

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di tahun 2019 Indonesia dihebohkan dengan satu pandemi Covid-19. Adanya pandemi ini mengakibatkan perubahan dalam segala aspek kehidupan, dimana selama tahun 2019 sampai tahun sekarang pemerintah menerapkan semua kegiatan dilakukan dirumah. Perihal ini berlangsung, disebabkan peraturan pemerintah yang mengharuskan seluruh orang untuk senantiasa tetap dirumah serta menjaga jarak. Keadaan ini memunculkan rasa bosan yang sangat besar eksklusifnya kalangan milenial yang dikategorikan dalam generasi aktif. Bagi generasi milenial, berdiam diri dirumah hendak jadi sesuatu perihal yang tidak mudah guna dijalankan, terlebih-lebih mereka yang cenderung suka berkelompok serta suka bermain dengan teman sebayanya ini hendak jenuh apabila perihal yang disukainya itu diambil.

Kalangan milenial merupakan suatu generasi yang lahir antara tahun 1980an sampai sekarang. Generasi ini akrab sekali dengan dunia teknologi digital (Ahmad, 2020:134). Generasi ini dapat dibilang sebagai generasi yang istimewa, Karena sudah mengenal teknologi canggih seperti halnya televisi berwarna, telepon genggam, dan internet. Generasi milenial juga ialah generasi muda yang berusia sekitar 18-38 tahun (Aulia et al., 2019:352).

Teknologi saat ini telah sangat maju akibat dari terdeksinya perkembangan massa. Terlebih lagi dalam bidang teknologi dan informasi terus semakin meningkat memudahkan manusia mengakses informasi dan berinteraksi.

Internet ialah salah satu dari perkembangan teknologi yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Terdapatnya perkembangan teknologi ini lama kelamaan melampaui batasan, sehingga terciptalah media sebagai penjabatani komunikasi modern yang penggunaannya tidak terbatas oleh ruang, jarak dan waktu. Media sosial saat ini sebagai salah satu jalan alternatif yang bisa dijangkau oleh kalangan milenial yang sejalan dengan karakteristiknya yang sangat dekat dalam penggunaan teknologi (Arventine dan Yuliarti, n.d.).

Sebuah media baru yang sedang *animo* pada kalangan milenial yaitu tik tok. Tik tok adalah jaringan sosial menggunakan *platform* video musik Tiongkok yang diliris dan mulai di akses di bulan September 2016 (Bulele, 2020:2). Aplikasi tiktok ini sudah muncul sekitar 2018 tetapi belakangan ini tiktok banyak digandrungi oleh kalangan berbagai usia salah satunya kalangan milenial (Dewa dan Safitri, 2021:67). Di lansir dari *the Verge*, popularitas tiktok melonjak selama pandemi Covid-19 yang bermula ditahun 2020. Pada kuartal pertama tahun itu, Tiktok menjadi aplikasi yang banyak di unduh, sebanyak 315 juta kali (Javier, 2021). Dalam laporan *insider intelligence* di prediksi bahwa Tiktok akan memiliki pengguna aktif mencapai 755 juta orang di tahun 2022 (Pratama, 2022). Hal ini, di dasarkan penggunaan Tiktok pada pada tahun 2020 mencapai 59,8 persen dan 40,8 persen di tahun 2021 (Javier, 2021).

Di Indonesia sendiri fenomena kalangan milenial yang menggunakan tiktok menunjukkan antusias yang sangat masif. Hal ini bertujuan untuk membangun sebuah identitas demi mendapatkan citra yang diinginkan. Maraknya media yang berbasis video salah satunya seperti tiktok ini menjadi sebuah

perbincangan di kalangan milenial. Tiktok tidak hanya digunakan untuk membuat konten video yang menarik saja, tetapi lebih dari itu tiktok menawarkan berbagai konten video yang bebas, lucu dan terkesan sangat menarik untuk menjadi sebuah konsumsi kalangan milenial.

Fenomena tiktok yang sangat digeluti kalangan milenial saat ini bukan entitas hal yang *absurd*, karena tiktok dan beraneka fiturnya memperlihatkan hal yang sangat beragam serta memikat apabila dianalogikan dengan media sosial lainnya. Aplikasi tiktok ini dapat mengunggah format konten dalam bentuk video dengan durasi 15 detik atau 60 detik ini merupakan sebuah superioritas serta magnet untuk menggunakan tiktok. Selain itu, berbagai kategori yang dapat membuat video menarik serta memiliki alunan lagu yang disesuaikan dengan situasi *dividio*, aplikasi tik tok juga memberikan kesempatan penggunanya mencoba berbagai macam *effect* dan *music background* dari berbagai artis terkenal (Aprilian, 2019). Hal ini, membuat pengguna bisa untuk menggunakan kreativitas mereka. Kreativitasnya sangat beragam, di dalam konten tiktok video yang dibuat tidak sembarang video melainkan ada fitur-fitur yang menarik. Menurut statistik kebanyakan pengguna tiktok ialah mereka orang remaja, dan dewasa muda yang merekam diri sendiri disaat akan menari dengan lagu yang populer (Kuen dan Kuen, 2020).

Sebagaimana halnya Mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung adalah kalangan milenial yang kebanyakan mahasiswanya menggunakan aplikasi tiktok sebagai media eksistensi diri di tengah pandemi Covid-19. Mahasiswa Sosiologi 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung merupakan sebuah

generasi milenial yang lahir antara tahun 1998 sampai tahun 2000-an. Adanya pandemi Covid-19 membuat segala aktivitas mahasiswa harus diberhentikan, terutama kegiatan yang menyangkut pembelajaran dan organisasi yang harus dilakukan dengan jarak jauh (*online*). Adanya aturan ini membuat mahasiswa merasa terbatas dalam berbagai aktivitasnya.

Mahasiswa mencari cara bagaimana cara mengatasi kejenuhan selama pandemi covid-19. Akhirnya, mereka memanfaatkan segala sosial media untuk di akses dan mencari hiburan serta manfaat ditengah kejenuhannya salah satunya seperti menggunakan aplikasi tiktok. Tiktok aplikasi yang keberadaannya sudah cukup lama, sejak tahun 2016 tiktok sudah mulai *booming* dibicarakan di berbagai kalangan, tetapi pembicaraan mengenai tiktok ini hanya beberapa bulan saja jadi bahan perbincangan. Di Tahun 2020 hingga 2021 aplikasi ini mulai melangit di kalangan milenial. Hal ini, terbukti dengan banyaknya Mahasiswa Sosiologi 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang membuat status dengan konten-konten yang berasal dari tiktok sumbernya.

Tiktok merupakan sebuah *platform* yang didalamnya terdapat konten-konten yang menarik, lucu dan selalu identik dengan konten-konten gerakan tubuh. Hal ini, mengakibatkan masyarakat mengkonstruksi bahwasanya tiktok itu aplikasi yang konten-kontennya bertolak belakang dengan nilai norma yang ada di dalam kehidupan. Adanya pandangan ini, membuat masyarakat selalu memandang negatif akan konten-konten yang ada di dalam tiktok tersebut. Selain itu, masyarakat selalu memandang bahwasanya orang yang mengeksistensikan

dirinya di dalam tiktok itu ialah orang yang tidak mencerminkan dan memandang orang itu telah menyimpang dari norma sosial yang ada didalam kehidupannya.

Di dalam kenyataannya kalangan milenial menggunakan tiktok itu sebagai basis untuk mengeksistensikan dirinya lewat sebuah konten yang bermanfaat, seperti halnya banyak yang menjadikan tiktok itu sebagai media pembelajaran disaat daring, sebagai media bisnis atau *marketplace*, Sebagai media untuk mengetahui berita dan lain-lainnya. Tiktok juga tidak menyuguhkan konten-konten yang memperlihatkan goyangan tubuh, tetapi tiktok juga menyediakan berbagai konten yang sangat bermanfaat bagi yang menggunakannya, tergantung bagaimana generasi milenial bertindak dalam mencari konten-kontennya.

Penggunaan aplikasi tiktok dapat digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri dikalangan lingkungan pergaulan. Eksistensi diri adalah suatu usaha seseorang untuk mencari serta memahami arti kehidupan baginya dengan meyakini bagian dari salah satu bentuk yang berasal dari nilai batiniah yang paling primer, dimana tidak terdapat satu orang atau individu pun melainkan entitas yang memberikan definisi arti serta tujuan sebuah kehidupan individu. Maka dari itu, masing-masing individu patut mendeteksi corak tersendiri untuk menyambangi sebuah keadaan serta latar belakang sekitar (Kuen dan Kuen, 2020).

Dasarnya orang bebas mengeksistensikan dirinya lewat apapun itu selagi mereka masih bisa mengontrol tindakan yang mereka lakukan. Kalangan milenial Mahasiswa Sosiologi 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung mengeksistensikan diri melalui tiktok sebagai sebuah cara bagaimana mereka tetap dirumah tetapi

dalam lingkup pertemanannya tetap eksis. Hal ini sebagai salah satu cara efektif agar mereka dapat menghindari rasa kejenuhannya ditengah Covid-19.

Apabila orang lain menganggap individu *exist*, maka keberadaan individu tersebut sudah dianggap dan dapat diperhitungkan oleh orang-orang disekitarnya. Maka dari itu, eksistensi biasanya dijadikan sebagai acuan ajang pembuktian diri bahwa kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan dapat berguna dan mendapat sebuah nilai yang baik di mata orang lain. Begitu juga yang dirasakan oleh Mahasiswa Sosiologi 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Keinginan untuk *exist* biasanya selalu diidentikan dengan orang yang memiliki kepribadian narsisme. Narsisme selalu dikonseptualisasikan dengan kemampuan seseorang untuk mempertahankan citra diri yang relatif positif melalui berbagai proses pemahaman diri dan pengaturan diri. Hal ini, berarti narsisme berhubungan dengan citra diri seseorang yang terlampau positif, yang memandang baik, optimis, dan positif terhadap dirinya (Agustin, 2018). Dalam hal ini, setiap orang harus benar-benar mempunyai kontrol atas perilaku, *exist* karena jika berlebihan tentu akan mengarah pada perilaku yang ujub atau takjub pada diri sendiri yang dalam islam sangat jelas perbuatan tersebut termasuk perbuatan tercela.

Berdasarkan latar belakang diatas, adanya sebuah polemik yang timbul tentang persepsi yang memandang bahwa mahasiswa sosiologi angkatan 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung di pandang tidak lazim menggunakan tiktok sebagai media eksistensi diri ditengah covid-19, persepsi ini timbul diakarenakan mahasiswa sosiologi angkatan 18 dipandang sebagai mahasiswa yang sangat kental akan nilai-nilai ajaran keislamannya sehingga dipandang tidak lazim

mengeksistensikan diri melalui tiktok. Namun, pada dasarnya setiap manusia bebas mengeksistensikan dirinya lewat apa saja tergantung bagaimana persepsi konsep diri kreator dalam menggunakannya. Adanya permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai persepsi konsep diri dari mahasiswa sosiologi angkatan 18 dalam menggunakan tiktok sebagai media eksistensi diri di tengah Covid-19 yang menimbulkan adanya sebuah perubahan sikap terhadap mahasiswa sosiologi angkatan 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini berkenaan dengan tiktok sebagai wadah positif Mahasiswa Sosiologi angkatan 18 UIN Sunan Gunung Djati dalam mengekspresikan diri.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka peneliti menentukan rumusan masalahnya dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsep diri Mahasiswa Sosiologi angkatan 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung terhadap penggunaan media tiktok?
2. Faktor apa sajakah yang mendorong Mahasiswa Sosiologi angkatan 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam penggunaan tiktok di tengah covid-19?
3. Bagaimana perubahan sikap Mahasiswa Sosiologi angkatan 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung akibat dari penggunaan aplikasi tiktok?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian yang dilakukan peneliti ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi konsep diri Mahasiswa Sosiologi angkatan 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung terhadap penggunaan media tiktok.
2. Untuk memaparkan faktor yang mendorong Mahasiswa Sosiologi angkatan 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam penggunaan tiktok di tengah Covid-19.
3. Untuk menjelaskan perubahan sikap Mahasiswa Sosiologi angkatan 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung akibat dari penggunaan aplikasi tiktok.

1.5. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis (teoritis)

Penelitian ini diharapkan akan menjadi sebuah kajian ilmiah dalam mengetahui bagaimana tiktok dijadikan sebagai media eksistensi diri kalangan milenial ditengah Covid-19. Selain itu, penelitian ini di harapkan dapat menambah khazanah pengetahuan di bidang ilmu Sosiologi, terutama yang berhubungan dengan konsep diri dalam menggunakan aplikasi tiktok yang dijadikan sebagai media eksistensi diri di kalangan milenial dan untuk analisisnya yaitu menggunakan teori persepsi konsep diri Herbert Mead yang merupakan bagian dari teori Sosiologi. Selain itu, penelitian ini diharapkan

dapat memberikan kontribusi dalam mewujudkan dan membentuk karakter generasi milenial yang aktif dan positif, serta melek terhadap media.

2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat merubah stigma terhadap tiktok yang selama ini dianggap negatif, namun justru di dalamnya terdapat hal-hal positif yang bisa diambil pelajarannya, juga sebagai *new media* untuk menambah wawasan, serta memberikan pemahaman agar mampu memfilter diri bagi mahasiswa terhadap yang sepatutnya bisa diikuti dan yang sepatutnya untuk tidak diikuti. Serta bisa dijadikan sebagai edukasi dalam memberikan pengaruh positif terhadap yang lain.

1.6. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini membahas perihal tiktok sebagai media eksistensi diri kalangan milenial ditengah Covid-19. Pembahasan dalam penelitian ini lebih ditekankan terhadap persepsi konsep diri yang merupakan bagian dari teori interaksionalisme simbolik Herbert Mead. Menurut Mead interaksi simbolik merupakan suatu cara berpikir mengenai pikiran (*mind*), *konsep diri (self) and society*. Maka dari itu, penelitian ini akan mengambil salah satu dari teori interaksi simbolik yaitu *self* (konsep diri). Pemokusn teori dalam penelitian dikarenakan peneliti ingin menggali terkait konsep diri seseorang sebagai pengguna tiktok sebagai media eksistensi diri di kalangan Mahasiswa Sosiologi 18 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

(*Self*) Diri merupakan suatu subjek dari sebuah fenomena pengalaman sendiri, yaitu sebuah persepsi dan konsep diri. *Self* (diri) memungkinkan

seseorang berperan dalam percakapan dengan orang lain karena ada *sharing of symbol*, yakni seseorang dapat berkomunikasi lalu menyadari apa yang dibicarakannya dan mengakibatkan ia bisa menyimak apa yang sedang dikatakan dan menentukan apa yang hendak dikatakan selanjutnya (Upe, 2010).

Self berkaitan dengan proses refleksi diri, secara umum biasa disebut dengan *self control* atau *self monitoring*. Menurut Mead, melalui refleksi diri inilah individu mampu menyesuaikan dengan keadaan di mana individu berada, sekaligus menyesuaikan dari makna dan akibat dari tindakan yang diperbuat. Dengan demikian, individu secara tidak langsung menempatkan dirinya dari sudut pandang orang lain, dan dari sudut pandang demikian orang memandang dirinya sendiri bisa menjadi individu khusus atau menjadi kelompok sosial sebagai sebuah kesatuan (Haryanto, 2012). Konsep pemikiran Mead (1962) yang menjadi dasar dalam interaksi sosial yakni pentingnya sebuah makna untuk perilaku manusia, konsep diri dan kaitan antara orang manusia, konsep diri, dan kaitan antara individu dengan masyarakat (Siregar, 2011).

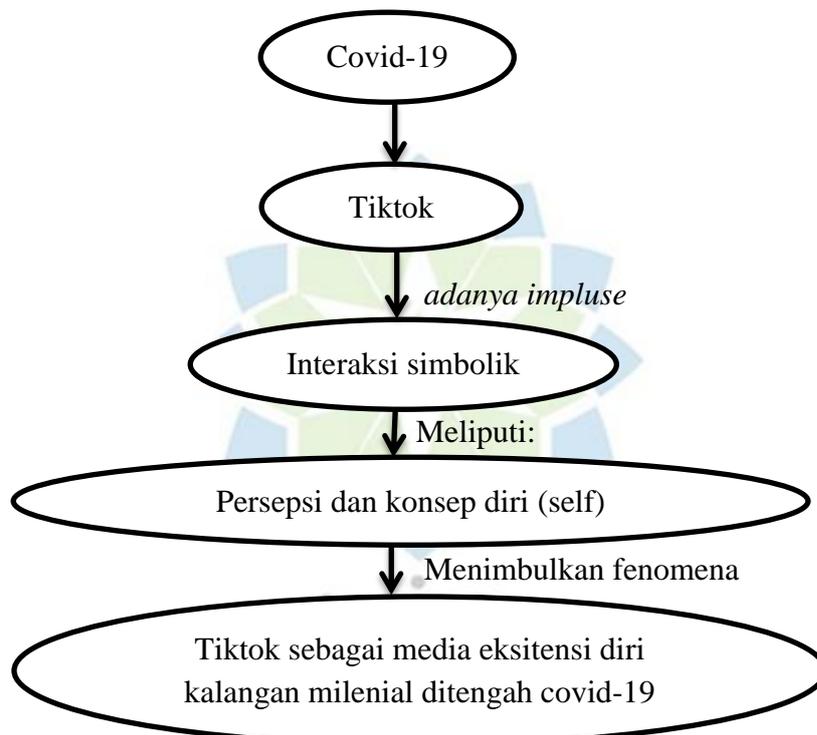
Seperti halnya Mahasiswa Sosiologi 18 mempunyai persepsi terhadap konsep dirinya yang didasarkan adanya *symbol* terhadap konten dari tiktok yang dapat memaknai arti dari konten tersebut berdasarkan persepsi seseorang. Persepsi konsep diri lainnya dari seorang mahasiswa lebih didasarkan pada bagaimana dirinya mampu meningkatkan citra dirinya melalui sebuah konten yang dibuktikan dengan banyaknya *follower*, *like* serta banyaknya yang mengikuti konten yang dibuat dengan didasarkan pada persepsi atau pemberian makna masing-masing. Konsep diri disini, terbentuk melalui berapa banyak *participant*

yang memberikan *like and coment* yang membentuk sebuah interaksi yang menimbulkan adanya perubahan sikap terhadap generasi Milenial. Selain itu, seseorang yang memiliki konsep diri memiliki faktor yang mendorong individu untuk melakukan keinginan tersebut. Menurut Mulyana (2005:198) menjelaskan faktor pendorong penggunaan tiktok sebagai media eksistensi diri kalangan Milenial, diantaranya terdorong oleh faktor internal dan eksternal.

Di sisi lain, media merupakan wadah seseorang untuk berekspresi. Berdasarkan teori laswell (1960) yang membahas tentang media baru (*new media*). Maka dari pada itu, adanya tiktok ini memberikan sebuah fungsi yakni sebagai berikut:

1. Pembentukan konsep diri yakni pandangan kita terhadap diri kita. Sebagai mana dalam teori George Mead bahwasanya mengistilahkan *significant other* (orang yang sangat penting) untuk orang-orang disekitar kita yang mempunyai peranan penting dalam membentuk konsep diri kita. konsep diri disini merupakan sebuah refleksi dari diri seorang individu mengenai dirinya sendiri yang bersifat pribadi, dinamis dan evaluatif. Konsep diri disini merupakan sebuah pandangan bagaimana seorang individu mampu melihat apa yang dimilikinya yaitu kelebihan dan kekurangannya. George Herbert Mead menjelaskan bahwasannya konsep diri itu sebagai pandangan, penilaian, perasaan, individu mengenai dirinya yang timbul sebagai hasil dari suatu interaksi sosial.

2. Pernyataan eksistensi diri disini terlihat bahwasannya dari adanya new media tiktok ini bertujuan untuk menunjukkan dirinya ‘*eksis*’. ini lah yang disebut sebagai aktualisasi diri atau lebih tepatnya sebagai eksistensi diri yang kemudian melakukan sebuah tindakan yang mampu mengajak orang lain untuk mengikutinya.



Gambar 1.1 Kerangka pemikiran