjadikan Tiktok sebagai aktivitas rutin untuk dibuka setiap hari dan dijadikan wadah untuk membagikan kehidupan sehari-harinya dalam bentuk konten video (Kusuma &

Oktavianti, 2020). Para mahasiswa paham menggunakan aplikasi Tiktok untuk menciptakan dan menampilkan identitas diri melalui video yang diunggahnya dengan durasi 15 detik – 3 menit (Adnan, 2021).

Aplikasi Tiktok memungkinkan penggunanya untuk menunjukkan diri ke dalam lingkungan sosial. Dalam hal ini, eksistensi diri menjadikan manusia berupaya untuk menemukan dan memahami makna kehidupannya sendiri dan memahami makna dan tujuan hidup, serta memberikan pemahaman untuk orang lain dan juga entitas dalam masyarakat. Tiktok telah menjadi aplikasi populer karena orang dapat memiliki “panggung” mereka sendiri saat membuat tantangan *cover dance* yang selaras pada konten mereka. Tiktok sendiri memiliki algoritma yang memudahkan pengguna untuk mendistribusikan konten berdasarkan orang-orang dengan minat yang sama, oleh karena itu konsistensi penting bagi pengguna Tiktok (Mumtaz & Saino, 2021)

Eksistensi diri juga disebut sebagaimana adanya individu bersosialisasi pada suatu wilayah di masyarakat, berarti pada wilayah sosial seseorang dapat bersosialisasi pada orang lain. Upaya yang dilaksanakan individu tersebut dapat membuat dan pertahanan serta juga menunjukkan ekspresi seseorang, yaitu pada pemakaian sosial media. Keinginan untuk eksis membuat seseorang memainkan perannya di depan layar ponsel yang membuat orang tersebut menjadi orang yang berbeda dengan dirinya yang sebenarnya, hal ini dilakukan semata-mata karena ingin eksis di media sosial salah satunya Tiktok. Perilaku eksistensial yang berlebihan cenderung tertuju pada karakter sombong, karena mereka merasakan dirinya lebih bagus daripada orang lain. Banyak tujuan orang mengunggah video ke Tiktok yang tentu saja beragam, seperti sekedar mengikuti tren, ingin tampil gaya, ingin memberikan sumber informasi penting, misalnya video edukasi seputar dunia wawancara kerja, berita terbaru, dunia kesehatan, dunia makeup, video kebaikan, video memasak. Nah dengan kreatif atau kemampuan yang dibuat dapat menunjukkan kepada seseorang tentang video seperti itu.

Durasi video Tiktok bervariasi, ada yang pendek dan juga panjang. Dibandingkan aplikasi Youtube lebih memuat video durasi panjang. Video yang dibuat dengan jumlah penonton yang baik, menyukai yang banyak, berpeluang menjadi terkenal atau ditonton oleh banyak orang, maka banyaknya penonton ini seringkali target tujuan kepopuleran pada akun Tiktok pengguna.

Melihat fenomena tersebut, hal ini sesuai dengan fenomena yang banyak terjadi dikalangan mahasiswa karena mereka secara alami mudah bergaul dan bersemangat menggunakan teknologi terkini yang sangat bagus. Salah satu metode yang mereka lakukan adalah melalui platform berbagi video Tiktok untuk dipelajari ataupun untuk diteliti. Sebab aplikasi Tiktok ini sangat erat kaitannya dengan kreativitas si penggunanya dan juga kepercayaan diri pengguna dan Tik Tok bisa membuat penggunanya ketagihan, dilihat dari intensitas penggunaannya yang cukup tinggi karena terus menggunakannya, terutama dalam hal eksistensi diri. Hal ini menjadi permasalahan yang menarik untuk diteliti dikarenakan Tiktok aplikasi yang banyak disukai dan digunakan oleh kalangan manapun, yang sedang mencari hiburan dan ingin menunjukkan eksistensinya.

Eksistensi diri yang dilakukan oleh mahasiswa di Tik Tok memiliki keterkaitan dengan konsep dramaturgi yang dijelaskan oleh Erving Goffman. Beliau menggambarkan dramaturgi sebagai interaksi sosial yang melibatkan presentasi diri individu, di mana individu berperan sebagai aktor dan melakukan pementasan drama untuk membangun citra diri (Goffman, 1956). Di Tik Tok, mahasiswa menggunakan platform tersebut sebagai sarana untuk mempresentasikan diri mereka secara kreatif. Mereka berperan sebagai aktor dalam konteks ini, dengan menampilkan berbagai jenis konten, seperti tarian, playback, komedi, vlog, atau demonstrasi keterampilan. Mereka memiliki kendali penuh atas bagaimana mereka ingin dipandang dan dilihat oleh para audiens di Tik Tok. Melalui penampilan mereka di Tik Tok, mahasiswa mencoba membangun citra diri yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Mereka dapat mengungkapkan minat, bakat, kepribadian, atau pesan tertentu yang ingin mereka sampaikan kepada

audiens. Dalam proses ini, mereka mencurahkan upaya untuk menghasilkan konten yang menarik, kreatif, dan dapat mendapatkan apresiasi dari orang lain. Sebagai aktor, mahasiswa di TikTok juga berusaha untuk mendapatkan persepsi yang baik dari audiens. Mereka berharap agar penampilan mereka dianggap menarik, lucu, menginspirasi, atau menghibur. Dengan mendapatkan apresiasi dalam bentuk komentar, suka, atau berbagi, mereka merasakan kepuasan dan pengakuan dari audiens yang menambah eksistensi diri mereka di platform tersebut. Namun, penting untuk diingat bahwa seperti dalam dramaturgi, apa yang dipresentasikan di TikTok hanyalah sisi tertentu dari identitas dan kehidupan seseorang. Mahasiswa secara selektif memilih apa yang mereka perlihatkan kepada audiens, dan citra diri yang dibangun di TikTok mungkin tidak mencerminkan sepenuhnya realitas kehidupan mereka. Disimpulkan, eksistensi diri yang dilakukan oleh mahasiswa di TikTok memiliki keterkaitan dengan konsep dramaturgi. Mereka berperan sebagai aktor dan melakukan pementasan drama di platform tersebut, dengan tujuan membangun citra diri, mendapatkan apresiasi, dan mendapatkan persepsi yang baik dari para audiens.

Peneliti menyadari aplikasi Tiktok untuk penggunaannya merupakan konteks yang unik untuk penelitian, terlebih peneliti ingin mengetahui bagaimana dramaturgi mahasiswa tangerang menggunakan media sosial tiktok sebagai ajang eksistensi diri. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Dramaturgi Mahasiswa Tangerang Dalam Melakukan Eksistensi Diri Dalam Media Sosial: Studi Kasus Pada Media Sosial Tiktok”

1.2 Rumusan Masalah

Pada pembahasan mengenai Tiktok sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Mahasiswa UMN, yang dapat dilihat bahwa populernya aplikasi Tiktok membuat para mahasiswa memanfaatkannya sebagai ajang eksistensi diri melalui konten yang diunggah melalui akun pribadinya.

Oleh karena itu penulis menitikberatkan pada rumusan masalah tersebut mengenai cara mahasiswa Tangerang memanfaatkan teknologi media sosial Tiktok sebagai sarana eksistensi diri.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan pada penelitian ini yaitu “Bagaimana Dramaturgi Mahasiswa Tangerang Dalam Melakukan Eksistensi Diri Dalam Media Sosial Tiktok?”

1.4 Tujuan Penelitian

Dalam hal ini sesuai dengan latar belakang masalah, adapun tujuan Peneliti yaitu untuk ingin mengetahui Dramaturgi Mahasiswa Tangerang Dalam Melakukan Eksistensi Diri Dalam Media Sosial Tiktok.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Kegunaan Penelitian dari segi akademis, penelitian ini dapat membantu kontribusi ilmiah terhadap kemajuan ilmu komunikasi, khususnya dibidang eksistensi diri melalui media sosial. dan mungkin bisa menjadi sumber bagi para sarjana lain yang melakukan studi terkait.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Manfaat praktisi pada penelitian ini adalah meliputi: penelitian yang dapat memberikan manfaat kepada pembaca sebagai informasi mengenai media sosial Tiktok mengenai eksistensi diri pada mahasiswa di lingkungan Universitas yang berlokasi di Tangerang

1.5.3 Kegunaan Sosial

Diharapkan pada suatu hasil mampu bermanfaat bagi masyarakat terkait bahasan penelitian media sosial Tiktok sebagai ajang eksistensi diri pada mahasiswa