

BAB. I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya teknologi, warga mampu memakai banyak media untuk dipergunakan menjadi alat komunikasi, demikian juga di jejaring sosial, dan itu praktis dapat diakses melalui internet. Secara umum media sosial merupakan tentang berbagai banyak media sosial sendiri, yaitu berupa berita (isu), gambar (foto), dan pula tautan video. Media sosial tidak bisa dipergunakan oleh perangkat komputasi namun software pada ponsel atau tablet memudahkan masyarakat untuk mengaksesnya untuk dipergunakan kapanpun dan dimanapun.

Memasuki era digital yang ditandai dengan keluarnya banyak sekali platform perangkat lunak yang menyediakan dukungan pembuatan video, dengan menyediakan dukungan pembuatan video menggunakan hal-hal yang menarik di pengguna smartphone. Sekarang, konten video beredar luas di media sosial di berbagai negara juga di Indonesia. Pertumbuhan konten video mampu mencapai praktis untuk mengunggah ke internet, didukung oleh kecepatan perkembangan internet. Banyak platform serta aplikasi pendukung membentuk video serta hal-hal menarik pengguna smartphone. Salah satunya terdapat pada aplikasi “TikTok” perusahaan teknologi asal Singapura, Bytemod, menghadirkan program pengeditan video yang bisa di upload bernama “TikTok”.

Puja Pratama Ridwan membahas secara mendalam tentang fenomena TikTok dalam artikel “Serba Serbi Penggunaan TikTok” yang dipublish di GoodStats pada 15 November 2022. Tiktok semakin meluas ke seluruh dunia dan menuju berbagai segmenetasi masyarakat. Ada beberapa alasan mengapa TikTok mudah meluas kepada masyarakat karena sajian kontennya yang menarik dan algoritma TikTok yang unik. Menurut data statistika, sejak tahun 2017 jumlah *install* TikTok semakin meningkat. Pada 2017, total pengguna TikTok berada di angka 131,5 juta dan terus meningkat hingga 2020 diangka 980,7 juta pengguna. Namun sayang, pada 2021 jumlah pengguna TikTok sedikit menurun hingga 740 juta. Pengguna TikTok ini memiliki penyebaran

yang dapat disimpulkan didominasi oleh kalangan muda, semakin tua umurnya pengguna TikTok semakin sedikit. Hingga bulan April 2022, Amerika Serikat menjadi negara dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia, dengan total pengguna di angka 136.42 juta orang. Sedangkan, Indonesia berada di peringkat dua sebagai negara dengan pengguna TikTok yang paling banyak. Pengguna TikTok di Indonesia berada di angka 99,07 juta orang.

Tabel 1.1

No	Nama	Nilai / Pengguna
1	Amerika Serikat	116.496.000
2	Indonesia	112.976.500
3	Brasil	84.137.500
4	Meksiko	62.445.000
5	Rusia	51.246.500
6	Vietnam	50.583.500
7	Filipina	41.430.500
8	Thailand	41.066.500
9	Turki	31.033.500
10	Arab Saudi	28.372.500

10 Negara dengan Jumlah TikTok Terbanyak di Dunia (April 2023)

Sumber: (Kusnandar, 2023)

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa Indoenesia menempatkan urutan nomor dua pengguna TikTok di Dunia, pada media sosial TikTok ini pengguna dapat membuat video yang hanya berdurasi 15 detik sampai 10 menit, dengan menyampaikan *special effects* yang unik serta menarik dan memiliki dukungan music yang menarik sebagai pengguna.

Pada aplikasi TikTok ini pengguna dapat membuat video yang hanya berdurasi 15 detik sampai 10 menit, dengan menyampaikan *special effects* yang unik serta menarik dan memiliki dukungan musik yang banyak sebagai akibatnya pengguna bisa melakukan performa menggunakan majemuk gaya ataupun tarian, serta masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya menjadi *content creator*. Selain itu aplikasi TikTok juga dapat memberikan penggunanya untuk bisa memakai *special effect*, serta pula musik *background* dari banyak sekali seniman terkenal dengan berbagai kategori serta

pula *special effect* lainnya yang dapat membuat video tersebut menarik serta mempunyai alunan lagu yang diadaptasi menggunakan situasi pada video tersebut. Video-video pendek yang dihasilkan secara cepat serta simple ini bisa dibagikan oleh pengguna sesama pengguna media sosial lainnya mirip Instagram.

Semakin meningkatnya pengguna aplikasi TikTok ini serta sebagai aplikasi favorit baru bagi pengguna media. Dengan tujuan supaya video-video pendek tadi sehabis diunggah dapat dicermati oleh pengikut, serta tidak sedikit akhirnya yang banyak mengagumi atau menyukai kiriman video-video tadi sebagai akibatnya banyak yang mengetahui dan membentuk banyak orang humming bahkan terdapat kenyataan keluarnya artis TikTok, salah satunya artis TikTok yang biasanya membuat konten di dalam aplikasi TikTok yaitu TikTok @Lamki_21 yang memiliki *followers* 1,4M, biasa membuat konten mengenai Video, mengenai anak kuliah, *relationship* antar teman dan pasangan, dan ada juga yang membahas masalah keluarga. (Akun TikTok @lamki_21)

Video yang dibuat dan diunggah oleh Lamki banyak mengundang perhatian publik, salah satu yang dapat mencuri perhatian public yaitu video yang sering kali menceritakan sebuah cerita atau suatu sudut pandang dalam aplikasi TikTok berarti sudut pandang kretor terhadap kontennya. Jika creator menulis kata di caption atau di dalam video seperti “POV jadi mahasiswa” pada kontennya, maka yang penikmat diharapkan membayangkan kretor sebagai seorang mahasiswa.

Selain mengenai mahasiswa, Lamki kerap kali membuat video tentang keluarga, dan kebanyakan video yang bertema keluarga mengaitkan pada permasalahan keluarga atau biasa disebut dengan *family issues*, yang mengandung emosional, sehingga dapat membuat para penonton terbawa perasaan.

Penelitian ini menganalisis salah satu konten video dari keluarga yang harmonis, dan sudut pandang anak yang terlahir dari keluarga yang memiliki *family issues*. Dengan adanya video itu banyak para penonton yang menyaksikan video tersebut merasa *related* dan membagikan video tersebut untuk menyalurkan perasaan yang mereka rasakan.



Gambar 1.1 Video TikTok @Lamki_21

Sumber: Akun TikTok @lamki_21

Pada gambar diatas merupakan sedikit gambaran mengenai video yang akan dijadikan bahan dalam video tersebut dijelaskan bagaimana pandangan dari keluarga cemara saat menangani permasalahan yang dialami oleh korban *family issues*. Keluarga bahagia atau harmonis yang sekarang sering disebut sebagai keluarga cemara, yang selalu mendapatkan perhatian, kasih sayang, dan hal positif lainnya yang ada di dalam keluarganya. Sedangkan, *family issues* mengalami permasalahan keluarga seperti ekonomi, kekerasan, perceraian, atau bahkan ditinggal dengan kesibukan kedua orang tua yang menyebabkan dampak negative pada anak.

Pada video tersebut juga menuai banyak komentar yang membenarkan tentang video tersebut, ada komentar yang *pro* dengan video tersebut, ada juga yang kontra dengan video tersebut.

Seperti gambar dibawah ini merupakan contoh isi komentar dalam video tersebut,

Komentar yang kontra dengan video tersebut:



Gambar 1.2 Isi Komentar Video TikTok @Lamki_21

Sumber: Akun TikTok lamki_21

Komentar yang *pro* dengan video tersebut:

Gambar 1.3 Isi Komentar Video TikTok @Lamki_21

Sumber: Akun TikTok lamki_21

Gambar tersebut merupakan beberapa tanggapan atau komentar penonton terhadap video tersebut, ada yang merasa *related* sehingga disebar luaskan, tapi ada juga yang merasa bahwa video itu tidak benar. Bagi sebagian yang menonton video itu dan merasakan emosional yang diberikan oleh creator membuat mereka dapat menyalurkan rasa kesepian yang dirasakan akibat permasalahan keluarga yang sedang atau pernah di hadapinya.

Pemanfaatan TikTok dapat menyalurkan perasaan kesepian, selain itu, pemanfaatan TikTok dengan akun TikTok @lamki_21 melalui video mengenai *Family Issues* ini dapat menimbulkan sudut pandang monetisasi, yang dapat menarik simpati warganet sehingga menimbulkan engagement dari aplikasi TikTok itu sendiri. Sehingga, selain dengan pemanfaatan video family issues ini dapat menyalurkan perasaan para korban, di dalam video ini dapat menimbulkan monetisasi bagi konten creator.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pemanfaatan TikTok @ Lamki_21 pada video loneliness korban Family Issues sebagai bentuk penyaluran rasa kesepian?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pemanfaatan TikTok @ Lamki_21 pada video loneliness korban Family Issues sebagai bentuk penyaluran rasa kesepian.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan Ilmu Komunikasi pada umumnya dan khususnya pada media sosial TikTok.
- b. Penelitian ini diharapkan sebagai bahan referensi atau rujukan bagi peneliti yang akan datang.
- c.

1.4.2 Kegunaan Praktisi

Penelitian ini yang penulis diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi awal bagi penelitian serupa di masa yang akan mendatang. Selain itu juga diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat bagi media digital juga wawasan bagi pembaca mengenai pemanfaatan TikTok.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari 5 bab, yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, hasil penelitian dan pembahasan, serta kesimpulan. Adapun sistematika penulisannya, sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang masalah mengenai pemanfaatan Tiktok bagi masyarakat yang memiliki masalah dalam keluarganya, penelitian ini mengangkat judul “Pemanfaatan TikTok @Lamki_21 Pada Video Loneliness Korban Family Issues Sebagai Bentuk Penyaluran Rasa Kesepian”, serta rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan teori penelitian terdahulu, tujuan penelitian, yang didalamnya, sehingga memunculkan gambaran penelitian secara ringkas dengan adanya kerangka pemikiran. Selain itu penulis juga menjabarkan beberapa konsep serta referensi teori yang penulis gunakan untuk menganalisis yaitu Teori Resepsi dari Stuart Hall, tiktok, fitur video, dan kerangka pemikiran.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab III ini berisikan pendekatan penelitian mengguna pendekatan kualitatif, penentuan informan, informan yang

digunakan pemilik akun Tiktok @Lamki_21 dan beberapa followersnya, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam bersama 5 narasumber, 1 diantaranya merupakan narasumber kunci, selebihnya narasumber pendukung, studi pustaka, dan dokumentasi, setelah itu ada, teknik pengolahan dan analisis data, lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV ini berisikan mengenai apa saja yang bersangkutan pada penelitian contohnya seperti gambaran umum Tiktok, analisis konsep pemanfaatan TikTok, hasil penelitian, dan terakhir pembahasan mengenai kaitan analisis konsep dengan teori penulis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V ini berisikan tentang kesimpulan dari penelitian mengenai pemanfaatan TikTok, serta bab ini terdapat saran dari penulis sebagai penggunaan Tiktok yang telah dituangkan dalam penulisan.

