

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media baru yang memfasilitasi kontak manusia telah muncul sebagai hasil dari kemajuan komunikasi dan teknologi yang cepat. Penggunaan media baru telah menjadi hal biasa di era digital saat ini karena permintaan manusia akan informasi yang tepat, cepat, murah, dan sederhana yang dapat melampaui waktu dan lokasi. Media baru adalah “kemampuan media dengan dukungan perangkat digital yang dapat mengakses konten dimanapun kita berada sehingga memberikan kesempatan untuk semua orang, baik sebagai penerima/ pengguna untuk berpartisipasi aktif, interkatif, dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas/ masyarakat “baru” melalui isi media.”

Media sosial, *platform online* untuk "berbagi" ide dan informasi di antara banyak pengguna, muncul bersamaan dengan media baru ini. Tanpa dibatasi oleh waktu atau tempat, pengguna media sosial dapat dengan mudah berkomunikasi satu sama lain. Di Era digital semua orang sekarang menggunakan media sosial setiap hari karena memudahkan untuk mengkomunikasikan emosi, masalah pribadi, dan aktivitas seseorang dengan dunia kapan saja. Orang-orang dapat mengungkapkan kegembiraan, kemarahan, dan penghinaan mereka dengan mudah serta problematika diri bahkan sampai pada tingkat pembukaan diri atau *self disclosure* dalam dunia maya.

Problematika diri yang umumnya disimpan bahkan disembunyikan diungkapkan melalui media sosial secara terang terangan, berbagai perilaku, perasaan, pikiran dan hal lain tentang diri disampaikan secara terbuka untuk diketahui oleh banyak orang, keterbukaan atau pembukaan diri sendiri yang dilakukan menjadi alat untuk untuk menjalin hubungan, untuk membangun sebuah komunikasi sebagai sebuah pesan agar orang yang melihat memberikan penilaian dan memberikan respon terhadap keterbukaan diri yang disampaikan melalui media sosial, dengan harapan terjadi suatu

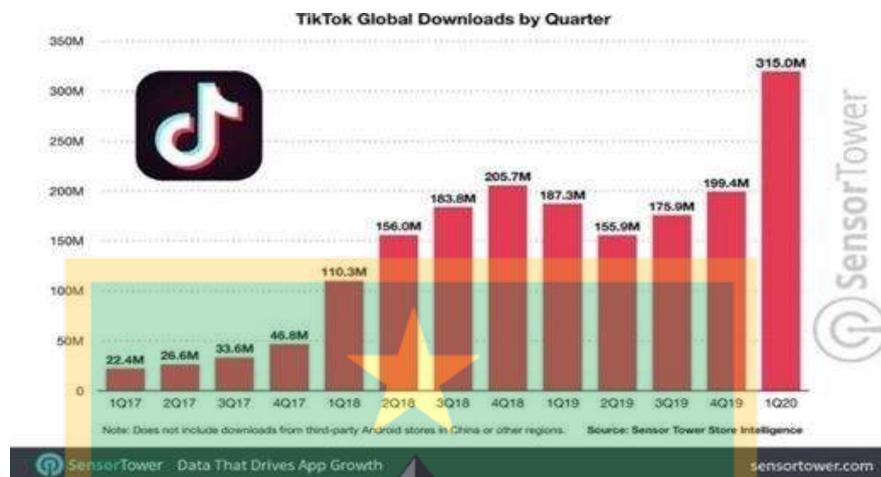
jalanan hubungan komunikasi timbal balik dan terbentuk harmonisasi antara diri dengan orang lain.

Perkembangan teknologi komunikasi digital yang berbasis internet telah menjadikan media dan khususnya Asosiasi Penyelenggara Layanan Internet Indonesia (APJII) memiliki jejak yang hasilnya menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi elemen penting dalam kehidupan sehari-hari banyak orang selalu meningkat setiap tahunnya. Ditahun 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia telah meningkat, dan menurut temuan survei terbaru yang dilakukan oleh Asosiasi Penyedia Layanan Internet Indonesia (APJII) antara 11 Januari dan 24 Februari 2022, tingkat penetrasi internet negara meningkat menjadi 77,01%, atau sekitar 210.026.769 dari 272.682.600 orang yang online di Indonesia pada tahun 2021. Sedangkan ditahun 2022 berdasarkan hasil survey pada 18 Desember 2023 sampai 19 Januari 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023 tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5% (APJII, 2024). Salah satu platform media sosial berbasis internet yang digunakan dan disukai seluruh Indonesia dengan populeritas signifikan yang diperoleh dalam waktu yang singkat adalah TikTok, populer dan disukai karena TikTok dikenal dengan format video pendeknya yang kreatif dan interaktif, TikTok telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, mulai dari tren budaya, pemasaran, iklan, perilaku individu, aktifitas perorangan dan bahkan politik.

Pembukaan diri atau keterbukaan diri yang dikenal dengan *self disclosure* merupakan aktifitas yang banyak dilakukan oleh remaja bahkan mahasiswa dalam upaya untuk menjalin hubungan komunikasi dengan penonton atau pengguna media sosial tik tok lainnya, aktifitas komunikasi yang interaktif informatif biasanya terkait dengan diri sendiri, pikiran ataupun gagasan, sikap dan perasaan maupun perilaku individu. Pembukaan diri atau keterbukaan diri sangat penting dalam sebuah hubungan, baik dalam bentuk komunikasi antar pribadi, pribadi dengan kelompok maupun pribadi dengan khalayak, dengan hubungan seperti itu maka memberikan kemudahan bagi orang lain dan juga diri sendiri untuk saling berbagi, baik yang sifatnya informasi tentang suatu hal maupun, khususnya tentang segala sesuatu yang menyangkut diri

sendiri yang bisa diketahui orang lain, model komunikasi stimulus respon (S-R atau S-O-R) sangat efektif dalam menjalin komunikasi untuk saling terjadinya pembukaan diri masing-masing. Pembukaan diri banyak menggunakan platform media sosial Tik Tok, pada tahun 2023, aplikasi berbagi video pendek milik ByteDance ini merupakan salah satu aplikasi jejaring sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Sebagian besar pengguna di Indonesia membuktikan hal ini. Pada April 2023, ada 113 juta pengguna TikTok di Indonesia, menurut sebuah studi oleh perusahaan data statistika.

Menurut penelitian *We Are Social*, diperkirakan ada 1,09 miliar pengguna TikTok di seluruh dunia pada April 2023, dengan 38,5% dari pengguna tersebut berusia antara 18 dan 24 tahun. Dengan 113 juta pengguna, yang rata-rata usia di atas 18 tahun, Indonesia berada di posisi kedua di antara negara-negara dengan pengguna TikTok terbanyak di seluruh dunia (Annur, 2023). Di Indonesia, rentang usia 18 hingga 24 tahun menyumbang jumlah pengguna TikTok terbesar, dengan 50 juta; Berusia 25 hingga 34 tahun menyumbang 44,5 juta pengguna; 35 hingga 43 tahun menyumbang 12 juta pengguna; 65 tahun ke atas menyumbang 2,55 juta pengguna; dan 13 hingga 17 tahun menyumbang jumlah pengguna terendah, dengan 500 ribu pengguna secara keseluruhan. Gambar statistik di bawah memperlihatkan hanya dalam waktu lima bulan unduhan Tik Tok melebihi satu miliar unduhan. Tik Tok, yang mengumpulkan lebih dari 315 juta instalasi di App Store dan Google Play pada Q1 2020 adalah aplikasi yang paling banyak diunduh pada kuartal itu. Berdasarkan total unduhan, produk ByteDance ini diunduh hingga 3,3 miliar kali pada tahun 2022. Hal ini melampaui penggunaan aplikasi terkenal lainnya seperti Instagram, Facebook Messenger, WhatsApp, YouTube, dan Facebook. Meskipun Tik Tok sudah menjadi aplikasi terkenal, ledakan popularitasnya baru-baru ini bertepatan dengan epidemi COVID-19, yang menyebabkan orang menjadi lebih tertarik dengan perangkat seluler mereka saat mereka mencari cara baru untuk bersosialisasi, bekerja, dan membeli. Selain itu, Sensor Tower, seperti yang dipublikasikan oleh Kompas.com, mengklaim bahwa remaja berusia antara 14 dan 24 tahun merupakan mayoritas pengguna di Indonesia, yang menyumbang 11% dari semua unduhan Tik Tok.



**Gambar 1. 1 Unduhan TikTok Secara Global Per Kuartal**

(Sumber: <https://sensortower.com/blog/tiktok-downloads-2-%20billion>)

Hegemoni TikTok ini menjadikan media sosial TikTok sebagai bagian dari budaya populer. Terbukti bahwa hampir setiap segmen masyarakat menggunakan media sosial, termasuk ibu rumah tangga, politisi, dan pemimpin agama selain pemuda. Ini menunjukkan bahwa TikTok adalah salah satu barang budaya populer yang sekarang dikenal dan disukai orang. Media sosial, termasuk TikTok, memiliki kekuatan untuk memotong kesenjangan sosial-budaya dalam masyarakat. Sebagai media sosial yang banyak digemari, khususnya remaja yang berusia 18-24 tahun, pengungkapan diri (*self-disclosure*), TikTok adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah memproduksi film pendek dengan efek luar biasa yang dapat mereka bagikan dengan teman atau pengguna lain. Ini menawarkan efek khusus yang menarik dan khas.

Tanpa batas ruang, waktu dan latar belakang negara dan agama serta pendidikan maupun suku apapun, pengungkapan diri dapat dalam bentuk video curhat, peristiwa atau kasus-kasus tertentu, berjoget-joget, jualan, atau hanya sekedar memberikan informasi yang dilakukan sebagai wujud eksistensi dan pengungkapan dirinya. Dengan adanya aplikasi TikTok ini setiap orang dapat mewududkan kreatifitasnya

menampilkan gaya dan performa pribadinya sejalan dengan tujuannya untuk menjadi pengguna yang menonjol dari keramaian. Karena kemampuan untuk memposting apa pun dapat mendorong berbagi dan mengungkapkan diri yang berlebihan di komunitas online. Pengungkapan diri yang berlebihan ini dapat menimbulkan masalah atau efek negatif bagi pengguna TikTok seperti memicu kejahatan, *cyber bulliying*, perkembangan fisik dan emosi, pornografi, porno aksi serta memicu komunikasi yang buruk. Salah contoh kasus negatif yang merugikan pengguna media sosial TikTok setelah melakukan *self-dislosure* yang berlebihan adalah meninggalnya seorang remaja bernama Chloe Philips berusia 15 tahun dari Oklahoma Amerika Serikat (AS) karena mengkonsumsi obat anti-alergi Benadryl dalam jumlah berlebihan yang dilakukan karena ia ingin tetap eksis mengikuti trend yang sedang viral saat itu yakni tantangan (*challenge*) meminum obat anti-alergi yang kemudian Tantangan tersebut dikenal dengan nama “*Benadryl Challenge*”.

Contoh kasus lain terjadi di Indonesia, kasus yang cukup menghebohkan dari sebuah video seorang wanita muda bernama Angel yang menangis sesegukan, tanpa mengatakan satu katapun yang kemudian pada awalnya mendapatkan simpati dari *netizen*, namun setelah diklarifikasi ternyata penampilan Angel di TikTok dikarenakan orangtuanya marah atas perilaku anaknya. Setelah adanya video dan mengetahui alasan teguran orang tua Angel, banyak pengguna internet mengungkapkan ketidaksenangan mereka. Dari contoh kasus-kasus tersebut, memberikan pelajaran bagi kita bahwa untuk menjadi populer di media sosial banyak pengguna Tik Tok yang bertingkah laku aneh hanya untuk mengejar jumlah like termasuk rela korbakan diri dengan berpenampilan kurang pantas, melakukan porno aksi ataupun berjoget-joget yang berlebihan yang memunculkan gerakan erotis.

Mahasiswa sebagai remaja yang berusia antara 18-24 tahun juga menjadi penggemar yang menggunakan media sosial TikTok yang menggunakannya sebagai sarana saluran komunikasi untuk mengungkapkan dirinya dengan mengekspresikannya dalam video-video pendek dengan berbagai ungkapan, termasuk hal ini adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas nasional angkatan tahun 2020 yang

berjumlah 174 mahasiswa Ada beberapa hal yang menjadikan mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 menggemari media sosial TikTok, selain populeritas, platform yang menarik dan memiliki relevansi dengan hiburan, pembelajaran dan interaksi sosial, antara lain :

a. Mudah dalam Penggunaan

Operasionalisasi TikTok yang sederhana dan ramah pengguna membuatnya mudah diakses dan dinavigasi. Fitur pembuatan video yang intuitif memungkinkan mahasiswa untuk dengan cepat merekam dan mengedit konten tanpa memerlukan perangkat lunak atau keterampilan teknis yang rumit.

b. Waktu dan Lokasi yang Fleksibel

TikTok bisa diakses tanpa batas, kapan saja dan di mana saja, memungkinkan mahasiswa untuk menikmati konten saat istirahat, menunggu, atau bahkan saat belajar. Fleksibilitas ini sangat cocok dengan gaya hidup mereka yang sering sibuk.

c. Platform yang Edukatif

Selain hiburan, TikTok juga menyediakan banyak konten edukatif dan informatif. Mahasiswa dapat menemukan video tentang topik-topik akademik, tips belajar, dan informasi berguna lainnya yang mendukung proses belajar mereka.

d. Konten Kreatif dan Menghibur

TikTok menawarkan berbagai jenis konten yang bisa sangat menghibur, mulai dari video lucu, tarian, tantangan, hingga tutorial. Kemampuan untuk membuat video dengan efek visual yang menarik dan musik yang populer memungkinkan mahasiswa mengekspresikan kreativitas mereka dengan cara yang menyenangkan.

e. Tren dan Viralitas

TikTok dikenal karena kemampuannya untuk membuat konten viral. Mahasiswa sering kali tertarik untuk mengikuti tren terbaru dan menjadi

bagian dari komunitas online yang lebih besar. Tantangan dan meme yang cepat menyebar memberikan rasa kebersamaan dan keterhubungan dengan pengguna lain di seluruh dunia.

f. Algoritma Personalisasi

TikTok menggunakan algoritma yang sangat canggih untuk menampilkan konten yang relevan dengan minat dan preferensi pengguna. Ini memungkinkan mahasiswa untuk terus mendapatkan rekomendasi video yang sesuai dengan selera mereka, membuat pengalaman menggunakan aplikasi menjadi lebih menarik dan memikat.

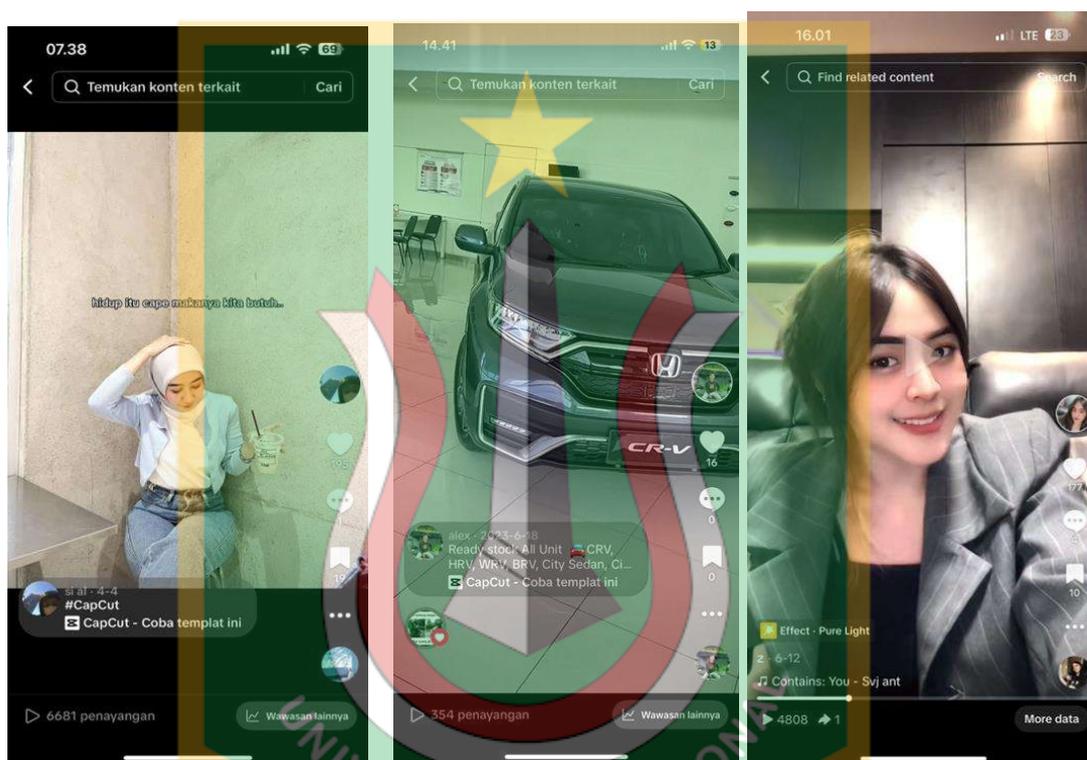
g. Membangun Jaringan Sosial

TikTok memungkinkan mahasiswa untuk berinteraksi dengan teman-teman mereka dan orang-orang dari seluruh dunia. Fitur komentar, like, dan share memfasilitasi komunikasi dan keterlibatan sosial yang lebih luas, memperkuat hubungan interpersonal di lingkungan digital.

Penggunaan media sosial TikTok sebagai saluran informasi dalam pengungkapan diri dikalangan mahasiswa tentunya bukan hanya yang terkait dengan alasan-alasan diatas, namun juga mahasiswa menghadapi permasalahan ataupun hambatan, baik yang berasal dari diri sendiri maupun pengaruh yang diperoleh dari informasi yang didapat, antara lain: adanya tekanan dalam beradaptasi dengan tren yang berkembang, mahasiswa mungkin merasa tertekan untuk mengikuti tren dan tantangan populer agar konten mereka mendapatkan perhatian atau viral. Hal ini bisa menyebabkan mereka mengabaikan keaslian diri demi mendapatkan popularitas atau validasi sosial, cemas dan stress terhadap penilaian sosial. Dengan berbagi konten di TikTok, mahasiswa dapat mengalami kecemasan terkait penilaian dari teman, keluarga, atau pengikut mereka. Ketergantungan pada *feedback* positif (*like*, komentar) bisa mempengaruhi kesehatan mental dan rasa percaya diri mereka.

Pada media sosial tiktok ini para mahasiswa universitas nasional angkatan 2020 menjadi suatu kebutuhan penting dalam hidup saat ini selain menjadi tempat interaksi sosial serta untuk memperluas jejaring sosial. Aplikasi tiktok ini yang akan dibahas

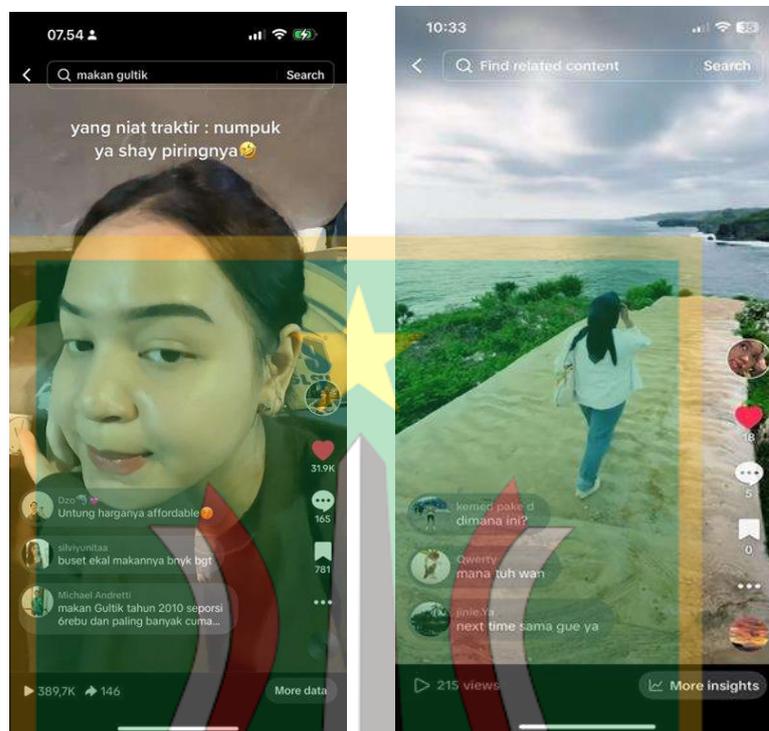
dalam penelitian ini yaitu aplikasi Tik Tok merupakan aplikasi media sosial terbaru yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagai video menarik, berinteraksi dikolom komentar maupun chat pribadi bahkan dapat untuk menghasilkan uang dengan cara menjadi influencer yang meng endorse suatu produk dan lain sebagainya. Aplikasi ini menghadirkan special effects yang menarik dan mudah digunakan. Sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren.



**Gambar 1.2 Keterbukaan Diri Pada Mahasiswa Universitas Nasional**

Pada gambar di atas mengenai salah satu keterbukaan diri yang di lakukan oleh mahasiswa universitas nasional angkatan 2020 dari narasumber zahra, alex, dan al mereka melakukan keterbukaan terhadap media sosial tiktok yang berbeda-beda untuk informan zahra yang melakukan keterbukaan dengan cara menjadi seorang influencer dengan isi konten lip sync menggunakan lagu-lagu yang sedang viral atau konten zahra sedang menari. Kemudian pada informan alex keterbukaan dirinya dengan cara suka memposting konten mobil penjualannya dengan cara mempromosikan jualan mobilnya itu ia merasa terbuka. Sedangkan dengan informan al mengenai isi konten yang ia

posting yaitu mengenai fashion ntuk menginspirasi pengikutnya bagaimana cara ootd yang benar dan terlihat trendy untuk jaman sekarang.



**Gambar 1.3 Keterbukaan Diri Pada Mahasiswa Universitas Nasional**

Kemudian pada gambar di atas mengenai keterbukaan diri pada mahasiswa universitas nasional angkatan 2020 untuk informan cila dan wanda yang melakukan keterbukaan dirinya melalui media sosial tiktok dengan cara pada informan cila yang mengakui ia menjadi seorang influencer sangatlah menjadikan dirinya lebih harus percaya diri dan melalui hal tersebut cila dapat menunjukkan keterbukaan dirinya terhadap konten-konten yang ia buat dan menjadi seorang influencer bukan lah hal yang mudah. Lalu konten-konten yang dibuat oleh cila yaitu mengenai endorse skin care dll. Setelah itu ada informan wanda yang mengaku keterbukaan diri nya ketika memposting konten di tiktok mengenai travellingnya yang menjadikan inspirasi atau reverensi tentang tempat-tempat wisata yang wajib di kunjungi atau dapat dikatakan tempat-tempat wisata yang bagus kepada pengikutnya.

Disamping masalah dan manfaat yang dihadapi dan diperoleh, terdapat juga masalah-masalah lain yang berhubungan dengan kerahasiaan yang bersifat privasi, yakni: Privasi yang Sering Tidak Terjaga: Mengungkapkan diri secara terbuka di media sosial berisiko terhadap pelanggaran privasi. Mahasiswa mungkin tidak sepenuhnya menyadari bagaimana data pribadi mereka digunakan atau disebarluaskan, yang dapat menimbulkan risiko keamanan atau eksposur yang tidak diinginkan; Persepsi Identitas yang Tidak Konsisten: TikTok memungkinkan mahasiswa untuk menciptakan persona online yang mungkin berbeda dari diri mereka yang sebenarnya. Hal ini bisa menyebabkan konflik internal atau kebingungan tentang identitas asli mereka jika persona online dan kehidupan nyata tidak selaras; Ketergantungan pada Validasi Sosial: Keinginan untuk mendapatkan pengakuan dan dukungan dari audiens dapat mengakibatkan ketergantungan pada *feedback* sosial. Ini dapat mengganggu keseimbangan emosi dan membuat mereka terjebak dalam siklus pencarian validasi yang tidak sehat; Dampak pada Hubungan Sosial di Dunia Nyata: Kegiatan pengungkapan diri di TikTok mungkin mempengaruhi hubungan sosial di dunia nyata. Mahasiswa bisa jadi lebih fokus pada pengikut online daripada interaksi langsung dengan teman dan keluarga, yang bisa mengganggu hubungan sosial yang nyata; Stigma dan Penilaian dari Lingkungan Akademik: Mahasiswa yang aktif di TikTok, terutama dalam membuat konten yang dianggap tidak konvensional atau kontroversial, mungkin menghadapi penilaian atau stigma dari lingkungan akademik atau profesional mereka. Hal ini bisa mempengaruhi reputasi mereka di kalangan dosen dan rekan-rekan mereka; Pengaruh Negatif pada Kesehatan Mental: Terlalu banyak menghabiskan waktu di TikTok atau terlibat dalam perbandingan sosial yang intens dapat mempengaruhi kesehatan mental mahasiswa. Paparan terhadap standar kecantikan atau gaya hidup ideal yang sering dipromosikan di TikTok dapat memicu perasaan tidak puas atau rendah diri; Konten yang Tidak Pantas atau Berisiko: Mahasiswa mungkin terpapar atau terdorong untuk membuat konten yang tidak pantas atau berisiko, baik untuk mendapatkan perhatian atau sebagai bagian dari mengikuti tren. Ini dapat memiliki konsekuensi negatif bagi reputasi dan kesehatan mereka.

Dari data dan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk menjadikan mahasiswa program studi ilmu komunikasi angkatan 2020 di Universitas Nasional sebagai subjek dari penelitian ini. Hal tersebut berdasarkan hasil riset yang menyatakan bahwa sebagian besar pengguna media sosial TikTok di Indonesia didominasi oleh dewasa dengan rentang usia 18-24 tahun. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti membuat rumusan masalah dan tujuan dari penelitian yang berjudul **“Pemanfaatan Pengguna Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Keterbukaan Diri Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Nasional Tahun Angkatan 2020”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berlandaskan uraian latar belakang yang sudah peneliti uraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan di teliti yaitu: **“Bagaimana Pemanfaatan Pengguna Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Keterbukaan Diri Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Nasional Tahun Angkatan 2020”**.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang di lakukan adalah: untuk mengetahui pemanfaatan pengguna media sosial TikTok terhadap tingkat keterbukaan diri mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Nasional tahun angkatan 2020.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Aspek Teoritis**

- a. Penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan teori dan implementasinya tentang keterbukaan diri dari pengguna media sosial TikTok.
- b. Memperluas pemahaman dan wawasan tentang keterbukaan diri melalui media sosial TikTok pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Nasional tahun 2020.

### **1.4.2 Aspek Praktis**

- a. Peneliti mengantisipasi bahwa penelitian ini akan berdampak positif pada keadaan komunikasi masa saat ini, terutama bagi para sarjana dan peneliti serta masyarakat umum.
- b. Peneliti juga berharap bahwa penelitian ini akan menjelaskan bagaimana media sosial, terutama TikTok, memengaruhi pengungkapan diri remaja, memungkinkan mereka untuk menggunakan *platform* dengan lebih bertanggung jawab dan untuk tujuan yang baik.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Guna mempermudah pembahasan serta mendapat gambaran pada skripsi ini, maka disusun urutan bab yakni:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Menyajikan latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Menyajikan penelitian terdahulu yang relevan, penelitian yang akan dilakukan, kerangka teori dan kerangka berpikir.

#### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

Menyajikan tentang pendekatan penelitian, penentuan informan atau subjek penelitian, Teknik pengumpulan data, Teknik pengolahan dan analisis data, lokasi dan jadwal penelitian.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Menyajikan penemuan riset serta diawali dengan cerminan umum tentang latar balik, misi, struktur, tanggung jawab, serta komponen industri. Hasil kerja lapangan setelah itu hendak dibahas setelah dideskripsikan, dianalisis, serta diinterpretasikan.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Menyajikan penemuan serta interpretasi yang didapat setelah ulasan riset. Dalam rangka memberikan kesimpulan dan saran.