

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Sosial media mengalami perkembangan yang sangat signifikan setiap tahunnya. Perkembangan sosial media dengan keunikan serta kelebihan masing-masing yang membuat seseorang tertarik menggunakan sosial media. Pegiat sosial media tak memandang umur ataupun gender, semua kalangan dapat seta tertarik menggunakan sosial media, terkhusus kalangan remaja.

Van Dijik (Nasrullah, 2015), bahwa media sosial adalah Platform media yang menfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Selain itu menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dengan perusahaan dan sebaliknya (Kotler & Keller, 2012).

Berdasarkan laporan We Are Social, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada januari 2022. Jumlah ini telah meningkat 12.35% dibandingkan pada tahun sebelumnya sebanyak 170 juta orang. Melihat trennya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Walau demikian, pertumbuhannya mengalami fluktuasi sejak 2014-2022. Adapun, WhatsApp menjadi media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Presentasinya tercatat mencapai 88.7%, setelahnya ada Instagram dan Facebook dengan presentase masing-masing sebesar 84,8% dan 81,3%, sementara proporsi pengguna TikTok dan Telegram berturut-turut sebesar 63,1% dan 62,8% (Mahdi, 2022). Sekian banyaknya pengguna media sosial di Indonesia yang berjumlah 191

juta orang, 63,1% di antaranya pengguna sosial media TikTok. Hal ini pula yang menjadikan media sosial TikTok menjadi urutan 4 pengguna terbanyak di Indonesia.

Perkembangan media sosial ini membuat remaja berlomba-lomba dalam membina komunitas melalui jejaring internet terutama media sosial yang terdiri dari Facebook, Twiter, YouTube, TikTok, Instagram, WhatsApp, Game Online dan masih banyak lagi. Dalam perkembangan teknologi sekarang, salah satu media sosial yang paling menonjol sangat populer dikalangan anak-anak maupun remaja dan mahasiswa adalah media sosial TikTok (Oktaheriyani, 2020).

Berbicara media sosial TikTok tidak lepas dari pembahasan awal mula kemunculan TikTok yang cukup kontroversi. Kehadiran TikTok pada awalnya dikenal sebagai aplikasi sinkron bibir (*lip-sync*), dimana konten video yang berada dalam aplikasi TikTok berisi video-vedeo orang bejoget, *lip-sync* lagu, akibat konten-konten seperti itu yang menyebabkan TikTok ini banyak menuai kecaman.

Media TikTok dapat digunakan sebagai hal yang bermanfaat bagi diri sendiri, ataupun sebaliknya merugikan diri sendiri. Ketika media di manfaatkan sebgaimana mestinya akan memberikan dampak yang sangat positif namun berbeda halnya ketika menggunakan media TikTok dengan keliru merberikan kita hal yang negatif, seperti menyianyiakan waktu, melakukan hal yang tidak sepatasnya dan melanggar norma-norma.

Namun dengan berjalannya waktu, dan perkembangan sosial media, TikTok saat ini sudah menjadi media yang sangat di digandrungi oleh masyarakat khususnya remaja dan mahasiswa. Dimana saat ini konten-konten TikTok saat ini telah memiliki banyak varian konten seperti konten edukatif, inspirasi, hiburan, dan masih banyak lagi konten-konten yang dapat di temui.

TikTok sangat memungkinkan pengguna secara cepat dan mudah untuk membuat konten video-video pendek yang unik kemudian dapat di bagikan kepada teman bahkan ke

seluruh pegiat media sosial. Memberdayakan pemikiran-pemikiran kreatif sebagai bentuk pembaharuan konten, serta menjadikan media sebagai tolak ukur baru dalam berkreasi.

Melihat pengguna TikTok yang sangat pesat peningkatannya hingga banyak menimbulkan efek terhadap perilaku pengguna. Media sosial yang memiliki pengaruh yang sangat besar dan mempengaruhi perilaku seseorang. Para pengkaji media dan budayawan kritis telah menggunakan pendekatan untuk memahami arti penting sosio-kultural media dalam kehidupan sehari-hari, diantaranya; media sebagai pembentuk, cermin, pengemas, guru, ritual, atau bahkan “Tuhan” (Ibrahim, 2014).

Efek media TikTok yang dapat mempengaruhi pribadi seseorang, dari sekian banyak efek yang di timbulkan oleh TikTok terhadap pengguna, dapat memberikan pengaruh kepercayaan diri dalam berkomunikasi. Banyak pengguna baru di dalam media sosial TikTok yang berusaha menampilkan dirinya di publik melalui media TikTok ini, dengan berbagai jenis konten seperti bercerita (storytelling), tips dan trik, konten edukasi, konten sehari dengan kehidupan, *unboxing* produk dan masih banyak lagi, konten-konten demikian yang berkaitan dengan komunikasi serta konten ini pula yang banyak di buat oleh pengguna media sosial TikTok.

Kepercayaan diri dapat dibentuk dan diciptakan oleh individu masing-masing yang didasari dengan keinginan, serta optimis. Faktor kebiasaan yang membiasakan seseorang terhadap membentuk kepercayaan dirinya, salah satunya dengan membuat konten-konten video di TikTok dan mempublikasikannya di dunia maya serta dilakukan dengan konsisten. Kebiasaan akan terbentuk dengan sendirinya ketika suatu hal dilakukan secara terus menerus. Hal ini yang semikian memicu terbentuknya kepercayaan diri dalam berkomunikasi baik di media TikTok maupun dalam kehidupan sehari-hari.

Kurangnya kepercayaan diri mahasiswa menyebabkan kegagalan mereka dalam berkomunikasi atau menyampaikan pesan, dibuktikan dalam beberapa pertemuan peneliti

bersama mahasiswa dimana mereka menyatakan bahwa mereka tidak mampu berkomunikasi dengan baik disebabkan mereka merasa kurang percaya diri. Contoh kecil masalah yang mereka alami pada saat di ruang perkuliahan, dimana mereka memiliki konsep dalam memberi pertanyaan atau pun menjawab pertanyaan namun mereka tak dapat mengekspresikannya. Lain halnya dengan mahasiswa yang tidak memiliki kepercayaan diri dalam berkomunikasi di tempat umum seperti, ketika mereka berorasi, membawa sambutan atau tampil di forum tertentu semua itu disebabkan grogi, malu dan tidak percaya diri.

Fenomena yang terjadi pada saat ini dalam media TikTok banyak pengguna baru yang awam dalam membuat konten TikTok. Pengguna awam yang memiliki komunikasi yang kurang baik, namun dengan mereka membuat konten secara konsisten dapat membantu gaya dan cara komunikasi mereka menjadi lebih baik. Hal ini dapat di buktikan dengan kreator-kreator tiktok pada saat ini.

Melihat merambahnya TikTok disegala kalangan tak mengenal tua-muda, wanita-pria, remaja-anak-anak, serta hampir di seluruh khalayak menggunakan media TikTok dalam kehidupannya. Terlebih fenomena pada saat ini banyak pelajar yang menggunakan media TikTok sebagai sarana belajar, mencari hiburan ataupun digunakan untuk menghilangkan kejenuhan. Tak terkecuali bagi kalangan yang berada di perguruan tinggi, terkhusus mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kendari.

Dari latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti masalah tersebut dengan judul “Penggunaan Media TikTok Sebagai Sarana Membangun Kepercayaan Diri Dalam Berkomunikasi : Ditinjau Dari Psikologi Komunikasi”.

## **1.2.Fokus Penelitian**

- 1) Mahasiswa yang diteliti ialah mahasiswa yang menggunakan media TikTok, memanfaatkan media untuk meningkatkan skill komunikasi mereka serta membangun kepercayaan diri mahasiswa. Memanfaatkan media TikTok seperti meningkatkan

kreatifitas serta lebih terkhusus terhadap meningkatkan kepercayaan diri seseorang, membiasakan seseorang dalam berkomunikasi.

- 2) Komunikasi yang diteliti adalah bagaimana peningkatan kepercayaan diri mahasiswa dalam berkomunikasi setelah menggunakan aplikasi TikTok, serta pengguna tiktok dapat membiasakan diri untuk berkomunikasi melalui media TikTok, kemudian dapat berimbas pada keberanian diri dalam berkomunikasi di publik.
- 3) Psikologi komunikasi yang diteliti adalah bagaimana pengguna tiktok dapat membiasakan diri untuk berkomunikasi melalui media TikTok, kemudian dapat berdampak pada keberanian diri dalam berkomunikasi di publik.

### **1.3.Rumusan Masalah**

- 1) Bagaimana mahasiswa IAIN Kendari memanfaatkan media TikTok sebagai sarana membangun kepercayaan diri dalam berkomunikasi ?
- 2) Bagaimana pengaruh penggunaan media TikTok terhadap peningkatan kepercayaan diri mahasiswa IAIN Kendari dalam berkomunikasi ?
- 3) Bagaimana analisis psikologi komunikasi terhadap media TikTok sebagai sarana membangun kepercayaan diri dalam berkomunikasi ?

### **1.4.Tujuan Penelitian**

- 1) Untuk mengetahui pemanfaatan media TikTok terhadap peningkatan kepercayaan diri mahasiswa dalam berkomunikasi.
- 2) Untuk mengetahui tingkat kepercayaan diri mahasiswa dalam berkomunikasi setelah menggunakan media TikTok.
- 3) Untuk mengetahui analisis psikologi komunikasi terhadap media TikTok sebagai sarana membangun kepercayaan diri dalam berkomunikasi.

## 1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini ditinjau dari dua aspek, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

### 1) Secara Teoritis

- a) Secara ilmiah, penelitian ini memberikan kontribusi pemikiran mengenai perlunya pembinaan terhadap pengguna media TikTok dalam menggunakan media agar kiranya menjadi aktifitas yang positif serta dapat ditiru.
- b) Dapat menjadi referensi maupun sumbangan pustaka bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian mengenai media TikTok dan psikologi komunikasi.

### 2) Secara Praktis

#### a) Bagi Peneliti

Memperluas wawasan dan menambah khasanah baru tentang penggunaan media TikTok sebagai salah satu sarana membangun kepercayaan diri dalam berkomunikasi.

#### b) Bagi Akademik

Bagi akademik, penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang konstruktif terhadap pengembangan studi ilmu komunikasi di Indonesia. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi pembaca dalam mengetahui efek positif penggunaan TikTok.

#### c) Bagi Masyarakat

Menjadi referensi publik dalam mengetahui bahwa menggunakan TikTok tak selamanya dijadikan sebagai media hiburan, namun dapat dijadikan sebagai sarana pembelajaran, seperti pengembangan diri, peningkatan kreatifitas dan mengembangkan kepercayaan diri, lebih terkhusus menjadikan tempat latihan

berkomunikasi agar kiranya dapat memperbaiki komunikasi di kehidupan sehari-hari dan di publik.

## **1.6. Definisi Operasional**

Untuk mencegah terjadinya kesalahan dalam pemaknaan definisi pada judul penelitian ini maka penulis mendefinisikan beberapa istilah dalam judul ini sebagai berikut:

### **1) Media TikTok**

Aplikasi TikTok merupakan sebuah Platform atau wadah seseorang dalam mengeskpresikan diri dalam berkarya, belajar, hingga menghibur diri. Aplikasi TikTok diluncurkan oleh perusahaan di China September 2016. Viralnya Tiktok di Indonesia dimulai pada awal tahun 2018 serta semakin meningkat pengguna tiap tahunnya hingga saat ini. Aplikasi TikTok sering kali digunakan dalam membuat konten yang menghibur, mengedukasi, dan berbagai macam jenis lainnya. Namun fokus peneliti ingin mengetahui bagaimana tiktok dapat memberikan kepercayaan diri kepada user-nya dalam berkomunikasi.

### **2) Kepercayaan Diri**

Kepercayaan Diri adalah kepercayaan seseorang kepada kemampuan yang ada dalam kehidupannya. Kepercayaan diri juga sebagai keyakinan akan kemampuan diri dalam kehidupan seseorang dalam menerima kenyataan, sehingga dapat mengembangkan kesadaran diri berfikir positif dan mandiri.

### **3) Psikologi Komunikasi**

Psikologi komunikasi berupaya menjelaskan bagaimana individu berinteraksi satu sama lain berdasarkan tinjauan psikologi. Psikologi komunikasi sangatlah penting dalam memahami berbagai situasi sosial dimana kepribadian menjadi penting serta bagaimana seseorang memiliki pengaruh terhadap orang lain.