

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini sudah sangat jauh berkembang pesat dari tahun – tahun sebelumnya. Semuanya bisa terlihat dan dirasakan dari orang – orang yang sedikit demi sedikit mulai meninggalkan media informasi cetak menjadi digital. Media informasi digital dinilai menjadi sangat praktis dan efisien karena dapat dilihat dan diakses kapanpun dan dimanapun oleh masyarakat, selain itu konten dan informasi yang ditawarkan jauh lebih menarik minat siapapun yang melihatnya. Di berbagai penjuru dunia mungkin tidak ada yang tak mengenal internet untuk saat ini. Bahkan umur bukan lagi penghalang untuk siapapun yang ingin mengakses dunia digital. Anak usia 5 tahun saat ini sudah banyak sekali yang terampil menggunakan *smartphone*, begitupun dengan orang tua usia diatas 50 tahun. Banyak sekali aplikasi atau platform yang sangat menghibur dan disukai ataupun berita yang dapat memberikan informasi yang sangat cepat, seperti hadirnya berbagai media sosial yang saat ini sangat populer. Kondisi ini sangat mempengaruhi pola komunikasi pada masyarakat. Menurut data survey yang telah dilakukan oleh *WeareSocial* dan *Hototsuie* pada Bulan Februari tahun 2020, terungkap bahwa 3,8 Milyar dari 4,5 Milyar orang yang pengguna aktif internet sudah memiliki akun media sosialnya masing – masing atau hampir 60% penduduk dunia dari separuh populasi di bumi.

Media sosial merupakan wadah atau platform untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu (Hendroyono: 2014). Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Dengan menggunakan media sosial masyarakat bisa berkomunikasi tanpa khawatir akan batasan jarak dan waktu, seperti kita dapat berkomunikasi antar kota, provinsi, bahkan negara kapan saja dengan sangat efisien sehingga tidak perlu menghabiskan waktu seperti halnya pengiriman surat melalui pos. Penggunaan media sosial saat ini tidak hanya digunakan untuk media bersosialisasi saja tetapi sudah dijadikan sumber informasi yang dapat diakses dan dibagikan dengan cepat. Berdasarkan hasil survey dari data *Intrnet World Stats* pada tahun 2019 tercatat bahwa Indonesia merupakan Negara yang memiliki pengguna media sosial paling aktif urutan ketiga di Asia di bawah Tiongkok dan India, yaitu sekitar 53% atau 143,26 juta jiwa dari total populasi di tanah air. Jumlah ini setara dengan 6,5% pengguna media sosial aktif di seluruh wilayah bagian Asia. Hal ini menyatakan bahwa penggunaan media sosial 25% dari populasi dan rata – rata waktu yang telah digunakan oleh orang – orang di Indonesia untuk mengakses media sosial adalah 2 jam 54 menit setiap harinya.

Banyak faktor dan alasan yang mempengaruhi mengapa di era digital seperti ini orang – orang sangat bergantung dan candu terhadap internet juga media sosial. selain untuk memenuhi kebutuhan informasi sehari-hari tetapi juga banyak digunakan untuk penghilang jenuh, Stress dengan tekanan pekerjaan,

kurang timbulnya kepercayaan pada diri sendiri untuk dapat berinteraksi di depan orang – orang baru secara langsung, sulitnya menemukan teman yang cocok secara individu, sebagai pemenuhan kebutuhan informasi serta alasan lain yang dapat mempengaruhi perubahan komunikasi, mengapa orang – orang bisa menghabiskan beberapa jam di depan layar *Smartphone* untuk mengakses jejaring media sosial.

Pada tahun 2002 adalah awal pertama kali munculnya media jejaring sosial yang mempunyai fitur membuat profile kreatif dan terkoneksi secara virtual dengan orang di seluruh dunia dengan mudah bernama *Friendster*. *Friendster* menjelma menjadi platform yang digandrungi oleh orang – orang hampir di setiap negara, dan kemunculannya memicu hadirnya platform lain seperti *Myspace*, *Linkedin*, *Facebook*, *Youtube*, *Twitter*, *Instagram*, *Snapchat*, *Tiktok*, dan media jejaring sosial lainnya.

Pada era modernisasi seperti saat ini jejaring sosial (*social networking*) seperti *Facebook*, *Youtube*, *Twitter*, *Instagram*, *Snapchat*, *Tiktok*, dan lain-lain pasti telah banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Jenis-jenis jejaring sosial tersebut pernah menjadi sebuah fenomena baru bagi kehidupan manusia, dimana manusia dapat merasakan dan terlibat langsung dalam proses tersebut. Salah satu jenis jejaring sosial yang saat ini sedang marak digunakan oleh masyarakat adalah *Tiktok*.

Tiktok merupakan sebuah jejaring sosial yang kini banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, berdasarkan hasil penelitian Sensor Tower, *Tiktok* menempati posisi pertama dari lima media sosial terpopuler di dunia dengan

jumlah unduhan baik di *Google Play Store* maupun *App Store* mencapai lebih dari 300 juta pengguna selama periode kuartal kedua tahun 2020. Banyak masyarakat yang memilih menggunakan jejaring sosial *Tiktok* karena keunggulannya yang berbeda dari jejaring sosial lainnya dimana setiap penggunanya dituntut untuk lebih kreatif dalam membuat konten maupun menyebarkan informasi, sehingga dapat dilihat dan menarik perhatian pengguna lainnya. Di dalam aplikasi *Tiktok* terdapat fitur-fitur dan spesial efek yang disajikan dengan beraneka ragam, serta background music yang populer. Tak hanya itu, jejaring sosial *Tiktok* menawarkan banyak kelebihan bagi penggunanya seperti untuk mendapatkan informasi yang selalu up to date mengenai informasi apa saja baik hiburan, wisata, kuliner, berita politik dalam negeri dan informasi penting lainnya.

Di tahun 2020 *Tiktok* banyak melakukan dan menambahkan perubahan fitur dan efek yang di tawarkan, sehingga banyak berubah fungsi yang awalnya hanya untuk hiburan kini berubah menjadi sebuah wadah pertukaran informasi yang sangat kreatif, cepat dan memberikan kesan fresh. Banyak dari pengguna *Tiktok* yang berbagi informasi mengenai wisata kuliner, destinasi wisata lokal, review barang hingga tips and trick wawancara kerja di perusahaan. Semuanya tersedia di *Tiktok* dengan cara penyampaian masing – masing melalui akun para konten kreator untuk berbagi konten miliknya. Selain itu juga banyak berbagai konten yang disajikan *Tiktok* di bagikan kembali di platform lain seperti instagram, twitter, youtube karena para pengguna dari platform lain merasakan dampak positif dari informasi – informasi yang disajikan di platform *Tiktok*. Inilah

yang membuat *Tiktok* dapat bertahan hingga saat ini dan semakin di cintai oleh para penggunanya.

Perkembangan *Tiktok* juga berdampak tidak hanya di kota – kota besar di Indonesia, tetapi menyebar luas ke kota – kota lainnya bahkan sampai ke kota - kota kecil sekalipun. Tidak sedikit dari mereka yang sering mengunggah aktifitas sehari-hari, berbagi informasi seputar kuliner, destinasi wisata daerah, hingga informasi lainnya.

Kota Bandung adalah salah satu Kota yang tak luput dari maraknya penyebaran penggunaan jejaring sosial *Tiktok*. Ibukota dari provinsi Jawa Barat ini memiliki banyak sekali destinasi wisata dan kuliner yang banyak menarik minat dari masyarakat Indonesia yang tinggal di luar Kota Bandung. Banyak berbagai konten yang di bagikan oleh para pengguna seputar informasi – informasi destinasi wisata, kuliner, dan informasi menarik lainnya.

Pada saat ini *Tiktok* telah banyak digunakan oleh berbagai kalangan salah satunya yaitu mahasiswa unikom dapat terlihat pada tagar #unikombandung pada jejaring sosial *Tiktok* dengan total sebanyak 490.600 ribu views memperlihatkan bahwa banyak konten maupun segala informasi yang berkaitan dengan Unikom Bandung yang dibuat oleh para mahasiswa unikom. Sebagai makhluk intelektual mahasiswa tidak dapat terlepas dari dunia teknologi saat ini pastinya menjadikan dan menggunakan jejaring sosial *Tiktok* untuk kebutuhan informasi yang mereka butuhkan sebagai sebuah kebiasaan baru yang rutin untuk mereka gunakan dalam kehidupan sehari – hari. Dengan menggunakan *Tiktok* mereka dapat mencari informasi apapun seputar yang diinginkan khususnya mengenai destinasi wisata,

kuliner yang sedang tren, hingga café – café yang menjadi buruan orang – orang untuk menghabiskan waktu ketika senggang.

Dr. Yanuar Nugroho menuturkan bahwa Jejaring sosial salah satunya seperti *Tiktok* dapat mengubah perilaku kehidupan masyarakat dalam hitungan menit saja. Seperti akun kreator @hndriaditya yang merupakan salah satu contoh konten kreator *Tiktok*, selalu memberikan berbagai informasi seputar kuliner, destinasi wisata, dan tempat – tempat (café dan coffee shop) yang menarik di Kota Bandung. Dengan banyaknya konten – konten yang di bagikan olehnya dapat mengubah perilaku kehidupan masyarakat seperti orang – orang yang awalnya kurang tertarik untuk berpergian menjadi merubah pikirannya karena melihat konten yang menarik perhatian dari akun konten kreator tersebut. Hal tersebut juga berperan kepada mahasiswa yang menjadi sangat terbantu ketika akan berpergian untuk sekedar mengerjakan tugas mandiri ataupun tugas kelompok tetapi terhambat karena merasa kebingungan dengan ketidaktahuan dan kurangnya ketertarikan untuk mencari tahu tempat – tempat menarik yang ada di Kota Bandung. Dengan adanya konten yang dibagikan oleh @hndriaditya menjadikan mahasiswa mendapat kemudahan untuk memilih kemana tujuan mereka dengan mudah sesuai apa yang mereka ingin dan butuhkan.

Peranan adalah sesuatu yang diperbuat dan besar pengaruhnya terhadap suatu peristiwa (Kamisa, 1997:240)

Jejaring sosial *Tiktok* memiliki banyak peranan penting dalam memberikan informasi untuk kehidupan masyarakat saat ini khususnya dalam penelitian ini yaitu untuk mahasiswa Unikom. Begitu banyak pengaruh serta dampak yang

ditimbulkan agar memberikan banyak perubahan signifikan khususnya orang yang mudah menerima efek dari globalisasi tersebut dengan cepat, agar dapat menikmati segala perkembangan baru yang ada terutama mengenai teknologi informasi dan komunikasi. Tidak dapat di pungkiri, bahwa manusia akan selalu terlibat dalam penggunaan media jejaring sosial pada saat ini dan *Tiktok* yang merupakan bagian dari teknologi informasi dan komunikasi tersebut. *Tiktok* muncul dengan menawarkan banyak kemudahan untuk masyarakat dalam memperoleh segala informasi yang sesuai dengan kebutuhan manusia.

Oleh karena itu dilihat dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti mengangkat rumusan masalah sebagai berikut :

“Peranan Jejaring Sosial *Tiktok* Dalam Memperoleh Informasi di Kalangan Mahasiswa”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan pokok masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut:

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Peranan Jejaring Sosial *Tiktok* dalam memperoleh Informasi di Kalangan Mahasiswa ?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana Informasi serta Pengetahuan yang disajikan jejaring sosial *Tiktok* dapat bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan informasi seputar wisata kuliner di kalangan mahasiswa

2. Bagaimana pengalaman menyenangkan yang diberikan jejaring sosial *Tiktok* dalam memenuhi kebutuhan informasi Seputar Wisata Kuliner di kalangan mahasiswa?
3. Bagaimana dampak yang diberikan jejaring sosial *Tiktok* dalam memenuhi kebutuhan informasi Seputar Wisata Kuliner di kalangan mahasiswa?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan mengenai Peranan Jejaring Sosial *Tiktok* dalam Memperoleh Informasi Seputar Wisata Kuliner di Kalangan mahasiswa.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Informasi serta pengetahuan yang disajikan jejaring sosial *Tiktok* dapat bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan informasi seputar wisata kuliner di kalangan mahasiswa.
2. Untuk mengetahui Bagaimana pengalaman menyenangkan yang diberikan jejaring sosial *Tiktok* dalam memenuhi kebutuhan informasi seputar wisata kuliner di kalangan mahasiswa.
3. Untuk mengetahui bagaimana dampak yang diberikan jejaring sosial *Tiktok* dalam memenuhi kebutuhan informasi seputar wisata kuliner di kalangan mahasiswa.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang peneliti tulis dari masalah penelitian ini dapat berupa kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis. Dimana nantinya peneliti mendapatkan hasil dalam penelitian ini akan dapat berguna secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat berguna secara teoritis terhadap pengembangan dalam bidang Ilmu Komunikasi pada umumnya, sedangkan kegunaan teoritis secara khususnya diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai peranan jejaring sosial *Tiktok*

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun hasil penelitian ini secara praktis, diharapkan dapat memberikan suatu masukan atau referensi untuk membantu memecahkan dan mengantisipasi masalah yang ada pada objek yang akan di teliti. Dan kegunaan secara praktis pada penelitian ini , sebagai berikut:

1.4.2.1 Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan melalui penerapan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan serta membandingkannya dengan fakta dan kondisi realita yang terjadi di lapangan

1.4.2.2 Kegunaan Bagi Universitas

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi ataupun literature bagi mahasiswa pada khususnya dan kalangan akademis yang juga hendak melakukan penelitian dengan tema yang sama pada umumnya serta sebagai bahan

informasi dan gambaran untuk penelitian selanjutnya terutama untuk penelitian dengan tema yang sama.

1.4.2.3 Kegunaan Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat yang ingin mendapatkan informasi mengenai peranan jejaring sosial *Tiktok* dan untuk bisa mendeskripsikan peranan yang muncul baik positif maupun negatif terhadap kemajuan teknologi terutama pada bidang sosial media.