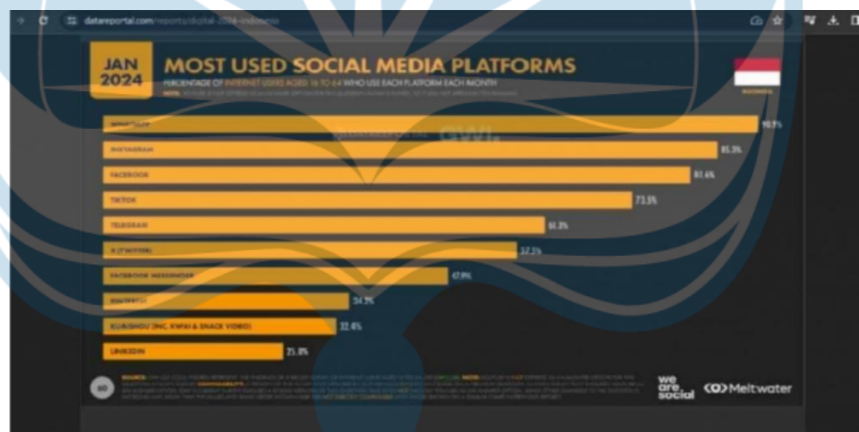


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital ini platform media sosial telah menjadi salah satu sumber utama bagi pengguna untuk memperoleh informasi, terutama terkait gaya hidup dan tren di berbagai kota. Salah satu platform media sosial yang populer di Indonesia adalah TikTok. Berdasarkan data dari SensorTower (2020) jumlah unduhan aplikasi TikTok dalam skala global mencapai 2 milyar unduhan. pengguna TikTok di dunia saat ini dapat diperkirakan mencapai 1,56 miliar sampai dengan bulan januari 2024 dan Indonesia menempati posisi nomor dua sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia dibawah Negara Amerika Serikat dengan jumlah pengguna kurang lebih sekitar 126,83 juta (We Are Social, 2024).



Gambar 1. Media Sosial yang paling Banyak Digunakan di Indonesia 2024

Sumber: Wearesocial, 2024

Data di atas menggambarkan bahwa TikTok sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia dengan tingkat penggunaan yang tinggi mencapai 70,8%. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki dampak signifikan sebagai platform media sosial di Indonesia. Menurut Curry (2022) ditemukan bahwa rasio pengguna aktif TikTok di Indonesia berdasarkan gender, yaitu 53.5% berjenis kelamin perempuan dan 46.5%

berjenis kelamin laki-laki, Selain itu pengguna TikTok berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 1. berikut:

Tabel 1. Pengguna TikTok Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia Tahun 2022

Rentang Usia	Persentase
13-17 Tahun	14,4 %
18-24 Tahun	34,9 %
25-34 Tahun	28,2 %
35-44 Tahun	12,8 %
45-54 Tahun	6,3 %
>55 Tahun	3,4 %

Sumber: Curry, D. (2022)

Data tersebut menunjukkan bahwa pengguna TikTok terbanyak di Indonesia adalah berada pada rentang usia 18-24 tahun sebanyak 34,9%. Pada kelompok usia tersebut, umumnya mereka berstatus sebagai mahasiswa (Hulukati & Djibran, 2018). Dari uraian tersebut dapat dikemukakan bahwa Mahasiswa adalah kelompok pengguna yang sangat aktif di TikTok. Mereka menggunakan TikTok tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi tentang berbagai aspek gaya hidup, mulai dari mode, makanan, kesehatan, hingga pengembangan diri. Menurut penelitian Dwivedi et al. (2021), media sosial seperti TikTok memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi yang terkait dengan tren gaya hidup di kalangan pengguna muda. Algoritma TikTok yang canggih memungkinkan konten disesuaikan dengan minat pengguna yang mendorong keterlibatan pengguna yang lebih tinggi dan meningkatkan intensitas penggunaan platform tersebut.

TikTok merupakan sumber populer bagi anak muda yang melek teknologi untuk mencari informasi tentang makanan, mode, kesehatan, dan tren gaya hidup lainnya. Berbagai kemajuan dan tren terbaru gaya hidup dapat diakses secara bebas di dunia maya.

Hal ini menjadi pemicu yang mengubah gaya hidup masyarakat melalui media sosial yang mereka gunakan, seperti TikTok.

Gaya hidup adalah pola perilaku yang mencerminkan cara individu atau kelompok dalam menjalani kehidupan sehari-hari yang mencakup pilihan terkait konsumsi, pola makan, aktivitas fisik, cara berinteraksi sosial, serta penggunaan waktu luang (Chung et al., 2017). Konsep gaya hidup sering kali mencakup nilai-nilai dan preferensi yang menjadi ciri khas individu atau kelompok dalam beradaptasi dengan lingkungan mereka (Rokka, 2021). Menurut Mingione (2020), gaya hidup tidak hanya sekadar pilihan pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh media, teknologi, dan tren sosial yang berkembang di masyarakat.

Sebagai contoh, gaya hidup yang berkaitan dengan tren mode, kesehatan, atau teknologi seringkali dipengaruhi oleh perkembangan media sosial yang memberi pengaruh besar terhadap cara orang mengonsumsi informasi dan berbagi pengalaman mereka. Hal ini terlihat jelas dengan meningkatnya penggunaan *platform* media sosial seperti TikTok yang menjadi saluran penting bagi banyak orang untuk menemukan, berbagi, dan mengadopsi berbagai aspek gaya hidup termasuk tren kecantikan, kebugaran, diet, dan fashion (Stern et al., 2021).

Bagi mahasiswa, gaya hidup bukan hanya soal preferensi pribadi, tetapi juga terkait dengan status sosial dan cara mereka membentuk identitas dalam konteks sosial yang lebih luas. Gaya hidup mahasiswa seringkali dipengaruhi oleh tekanan sosial dari teman sebaya, keluarga, serta pandangan masyarakat yang lebih luas. Fletcher et al. (2019) mengungkapkan bahwa mahasiswa sering kali berusaha mengikuti tren gaya hidup yang dianggap keren atau populer, baik itu dalam hal mode, diet, olahraga, maupun penggunaan teknologi.

Selain itu, gaya hidup mahasiswa ini tidak hanya dibentuk oleh pengalaman langsung, tetapi juga oleh informasi yang mereka dapatkan dari media sosial. Montag et al. (2021) menjelaskan bahwa di era digital mahasiswa lebih cenderung mencari inspirasi untuk gaya hidup mereka dari media sosial. Hal ini karena media sosial menawarkan kemudahan dan aksesibilitas yang lebih besar dalam mendapatkan informasi terkait tren gaya hidup. TikTok, sebagai contoh, menawarkan berbagai informasi yang cepat, visual, dan mudah dipahami mengenai tren gaya hidup yang sedang populer, seperti rutinitas olahraga, gaya berpakaian, atau makanan sehat yang semuanya dapat diakses dalam hitungan detik.

Motivasi mahasiswa untuk mencari informasi tentang tren gaya hidup mendorong mereka untuk menggunakan aplikasi TikTok secara intens. Intensitas penggunaan media sosial merupakan sejauh mana perhatian dan ketertarikan seseorang dalam berinteraksi dengan platform media sosial yang diukur dari kedalaman serta kekuatan keterlibatan mereka. Perilaku pengguna media sosial umumnya didorong oleh keinginan untuk memenuhi kebutuhan atau mendapatkan kepuasan tertentu. Kebutuhan ini sering kali berkaitan dengan tujuan spesifik yang ingin dicapai melalui penggunaan media sosial. Pengguna yang aktif di media sosial biasanya menghabiskan waktu yang cukup lama di platform tersebut, yang tercermin dari durasi dan frekuensi penggunaan mereka (Nurjan et al., 2016). Dengan semakin meningkatnya penggunaan media sosial, terutama di kalangan remaja, mereka menjadi lebih rentan terhadap paparan informasi dari berbagai sumber termasuk *platform* seperti TikTok.

Umami dan Rosdiana (2022) menjelaskan bahwa intensitas bisa dipahami sebagai tingkat keterlibatan seseorang dalam suatu aktivitas yang dapat dilihat dari lamanya mereka melakukan kegiatan tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan. Sebagai contoh,

menurut Umami (2021), terdapat hubungan negatif antara intensitas penggunaan media sosial dan kesadaran diri. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi intensitas seseorang dalam menggunakan media sosial maka semakin rendah kesadaran diri mereka terhadap lingkungan sekitar.

Dalam konteks TikTok, intensitas penggunaan dapat diukur melalui jumlah waktu yang dihabiskan untuk menonton, membuat, dan berinteraksi dengan konten video. Semakin tinggi intensitas penggunaan maka semakin besar kemungkinan pengguna akan terpapar informasi yang bervariasi termasuk konten yang berkaitan dengan tren gaya hidup. Studi yang dilakukan oleh Alhabash et al. (2022) menunjukkan bahwa intensitas penggunaan platform media sosial berkorelasi positif dengan keterpaparan terhadap informasi baru dan kecepatan adopsi tren gaya hidup. Dengan kata lain, semakin sering mahasiswa menggunakan TikTok maka semakin besar kemungkinan mereka untuk menemukan tren gaya hidup baru yang relevan.

Penelitian yang berfokus pada pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap kepuasan mahasiswa dalam mencari informasi tren gaya hidup dilakukan karena mengingat peran TikTok yang semakin tinggi dalam kehidupan sehari-hari. TikTok sebagai salah satu *platform* media sosial paling populer menawarkan berbagai konten yang tidak hanya menghibur, tetapi juga informatif yang dapat mempengaruhi keputusan dan perilaku penggunaannya khususnya mahasiswa. Sharabati et al. (2022) menemukan bahwa kepuasan pengguna TikTok berpengaruh signifikan terhadap niat berkelanjutan untuk terus menggunakan aplikasi tersebut dengan 30,6% pengguna TikTok yang puas akan terus mencari informasi di *platform* ini. Ini menunjukkan bahwa kepuasan dalam mendapatkan informasi yang relevan dan bermanfaat melalui TikTok dapat mendorong pengguna untuk terus terlibat dengan platform tersebut terutama dalam konteks pencarian tren gaya hidup yang terus berkembang.

Selain itu, Fauziah (2022) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara intensitas penggunaan TikTok dan perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi intensitas melihat TikTok maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk mengadopsi perilaku konsumtif. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa 27,8% perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh intensitas penggunaan TikTok sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Temuan ini menegaskan bahwa platform seperti TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media yang membentuk keputusan konsumsi dan gaya hidup pengguna terutama di kalangan mahasiswa yang sangat aktif mencari informasi dan tren baru. Oleh karena itu, memahami dinamika antara intensitas penggunaan TikTok dan kepuasan mahasiswa dalam mencari informasi tren gaya hidup sangat penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kebiasaan konsumsi dan pemanfaatan media sosial dalam kehidupan mereka.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi dipilih sebagai subjek penelitian ini karena mereka memiliki karakteristik yang relevan dengan fenomena penggunaan TikTok dalam mencari informasi tentang tren gaya hidup. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Subagiyo dan Aesthetika (2023), mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo menunjukkan bahwa sebanyak 93% menggunakan TikTok dengan motif untuk mencari informasi dan hal tersebut dikategorikan sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok menjadi media penting bagi mereka mendapatkan pengetahuan baru terkait topik yang sedang viral, seperti tren gaya hidup. Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa ilmu komunikasi lebih sadar dan aktif dalam penggunaan platform media sosial untuk berbagai tujuan, termasuk mencari informasi tentang gaya hidup. Penelitian ini relevan karena dapat menggali bagaimana mahasiswa dalam jurusan ini memanfaatkan TikTok sebagai sumber informasi dan bagaimana hal itu mempengaruhi kepuasan mereka.

Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana TikTok, sebagai platform media sosial yang sangat populer, menjadi wahana bagi mahasiswa mencari informasi terkait tren gaya hidup. Mengingat intensitas penggunaan TikTok yang semakin tinggi di kalangan mahasiswa maka penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai pengaruhnya terhadap kepuasan mahasiswa dalam menemukan informasi yang relevan dengan kebutuhan mereka, seperti tren mode, diet, dan kebugaran. Penelitian ini juga dapat memberi kontribusi pada pengembangan teori *uses and gratification* dalam memahami bagaimana intensitas penggunaan TikTok berkaitan dengan kepuasan dalam mencari informasi tren gaya hidup.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah ada hubungan antara kekuatan motif dan intensitas penggunaan TikTok dan kepuasan pengguna dalam mencari tren gaya hidup ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui hubungan antara kekuatan motif dan intensitas penggunaan TikTok dan kepuasan pengguna dalam mencari tren gaya hidup.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan teori *uses and gratifications* khususnya tentang hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dengan kepuasan pengguna dalam konteks gaya hidup

1.4.2 Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu para pembuat konten pada aplikasi TikTok untuk meningkatkan kualitas dan relevansi informasi yang disediakan sehingga dapat membantu mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial TikTok secara lebih efektif sebagai sumber informasi gaya hidup.

