

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini media sosial sudah menjadi bagian dari keseharian masyarakat baik di Indonesia maupun dunia. Seiring berkembangnya media sosial, semakin banyak kesempatan dan alternatif masyarakat dalam melakukan komunikasi dan interaksi dengan ruang lingkup yang sangat luas, serta mendapatkan hiburan yang lebih beragam.

Cahyono (2016) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa media sosial memberikan manfaat kepada pengguna seperti memudahkan kita berinteraksi dengan orang yang jauh, memperluas pergaulan karena dapat bertemu dengan orang-orang baru dari berbagai penjuru dunia, lebih mudah untuk mengekspresikan diri atau *self-disclosure*, dan bisa mendapatkan informasi lebih cepat. Salah satu media sosial yang bisa menyediakan tempat interaksi dan hiburan tersebut antara lain aplikasi TikTok.

Aplikasi TikTok merupakan sebuah aplikasi berbasis *video sharing* yang *booming* di tahun 2020 dan sudah banyak digunakan oleh pengguna media sosial dari berbagai negara dan beragam usia. Berdasarkan data dari *play store* sendiri, sudah ada lebih dari 100 juta orang yang telah menginstal aplikasi ini sejak dirilis tahun 2016. Cara menggunakan aplikasi ini cukup mudah, dimana pengguna membagikan video pendek berdurasi 15 sampai 60 detik yang telah mereka buat kepada para pengguna lainnya yang nantinya akan mendapatkan *like* dan komentar. Fitur yang ada didalam aplikasi TikTok menawarkan hal yang berbeda dan menarik dibandingkan aplikasi sosial media lain seperti *Instagram* dan *Facebook* karena selain aplikasi ini hanya bisa mengunggah konten video durasi terbatas, aplikasi ini menyajikan kreativitas dalam unggahan videonya. Hal tersebut membuat konten yang tersaji didalamnya menjadi lebih menarik, unik, dan beragam (Universitas Ciputra, 2020).

Aplikasi TikTok juga diminati oleh para remaja dan dewasa awal. Hal tersebut dikarenakan selain banyaknya fitur dan konten menarik yang tersedia dalam aplikasi TikTok, tuntutan untuk menggunakan kreativitas dalam setiap

unggahannya video memicu aplikasi ini digemari oleh para milenial yang berkarakter aktif, kreatif dan inovatif (Universitas Ciputra, 2020). Kemudian dengan adanya fitur kolom komentar dan pesan langsung yang bisa diatur juga memudahkan pengguna mengirim dan menerima pesan, masukan atau komentar. Ditambah dengan adanya fitur duet atau kolaborasi dengan para pengguna lain yang merespon video tanpa ada batasan membuat aplikasi ini semakin diminati dan digunakan juga sebagai media komunikasi dan berinteraksi. Dengan kepopuleran dan adanya tempat untuk berinteraksi di dalam aplikasi ini, pengguna bisa menjadikan TikTok sebagai salah satu cara atau alternatif untuk memenuhi kebutuhan sosial mereka.

Menurut Baumeister dan Leary (1995) Kebutuhan sosial adalah kebutuhan untuk membentuk dan mempertahankan hubungan baik dengan orang lain . kebutuhan ini dikenal juga dengan istilah *need to belong*, dimana kebutuhan ini sangat penting bagi manusia karena manusia adalah makhluk sosial yang memerlukan interaksi dengan orang lain. Putro (2017) menjelaskan bahwa di usia remaja, kebutuhan sosial menjadi hal yang penting bagi individu di usia ini seperti kebutuhan mereka untuk membentuk hubungan persahabatan dan hubungan romantis dengan orang lain, kebutuhan bergaul dengan lawan jenis, kebutuhan akan rasa superior dan penghargaan, dan kebutuhan mencari bantuan dan simpati. Dalam hal ini kebutuhan yang tidak jauh berbeda juga dimiliki oleh individu berusia dewasa awal.

Bila kebutuhan sosial atau *need to belong* ini tidak dapat terpenuhi, bisa membawa dampak negatif pada kondisi psikologis manusia. Baumeister & Leary (1995) menyatakan bahwa orang-orang yang tidak memiliki rasa *belonging* menderita penyakit mental dan fisik di tingkat yang lebih tinggi dan relatif rentan terhadap berbagai masalah perilaku yang luas, mulai dari kecelakaan lalu lintas, kriminalitas hingga bunuh diri. Lalu menurut Reger et al., (2020) secara khusus, meskipun perintah "*stay-at-home*" dirancang untuk meningkatkan jarak fisik pada khususnya dan tidak perlu berdampak negatif pada koneksi sosial dan keterhubungan melalui cara jarak jauh atau visual, para peneliti telah menyarankan bahwa konsekuensi yang tidak diinginkan

dari intervensi *social distancing* dapat berupa peningkatan isolasi sosial dan rasa kesepian.

Nasrudin, dkk. (2020) menyatakan sebagian besar remaja merasakan dampak pandemi seperti harus tinggal dirumah dan tidak bertemu teman atau orang lain, khawatir mereka dan keluarga mereka sakit, merasa tertinggal dengan kegiatan sekolah/kuliah hal ini membuat mereka merasa stress karena tidak dapat bertemu secara fisik. Karena terjadinya *social distancing* membuat mereka merasa khawatir dan cemas seperti karena terbatasnya interaksi secara langsung. Baumeister & Leary (dalam Taormina & Gao, 2013) juga menyatakan Pengucilan sosial mungkin menjadi penyebab paling umum dan penting dari kecemasan karena disertai dengan perasaan penolakan sosial, isolasi, kesepian, dan depresi.

Maka dari itu manusia perlu untuk melakukan interaksi, menjalin hubungan dengan orang lain untuk merasa diterima dan memenuhi *need to belong mereka*. Namun dengan kondisi sekarang dimana interaksi atau menjalin kontak secara langsung dengan orang lain menjadi terbatas, orang-orang mulai mencari alternatif lain untuk tetap berinteraksi dengan teman, keluarga dan pasangan mereka. salah satu alternatif untuk bisa berinteraksi adalah melalui media sosial seperti TikTok, *Instagram*, *whatsapp*, *zoom meeting*, dll. Hal itu dilakukan untuk membuat mereka merasa tetap terhubung dengan orang lain dan tidak merasa kesepian.

Dari hasil penelitian oleh Walsh, dkk. (2009) banyak partisipan dalam penelitian menjelaskan bagaimana mereka sering menghubungi orang lain melalui ponsel mereka, dan dalam diskusi yang telah dilakukan partisipan sering mengatakan bagaimana ponsel memungkinkan mereka untuk tetap dekat dengan orang yang mereka sayangi ketika mereka terpisah secara fisik.

Kemudian dari hasil penelitian oleh Jaffar, dkk. (2019) para pengguna aplikasi TikTok yang rata-rata usia remaja dan dewasa awal di India, merasakan bahwa dengan menggunakan aplikasi TikTok mereka merasa lebih dihargai dan disukai oleh pengguna lain baik karena penampilan ataupun konten video yang telah mereka unggah. Ditambah banyaknya komentar

positif yang mereka dapat membuat mereka semakin mendorong mereka untuk mengunggah video yang bagus dan disukai oleh penonton mereka.

Dari penjelasan tersebut, membentuk hubungan dan mencari kontak dengan orang lain dapat membuat seseorang merasa terhubung dengan orang lain, mengurangi rasa kesepian dan bisa membuat orang merasa dihargai dan disukai.

Untuk melakukan interaksi dengan orang lain dalam rangka pemenuhan kebutuhan sosial, setiap orang harus melakukan *self-disclosure* yaitu membagikan pengalaman atau informasi pribadi kepada orang lain. Bareket-Bojmel & Shahar (2011), menyebutkan adanya istilah *online self-disclosure* yang berarti membagikan pengalaman dan informasi pribadi secara online. Bisa disimpulkan bahwa *self-disclosure* adalah kegiatan membagikan, membagi dan menginformasikan tentang diri atau pribadi kepada orang lain dan hal tersebut bisa saja dilakukan baik secara *online* maupun *offline*. Namun karena kondisi yang membuat interaksi secara langsung atau offline menjadi terbatas, orang-orang mulai banyak melakukan *self-disclosure* melalui media sosial secara *online*.

Berdasarkan penelitian oleh Claresta & Tamburian (2021), kepada ketiga responden remaja perempuan pengguna aplikasi TikTok, menyatakan bahwa dalam memberikan informasi pribadi atau bercerita terkait hal-hal pribadi di media sosial TikTok, mereka biasanya lebih fokus pada topik yang berkaitan dengan perasaan mereka, atau sesuatu yang berkaitan dengan masalah kehidupan yang mereka alami. Selain itu, mereka juga berbagi cerita terkait pengalaman yang mereka miliki di TikTok. Hal tersebut dilakukan karena para pengguna aplikasi ini memiliki pikiran yang lebih terbuka, sehingga responden nyaman untuk mengungkapkan diri di aplikasi TikTok. Selain itu *feedback* yang didapat dari *like* dan komentar dari pengguna lain membuat responden menjadi lebih berani untuk mengekspresikan diri mereka.

Lalu dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauzia ,dkk (2019), kebanyakan *self-disclosure* pada dewasa awal di Bandung menggunakan media sosial untuk mengungkapkan hal pribadi seperti mengunggah foto atau video dengan keluarga atau pasangan, aktifitas sehari-hari, mengungkapkan

perasaan dan pengalaman pribadi, serta hal-hal yang mereka suka dan tidak sukai. Biasanya respon yang sama seperti *like* dan komentar juga akan didapatkan. Dengan seseorang melakukan *self-disclosure*, maka orang lain akan memberikan respon kepadanya yang nanti akan terjadi interaksi timbal balik dan akan membuat kebutuhan sosial atau *need to belong* orang tersebut akan terpenuhi.

Namun jika *self-disclosure* yang dilakukan bersifat negatif seperti berkata kasar, mencela, atau menyinggung perasaan orang maka individu akan mendapat kan respon negatif seperti penolakan dari orang lain, dicemooh, dikucilkan, dan dihindari dari pergaulan sosial (Devito, 2011). Maka dari itu agar terhindar dari pengucilan sosial para pengguna media sosial diharapkan mampu mengungkapkan diri mereka secara bijaksana.

Dari fenomena tersebut, dapat dilihat dengan melakukan *self-disclosure* saat berinteraksi kita dapat membuka jalan untuk memenuhi kebutuhan sosial. Tapi, apakah dengan membuka diri melalui media sosial khususnya di aplikasi TikTok dapat memenuhi kebutuhan sosial penggunanya ?.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian apakah *self-disclosure* atau mengungkapkan diri melalui media sosial, khususnya di aplikasi TikTok dapat mempengaruhi pemenuhan kebutuhan sosial para pengguna remaja akhir dan dewasa awal. Kemudian peneliti menuangkan hasil penelitian ini kedalam skripsi yang berjudul “*Pengaruh Membuka Diri Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Sosial Penggunanya*”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengidentifikasi permasalahan yang menjadi topik penelitian yaitu :

1. Apakah ada pengaruh dari melakukan *self-disclosure* pada media sosial khususnya aplikasi TikTok terhadap kebutuhan sosial penggunanya.
2. Apakah dengan melakukan pengungkapan diri melalui media sosial TikTok sudah cukup memenuhi kebutuhan sosial penggunanya.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka topik penelitian ini dibatasi pada **pengaruh membuka diri pada aplikasi TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan sosial penggunanya.**

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengapa para pengguna remaja dan dewasa awal tersebut menggunakan aplikasi Tik Tok ?
2. Apakah aplikasi TikTok membuat penggunanya dapat mengekspresikan diri mereka kepada orang lain ?
3. Apakah dengan membuka diri di media sosial, khususnya di aplikasi TikTok dapat memenuhi kebutuhan sosial penggunanya ?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh membuka diri di media sosial khususnya pada aplikasi TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan sosial penggunanya, khususnya pengguna pada rentang perkembangan remaja dan dewasa awal.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan ilmu psikologi, khususnya dalam bidang psikologi sosial dan teknologi komunikasi mengenai pengaruh dari membuka diri pada media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan sosial para pengguna media sosial TikTok.

2. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan rujukan untuk penelitian dan pengembangan ilmu psikologi kedepan.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan informasi kepada masyarakat khususnya para remaja dan para dewasa awal tentang pengaruh membuka diri pada media sosial seperti Tik Tok terhadap kebutuhan sosial mereka.
2. Memberi pengetahuan tentang pentingnya *self-disclosure* yang baik kepada remaja dan orang dewasa awal.
3. Membantu para pengguna media sosial baik TikTok maupun media sosial lain agar memahami dan menyadari pentingnya memenuhi kebutuhan sosial mereka.

