

BAB I

PENDAHULUAN

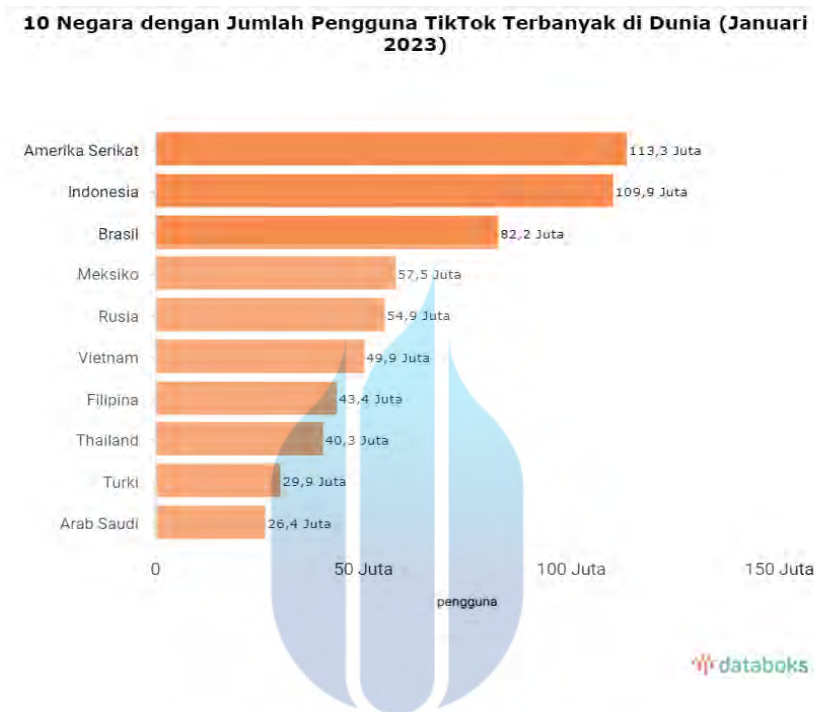
1.1 Latar Belakang

Aplikasi TikTok merupakan aplikasi video singkat asal Cina yang pada awal perilisan September 2016 diperkenalkan sebagai Douyin oleh pendirinya Zhang Yiming. Pria asli Tiongkok tersebut merupakan lulusan *software engineer* dari Universitas Nankai, Cina. Sejak dirilis pada 2016, Douyin sudah mendapat respons positif dari peselancar dunia maya. Dalam waktu singkat aplikasi video singkat tersebut mampu menggaet 100 juta pengguna, dengan sekitar satu miliar video *views* setiap harinya (katadata.co.id, 2023).

Dalam jurnal (Putriyani, 2022) TikTok menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Aplikasi ini menghadirkan *special effects* yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah. Salah satunya adalah perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance, yang memperkenalkan aplikasi edit video bernama TikTok di Indonesia. Dilansir dari TikTok.com, TikTok adalah salah satu bentuk media massa yang menyediakan video dengan durasi singkat yang bertujuan untuk menginspirasi kreativitas dan membawa kegembiraan bagi penggunanya.

Eksistensi aplikasi video singkat, TikTok kian meroket dalam beberapa tahun terakhir, bahkan menjadi salah satu yang populer di dunia. Hal ini terbukti dalam laporan *We Are Social* dan *Hootsuite* yang menyebutkan pengguna media sosial satu ini mencapai 1,05 miliar di seluruh dunia per Januari 2023. Tak hanya itu, pertumbuhan pengguna TikTok dalam setahun terakhir mengalami peningkatan

18,8%. Di mana, pengguna TikTok terbanyak berasal dari Amerika Serikat, yakni mencapai 113,25 juta pengguna per awal 2023. Menyusul AS, Indonesia berada di peringkat kedua dengan jumlah pengguna TikTok mencapai 109,9 juta (katadata.co.id, 2023).



Gambar 1. 1 Data Pengguna TikTok pada 2023 (katadata.co.id, 2023), diakses pada 15 Maret 2023

Perkembangan TikTok di Indonesia sangat melejit disaat pemerintah Indonesia memberlakukan untuk di rumah saja demi menekan angka kasus Covid-19. Hal tersebut tentunya berdampak pada aktivitas dan juga hiburan masyarakat. Namun pada awal munculnya aplikasi tersebut sempat diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan alasan aplikasi tersebut memberikan dampak negatif untuk anak – anak. Setelah 2 tahun berlangsung aplikasi TikTok menjadi trend dan budaya baru buat masyarakat Indonesia (Utama dan Novina, 2018) (dalam Dewa & Safitri, 2021)

Menurut Donny Eryastha selaku *Head of Public Policy* TikTok Indonesia dalam SindoNews.com, pengguna aplikasi TikTok di Indonesia didominasi oleh generasi Z. Dalam Liputan6.com, dikutip dari laman Forbes pada Agustus 2020, lebih dari 60 persen pengguna TikTok terdiri dari generasi Z. Generasi Z juga disebut sebagai generasi internet yang terampil di dunia digital dan cenderung lebih ekspresif (Wijaya & Setyo Utami, 2021). Dalam jurnal (Putriyani, 2022) banyak sekali pengguna dari media sosial ini yakni kalangan muda (Generasi Z) dengan rentang usia 18-24 tahun. *Pitch deck* TikTok mengungkapkan demografi umur pengguna di platformnya, demografi TikTok cukup menarik diantaranya sebanyak 42% pengguna aktif berusia antara 18 dan 24 tahun. Lalu sebanyak 17% berusia antara 13 dan 17 dengan 22% berusia antara 25 dan 34, 12% antara 34 dan 44 dan hanya 7% di atas usia 45.

Alasan TikTok diminati masyarakat karena TikTok merupakan sebuah platform media sosial yang didukung dengan *video, music, text, filter* dan fitur lainnya. Berkembangnya Aplikasi TikTok ini dibuat agar semua orang atau masyarakat luas bisa mengembangkan pemikiran kreatif sebagai bentuk revolusi konten. Aplikasi TikTok juga berbentuk *creating and sharing* konten video ke sesama pengguna TikTok. Aplikasi TikTok di klaim sebagai wujud tolak ukur baru dalam berkreasi bagi para *online content creators* diseluruh dunia (A. M. Putri & Astutik, 2021) (dalam Vidyana & Atnan, 2022).

Terlebih lagi terdapat salah satu ciri khas TikTok yang bernama “*For You*” atau disingkat FYP (*For You Page*). Dalam halaman ini setiap video unggahan pengguna lain baik yang diikuti maupun tidak, dapat ditayangkan sesuai video yang paling disukai dan ditonton oleh pengguna tersebut (Weimann dan Masri, 2020:

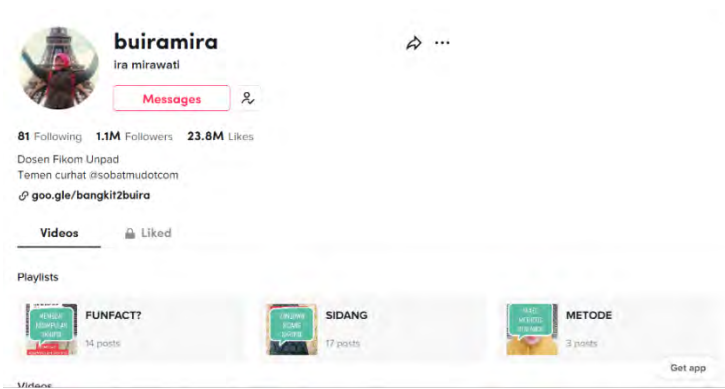
10), sehingga pengguna yang videonya sering ditayangkan dalam FYP dapat menjadi populer di TikTok dan memiliki banyak pengikut atau *followers* (S. D. Putri & Azeharie, 2021).

Dilanjutkan dari lansiran Detikinet, diungkapkan oleh Kevin Chandra selaku *Senior Category Operation Manager* TikTok Indonesia melalui acara virtual #SerunyaBelajar (30/06/2022), bahwa konten edukasi memiliki pertumbuhan paling cepat. Hal ini terbukti dalam waktu singkat kategori edukasi sudah masuk ke dalam posisi 5 teratas di TikTok. Diakui Kevin pencapaian ini turut didapatkan dari dukungan komunitas TikTok khususnya para kreator edukasi di TikTok. Menurutnya para kreator ini sukses mengemas konten edukasinya lebih atraktif, mudah dicerna, dan seru sehingga banyak pengguna menyukainya (Josina, detikinet, diakses 15 Maret 2023).

Salah satu konten edukasi yang muncul dalam *For Your Page* (FYP) di TikTok adalah edukasi Tugas Akhir. Tugas Akhir merupakan karya ilmiah yang diwajibkan kepada mahasiswa tingkat akhir sebagai syarat kelulusan. Untuk memulai penulisan Tugas Akhir dibutuhkan suatu konsep yang jelas tentang apa yang menjadi permasalahan pokok yang akan dituliskan (Damanik, 2018). Terdapat banyak *content creator* yang memberikan konten pembelajaran Tugas Akhir mulai dari merancang, menyusun, dan menyelesaikan Tugas Akhir. Tagar-tagat di TikTok untuk edukasi pun dipergunakan yaitu, #EduTok (lebih dari 48,1 miliar kali tayang), #SerunyaBelajar (lebih dari 25.8 miliar kali tayang), angka ini didapatkan dari pengecekan pada aplikasi TikTok tanggal 15 Maret 2023. Adapun akun *content creator* yang memberikan edukasi Tugas Akhir adalah @buiramira (lebih dari 1 juta *followers* dan 23,8 juta *likes*), @oktaviandd_ (lebih dari 200 ribu *followers* dan

lebih dari 10 juta *likes*), dan @wifau (lebih dari 400 ribu *followers* dan 10 juta *likes*), angka ini didapatkan dari pengecekan pada aplikasi TikTok tanggal 22 Mei 2023.

Salah satu akun yang memiliki banyak *followers*, *likes*, dan *viewers* yang saya jadikan objek penelitian yaitu @buiramira. Akun ini memiliki lebih dari 1 juta *followers* dan 23,8 juta *likes* (22/5/23) yang ia dapat dari konten edukasi seputar Tugas Akhir. Dosen Fikom Universitas Padjajaran dengan nama asli Dr. Ira Mirawati, M.Si. rutin membagikan konten mengenai Tugas Akhir. Konten mengenai Tugas Akhir yang disampaikan Ira Mirawati secara unik dan menarik berawal dari keresahan yang dialami mahasiswa mengenai bagaimana merancang, menyusun, dan menyelesaikan Tugas Akhir. Karena biasanya mahasiswa mengetahui pemahaman Tugas Akhir melalui dosen, dan membaca modul. Tetapi pada kenyataannya mahasiswa informasi yang lebih detail dan meyenangkan mengenai Tugas Akhir. Akun TikTok @buiramira memiliki banyak *followers* karena peneliti melihat bahwa Dr. Ira Mirawati, M.Si bisa memberikan pemahaman mengenai Tugas Akhir mahasiswa sebagai dosen serta dekat dengan gaya anak muda, sehingga akun Ira Mirawati menjadi incaran mahasiswa khususnya mahasiswa tingkat akhir.



Gambar 1. 2 Akun TikTok Dr. Ira Mirawati, M.Si (TikTok, 2023), diakses pada 22 Mei 2023

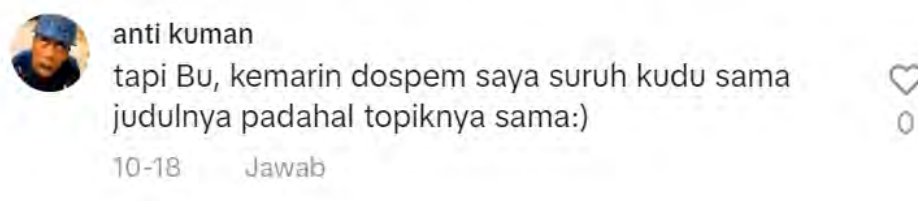
Konten di akun TikTok @buiramira mempunyai konten yang atraktif apalagi Ira Mirawati merupakan dosen Fikom di Universitas Padjajaran yang sering menjadi dosen penguji ataupun dosen pembimbing Tugas Akhir. Salah satunya Ira Mirawati membuat sebuah konten dimana dirinya memberikan tips menemukan penelitian terdahulu dalam satu video yang berjudul “Tidak Menemukan Penelitian Terdahulu”. Di mana dalam video tersebut Ira Mirawati memberikan tips menggunakan menemukan penelitian terdahulu. Dalam video ini Ira Mirawati memberikan edukasi kepada *viewers* mahasiswa tingkat akhir yang sebelumnya tidak diketahui.



Gambar 1. 3 Thumbnail Video TikTok dengan judul “Tidak Menemukan Penelitian Terdahulu” pada akun TikTok @buiramira. Diakses pada 20 November 2023.

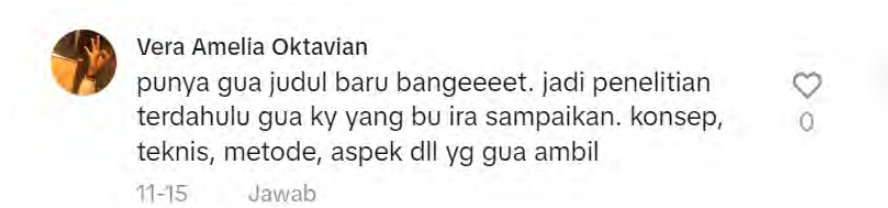
Dari video tersebut dapat dilihat bahwa Ira Mirawati memberikan edukasi trik kepada *followers*. Sehingga *followers* dapat mendapatkan edukasi dari video yang dibuat oleh Ira Mirawati. Ini salah satu fenomena pembelajaran melalui media sosial. Pemilihan media komunikasi dalam pembelajaran pun bermacam-macam, dari menggunakan Youtube, Instagram, atau bahkan yang paling baru adalah TikTok.

Munculnya media sosial merupakan salah satu bentuk sarana komunikasi di tengah perkembangan teknologi hingga saat ini, melalui media sosial memungkinkan kita bertukar informasi dengan cepat dan baik melalui bentuk pesan suara, gambar bahkan audio visual, media sosial merupakan struktur sosial yang berdiri kan dari elemen-elemen individu, kelompok maupun organisasi yang berhubungan serta berinteraksi satu sama lainnya dengan menggunakan perantara berupa teknologi informasi (Abugaza, 2013). Dengan penggunaan sistem media komunikasi yang berbeda-beda, maka akan menimbulkan perbedaan juga dalam setiap pengalamannya. Terlebih terhadap media sosial baru ini, yaitu TikTok. Perbedaan pengalaman ini menghasilkan perbedaan makna dari masing-masing individu yang melakukan. Dengan kata lain subjek menghadapi realitas yang sama namun akan memiliki penafsiran atau pemaknaan yang berbeda (Fortuna, 2022).



Gambar 1. 4 Komentar pada akun TikTok @buiramira pada kolom komentar pada video dengan judul “Tidak Menemukan Penelitian Terdahulu” diakses pada 20 November 2023.

Dalam komentar tersebut menjelaskan bahwa salah satu penontonnya memberikan intrepetasi berdasarkan pengalamannya, yang di mana tidak bisa memiliki interpretasi yang sama karna tidak seperti dosen dari penonton tersebut.



Gambar 1. 5 Komentar pada akun TikTok @buiramira pada kolom komentar pada video dengan judul “Tidak Menemukan Penelitian Terdahulu” diakses pada 20 November 2023.

Sedangkan dalam komentar berikut menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan Ira Mirawati bisa diterima karna sesuai dengan pengalamannya.

Dari beragam komentar yang ada di video tersebut, menciptakan perbedaan penerimaan pemaknaan oleh penonton. Sehingga dibutuhkan analisis resepsi yang merujuk pada definisi penonton atau khalayak menerima isi pesan yang ditujukan oleh media. Dalam hal ini, teori resepsi khalayak dari Stuart Hall dikutip dari Baran & Davis, merupakan faktor kontekstual mengubah cara khalayak dalam membaca media. Riset yang dilakukan Hall memiliki perhatian langsung atas analisis dalam konteks sosial dan politik yang pada isi media diproduksi (*encoding*) lalu konsumsi isi media (*decoding*) dalam kehidupan sehari-hari (Dwiputra, 2021). Hal ini yang mendorong terjadinya interpretasi yang beragam dari teks-teks media selama proses produksi serta penerimaan (resepsi) (Pramesthi, 2021).

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu bagaimana Resepsi *Followers* Pada Konten Edukasi Tugas Akhir Dalam Akun Tiktok @buiramira?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari fokus penelitian yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Resepsi *Followers* Pada Konten Edukasi Tugas Akhir Dalam Akun Tiktok @buiramira.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan dunia komunikasi dan dapat dijadikan sebagai media pembelajaran.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk akun TikTok @buiramira sebagai sarana informasi dan pembelajaran.