

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, kemajuan pada bidang teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pada era teknologi mendorong peradaban manusia menjadi lebih maju. Salah satu contohnya yaitu untuk berkreasi dan berkomunikasi melalui media sosial. Penggunaan media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. *Platform-platform* seperti Facebook, Instagram, dan TikTok telah mengubah cara orang berinteraksi, berbagi informasi, dan mengekspresikan diri [1]. Media sosial tidak hanya menjadi tempat berkomunikasi, tetapi sebagai sumber berita, *platform* pemasaran, hingga alat untuk membangun sosial *branding*. Media sosial telah mengubah pola komunikasi masyarakat secara drastis, masyarakat dapat dengan mudah berkomunikasi dalam format seperti teks, gambar, video, dan siaran langsung (*live streaming*). Tren ini tidak hanya berdampak pada hubungan pribadi, tetapi juga membentuk budaya baru dalam cara orang berpendapat, mengekspresikan emosi, dan menangani isu-isu global.

Selain itu, perkembangan algoritma pada media sosial semakin memengaruhi cara konten dikonsumsi oleh pengguna. Setiap *platform* kini menggunakan sistem yang mampu menyesuaikan preferensi individu berdasarkan aktivitas, interaksi, dan minat yang ditunjukkan oleh penggunanya. Akibatnya, konten yang muncul di linimasa menjadi semakin personal dan relevan, menciptakan pengalaman yang unik bagi setiap individu. Di sisi lain, hal ini juga mendorong persaingan antar konten kreator untuk menciptakan materi yang tidak hanya menarik, tetapi juga mampu mempertahankan perhatian audiens dalam waktu singkat. Fenomena ini dimanfaatkan secara maksimal oleh pelaku bisnis, *influencer*, dan *brand* untuk membangun hubungan lebih dekat dengan pengikut mereka. Strategi pemasaran digital pun mulai bergeser, menyesuaikan dengan algoritma dan tren yang berkembang di setiap *platform*. Dari berbagai media sosial yang ada, TikTok muncul sebagai salah satu *platform* yang paling mencolok, menawarkan pendekatan unik dalam berbagi konten singkat yang kreatif, interaktif, dan mudah viral di kalangan berbagai lapisan masyarakat.

Aplikasi TikTok merupakan platform video pendek berdurasi hingga 10 menit yang memungkinkan pengguna untuk merekam, mengedit, dan membagikan video ke berbagai media sosial. Konten dalam aplikasi ini umumnya bersifat sosial dan dilengkapi dengan musik, sehingga menarik perhatian berbagai kalangan, baik pengguna TikTok maupun non-pengguna [2]. Daya tarik TikTok tidak hanya terletak pada format videonya yang singkat, tetapi juga pada kemampuannya membangun komunitas yang inklusif dan dinamis. Fitur interaktif seperti duet, stitch, dan live streaming memungkinkan kolaborasi serta interaksi langsung antar pengguna, menciptakan rasa keterlibatan yang lebih personal. Selain sebagai media hiburan, TikTok juga berkembang menjadi ruang digital yang berpengaruh dalam membentuk opini publik, memopulerkan tren budaya, serta dimanfaatkan secara strategis oleh pelaku bisnis dan kreator konten di seluruh dunia.

Dalam era perkembangan sosial dan kemajuan media digital, penggunaan TikTok secara intens oleh kalangan remaja dapat memengaruhi pola perilaku serta tingkat konsentrasi mereka. Istilah remaja sendiri memiliki beragam definisi yang disesuaikan dengan aspek biologis maupun tujuan klasifikasi tertentu. Secara umum, remaja dipandang sebagai fase transisi dari masa kanak-kanak menuju kedewasaan. Menurut World Health Organization (WHO), rentang usia remaja berada antara 12 hingga 24 tahun. Namun, secara sosial, individu yang telah menikah dalam usia tersebut sering kali dikategorikan sebagai orang dewasa. Di sisi lain, seseorang yang usianya di luar batas remaja tetapi masih bergantung pada orang tua juga kerap dianggap masih dalam fase remaja [3]. Remaja yang terbiasa mengonsumsi konten video pendek, seperti yang tersedia di TikTok, cenderung memiliki durasi perhatian yang singkat, mudah kehilangan fokus saat membaca atau belajar, serta sering berganti-ganti konten tanpa menyerap informasi secara mendalam. Kondisi ini menjadi hal yang penting untuk diteliti mengingat remaja sedang berada pada tahap perkembangan sosial yang sangat penting dan merupakan salah satu kelompok pengguna TikTok yang paling aktif [4], [5].

Seiring dengan meningkatnya popularitas, konten video pendek TikTok juga memainkan peran penting dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari hiburan, pemasaran, hingga edukasi. Banyak merek dan perusahaan memanfaatkan format ini untuk membangun interaksi yang lebih autentik dengan audiens, sementara influencer

dan kreator konten berlomba-lomba menciptakan video yang menarik untuk meningkatkan engagement dan memperoleh pendapatan melalui kemitraan atau monetisasi. Meskipun memberikan peluang besar, penggunaan video pendek juga membawa tantangan tersendiri, terutama jika tidak digunakan secara bijak. Bagi remaja, tren ini dapat memengaruhi cara mereka berinteraksi di dunia maya, membentuk identitas digital, serta memengaruhi cara mereka membangun dan mempertahankan hubungan sosial dengan teman sebaya [6].

Di era digital, video pendek telah mengubah pola komunikasi remaja, dari percakapan langsung menjadi interaksi berbasis konten visual yang singkat dan menarik. Melalui video pendek, mereka dapat mengekspresikan diri, membentuk identitas sosial, dan menunjukkan kepribadian mereka kepada dunia. Berdasarkan penelitian sebelumnya, menunjukkan bahwa mayoritas remaja mengaku menonton konten video pendek dapat membuat mereka kehilangan fokus dan tidak sadar dengan lingkungan sekitar. Sebagian besar dari mereka juga merasa bahwa konten tersebut mengalihkan perhatian dari dunia nyata dan menimbulkan perasaan resah[7]. Penggunaan TikTok secara berlebihan juga dapat menyebabkan seseorang menarik diri dari kehidupan sosial. Fokus yang terus-menerus pada aplikasi ini membuat pengguna kurang menyadari lingkungan sekitar dan mengabaikan interaksi langsung. Akibatnya, kualitas komunikasi menurun karena kurangnya perhatian pada lawan bicara dan dikhawatirkan dapat menghambat perkembangan keterampilan sosial remaja[8]. Oleh karena itu, penting bagi remaja untuk menyeimbangkan interaksi digital dan nyata guna menjaga kesehatan mental serta hubungan sosial yang sehat.

1.2 Rumusan Masalah

Beberapa remaja tidak sepenuhnya menyadari dampak penggunaan media sosial terhadap berbagai aspek kehidupan mereka. Pola konsumsi yang tidak terkontrol, ditambah dengan algoritma yang menyesuaikan konten berdasarkan preferensi pengguna, dapat mengurangi keterampilan sosial secara langsung. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang berkontribusi terhadap perubahan pola komunikasi remaja akibat konsumsi konten video pendek serta menganalisis bagaimana media sosial, khususnya TikTok memengaruhi pola keterampilan sosial remaja di era digital.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana pola penggunaan media sosial remaja dalam keseharian?
2. Bagaimana pengaruh penggunaan video pendek di media sosial terhadap keterampilan sosial remaja?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis bagaimana pola penggunaan media sosial TikTok.
2. Meneliti pengaruh video pendek terhadap keterampilan sosial remaja dan membangun model hubungan antara keduanya.

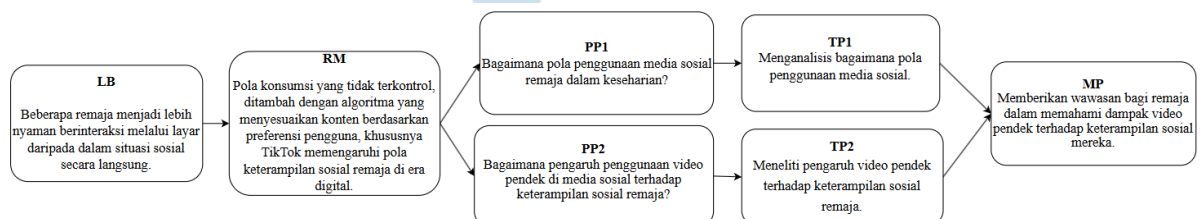
1.5 Batasan Masalah

1. Subjek penelitian dibatasi pada remaja berusia 12–24 tahun yang aktif menggunakan TikTok.
2. Penelitian tidak melibatkan studi longitudinal atau pemantauan perubahan perilaku jangka panjang.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi remaja dalam memahami dampak video pendek terhadap keterampilan sosial mereka serta menjadi panduan dalam menyeimbangkan penggunaan media sosial dengan kehidupan sosial di dunia nyata.

1.7 Bagan Keterkaitan



Gambar 1. 1 Bagan Keterkaitan