

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media sosial yang berkembang di zaman modern seperti sekarang ini banyak menawarkan kemudahan bagi penggunanya untuk mengakses informasi yang lebih luas dan tak terbatas. Berbagai macam jenis situs jejaring sosial yang digemari oleh masyarakat saat ini tidak hanya berfungsi sebagai media untuk berbagi momen keseharian penggunanya saja. Tetapi dapat digunakan sebagai media untuk mengunggah konten bermanfaat seperti konten pembelajaran termasuk dalam hal pembelajaran bahasa Korea. Penggunaan media sosial dapat dijadikan pembelajar untuk belajar bahasa Korea secara otodidak, namun seiring banyaknya aplikasi media sosial di internet yang menyuguhkan cara belajar bahasa Korea dengan berbagai metode yang ditawarkan membuat para pengguna harus lebih jeli dalam memilih aplikasi mana yang paling sesuai.

Aplikasi TikTok pertama kali dirilis pada tahun 2016 dan berjalan di platform iOS dan Android (Kominfo, 2018), merupakan salah satu media sosial yang digunakan oleh masyarakat Indonesia. Berada di peringkat ke-6 sebagai negara pengguna internet terbesar di dunia, Indonesia menjadi tujuan utama para pengembang aplikasi *online* untuk menjual produk mereka. TikTok pertama kali muncul di Indonesia pada tahun 2017. Seperti yang dinyatakan oleh Ardian (2018) tentang pengertian “Apa Itu TikTok?” selain dapat mengunggah video, para pengguna aplikasi ini juga dapat menyunting video dengan efek khusus agar lebih menarik. Dilansir dari Pratama (2018) TikTok berada di posisi ketiga daftar urutan lima media sosial beserta jumlah pengguna aktif yang akan diperoleh pada tahun 2022 dengan 755 juta pengguna di

seluruh dunia sebagaimana dihimpun KompasTekno dari Insider Intelligence dalam KOMPAS.com. Sementara itu, berdasarkan *We Are Social* pada tanggal 26 Januari 2022, Indonesia sendiri menempati urutan peringkat ketujuh Daftar Negara Pengguna TikTok Durasi Terlama dengan rata-rata waktu yang dihabiskan untuk aplikasi ini adalah 23,1 jam/bulan, 3,5 jam/bulan lebih lama dibanding dengan rata-rata waktu yang dihabiskan di seluruh dunia untuk aplikasi ini yakni 19,6 jam/bulan (Annur, 2022).

Kepala Pemasaran TikTok, Viv Gong, mengatakan Indonesia merupakan salah satu tujuan utama produk perusahaan mereka. Seiring dengan pertumbuhan statistik pengguna internet di Indonesia, Gong percaya aplikasi ini dapat dikembangkan di Indonesia. Apalagi TikTok sendiri mengakui bahwa anak muda Indonesia memiliki tingkat narsisme dan kreativitas yang sangat tinggi. Kehadiran profesi baru seperti *YouTuber, Instagrammer, vlogger, dan blogger* menjadi salah satu alasan optimisme aplikasi TikTok di Indonesia (Ardian, 2018).

Menurut Sundawa dan Trigartanti dalam Maeskina (2022), *Content creator* merupakan *brand* yang menyebarkan data yang ditransformasikan kedalam suatu foto, video serta tulisan yang dapat disebut sebagai konten. Adapun tugas dari *content creator* yaitu mengumpulkan ide, data, serta melakukan riset dan membuat konsep untuk menghasilkan sebuah konten. Akun TikTok @dinareonni merupakan salah satu *content creator* yang membagikan konten edukatif. Melalui unggahan video, akun ini memberikan penjelasan secara singkat mengenai tata bahasa, percakapan sehari-hari, hingga budaya Korea yang dapat diakses dan dilihat oleh siapa saja yang memiliki akun TikTok, khususnya para *follower* akun tersebut. Dalam menyampaikan materi pembelajarannya, @dinareonni memiliki ide kreatif untuk menarik audiens yaitu

dengan memberikan contoh dari materi yang disajikan dengan memasukkan unsur budaya Korea seperti *kpop* dan *kdrama*.

Berbagai hal dan kegiatan dalam Akun TikTok @dinareonni dan banyaknya pengguna akun TikTok yang menggunakan media tersebut sebagai alat dalam mempelajari bahasa Korea menimbulkan persepsi bagi para penggunanya. Menurut Brian Fellows dalam Syahputra (2020), persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi. Persepsi meliputi pendeteksian (sensasi) melalui alat-alat indera kita (yakni indera peraba, indera penglihat, indera pencium, indera pengecap, atau indera pendengar), perhatian, dan interpretasi. Sensasi merujuk kepada pesan yang dikirimkan ke otak melalui penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman dan pengecapan. Sedangkan menurut Djamaluddin (2019) dalam bukunya yang berjudul Belajar dan Pembelajaran 4 Pilar Peningkatan Kompetensi Pedagogis, pembelajaran adalah suatu sistem yang bertujuan untuk membantu proses belajar siswa, yang berisi serangkaian peristiwa yang dirancang, disusun sedemikian rupa untuk mempengaruhi dan mendukung terjadinya proses belajar siswa yang bersifat internal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi dalam proses pembelajaran adalah penerimaan dan penganalisaan melalui alat indera yang dirancang, disusun sedemikian rupa untuk mendukung terjadinya proses belajar.

Berdasarkan komentar yang ditulis oleh para *follower* @dinareonni, mereka memberikan tanggapan positif terhadap konten pembelajaran yang telah diunggah. Beberapa diantaranya mengaku senang dengan adanya akun @dinareonni. Selain itu, terdapat *follower* yang setia menonton konten pembelajaran @dinareonni dari awal sehingga kemampuan berbahasa Koreanya meningkat. Para *follower* juga aktif

bertanya melalui kolom komentar mengenai materi yang sedang dibahas maupun pertanyaan di luar materi. Bahkan terdapat *follower* yang mencatat setiap materi yang diunggah oleh @dinareonni untuk dipelajari kembali.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “Pengaruh Akun TikTok @dinareonni Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Korea dalam Membentuk Persepsi *Follower*”.

1.2. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah membahas pengaruh akun TikTok @dinareonni sebagai media pembelajaran dalam membentuk persepsi *follower*.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Apakah akun TikTok @dinareonni sebagai media pembelajaran berpengaruh positif signifikan dalam membentuk persepsi *follower*?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh akun tiktok @dinareonni sebagai media pembelajaran bahasa korea dalam membentuk persepsi *follower*.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk penelitian selanjutnya dengan meneliti variabel-variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

1.5.2. Secara Praktis

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat menjadi informasi bagi para pengajar untuk berinovasi mengembangkan metode pembelajaran berdasarkan persepsi yang

diteliti dalam penelitian ini dan menjadi masukan bagi pelajar atau penonton untuk menjadi solusi dalam pembelajaran bahasa Korea secara mandiri.

1.6. Sistematika Penyajian

Sistematika penyajian pada penelitian ini dibagi menjadi empat bagian, yakni sebagai berikut :

BAB 1 : Pendahuluan

Dalam bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 : Kerangka Teori

Bab ini terdiri dari pendahuluan, tinjauan pustaka penelitian terkait, landasan teori untuk variabel penelitian yang meliputi media pembelajaran dan persepsi sebagai dasar penyusunan penelitian ini dalam bentuk kutipan buku dan definisi dari sumber lain. Pada bab ini juga diuraikan kerangka berpikir, hipotesis penelitian, desain penelitian, penentuan populasi dan sampel, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, instrumen penelitian dan metode analisis untuk memproses data yang diperoleh dan hipotesis statistik.

BAB 3 : Analisis dan Hasil Pembahasan

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB 4 : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.