

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini membahas mengenai komunikasi fatik di era digital. Komunikasi fatik adalah percakapan basa basi yang memiliki esensi dalam menjaga hubungan antara komunikator dan komunikan. Komunikasi fatik dapat berupa sapaan, tindak tutur ringan, atau ungkapan awal percakapan. Berdasarkan jurnal (Miller, 2008), komunikasi fatik telah digunakan pada zaman modern akhir yang diterapkan melalui media *blogging*. Seiring dengan perkembangan teknologi, komunikasi fatik sering diabaikan. Tiktok melalui fitur *streak* memberikan pengalaman baru bagi penggunanya. Dengan demikian, Peneliti tertarik untuk menganalisis lebih dalam terkait dengan peran fitur *Streak* dalam membentuk dan memfasilitasi komunikasi fatik pada interaksi generasi Z di platform Tiktok.

Di era digital yang semakin berkembang pesat, media sosial telah menjadi bagian yang melekat erat pada kehidupan sehari-hari. Platform seperti TikTok, Instagram, dan Snapchat bukan hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang dinamis (Baykal, 2020). Setiap hari, jutaan pengguna saling terhubung melalui berbagai fitur yang dirancang untuk mendorong keterlibatan dan membangun hubungan antar pengguna. Salah satu fitur yang memiliki relevansi dengan penelitian ini adalah *streak* di TikTok, yang memungkinkan pengguna untuk mempertahankan komunikasi berkelanjutan melalui pesan langsung (Tiktok, 2020b). Fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial tidak hanya membentuk pola komunikasi baru, tetapi juga

memengaruhi cara individu membangun dan mempertahankan hubungan sosial di dunia maya.

Dunia maya membentuk cara berinteraksinya sendiri. Dunia maya atau *cyber-social system* memperkuat adanya dominasi bahwa dunia maya yang menjadikan sebuah interaksi bukan sebatas jangkauan mata lagi. Kehadiran jaringan internet terus memunculkan inovasi seperti, komputer, benda berukuran besar berantena, *keypad*, hingga layar sentuh secanggih sekarang ini (P, 2020). Pola interaksi di dunia maya ini tidak hanya memengaruhi cara manusia berkomunikasi, tetapi juga membentuk budaya digital baru yang unik. Dalam konteks ini, dinamika interaksi virtual berkembang dan berdampak pada hubungan sosial di era modern. Interaksi yang sebelumnya terbatas pada pertemuan fisik kini telah bergeser ke platform digital yang bersifat *real-time* dan melampaui lintas batas geografis. (Tarumingkeng, 2023). Media sosial membentuk forum daring, hingga aplikasi pesan instan, eksistensi individu dari berbagai latar belakang yang dapat terhubung dan saling berkomunikasi melalui sebuah teknologi.

Teknologi membawa perubahan besar yang berdampak bagi kehidupan manusia. Perubahan yang dibawa oleh revolusi industri mempengaruhi berbagai aspek kehidupan. Salah satunya adalah teknologi komunikasi yang muncul melalui dorongan interaksi komunikasi yang bisa dilakukan melampaui batas ruang dan waktu. Adanya revolusi teknologi komunikasi dapat berdampak pada keterbukaan dan penyampaian sebuah informasi, sehingga memudahkan manusia dalam melakukan setiap aktivitasnya (Abdul Basit & Adie Dwiyanto Nurlukman, 2021)

Teknologi komunikasi berkembang memasuki masa 4.0 di mana semuanya terhubung melalui internet. Teknologi internet menjadi kebutuhan hidup manusia yang perlu untuk dipenuhi dalam sehari-hari. Internet memberikan kemudahan dalam mengakses berbagai aspek kebutuhan manusia seperti informasi, komunikasi, edukasi, bisnis, hingga hiburan. Tidak heran, apabila internet menjadi produk teknologi yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) periode 2024 menyatakan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 79.50%. Angka tersebut merupakan jumlah penduduk yang terkoneksi internet tahun 2024 dari total populasi sebanyak 221.563.479. Melalui persentase tersebut menunjukkan peningkatan dari tahun sebelumnya, 78.19% (Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)APJII (Asosiasi, 2024).

Terdapat banyak hal yang dilakukan melalui internet. Masyarakat dapat menggunakan email, mengakses layanan keuangan, layanan publik, transportasi online, konten hiburan, transaksi online, akses pendidikan, hingga akses media sosial. Oleh karena itu, internet dianggap sebagai kebutuhan primer oleh masyarakat. Zaman sekarang, internet telah terintegrasi dengan kebutuhan masyarakat, sehingga perlu adanya penyesuaian kebiasaan dalam menggunakan internet di berbagai aktivitas. Berdasarkan survei yang disajikan oleh APJII, masyarakat lebih sering menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Media sosial digunakan untuk mengakses berita, konten hiburan, transaksi online, hingga sekadar mengisi waktu luang. Teknologi internet mendukung manusia dalam melakukan komunikasi jarak jauh. Dengan adanya internet manusia dapat

menjangkau informasi secara luas dan menyeluruh. Tidak ada batasan yang signifikan dalam pengiriman dan penerimaan pesan. Tidak hanya itu saja, manusia juga gemar mengonsumsi berita, informasi, dan hiburan melalui media sosial.

Berdasarkan laporan survei yang dipaparkan oleh APJII, terdapat beberapa media sosial yang sering diakses oleh masyarakat, antara lain Facebook, YouTube, TikTok, Instagram, Twitter dan LinkedIn. Saat ini, media sosial mampu menyesuaikan apa yang sedang dibutuhkan masyarakat. Media sosial mampu menghadirkan interaksi yang tak terbatas. Tidak hanya bertukar pesan antara satu dengan yang lain, melainkan dapat memberitahukan apa yang sedang dipikirkan atau dapat mengunggah foto atau video yang dimiliki. Media sosial dianggap seperti ruang bebas yang dapat diakses oleh pengguna lain yang memunculkan peluang terjadinya interaksi. Media sosial memberikan bentuk interaksi yang relevan dengan hubungan secara interpersonal dalam bentuk media interaksi “*Computer Mediated Communication*”(Aan Setiadarma, 2020).

Setiap aplikasi memiliki strateginya sendiri untuk bisa berdiri sebagai aplikasi yang unggul. Dapat diambil contoh, Instagram yang memperkenalkan dirinya sebagai aplikasi yang tidak hanya sekadar untuk upload foto atau video saja tetapi bisa menjadi platform yang digunakan masyarakat untuk melakukan self branding. Begitu juga dengan aplikasi TikTok yang hadir dan mulai ramai ketika masuk ke masa pandemi Covid-19 (Manik Pratiwi, 2020) . Pada kondisi tersebut, masyarakat diharuskan untuk melakukan segala aktivitas di dalam rumah. Sehingga banyak kekosongan atau kegiatan luang yang bisa dipenuhi dengan bermain TikTok. Sama halnya seperti YouTube yang dapat menyesuaikan apa yang sedang

disenangi oleh masyarakat. Munculnya aplikasi TikTok membuat masyarakat senang untuk mengonsumsi sebuah konten yang dikemas dengan video singkat dan menarik. Sehingga YouTube menginisiasi penambahan fitur “*Shorts*” yang dapat memudahkan masyarakat menyaksikan video dalam durasi yang singkat. Oleh karena itu, media sosial terus berkembang dan memiliki aspek khusus yang menjadi ciri khas pada sebuah aplikasi. Sehingga melalui aspek khusus tersebut, dapat berdampak pula dengan seberapa sering masyarakat mengunjungi dan mengakses aplikasi tersebut.

TikTok menjadi salah satu media sosial yang sering dikunjungi oleh masyarakat. Mengutip dari berita Kompas (Susanti, 2024), TikTok menjadi salah satu media sosial populer pada periode 2024. Dari adanya berbagai platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube, TikTok berhasil mendapatkan tanggapan tertinggi dari warganet. Direktur Komunikasi Indonesia Indikator (I2) menyampaikan terdapat 107.998.788 postingan di TikTok dan 17.329.380.404 tanggapan. Sajian konten yang menarik, ringan untuk diterima, dan menghibur menjadi beberapa faktor dari unggulnya media sosial TikTok. Saat ini, masyarakat gemar menerima berita, informasi, atau hiburan yang dikemas secara audio visual. Perpaduan media yang menyelaraskan suara (audio) dengan tampilan gambar (visual) menjadi poin penting dari kepopuleran TikTok.

Aplikasi Tiktok menampilkan video dalam bentuk audio visual secara singkat, sehingga hal ini dapat menjadi wadah untuk menyampaikan sebuah pesan atau informasi yang bisa diterima netizen dengan ringan. Diawal TikTok kurang disegani karena konten yang disajikan hanya berupa video joget mengikuti alunan

lagu. Seiring berkembangnya aplikasi TikTok, masyarakat menggunakan platform tersebut untuk berbagai kepentingan yang memiliki klasifikasi esensi bagi masing-masing penggunanya. Seperti konten edukasi, *fashion*, *lifestyle*, tips and trick, wisata, kuliner, dan masih banyak lagi. Home page TikTok atau yang lebih sering disebut dengan FYP (*for your page*) dapat menyesuaikan kebutuhan penggunanya. Saat awal membuat akun TikTok, pengguna akan diberikan tampilan “yang anda suka”. Hal tersebut dapat membantu untuk mengklasifikasikan apa yang menjadi kegemaran dari penggunanya, sehingga pada *home page* akan ditampilkan konten yang berhubungan dengan klasifikasi yang telah dipilih. Tiktok terus berkembang dan memunculkan inovasi baru melalui fitur-fitur yang dimilikinya.

TikTok memiliki berbagai fitur yang banyak memberikan kemudahan pada penggunanya. Sejak munculnya TikTok pada tahun 2016, aplikasi ini dirancang dan terus diperbaharui dengan fitur yang sangat pesat. Melalui aplikasi TikTok, pengguna dapat mengakses berbagai fitur yakni (1) Video kreatif merupakan fitur membuat video yang disertai dengan musik, video yang akan diupload juga dapat diedit terlebih dahulu dengan menambahkan filter, efek, jeda video, subtitle, voice over, dan caption. (2) Live Streaming merupakan fitur yang lebih dikenal dengan TikTok Live, memberikan akses kepada penggunanya untuk melakukan siaran langsung dan dapat disaksikan oleh semua pengguna. Walaupun itu mengikuti akun yang melakukan TikTok Live, siaran yang sedang berlangsung dapat masuk melewati *home page* pengguna. Fitur ini tersedia sejak tahun 2019, ketika di masa pandemi Covid-19 yang mengharuskan melakukan semuanya melalui jarak jauh, termasuk komunikasi jarak jauh. Mengutip dari (Rofiah & Wahyuningtyas, 2023),

TikTok dapat membaca peluang dan menggunakan kesempatan untuk mengembangkan performa aplikasi agar menyesuaikan apa yang dibutuhkan oleh penggunanya. (3) *Direct message* merupakan fitur tukar pesan yang dapat dilakukan oleh pengguna. Fitur DM dapat diakses melalui ikon bubble chat yang ada yang ada pada bagian bawah tampilan *home page*. Fitur ini dapat memudahkan dalam berkomunikasi ke sesama pengguna. Selain untuk mengirim teks pesan, pengguna dapat mengirim emoji hingga membagikan video kepada pengguna lainnya. Ruang interaksi yang disediakan TikTok dapat membuat pengguna bisa saling berteman dengan sesama pengguna TikTok.

Fitur yang disediakan oleh TikTok dirancang sedemikian rupa agar TikTok terus berkembang dan memiliki optimasi fitur baik secara sistem maupun aspeknya. Fitur menjadi aspek penting dalam pengembangan dan pembaruan sebuah aplikasi. Setiap aplikasi memainkan fiturnya agar pengguna dapat merasakan manfaat dari sebuah aplikasi. Oleh karena itu, fitur dapat dirancang untuk memenuhi kebutuhan penggunanya. Tersedianya sebuah fitur pada aplikasi dapat memengaruhi aktivitas media sosial yang dilakukan pengguna. Keefektifan sebuah fitur juga dapat diukur melalui intensitas kunjungan pengguna.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Astuti & Subandiah, 2021), TikTok dapat memanjakan penggunanya melalui fitur yang diberikan. Umumnya pengguna TikTok akan mengunjungi home page untuk melihat video-video yang masuk pada halaman For Your Page. Saat mengakses video TikTok, pengguna menyadari bahwa tindakan yang dilakukan merupakan upaya kepuasaan diri dari konsep *uses and gratification*. Sehingga apa yang pengguna tonton tidak hanya

berhenti di mereka saja tetapi ingin disalurkan atau share ke pengguna lain. Dari kondisi ini, TikTok memainkan fitur *direct message* untuk memberikan wadah pada para pengguna dalam berinteraksi.

TikTok Help Center pada lamannya support.tiktok.com menjelaskan bahwa fitur *Direct message* dapat memudahkan pengguna dalam mengirim dan menerima pesan secara langsung. Selain itu pengguna bisa saling mengirimkan video TikTok kepada pengguna lain. Video dikirimkan ke pengguna lain karena memungkinkan pengguna yang menerima pesan video akan merasa *relate* dengan isi konten tersebut. Sehingga dapat terjalin komunikasi dan interaksi antar pengguna. TikTok dapat membaca peluang ini sebagai penunjang dalam meningkatkan intensitas penggunaan TikTok . Interaksi yang terjadi pada *direct message* TikTok menjadi fitur yang dapat memanjakan pengguna untuk terus membagikan video dan menjalin komunikasi antar pengguna.

TikTok membawa inovasi baru pada *direct message* yang memunculkan fitur runtunan atau *streak* TikTok. Fitur ini dapat membantu pengguna untuk melihat orang yang paling sering melakukan interaksi di *direct message* (Tiktok, 2020). *Streak* TikTok dapat muncul saat pengguna melakukan interaksi di DM selama 3 hari berturut-turut. Apabila interaksi dilakukan secara rutin, lencana runtunan akan terus bertambah. Apabila interaksi tidak dilanjutkan dalam waktu 24 jam, lencana runtunan akan memudar dan dapat berakhir. Pengguna cenderung berupaya agar bisa menyalakan lencana runtunan hingga pada angka yang tinggi. Otomatis hal tersebut mendorong pengguna untuk terus menjalin sebuah komunikasi.

Berkaitan dengan interaksi, Komunikasi Fatik menjadi salah satu jenis cara bertutur yang berfokus pada penyampaian esensi sosial. Alih-alih untuk menyampaikan informasi. Komunikasi fatik menekankan pembentukan dan pemeliharaan kontak sosial antar individu (Jumanto, 2014) Peneliti ingin melihat peran *streak* TikTok dalam menunjang interaksi yang dilakukan oleh pengguna Tiktok melalui *direct message* TikTok. Dalam hal ini, peneliti terdorong untuk memahami lebih dalam bagaimana fitur *streak* pada media sosial Tiktok ditinjau lebih jauh melalui sebuah konsep komunikasi fatik. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui bagaimana peran fitur *streak* dalam membentuk dan memfasilitasi komunikasi fatik pada interaksi generasi Z.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, rumusan masalah yang didapat adalah “Bagaimana peran fitur *streak* dalam membentuk komunikasi fatik pada interaksi generasi Z di platform Tiktok?”

1.3 Tujuan Penelitian

1. Memenuhi persyaratan kelulusan mahasiswa menjelang akhir studi dan dapat meraih gelar sarjana
2. Mengetahui fitur *streak* Tiktok sebagai bentuk komunikasi fatik terhadap interaksi generasi Z di platform TikTok
3. Mengungkap pergeseran komunikasi fatik dari fungsi relasional ke identitas digital

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah penelitian baru dengan mengimplementasikan konsep komunikasi, khususnya pada konsep komunikasi fatik yang terdapat pada penggunaan fitur *Streak* Tiktok

1.4.2 Manfaat Praktis

Sebagai wujud pemahaman mahasiswa pada fenomena fitur *streak* sebagai bentuk komunikasi fatik terhadap interaksi pengguna Tiktok.