

# BAB I

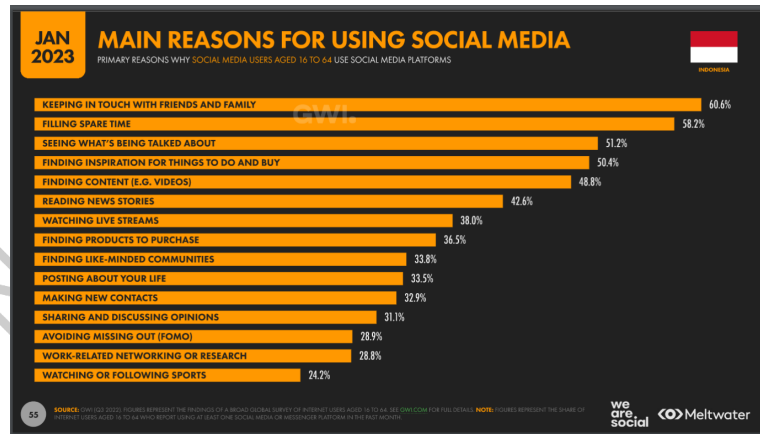
## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini adanya kehidupan manusia diawali dengan kehidupan yang modern, dan banyak inovasi serta progress untuk memudahkan aktivitas mereka dalam hidup sehari-hari. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi dan media sosial yang berfokus pada platform TikTok (Chulaifah, 2020). TikTok adalah platform media sosial berbasis video yang muncul pada tahun 2016. Beberapa hal yang menyebabkan TikTok menjadi populer dikalangan berbagai usia adalah format video yang pendek. Dimana salah satu alasan yang menjadikan TikTok populer karena kontennya ringkas, menarik, mudah dicerna, dan dapat diakses oleh berbagai kalangan. Lalu, TikTok menawarkan banyak fitur kreatif terkait filter, efek suara, pengeditan yang membuat penggunanya menghasilkan konten menarik dan unik. Selanjutnya, ada koneksi untuk para remaja dan orang tua dalam ketertarikan memahami minat dan hiburan yang ada di TikTok seperti komedi, tarian, lip-sync dan lainnya. Dengan menggunakan TikTok para orang tua juga dapat menambah pemahaman terkait dengan tren atau budaya digital saat ini. TikTok dapat menjadi salah satu sumber pembelajaran dan pengetahuan bagi banyak kalangan, karena terdapat informasi mengenai topik yang dibutuhkan. Selanjutnya, TikTok dapat menjadi wadah untuk orang tua dan remaja dalam memberikan informasi dan mendapatkan informasi untuk mengisi waktu luang (Afifullah, 2020).

Terkait dengan fenomena tersebut, ada beberapa faktor yang mempengaruhi rekomendasi video pada laman 'For You Page' atau algoritma di TikTok yaitu algoritma yang bekerja berdasarkan interaksi para penggunanya seperti memberikan komentar, menyukai sebuah video, menonton video tersebut sampai selesai dan membagikannya kepada pengguna lain. Fenomena tersebut membuat seluruh kalangan usia tertarik menggunakan TikTok. Tetapi, TikTok pasti memiliki dampak positif dan negatif bagi para penggunanya. Dampak positif TikTok menjadi

platform dalam berbagi kreativitas, kemampuan berkomunikasi bagi seluruh pengguna, berbagi dan mendapatkan informasi, mudah digunakan dan diakses. Dampak negatif tersebut biasanya karena kecanduan, terdapat beberapa konten yang tidak pantas untuk beberapa umur (zakawali, 2022).



**Gambar 1.1** Data alasan Media Sosial Digunakan  
Sumber : we are social 2023

Dari beberapa fenomena yang terjadi di TikTok, terdapat beberapa alasan para pengguna Indonesia menggunakan media sosial salah satunya adalah mereka ingin tetap terhubung oleh teman dan keluarga. Tercatat dari data yang dikeluarkan oleh We Are Social periode Januari 2023 ada 60.6% responden dari Indonesia yang menyatakan hal tersebut. Lalu sebanyak 58.2% responden menggunakan media sosial untuk mengisi waktu luang. Tertinggi ketiga di 51.2% pengguna media sosial di Indonesia ingin melihat apa yang sedang dibicarakan atau menjadi pembahasan. Lalu, ingin mencari inspirasi untuk apa yang mereka lakukan dan beli, serta mencari konten-konten yang ada di media sosial dan lainnya. Menurut We Are Social, datanya menunjukkan bahwa platform media sosial TikTok masuk urutan ke-empat yang paling sering digunakan di Indonesia sebanyak 70.8% dan TikTok menjadi platform media sosial terfavorite ketiga dan dalam sebulan diketahui per user menggunakan TikTok selama 29 jam. Jika dihitung para penggunanya menggunakan TikTok selama 5 jam/hari (We Are Social, 2023).

Dalam data alasan yang ada di We Are Social, dapat diketahui bahwa TikTok merupakan salah satu media sosial yang memungkinkan penggunanya membuat, membagikan dan menonton video pendek. Penggunaan TikTok bagi

banyak orang dimana biasanya TikTok memungkinkan para penggunanya mengunggah dan membuat video dengan durasi pendek mulai dari 15 sampai 60 detik. TikTok juga menjadi salah satu platform untuk penggunanya menunjukkan bakat dan mendapatkan popularitas serta kesempatan dalam bekerja melalui platform ini. TikTok juga digunakan untuk membagikan pengetahuan, topik, sejarah, keterampilan hidup, konseling dan lainnya. TikTok adalah platform yang populer bagi merek dan perusahaan dalam memasarkan produk/mempromosikan produk serja berkampanye dan berkolaborasi dengan pengguna lainnya di TikTok.

Tidak hanya alasan pengguna menggunakan media sosial tetapi juga pengelompokan usia. Menurut laporan dari *Business of Apps*, 2021 pengguna TikTok didominasi oleh kelompok usia 20-29 tahun dengan proporsi mencapai 35% dan kelompok usia 40-49 tahun sebanyak 16% (Dihni, 2022). Dengan adanya kelompok usia tersebut peneliti dapat mengetahui seperti apa motif dan kepuasan dari penggunaan TikTok antar generasi. Para pengguna media sosial TikTok, memilih untuk menggunakan TikTok sebagai salah satu media sosial yang digunakan untuk mencari dan memenuhi kebutuhan mereka. setiap pengguna TikTok tidak selalu memiliki kesamaan dalam menggunakan media tersebut, karena tergantung dengan kebutuhan apa yang dibutuhkan oleh setiap penggunanya. Dalam mencari dan memenuhi kebutuhan media sosial merupakan salah satu bentuk dari Teori *Uses and Gratification*. Teori ini mengatakan bahwa seseorang atau khalayak aktif dalam memilih dan menggunakan medianya untuk memenuhi kebutuhan (Dr. Hamzah B. Uno, 2019). Teori *Uses and Gratifications* menurut Whiting and Williams (2013) terdapat 10 indikator dari motif dan kepuasan yaitu *Social Interaction, Information Seeking, Hiburan/Entertainment, Pass Time, Relaxation, Communication Utility, Convenience Utility, Surveillance, Social Interaction, Expression of Opinions*.

Teori *Uses and Gratification* ini tidak dapat mengubah sikap individu atau penggunanya, melainkan memberikan dan memenuhi seluruh kebutuhan yang dicari oleh individu atau pengguna tersebut. Dengan adanya penjelasan tersebut peneliti menyimpulkan bahwa kebutuhan setiap orang sudah pasti berbeda dalam menggunakan media. Hal ini juga berkaitan dengan motif penggunaan TikTok terutama pada kalangan di berbagai usia. Sebelum menjelaskan motif yang dicari

pada penggunaan TikTok, motif sendiri adalah sesuatu alasan yang mendorong individu dalam menggunakan media atau sumber informasi tertentu. Motif yang dicari oleh para pengguna TikTok remaja biasanya menggunakan TikTok sebagai sarana hiburan, mencari popularitas, mengekspresikan diri, mengikuti tren, terhubung dengan komunitas sebayanya, dan mencari inspirasi. Sedangkan, untuk motif yang dicari oleh para pengguna TikTok orang dewasa/orang tua biasanya untuk menghilangkan stress, mencari hiburan, mengikuti tren, mencari konten lucu dan menghibur, mengisi waktu luang dan mencari informasi. Dengan begitu para pengguna nya mendapatkan sebuah hasil, yang disebut dengan kepuasan, dan apakah kebutuhan yang mereka cari dapat terpenuhi secara menyeluruh.

Kepuasan penggunaan TikTok bagi para pengguna di seluruh kalangan usia tersebut biasanya untuk yang remaja, merasa puas karena mereka senang mendapatkan sebuah pengakuan, dukungan dari pengikut, menemukan inspirasi untuk tampil kreatif, merasa terhubung dengan kelompok sebaya, merasa sedang mendapatkan hiburan yang menghibur, menemukan ide dan inspirasi baru. Sedangkan, menurut para orang tua merasa puas karena senang mendapatkan hiburan dalam menghilangkan stress, dapat mengikuti tren dan memahami sebuah budaya yang populer di kalangan masyarakat, dan merasa terhubung dengan kalangan usia muda. Dalam memahami motif dan kepuasan penggunaan TikTok ini sangat penting karena dapat memberikan wawasan mengenai alasan dibalik kepopuleritasan platform tersebut, dan dapat memahami kebutuhan pengguna (Mohsin, 2022).

Karena motif dan kepuasan tersebut, media sosial memiliki peran yang cukup signifikan dalam kehidupan sehari-hari untuk berbagai kalangan usia. Media sosial merupakan salah satu media untuk memperluas komunikasi dan interaksi sosial, dimana media sosialnya memungkinkan berbagai kalangan usia untuk terhubung dengan orang-orang seperti teman, keluarga, dan lainnya. Media sosial juga berperan menjadi sumber informasi dan berita untuk berbagai kalangan usia, sebagai hiburan yang berisikan konten lucu, meme, musik dan konten kreatif lainnya, juga sebagai salah satu media sosial yang digunakan oleh banyak kalangan sebagai platform untuk pemasaran dan promosi (We Are Social 2023).

Biasanya media sosial memiliki beberapa fitur yang umum untuk digunakan demi mengetahui sebuah motif dan kepuasan yang signifikan dan menarik untuk digunakan. Dimana setiap penggunanya memiliki profil yang masuk kepada informasi mengenai diri sendiri seperti minat, foto profil, pekerjaan dan lainnya. Pengguna juga dapat memberikan banyak jenis konten mulai dari teks, foto, video dan lainnya supaya pengguna lain dapat menemukan konten menarik. media sosial juga memberikan peluang yang besar untuk para penggunanya terhubung dengan orang-orang dalam membangun jaringan sosial untuk menambah teman, pengikut akun, menjadi bagian dari grup atau komunitas. Lalu, pengguna dapat berinteraksi dengan konten yang dibagikan oleh orang lain dengan cara like, komentar atau berbagi dengan ini akan terjadi diskusi dan pertukaran informasi. media sosial juga menjadi salah satu sumber berita dan informasi yang sangat dicari oleh masyarakat pada era saat ini (Aurora, 2021). Saat ini komunikasi dan media baru merujuk pada perubahan dari cara kita berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain karena kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Dengan hadirnya media baru, kita dapat berkomunikasi tidak hanya dengan bertatap muka. Komunikasi dan media baru tidak lagi dibatasi dengan waktu dan jarak, karena dapat diakses kapan saja dan dimana saja. media baru mengubah cara kita berinteraksi karena mempengaruhi tren dan lainnya untuk para kalangan.

Menurut Marc Prensky (2001) adanya sebutan Kalangan *Digital Native* dan *Digital Immigrants*. Di era kemajuan teknologi ini maksud dari *Digital Native* adalah generasi yang sedang alami perkembangan dan pertumbuhan di tengah teknologi digital dan arus teknologi yang mengalir deras. *Digital Native* ini masuk kedalam kelompok generasi muncul dalam dunia digital dan berkembang dewasa dengan teknologi canggih (Dharma, 2022). Generasi *Digital Native* salah satu generasi yang lahir dimulai dari tahun 1990, dan masuk ke dalam Generasi Z. Sedangkan *Digital Immigrant* adalah generasi yang tumbuh dewasa tanpa menggeluti perangkat yang canggih yang terus berkembang, dimana generasi satu ini memerlukan panduan dan pembelajaran mengenai bagaimana cara menggunakan alat digital, kelompok dari Generasi *Digital Immigrant* ini biasanya disebut dengan Generasi X dan generasi lebih tua dari Gen X dimulai dari tahun 1985.

Penggunaan dan kesukaan kalangan Digital Native mengenai konten dengan sumber yang relevan seperti, kalangan ini aktif dalam mengonsumsi beragam konten digital seperti video online, musik streaming, media sosial dan platform berbagi gambar. Serta kalangan ini sering menggunakan platform media sosial salah satunya adalah TikTok, untuk mengakses konten hiburan, informasi terkait referensi atau tutorial dan informasi lain, vlog serta video pendek. Kalangan Digital Native cenderung menyukai konten yang menarik, beragam dan sesuai dengan minat mereka, biasanya condong kepada tren menarik dan adanya keterlibatan interaksi sosial. Penggunaan dan kesukaan kalangan *Digital Immigrant* terkait konten cenderung menggunakan teknologi digital, seperti smartphone, media sosial, dan aplikasi walaupun tingkat keahliannya yang bervariasi serta condong kepada penggunaan untuk terhubung dengan teman, keluarga, mengakses berita dan mengikuti minat pribadi. Konten yang disukai Kalangan Digital Immigrant biasanya condong kepada informasi tradisional dan informatif seperti berita, artikel, blog, konten audio. Biasanya lebih tertarik kepada konten yang memberikan informasi, wawasan, pengetahuan yang berguna untuk kehidupan sehari-hari (Sulistiyanto, 2017).

Alasan peneliti melakukan penelitian pada judul “Motif dan Kepuasan Penggunaan TikTok Pada Kalangan *Digital Native* dan *Digital Immigrant*” karena peneliti ingin mengetahui apa motif dan kepuasan dari dua sisi generasi yang memiliki perbedaan dari segi tahun, kebiasaan, alasan menggunakan TikTok, dan lainnya. Dari banyaknya fenomena TikTok yang ada dikalangan beberapa generasi yang sudah dijelaskan. Demi mencari dua sisi yang berbeda antara dua generasi yang mulai banyak bermain TikTok.

Terdapat 3 penelitian terdahulu yang meneliti terkait dengan Motif dan Kepuasan dari pengguna media sosial. Penelitian pertama dengan judul “Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial facebook Sebagai Kebutuhan Sumber Informasi Masyarakat (Studi Kesenjangan Antara Motif dan Kepuasan Terhadap Akun Facebook @infocegatansolo pada Masyarakat Solo-Raya)” Peneliti menggunakan metode purposive sampling dengan tujuan untuk meneliti seberapa besar motif dan tingkat kepuasan dari pengguna facebook tersebut dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan

jenis instrument kuesioner tertutup dengan hasil yang menunjukkan bahwa akun Facebook @infocegatansolo tidak dapat memuaskan kebutuhan followersnya, tetapi tetap mendapatkan kepuasan sedang sampai tinggi dengan tingkat kesenjangan rendah pada setiap indikator pernyataannya.

Penelitian kedua dengan judul “Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia” penelitian ini dilakukan untuk mengetahui motif dan kepuasan dari komunitas Instameet Indonesia dalam menggunakan media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penelitian deskriptif, dimana metode yang digunakan adalah survei dan kuesioner. Hasil yang terdapat pada penelitian tersebut motif tertinggi pengguna Instagram adalah mencari informasi, sesuai dengan media sosial yang selalu digunakan sebagai tempat untuk menyebarkan informasi, berinteraksi dengan orang banyak dan mengenal dengan dekat sesama pengguna melalui foto atau video yang diunggah. Serta kepuasan yang mendominasi adalah untuk relaksasi dan kepuasan pada kegunaan komunikasi yang ada. Dimana Instagram mampu memenuhi keinginan penggunanya melepas stress.

Penelitian ketiga dengan judul “Motif Pengguna Aplikasi TikTok di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan” Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana motif dan dampak yang berpengaruh pada pengguna aplikasi TikTok di kalangan mahasiswa tersebut, metode yang digunakan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian itu menunjukkan bahwa motifnya terbagi menjadi tiga yaitu motif sebagai media berkreasi, berinovasi dan mengekspresikan diri, kedua untuk mengisi waktu luang sebagai hiburan dan ketika motif mendapat keuntungan.

Berdasarkan dengan penjelasan yang ada di atas, penelitian ini berfokus untuk mengetahui motif dan kepuasan dalam penggunaan TikTok di kalangan Digital Native dan Digital Immigrant. Hal ini berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mengetahui motif dan kepuasan dari penggunaan TikTok pada Kalangan Digital Native dan Digital Immigrant (Gen Z dan Gen X). Dari peneliti terdahulu dengan judul “Motif Pengguna Aplikasi TikTok di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Sumatera Utara Medan” Kebaruan yang diberikan dalam penelitian ini adalah ada pada metode

penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian Kualitatif Deskriptif, dan menggunakan media sosial TikTok sebagai objek yang diteliti oleh peneliti. Serta melihat motif dari kedua kalangan generasi digital native dan digital immigrant.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana Motif dan Kepuasan Penggunaan TikTok pada Kalangan *Digital Native* dan *Digital Immigrant*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Mengetahui Motif dan Kepuasan dari Penggunaan TikTok dikalangan *Digital Native* dan *Digital Immigrant*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini harapannya dapat memperkaya penelitian selanjutnya dengan menggunakan teori *Uses and Gratifications*, konsep *Digital Native* dan *Digital Immigrant*, serta penggunaan media sosial.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi yang mengedukasi pada media sosial TikTok.