

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan zaman membuat teknologi dalam berkomunikasi menjadi lebih mudah. Teknologi komunikasi yang semakin berkembang sehingga bermunculan media baru yaitu media sosial. Media sosial (*Social Networking*) adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial network atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial yang berkembang sudah tidak hanya sebagai media berkomunikasi, banyak aplikasi yang berkembang dengan adanya video, musik, tari yang lebih menarik.

Berdasarkan surat edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2016 tentang penyediaan layanan aplikasi dan/atau konten melalui internet (*over the top*) pada poin 5.1.2 menyebutkan, Layanan Konten Melalui Internet adalah penyediaan semua bentuk informasi digital yang terdiri dari tulisan, suara, gambar, animasi, musik, video, film, permainan (*game*) atau kombinasi dari sebagian dan/atau semuanya, termasuk dalam bentuk yang dialirkan (*streaming*) atau diunduh (*download*) dengan memanfaatkan jasa telekomunikasi melalui jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet.

Salah satu aplikasi yang berkembang pada tahun 2017 di Indonesia mulai menarik perhatian banyak kalangan masyarakat yaitu aplikasi TikTok. Pada tahun 2020, TikTok mengalami perkembangan yang pesat karena Covid-19

yang membuat orang-orang diharuskan berada di rumah saja. Berdasarkan misi TikTok dalam pembaharuan terakhir Januari menyebutkan Misi TikTok adalah untuk menginspirasi kreativitas dan membawa sukacita. TikTok merupakan platform inklusif yang dibangun atas dasar kebebasan berekspresi yang bertanggung jawab. TikTok mendorong pengguna untuk merayakan hal yang membuat mereka unik, sembari menemukan komunitas yang juga melakukan yang sama.<sup>1</sup>

Aplikasi TikTok rata-rata digemari oleh remaja, dimana di aplikasi tersebut mereka dapat berekspresi dengan bebas menggunakan fasilitas atau fitur yang diberikan aplikasi tersebut yang berupa video. Video-video yang berkembang di TikTok membuat remaja-remaja ini lebih antusias. Konten di TikTok menjadi lebih menarik karena ada salah satunya yaitu *Dance Challenge*, para pengguna dapat membuat video mereka bergerak sesuai dengan gerak atau tarian yang sedang *viral* atau populer dengan musik yang menarik. Video yang sedang populer tersebut pun dapat disebarluaskan kembali ke media sosial yang lain, sehingga mendapat perhatian dari orang-orang di luar aplikasi TikTok, dan menjadi lebih cepat diketahui oleh orang lain.

*Dance Challenge* yang ramai di aplikasi TikTok membuat semua kalangan mencoba membuatnya dari yang membuat video secara persis hingga berkreasi sesuai dirinya masing-masing. *Dance Challenge* yang berkembang dan terus ada pembaharuan dari musik maupun gerak, membuat para remaja selalu mengikutinya, karena hal tersebut pastinya setiap video *Dance Challenge* yang terkenal memiliki *like* atau ♥ yang banyak. Berdasarkan ♥ yang dimiliki setiap

---

<sup>1</sup> TikTok, “Halaman Kebijakan”, diakses dari <https://www.tiktok.com/community-guidelines?lang=id>, pada tanggal 9 April 2020 pukul 23.51

video *Dance Challenge* tentu memiliki perhatian lebih dari pengguna lain dan memiliki alasan mengapa videonya lebih unggul dibanding video *Dance Challenge* yang lain.

Alasan dan perhatian para pengguna ini bisa disebutkan sebagai persepsi. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Kiswantoro, persepsi merupakan proses seseorang dalam memilih, mengatur dan mengartikan informasi yang diterima menjadi suatu yang bermakna.<sup>2</sup> Memilih informasi bisa disebut juga sebagai atensi, yang berarti ketika pengguna mendapatkan perhatian kepada video-video *Dance Challenge* tertentu yang diproses sebelum adanya interpretasi. Interpretasi juga bisa disebutkan dalam mengartikan informasi yang didapat, ketika pengguna mulai merangsang apa yang dilihat dalam video *Dance Challenge* tersebut, membuat keputusan dalam dirinya apakah video tersebut masuk ke dalam kategori yang disukainya berdasarkan sudut pandang dirinya atau menjadi persepsi dirinya.

Persepsi yang akhirnya muncul dari pengguna, membuat reaksi berdasarkan aksi yang dibuat oleh orang-orang yang melakukan *Dance Challenge*. Berdasarkan video-video yang memiliki *like* atau ♥ yang banyak, peneliti ingin mengetahui apa yang menjadi alasan para pengguna memberikan *like* atau ♥ ke video-video *Dance Challenge* tertentu berdasarkan persepsi mereka, yang akan membantu para pengguna lain ketika ingin membuat video *Dance Challenge* seperti apa sehingga mendapat atensi lebih dari para pengguna TikTok yang lain. Sehingga, peneliti ingin mengetahui bagaimana video *Dance Challenge*

---

<sup>2</sup> Amin Kiswantoro, Damiasih, "Persepsi Kualitas Layanan Museum Sebagai Sarana Edukasi Masyarakat (Studi Kasus: Museum Gunung Api Merapi Yogyakarta)". Jurnal Kepariwisata ilmiah. Vol. 12 no.2, Mei 2018: 57-70.

yang diminati pengguna untuk membuat rekomendasi kriteria video-video *Dance Challenge* tanpa menyalahi aturan untuk TikTok serta pentingnya ketika video-video *Dance Challenge* tersebut naik popularitasnya dapat memberikan manfaat-manfaat yang baik untuk pengguna agar mengikuti *Dance Challenge* yang membuat pengguna bergerak dan mengasah kinestetiknya menjadi lebih baik.

### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana persepsi pengguna TikTok terhadap video *Dance Challenge*?
2. Bagaimana klasifikasi video *Dance Challenge* yang memberikan atensi lebih menurut pengguna TikTok?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui persepsi pengguna TikTok terhadap Video *Dance Challenge*.
2. Untuk mengetahui klasifikasi video *Dance Challenge* yang memberikan atensi lebih menurut pengguna TikTok.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi orang-orang di balik aplikasi TikTok mengenai *Dance Challenge* yang berkembang semakin digandrungi oleh banyak penggunanya sehingga memiliki lebih banyak pengguna daripada sebelumnya.

2. Bagi individu pengguna TikTok

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang baik bagaimana video *Dance Challenge* yang baik untuk menarik atensi pengguna lain.

### 3. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam penelitian yang sejenis, selain itu dapat digunakan jika akademisi dalam bidang tari yang ingin memberikan atau mengasah kreativitas peserta didiknya dengan aplikasi ini.

## E. Keaslian Penelitian

1. Penelitian Vinny Indah Pratiwi<sup>3</sup> tentang *Persepsi Masyarakat Mengenai Video Tiktok Mayat Kakek di Media Instagram*. Subjek dari penelitian ini merupakan masyarakat yang melihat video tiktok tersebut. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teori persepsi Deddy Mulyana. Teori ini membahas tentang sensasi, atensi, dan interpretasi dalam video tiktok mayat kakek di media Instagram. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dalam video tiktok mayat kakek yang berdurasi 15 detik memiliki pandangan berbeda dari narasumber. Persepsi masyarakat rata-rata mengatakan bahwa sikap gadis remaja yang berada di video tiktok itu sangat tidak etis karena membuat video dengan jasad kakek yang tidak tepat dalam keadaan berduka dan sangat tidak pantas untuk di contoh apalagi gadis tersebut memanfaatkan situasi tersebut untuk eksistensi dirinya. Berarti, persepsi yang timbul dari

---

<sup>3</sup> Vinny Indah Pratiwi, Skripsi: "*Persepsi Masyarakat Mengenai Video Tiktok Mayat Kakek di Media Instagram*" (Bandung: Universitas Pasundan, 2018)

masyarakat merupakan persepsi yang negatif dikarenakan menurutnya video tersebut diluar norma.

2. Penelitian Vionita Anjani <sup>4</sup> tentang *Persepsi Masyarakat Terhadap Aplikasi Tik Tok (Studi Deskriptif Kuantitatif Aplikasi Tik Tok di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP USU Stambuk 2015 dan 2016)*.

Subjek dari penelitian ini merupakan mahasiswa jurusan ilmu komunikasi, Universitas Sumatera Utara. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi, teknologi komunikasi, media baru, dan persepsi. Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil menunjukkan ketidaktertarikan responden penelitian terhadap aplikasi Tik Tok untuk dijadikan media atau sarana untuk berkomunikasi dengan video yang dihasilkan dari aplikasi tersebut. Persepsi dari sampel yang terpilih menunjukkan, 71 orang merasa aplikasi Tik Tok membawa pengaruh buruk kepada penggunanya. Sementara itu, sebanyak 64 orang mengatakan bahwa aplikasi Tik Tok telah disalahgunakan oleh penggunanya. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa mengenai aplikasi Tik Tok adalah banyaknya kasus atau peristiwa yang negatif mengenai aplikasi Tik Tok.

---

<sup>4</sup> Vionita Anjani, Skripsi: “*Persepsi Masyarakat Terhadap Aplikasi Tik Tok (Studi Deskriptif Kuantitatif Aplikasi Tik Tok di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP USU Stambuk 2015 dan 2016)*” (Sumatera Utara: 2019)