

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digital, platform media sosial sudah menjadi kebutuhan masyarakat saat ini. Masyarakat Indonesia berusia 18-24 tahun dapat menghabiskan waktu hingga 3 jam 26 menit menggunakan media sosial dalam sehari ("Top 5 Social Media in the World in Q2 2020", 2020). Media sosial Indonesia memiliki sekitar 170 juta pengguna pada Januari 2021, meningkat 6,3% atau 10 juta orang dari tahun sebelumnya (Dharmawan, 2020).

Istilah umum media sosial mengacu pada teknologi berbasis personal komputer yg memungkinkan pertukaran ide, pemikiran, & informasi melalui jaringan serta komunitas virtual. Media sosial online dan memungkinkan pengguna untuk dengan cepat mengkomunikasikan konten elektronik seperti informasi pribadi, dokumen, video, serta foto. Pengguna terlibat dalam konsumsi media publik melalui komputer pribadi, tablet, maupun smartphone melalui aplikasi atau aplikasi berbasis web (Claretta et al., 2022).

Media sosial sendiri terdiri dari teknologi, praktik atau komunitas online yang masyarakat menggunakan menghasilkan konten tertentu atau berbagi pendapat, persepsi, pengalaman, dan perspektif (Cohen dalam Patrut & Patrut, 2013). Misalnya *blog* (seperti *Blogger*, *Wordpress*, dan *Multiply*), intranet, podcast,

berbagi video (seperti *YouTube*, *Vimeo*, dan *Mediafire*), berbagi foto (seperti *Flickr*, *Photobucket*, dan *Instagram*), jejaring sosial (seperti *Facebook*, *Myspace*, dll.). *LinkedIn*), wiki (seperti *Wikipedia*, *Wikidot*, dan *Wikihow*), taman bermain, dunia virtual (seperti *SecondLife*). dan *IMVU*), microblog (seperti *Twitter*), konferensi video, pesan instan, sistem acara/kalender sosial (seperti *Eventful* dan lokal), dan situs pengumpulan berita (Juwita,2017) .

Dengan berbagai bentuk sosial media yang ada, membuat masyarakat tidak mampu lepas dari geng an internet dan dalam menjalankan kegiatan setiap harinya. Hal ini juga mempengaruhi cara berkomunikasi konsumen yang lebih banyak menghabiskan waktu berinteraksi lewat berkomentar dan saling mengirim pesan di sosial media (Lina dan Permatasari, 2019). Mereka selalu terhubung dengan dunia maya dan dapat melakukan segala sesuatunya dengan menggunakan kecanggihan teknologi yang ada. Media sosial juga mampu berdampak kurang baik bagi pengguna seperti adanya informasi yang meresahkan seperti konfrontasi, ujaran kebencian, bahasa kasar, mengandung fitnah, dan provokatif (Putri, 2021). Dalam hal ini perkembangan teknologi harus bisa dimanfaatkan dengan cara yang cerdas, sehingga menjadi alat bagi kita dalam mengembangkan potensi diri. Pengembangan diri adalah pengembangan segala potensi yang ada pada diri sendiri, dalam usaha meningkatkan potensi berpikir dan berprakarsa. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, maka dalam hal ini orang yang berilmu dalam mengembangkan potensi diri harus bisa memanfaatkan perkemba-ngan teknologi komunikasi sebagai

alat ataupun sebagai media dalam mengembangkan ilmunya (Aminullah, 2018).

Di media sosial, terdapat banyak aplikasi yang menjadi wadah untuk pengguna saling menyampaikan pesan kepada pengguna lainnya, saling bertukar dan mengunggah status buatan mereka. Sudah tidak asing lagi bagi remaja saat ini dengan aplikasi yang sedang booming ini, yaitu *TikTok*. Aplikasi TikTok merupakan sebuah platform video musik yang berasal dari Tiongkok, aplikasi tersebut diluncurkan pada bulan September 2016. *TikTok* membolehkan para penggunanya untuk membuat video musik pendek mereka buat sendiri. Pada tahun 2018, TikTok menjadikan dirinya sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh, tepat sebanyak 45,8 juta kali. Angka tersebut mengalahkan aplikasi umum seperti Instagram, YouTube, Facebook dan juga Whatsapp (Altania & Sungkono, 2021).

TikTok telah memiliki 1,4 miliar pengguna aktif bulanan yang berusia 18 tahun keatas secara global. Jumlah ini meningkat 15,34% dibandingkan dengan kuartal sebelumnya yang hanya 1,2 miliar pengguna. Lalu sebanyak 99,1 juta pengguna TikTok berasal dari Negara Indonesia yang berusia 18 tahun keatas, sehingga menjadikan Indonesia berada di urutan kedua dengan jumlah pengguna aktif yang rata-rata menghabiskan waktu di TikTok selama 23,1 jam per bulan, dan negara dalam peringkat pertama yang memiliki pengguna media sosial TikTok terbanyak adalah Amerika Serikat, yaitu tercatat sebanyak 136,4 juta pengguna. (Rizaty, 2022)

Ada beberapa motif yang digunakan pengguna menggunakan

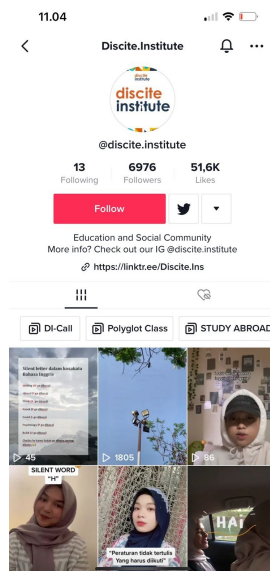
aplikasi TikTok. Pertama, keinginan untuk berinteraksi. Interaksi sosial melalui TikTok didukung dengan beberapa fitur seperti *follow*, *comment*, *like*, *share*, *upload* dan *duet*. *Duet* adalah fitur yang tidak tersedia di sebagian besar platform media sosial. Fitur ini memungkinkan pengguna membuat video bersama dengan penguin lainnya. Kedua, pengarsipan atau perekaman memori (Parameswara et al., 2021) . Alasan seseorang menggunakan media sosial ketika pandemi adalah dibutuhkanannya pencarian informasi atau hiburan. Karena itu, dapat diartikan bahwa penggunaan media sosial di TikTok pada masa pandemi adalah untuk hiburan dan pencarian informasi (Parameswara et al., 2021)

Platform video pendek ini sangat diminati oleh penonton karena merupakan aplikasi yang paling banyak diunduh. Tujuan dibuatnya aplikasi tiktok ini adalah untuk mendorong kreatifitas dan membawa keceriaan walaupun video tersebut singkat namun tetap bisa dikemas dengan rapi agar tidak membosankan. Tiktok menawarkan banyak konten untuk penggunanya nikmati termasuk komedi/meme, fashion dan kecantikan, video vlog, pendidikan dan pembelajaran (Veronika, 2022).

Kemudahan yang disuguhkan media sosial TikTok yang tumbuh pesat ini, maka komunitas **@discite.institute** memanfaatkan *platform* TikTok sebagai media pengembangan diri. Discite Institute merupakan komunitas sosial yang bergerak di bidang pendidikan yang menyediakan program belajar bahasa asing, self development, serta kegiatan inovasi dan pengabdian masyarakat bagi pelajar dan

mahasiswa di Indonesia. Dibentuk pada 23 Juli 2020 dan bergerak melibatkan banyak orang pada 23 Juli 2021. Berlokasi di Kota Padang, Sumatera Barat. (Mandala et al., 2000)

Discite Institute memiliki sebanyak 11.500 lebih pengikut di sosial media. Sebanyak 6.978 pengikut di TikTok, 3.848 di Instagram, 426 di WhatsApp, dan 217 pengikut di Twitter. Media Sosial Discite Institute dikelola oleh beberapa tim dan divisi yaitu diantaranya HRDT (Human Resource Development Team), Promotion and Communication Team, Polyglot Club Team, CSRT (Community Society Responsibility), Visual Design Team, Data and Developer Team, dan Co-Writer and Social Media. Jumlah anggota Discite pada periode ini sebanyak 46 orang dan tutor bahasa asing sebanyak 26 orang. (Mandala et al., 2000)



Gambar 1.1

Sumber [tiktok.com/@discite.institute? t=8fJ1uEbf5oQ& r=1](https://www.tiktok.com/@discite.institute? t=8fJ1uEbf5oQ& r=1)

Konten yang disuguhkan di TikTok oleh Discite Institute adalah konten edukatif yang didalamnya berisikan kuis bahasa asing, *tips and trick*, konten podcast, video, dan masih banyak lagi. (Mandala et al., 2000).

Dengan harapan pemanfaatan akun **@discite.institute** sebagai media pengembangan diri dapat dioptimalkan melalui fitur-fitur yang dimiliki.

TikTok yang mengedepankan tentang publikasi informasi. Hal ini menarik perhatian penulis untuk mengetahui lebih dalam bagaimana pemanfaatan akun **@discite.institute** sebagai media *pengembangan diri*.

1.2 Rumusan Masalah

Bersumber pada latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “pemanfaatan media sosial tiktok pada akun **@discite.institute** sebagai media pengembangan diri”

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan dari latar belakang serta rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial tiktok pada akun **@discite.institute** sebagai media pengembangan diri.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yaitu secara akademis, dan praktis.

1.4.2 Manfaat Penelitian secara Akademis

Melewati hasil yang didapatkan dari penelitian ini, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber acuan dan mampu

memperbanyak kajian ilmu komunikasi khususnya dengan penggunaan aplikasi *TikTok* dengan baik.

1.4.2 Manfaat Penelitian secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan untuk pembaca terkait dengan pemanfaatan aplikasi *TikTok* sebagai media pengembangan diri, dan sebagai media objektif yang dapat digunakan untuk mempraktikkan ilmu pengetahuan serta teori yang telah dipelajari semasa kuliah dengan kondisi aktual yang ada di lapangan.