

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bagi orang-orang yang ingin diakui eksistensinya oleh masyarakat luas melalui media sosial biasanya akan menggunakan media sosial yang bersifat terbuka seperti Youtube, Instagram, Facebook, TikTok dan lain-lain. Karena disinilah tempat kita bisa secara bebas dan terbuka dalam berinteraksi. Kita dikenal sebagai apa dan siapa itu kita yang memutuskan, karena apa yang kita posting melalui media sosial akan menjadi gambaran diri kita bagaimana kita memposisikan diri dimata masyarakat luas.

Banyak penyebab yang di timbulkan oleh efek media sosial yang mendorong orang memiliki perilaku komunikasi tertentu, salah satunya media sosial TikTok yang merupakan aplikasi media sosial yang dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan penggunaannya dan merupakan salah satu alat komunikasi yang memang berbeda dengan media sosial lainnya. Media sosial TikTok memungkinkan pengguna untuk secara cepat dan mudah membuat video-video pendek yang unik untuk kemudian dibagikan ke teman-teman dan dunia. Memberdayakan pemikiran-pemikiran yang kreatif sebagai bentuk revolusi konten, menjadikan media sosial ini sebagai sebuah wujud tolak ukur baru dalam berkreasi bagi para online *content creators* di seluruh dunia, terutama Indonesia.

Perilaku komunikasi merupakan suatu tindakan atau respon seseorang dalam lingkungan dan situasi komunikasinya. Perilaku komunikasi dapat diamati melalui kebiasaan komunikasi seseorang, sehingga perilaku komunikasi seseorang

akan pula menjadi kebiasaan pelakunya. Definisi perilaku komunikasi tidak akan lepas dari pengertian perilaku dan komunikasi. Perilaku pada dasarnya berorientasi pada tujuan yaitu perilaku atau kebiasaan seseorang umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk mendapatkan sesuatu dan untuk memperoleh tujuan tertentu. “Perilaku adalah hasil pengalaman, dan perilaku digerakkan atau dimotivasi oleh kebutuhan untuk memperbanyak kesenangan dan mengurangi penderitaan”. (Rakhmat, 2008:22)

Dalam buku ‘Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar’ karangan Dedy Mulyana; Harold D. Lasswell mengemukakan: “Bahwa pada dasarnya komunikasi merupakan proses menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa dan dengan akibat apa atau hasil apa”. (Mulyana, 2015:62)

Dalam perilaku komunikasi tidak terlepas dari peran komunikasi verbal dan komunikasi non verbal. Komunikasi verbal adalah semua jenis interaksi yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan bicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Sedangkan komunikasi non verbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk non verbal atau tanpa kata-kata. Dalam hidup nyata komunikasi non verbal ternyata jauh lebih dipakai daripada komunikasi verbal dengan kata-kata. Dalam berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi non verbal ikut terpakai. Komunikasi non verbal bersifat tetap dan selalu ada. Dalam berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi non verbal ikut terpakai. Karena itu komunikasi non verbal bersifat tetap dan selalu ada. (Hardjana, 2003:26)

Banyak penyebab yang ditimbulkan oleh efek media sosial yang mendorong orang memiliki perilaku komunikasi tertentu, salah satunya media sosial TikTok yang merupakan aplikasi media sosial yang dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan penggunanya dan merupakan alat komunikasi yang memang berbeda dengan media sosial lainnya. Media sosial TikTok merupakan media sosial yang sedang *trend* saat ini dibandingkan dengan media sosial lain yang sudah banyak digunakan oleh orang-orang.

Hambatan dalam berkomunikasi pun tentu akan terjadi. Komunikasi tidak akan berjalan dengan efektif ketika di dalam komunikasi tersebut terdapat hambatan yang menimbulkan adanya kesalahpahaman ataupun akan berdampak pada hasil atau feedback dari komunikasi tersebut. Perilaku komunikasi dapat diamati melalui makna dari berbagai simbol seperti dalam teori interaksi simbolik.

Tapi kini dapat kita lihat bahwa media sosial bukan lagi sekedar alat untuk berkomunikasi dan berinteraksi saja, tetapi sudah menjadi suatu kesenangan hidup untuk orang-orang yang menggunakannya. Mereka dapat melakukan apapun di media sosial TikTok ini mulai dari berbagi foto, musik, film, buku, update status dan lain-lain yang kan menimbulkan suatu keeksisan diri dan perubahan dalam perilaku komunikasi dari media sosial TikTok ini.

Eksis adalah keadaan seseorang bisa menerima dirinya secara utuh, sehingga orang lain pun bisa menerima dirinya apa adanya (diakui). Eksistensi itu bukan bersifat materi. Eksistensi tidak berbentuk kasat mata. Eksistensi tidak perlu dicari, atau dikejar. Dia akan hadir sejalan dengan hadirnya penerimaan diri yang utuh. Turunan dari eksistensi ini adalah percaya diri. Percaya diri untuk melakukan

kebaikan untuk orang lain. Percaya diri untuk berusaha berprestasi. Percaya diri untuk menggali potensi. Percaya diri untuk melakukan segala hal yang dia yakini akan memberikan kebaikan pada semua. Aktivitasnya bukan untuk menunjukkan pada orang lain: lihatlah saya bisa, tapi dilakukan karena memang seharusnya dilakukan dan dia mampu.

Hadirnya media sosial TikTok ditengah-tengah kehidupan Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia, diharapkan dapat membawa dampak positif, menjadi media informasi, sebagai segala sumber informasi, menambah wawasan, memperluas jaringan pertemanan, mempererat komunikasi antar kerabat atau teman sejawat, memperluas bidang keterampilan dan masih banyak lagi.

Mahasiswa adalah generasi penerus, bangsa ini membutuhkan peran yang bisa melakukan perubahan yang terjadi di tengah-tengah masyarakat. Peran mahasiswa sebagai *agent of chance* dan *social control* mengharuskan mahasiswa membuka mata dan peduli terhadap sesamanya. Mahasiswa sebagai makhluk sosial yang selalu ingin tahu akan kemajuan teknologi seperti penggunaan media sosial TikTok diantara mahasiswa.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti memilih pengguna media sosial TikTok sebagai penelitian, karena ingin mengetahui bagaimana perilaku komunikasi para pengguna media sosial TikTok dalam menunjukkan eksistensi diri di kalangan Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia, dan tentunya dengan kelebihan dan kekurangan dari media sosial TikTok ini, yang akan membawa dampak besar bagi perilaku Mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan latar belakang dan uraian tertulis diatas, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial TikTok di Kalangan Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana **Komunikasi Verbal** pengguna media sosial TikTok dalam menunjukkan eksistensi diri di kalangan mahasiswa Universitas Komputer Indonesia?
2. Bagaimana **Komunikasi Non Verbal** pengguna media sosial TikTok dalam menunjukkan eksistensi diri di kalangan mahasiswa Universitas Komputer Indonesia?
3. Bagaimana **Hambatan Komunikasi** pengguna media sosial TikTok dalam menunjukkan eksistensi diri di kalangan mahasiswa Universitas Komputer Indonesia?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial TikTok Dalam Menunjukkan Eksistensi Diri di Kalangan Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui **Komunikasi Verbal** pengguna media sosial TikTok dalam menunjukkan eksistensi diri di kalangan mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.
2. Untuk mengetahui **Komunikasi Non Verbal** pengguna media sosial TikTok dalam menunjukkan eksistensi diri di kalangan mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.
3. Untuk mengetahui **Hambatan Komunikasi** pengguna media sosial TikTok dalam menunjukkan eksistensi diri di kalangan mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis penelitian adalah berguna bagi pembaca sebagai pengembangan Ilmu Komunikasi serta pengembangan tentang Perilaku Komunikasi secara umum dan pengembangan ilmu tentang Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial TikTok Dalam Menunjukkan Eksistensi Diri di Kalangan Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Peneliti

Sebagai langkah untuk menambah pengetahuan yang baru bagi peneliti mengenai perilaku komunikasi yang terjadi di kalangan Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia dalam menggunakan media sosial TikTok.

b. Akademi

Sebagai bahan masukan untuk menyempurnakan ilmu-ilmu yang berkaitan dengan ilmu komunikasi dan yang akan melakukan penelitian tentang perilaku komunikasi.

c. Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat yang ingin mendapatkan informasi mengenai perilaku komunikasi dalam menunjukkan eksistensi diri bagi pengguna media sosial TikTok dan untuk mendeskripsikan perilaku komunikasi yang muncul baik itu positif maupun negatif terhadap kemajuan teknologi terutama di bidang media sosial. Terutama bagi Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia agar mengetahui dan memahami Perilaku Komunikasi Dalam Menunjukkan Eksistensi di Kalangan Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.