

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman dan teknologi manusia kini sangat mudah dalam berkomunikasi, salah satunya dengan berkembangnya media. Dalam hal ini media sosial menjadi wadah bagi manusia untuk memudahkan kita dalam berkomunikasi jarak jauh dengan keluarga, teman dan sahabat.

Selain untuk berinteraksi, kini media sosial digunakan oleh seseorang sebagai wadah, promosi dan hal lainnya. Van Dijk (2013), yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (2016;11), bahwa “Media sosial merupakan platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.”

Media sosial menjadi tempat untuk membagi kegiatan atau aktifitas pengguna. Dalam menggunakan media sosial, tidak terdapat pembatasan waktu sehingga pemakaiannya tidak terbatas.

Salah satu penyajian pesan yang terbaik di zaman sekarang untuk berkomunikasi adalah konten video. Selain untuk berkomunikasi, video juga dapat digunakan untuk melakukan transaksi di lingkungan sosial. Penyampaian informasi melalui konten video semakin banyak digunakan di media sosial.

TikTok merupakan sebuah Media music yang dibuat dari negara asal yaitu Tiongkok. TikTok diluncurkan pada bulan September oleh pembuatnya yaitu Zhang Yiming. Dengan adanya TikTok dapat memudahkan kita untuk mengakses, memperoleh informasi dari video pendek serta membuat video yang menarik. Selain mempunyai fitur yang beragam, TikTok juga menyediakan fitur music yang sangat beragam untuk membebaskan kita berkespresi dan berkarya dalam membuat konten.

Penggunaan media sosial TikTok saat ini tengah jadi kegiatan yang rutin dilakukan oleh remaja khususnya mahasiswa saat ini. Lewat TikTok mahasiswa bisa berbagi tentang segala hal yang berbau aktivitas, kreativitas yang kemudian nanti akan diunggah.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS sendiri banyak yang menggunakan tiktok sebagai media dari mulai pendidikan, hiburan, konten promosi dan kreativitasnya mereka masing – masing, dari sekitar 300 mahasiswa sebagian besar mereka menggunakan media sosial TikTok.

Istilah *phenomenon* merupakan kemunculan sebuah kejadian, benda, dan kondisi yang dapat dilihat. Fenomenologi merupakan cara melihat pengalaman secara langsung untuk memahami dunia. Untuk itu secara garis besar, feneomenologi menjadikan pengalaman nyata sebagai sebuah realitas.

Fenomena bersifat nyata, karena dapat dijadikan dan menghasilkan sesuatu yang jelas dan sesuai dengan fakta pada lingkungan sosial yang ada di sekitar kita. Fenomena juga memahami dari segi aspek tindakan, makna

yang selalu ada di lingkungan masyarakat.

Fenomena penggunaan TikTok kini tengah digandrungi dan disukai oleh para remaja khususnya pada mahasiswa, banyak mahasiswa apalagi di tengah *pandemic* seperti ini menggunakan media sosial tiktok sebagai ajang eksistensi diri tentang dirinya atau melihat berbagai konten video tentang hal yang *relate* dengan diri mereka bahkan sebagian dari mereka melakukan aktivitas produktif seperti membuat konten belajar bersamaku, satu hari bersamaku yang membuat mereka mampu menghasilkan keuntungan dari *viewers* dan memperluas imajinasi dan keratifitas. Adanya media sosial TikTok ditengah kehidupan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS ini diharapkan dapat membawa dampak positif, menjadi media informasi, serta menambah wawasan dan memperluas jaringan pertemanandan lainnya.

Peneliti memilih meneliti terkait pengguna media sosial TikTok dikarenakan ingin mengkaji lebih dalam bagaimana penggunaan media sosial TikTok di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS. Berdasarkan latar belakang yang ada, peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai maraknya penggunaan Media Sosial TikTok di lingkungan sekitar. Peneliti mengangkat permasalahan ke dalam judul sebagai berikut :

“FENOMENA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FISIP UNPAS”

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka fokus penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

“Bagaimana Fenomena penggunaan media sosial tiktok di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi fisip unpas”

1.2.2 Pertanyaan penelitian

Berikut adalah Pertanyaan Penelitian yang dapat diuraikan :

1. Apa saja motif mahasiswa ilmu komunikasi fisip unpas dalam penggunaan media sosial tiktok?
2. Bagaimana Tindakan mahasiswa ilmu komunikasi fisip unpas dalam penggunaan media sosial tiktok?
3. Bagaimana Makna penggunaan media sosial tiktok bagi mahasiswa ilmu komunikasi fisip unpas?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apa motif penggunaan media sosial TikTok di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas
2. Untuk mengetahui bagaimana tindakan mahasiswa menggunakan media sosial TikTok
3. Untuk Mengetahui bagaimana makna dari penggunaan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana penelitian ini memiliki manfaat atau kegunaan secara teoritis dan praktis yang digunakan untuk mengatasi suatu masalah. Diharapkan dalam penelitian menjadi manfaat yang berguna untuk semua pembaca termasuk bagi peneliti.

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

- a. Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat serta menjadi sarana yang mendidik dan dapat dijadikan sebagai masukan yang berguna untuk perkembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kaidah ilmu jurnalistik.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai informasi dan referensi bagi pihak – pihak yang membutuhkan.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini secara praktis dapat menambah wawasan serta pengetahuan dari penggunaan media sosial TikTok di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS
2. Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi, diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai bahan referensi yang berhubungan dengan fenomena penggunaan media sosial tiktok di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS