

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN

#### A. Objek Penelitian

TikTok merupakan aplikasi video pendek berdurasi hingga tiga menit yang dikembangkan untuk merekam dan membagikan kreativitas dan momen berharga yang dimiliki oleh penggunanya. Media sosial TikTok diluncurkan pertama kali pada September 2016 oleh Zhang Yiming yang merupakan pendiri perusahaan ByteDance. Perusahaan ini didirikan pada bulan Maret 2012 berbekal dari ilmu yang ia dapatkan pada saat menempuh studi di jurusan rekayasa perangkat lunak, Nankai University, Tianjin (Utami, 2020)

Di negara asalnya, yaitu China, TikTok dikenal dengan sebutan Douyin yang memiliki arti video pendek vibrator. Nama TikTok dipilih untuk merepresentasikan Douyin di luar negara asalnya karena dinilai memiliki keterarikan yang lebih tinggi dibandingkan dengan nama Douyin itu sendiri. Sebenarnya, TikTok tidak lahir begitu saja dan menjadi populer seperti saat ini, namun pada November 2017, perusahaan ByteDance mengakuisisi aplikasi Musical.ly, yaitu aplikasi video pendek berdurasi 15 detik senilai US\$1 miliar atau setara dengan Rp14 triliun dan akhirnya ByteDance memutuskan untuk melakukan merger terhadap Musical.ly dan TikTok karena keduanya dinilai memiliki misi yang sama (Swara, 2021).

Dampak baik setelah melakukan merger adalah kepopuleran TikTok semakin meningkat dan pengguna TikTok semakin meluas ke berbagai penjuru

dunia hingga menjangkau pasar Amerika Serikat. Pada tahun 2018, aplikasi TikTok tembus 500 juta kali unduhan di AppStore, disusul pada tahun 2019, TikTok berada di urutan nomor empat sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh di Google Play wilayah Amerika Serikat. Bahkan, pada 2020, keberadaan Tiktok mengancam kepopuleran Instagram karena jumlah pengguna aktif bulanan TikTok hampir menyalip Instagram. Hal itu dibuktikan dengan per bulan Juli 2020, pengguna aktif bulanan TikTok mencapai 689,17 juta akun, sedangkan Instagram sekitar 1 miliar akun (Swara, 2021). Lalu, per Agustus 2020, TikTok menduduki peringkat pertama di App Store dan Google Play dengan kenaikan sebesar 1,6% dari periode yang sama di tahun 2019 mencapai 63,3 juta unduhan (Pertiwi, 2020). Pada awal tahun 2021 ini, Sensor Towel (Kurniawan, 2021) kembali merilis daftar aplikasi populer di dunia dan hasil yang didapatkan, yaitu TikTok menduduki peringkat pertama aplikasi non-*game* paling banyak diunduh dengan total 56 juta kali unduhan.

Kesuksesan TikTok saat ini tidak terlepas dari kecaman dan larangan yang berlaku di beberapa negara, contohnya negara Amerika Serikat yang saat itu dijabat oleh presiden Donald Trump melarang warganya untuk menggunakan aplikasi TikTok lantaran TikTok dinilai sebagai alat untuk melakukan tindakan kejahatan siber dengan cara mengumpulkan data-data personal pengguna dari seluruh dunia yang nantinya digunakan untuk kepentingan pemerintahan China. Selain Amerika Serikat, Australia pun melarang warganya untuk mengunduh dan menggunakan aplikasi TikTok dengan alasan yang sama, namun para pengguna TikTok Australia pun menentang adanya pelanggaran penggunaan

aplikasi TikTok dengan cara mengedarkan petisi. Selain karena alasan kejahatan siber, India juga melarang penggunaan TikTok karena hubungan diplomasi antara China dan India yang sedang tidak baik hingga menyebabkan kerugian perusahaan ByteDance senilai USD6 miliar atau setara dengan Rp84 triliun (Utami, 2020).

Berbeda dengan kebijakan larangan TikTok di beberapa negara, keberadaan TikTok di Indonesia akan tetap beroperasi selama mematuhi undang-undang yang berlaku. Grata Endah Werdaningtyas, selaku Direktur Keamanan Internasional dan Peluncutan Senjata Kementerian Luar Negeri (Halim, 2020) mengatakan Indonesia hanya akan melihat perkembangan kebijakan dari berbagai negara terkait larangannya untuk menggunakan aplikasi TikTok karena di Indonesia sendiri tidak akan serta merta mengikuti apa yang dilakukan oleh negara lain terhadap larangan menggunakan TikTok. Namun, ada upaya yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam menghadapi permasalahan ini, yaitu dengan memberikan pengawasan dan saling berkerjasama dengan penyelenggara aplikasi media sosial, terutama TikTok untuk berkomitmen dalam menjaga keamanan konten dan data personal penggunanya di Indonesia.

Dalam media sosial TikTok terdapat beberapa fitur yang dapat digunakan oleh pengguna untuk berinteraksi maupun untuk menunjang produksi video (Sasongko, 2019), yaitu:

1. *Home*

Home adalah fitur yang pertama kali terlihat ketika membuka media sosial TikTok. Di dalam fitur *home*, pengguna bisa melihat berbagai unggahan video dari orang lain yang terbagi menjadi dua, yaitu pada kolom *following* untuk melihat video dari orang-orang yang diikuti oleh pengguna dan kolom *for your page* untuk melihat video senada dari yang sebelumnya sudah pengguna lihat atau video dengan jumlah *likes* dan *views* yang banyak.

## 2. *Discover*

Dalam fitur *discover*, pengguna dapat mencari dan mengeksplor berbagai video, musik, tagar, dan efek dengan cara mengetiknya pada kolom *search* atau memindai kode QR.

## 3. *Inbox*

Di dalam fitur *inbox* terdapat fitur *direct message* untuk mengirim dan membalas pesan secara privat dengan pengguna lain, serta fitur notifikasi, seperti notifikasi jika ada yang mengikuti akun pengguna, memberikan *likes* dan komentar, serta notifikasi otomatis lain dari TikTok.

## 4. Musik

Musik merupakan fitur dasar yang dapat ditambahkan ke dalam video TikTok dengan tujuan untuk menciptakan makna dari video, menggiring pengguna lain untuk merasakan emosi, atau hanya untuk menambah hiburan saja. Berbagai jenis musik pun tersedia di TikTok, mulai dari musik yang bernuansa sendu hingga ceria yang dapat dipilih dan disesuaikan dengan jenis video yang diproduksi.

## 5. *Effect* dan Filter

Fitur *effect* dan filter sering kali digunakan oleh pengguna untuk menambah aktraktifitas dari video yang diunggah. Fitur *effect* dilengkapi dengan pendeteksi wajah sehingga wajah-wajah yang ada di dalam video bisa berubah seperti efek yang dipilih, sedangkan fitur filter biasanya digunakan untuk memberikan layer warna pada video sesuai dengan keinginan pengguna.

#### 6. *Voice Changer*

Fitur *voice changer* atau pengubah suara bertujuan untuk menghasilkan suara yang berbeda dengan suara asli pengguna sehingga dapat menambah keseruan dari video yang akan diunggah. Dalam fitur *voice changer* ini terdapat 12 efek suara, yaitu suara tupai, *baritone* atau suara pria, *mic* atau suara seperti menggunakan mikrofon, *megaphone* atau suara seperti menggunakan toa, suara robot, suara *battery drain*, suara vibra atau bergetar, suara elektro, suara bergema, suara paduan suara, suara elf, dan suara raksasa.

#### 7. *Beauty*

Fitur *beauty* memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk memperhalus wajah, mengatur bentuk muka agar terlihat lebih tirus, dan mengatur ukuran mata menjadi lebih belok atau lebih sipit sehingga pengguna akan terlihat lebih menarik sesuai dengan standar dan pengaturannya masing-masing.

#### 8. *Speed*

Fitur *speed* merupakan fitur untuk memperlambat atau mempercepat video yang diproduksi. Adanya fitur ini, video dapat diperlambat dengan

kecepatan 0,3 dan 0,5 kali atau dipercepat dengan kecepatan satu, dua, dan tiga kali.

#### 9. *Timer*

*Timer* atau fitur pengatur waktu dapat digunakan oleh pengguna untuk merekam atau menghentikan video secara otomatis dengan jeda waktu setelah menekan tombol *timer*. Pilihan jeda waktu untuk merekam, yaitu tiga dan 10 detik, sedangkan jeda waktu untuk menghentikan video bisa ditentukan sendiri oleh pengguna.

Selain fitur-fitur yang telah disebutkan, media sosial TikTok juga memiliki fitur tambahan untuk menunjang keamanan dan kenyamanan pengguna. Beberapa fiturnya, yaitu:

##### 1. Verifikasi Konten

Verifikasi konten merupakan fitur yang diresmikan dalam upaya membantu memerangi informasi bohong atau salah, baik yang diunggah secara sengaja maupun tidak sengaja sehingga dapat menyesatkan pengguna lain. Cara kerja fitur ini adalah dengan memverifikasi isi video, lalu akan dicek oleh beberapa pemeriksa fakta dan data, yaitu PolitiFact, Lead Stories, dan SciVerify (Damaledo, 2021). Ketika hasil verifikasi menunjukkan adanya informasi yang tidak benar, maka TikTok akan segera menghapus video yang diunggah oleh pengguna.

##### 2. *Family Pairing*

Fitur *family pairing* merupakan fitur yang memungkinkan orang tua untuk mengontrol apa saja yang bisa dan tidak bisa dilakukan melalui media sosial

TikTok sehingga bisa memberikan pengawasan yang lebih aman bagi anak dari konten-konten yang berbahaya. Menurut Clinton (2020), dalam fitur ini orang tua bisa membatasi konten apa saja yang bisa dilihat oleh anak, membatasi waktu penggunaan media sosial TikTok, membatasi penggunaan fitur *search* atau pencarian, membatasi dan memilih siapa saja yang bisa berkomentar dalam video unggahan anak dan siapa saja yang bisa melihat akun anak, serta membatasi siapa saja yang bisa mengirim pesan ke akun anak.

### 3. *Toolkit* Keamanan Keluarga TikTok

Fitur ini merupakan fitur terbaru dari Tiktok yang dirilis pada 10 Februari 2021 bersamaan dengan peringatan Hari Internet Aman Sedunia 2021 (*Safer Internet Day*). Menurut Donny Eryastha selaku Head of Public Policy TikTok Indonesia, Malaysia, dan Filipina (Amanda, 2021), latar belakang dalam memunculkan fitur *Toolkit* Keamanan Keluarga TikTok, yaitu karena TikTok ingin berpartisipasi dalam menciptakan suasana siber yang lebih nyaman dan aman untuk semua penggunanya tanpa terkecuali, terutama untuk anak-anak dan remaja yang saat ini jumlahnya mendominasi di lingkungan siber. Selain itu, fitur *Toolkit* Keamanan Keluarga TikTok bisa dijadikan sumber edukasi untuk para orang tua karena di dalamnya terdapat panduan dan 10 tips pengasuhan anak secara digital demi terciptanya keamanan, keselamatan, dan privasi anak di lingkungan siber.

Survei yang dilakukan oleh Cowen (Rahman, 2020), salah satu perusahaan jasa keuangan pada sepanjang kuartal kedua pada tahun 2020

menghasilkan bahwa rata-rata waktu yang dihabiskan untuk mengakses aplikasi TikTok dalam sehari adalah 41 menit. Dari rata-rata waktu yang dihabiskan tersebut, tentunya ada dampak positif dan juga negatif yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial TikTok, adapun dampaknya sebagai berikut:

#### 1. Dampak positif

- a. Mengasah kreatifitas penggunaanya dalam membuat video musik pendek, bernyanyi, berjoget, *dubbing*, dan sebagainya.
- b. Mengasah kemampuan untuk membuat dan mengedit video musik pendek.
- c. Mengasah kemampuan percaya diri untuk tampil di video yang akan disebarakan ke khalayak umum.
- d. Menghilangkan rasa bosan, perasaan stress, dan lelah.
- e. Menambah pengetahuan karena banyak konten-konten edukasi.
- f. Dapat dijadikan sebagai tempat untuk berbisnis, seperti mempromosikan barang atau jasa namun dibungkus dengan video pendek yang lebih kreatif.

#### 2. Dampak negatif

Berdasarkan hasil observasi lapangan yang dilakukan oleh Valiana, Suriana, & Fazilla (2020, h. 77), menunjukkan hasil bahwa banyak tingkah laku dan karakter pengguna TikTok yang kurang baik akibat dari penggunaan yang berlebihan, contohnya banyak anak-anak yang menirukan gerakan dengan iringan musik yang tidak cocok bagi umur mereka, bahkan mereka terkadang tidak sadar jika konten yang sedang dibuat merupakan konten yang kurang

mendidik, mereka juga kerap tidak menghormati sesamanya dan sering mengejek. Lalu, berdasarkan hasil penelitiannya dikatakan bahwa TikTok dapat merugikan penggunanya, misalnya merasa kesal jika tidak bisa mengakses TikTok karena kehabisan kuota internet atau karena dilarang oleh orang tuanya. Para pengguna TikTok juga lebih gampang marah apabila diganggu ketika sibuk bermain TikTok, bahkan hingga mereka melupakan kegiatannya yang lain. Selain itu, banyak konten yang bersifat pamer yang pada awalnya dibuat seolah-olah untuk memotivasi namun malah menjadi ajang membanding-bandingkan kegiatan sosial dan ekonomi (Rizaldy, 2021).

## B. Subjek Penelitian

Kemajuan zaman dan teknologi mengakibatkan adanya perubahan komposisi penduduk yang membuat terbentuknya generasi kelompok usia baru. Pengelompokan generasi berdasarkan usia dijabarkan dalam tabel berikut:

TABEL 5  
Perbedaan Generasi

Tahun Kelahiran	Nama Generasi
1925-1946	Generasi veteran
1946-1960	Generasi baby boom
1960-1980	Generasi X
1980-1995	Generasi Y
1995-2010	Generasi Z
2010+	Generasi alfa

Sumber: Bencsik, Csikos, dan Juhes (dalam Wijoyo, dkk., 2020, h.2)

Saat ini, jumlah kelompok usia yang mendominasi di dunia adalah generasi Z yang populasinya mencapai 32% dari total keseluruhan populasi global atau setara dengan 2,47 milyar jiwa (Spitznagel, 2020). Generasi Z, bisa juga disebut dengan *iGeneration* atau generasi internet merupakan peralihan dari generasi Y yang lahir pada tahun 1995-2010. Mereka merupakan generasi pertama yang lahir dan tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi seperti adanya telepon pintar, media sosial, dan aplikasi-aplikasi lain yang ada di komputer, sehingga dalam menjalankan kehidupannya akan sangat bergantung pada informasi dan teknologi tersebut (Wijoyo, dkk., 2020, h. 1).

Setiap generasi pastinya memiliki karakternya masing-masing yang dipengaruhi oleh keadaan internal dan eksternal, berikut adalah karakteristik khusus yang dimiliki oleh generasi Z menurut Wijoyo, dkk. (2020, h. 1-2, 4-5, 28), di antaranya:

1. Fasih dan menggandrungi teknologi

Karakter ini merupakan karakteristik yang membedakan generasi Z dengan generasi yang lainnya secara signifikan. Generasi Z termasuk ke dalam generasi digital, di mana sejak mereka lahir, teknologi dan informasi, khususnya keberadaan internet sudah menjadi budaya yang berkembang secara global. Generasi Z fasih dan menggandrungi teknologi informasi, serta aplikasi-aplikasi yang ada di dalam komputer untuk memenuhi kebutuhannya, baik mengenai pendidikan atau informasi lain yang menunjang kehidupannya.

2. Intens dalam berinteraksi sosial

Faktanya, Generasi Z merupakan kelompok usia yang intens dalam menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan berbagai kalangan usia, khususnya berinteraksi dengan teman yang sebaya dengan rata-rata waktu yang dihabiskan dalam sehari mencapai 10 jam untuk bermain di media sosial. Di sisi lain, riset menemukan bahwa generasi Z banyak mengalami gangguan kesehatan mental yang diakibatkan dari adanya pengusikan yang dilakukan orang lain terhadap dirinya di sosial media. Bahkan, walaupun mereka intens menggunakan media sosial, namun generasi ini juga dijuluki sebagai generasi yang paling kesepian karena terlalu banyak menghabiskan waktu di dalamnya sehingga tidak berinteraksi di dunia nyata.

### 3. Toleran

Generasi Z cenderung peduli dan memiliki tingkat toleransi yang tinggi terhadap perbedaan budaya yang ada di lingkungan sekitarnya. Hal itu dibuktikan dengan survey yang dilakukan oleh Varkey Foundation tahun 2016 (Broadbent, dkk., 2017, h. 53-54) terhadap 20 ribu orang dalam kelompok generasi Z dari 20 negara di lima benua berbeda dan menyatakan bahwa 89% responden menginginkan adanya kesetaraan gender, 74% responden berkeyakinan bawa transgender harus memiliki hak yang sama dengan orang-orang nontransgender, 66% responden mendukung adanya hak untuk melakukan aborsi bagi wanita yang memang membutuhkannya, dan 63% mendukung terjadinya pernikahan sesama jenis.

### 4. *Multitasking*

Generasi Z memiliki keterampilan untuk mengerjakan beberapa atau banyak aktivitas secara bersamaan dengan tujuan menghemat waktu agar semua pekerjaannya bisa cepat terselesaikan tanpa harus bertele-tele.

5. *Fast Switcher*

Generasi Z mampu berpindah dengan cepat dari pekerjaan yang sedang ia lakukan ke pekerjaan yang lainnya.

6. Senang berbagi

Generasi Z merupakan generasi yang gemar berbagi kepada sesama, baik berbagi informasi maupun ide-ide yang ia miliki.

7. Individualis

Generasi Z cenderung berperilaku egosentris. Mereka lebih mementingkan pandangan dari dirinya sendiri tanpa mau melihat dari sudut pandang yang dimiliki oleh orang lain.

8. Suka dengan sesuatu yang instan

Generasi Z memiliki sifat yang tidak sabaran. Mereka cenderung menyukai hal-hal yang instan, tidak suka jika melakukannya secara bertele-tele, dan dalam melakukan kegiatannya cenderung tidak menghargai proses.

Selain beberapa karakteristik yang sudah disebutkan, ada beberapa karakteristik dari generasi Z yang mirip dengan karakteristik yang dimiliki oleh generasi Y, maka dari itu berikut adalah penjelasan dan perbedaannya (Wijoyo, dkk., 2020, h. 5-7):

1. Adaptasi dan durasi penggunaan teknologi

Kehidupan generasi Y dan generasi Z sama-sama dekat dengan informasi dan teknologi, namun generasi Y masih sempat menggunakan teknologi luring, sedangkan dari awal kelahiran generasi Z, teknologi sudah semakin maju, sehingga dari kecil sudah familiar dengan keberadaan internet, telepon pintar, komputer, dan perangkat lainnya. Sedangkan, untuk intensitas penggunaan teknologi, waktu yang digunakan oleh generasi Z lebih banyak, yaitu 10 jam per hari dibandingkan dengan generasi Y yang hanya sekitar 7,5 jam per hari.

## 2. Platform media sosial yang digunakan

Kedua generasi tersebut sama-sama aktif dalam mengakses media sosial, perbedaannya terletak di dalam pemilihan platform media sosial. Generasi Y lebih memilih platform yang lebih serius, seperti LinkedIn dan Twitter, namun berbeda dengan generasi Z yang lebih memilih platform dengan berbagai konten hiburan, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.

## 3. Pendidikan

Generasi Y dan generasi Z memiliki latar belakang dan akses pendidikan yang baik sehingga membuat pola pikir dan sudut pandang yang dimiliki lebih rasional dibandingkan dengan beberapa generasi yang sebelumnya. Perbedaannya keduanya, yaitu dalam proses menerima informasi yang berkaitan dengan pendidikan. Generasi Y cenderung lebih akan menikmati konten pendidikan walaupun durasinya panjang. Hal itu tidak menjadi masalah selama di dalamnya menyampaikan pesan-pesan informatif dan mendidik. Sedangkan, bagi generasi Z, mereka lebih memilih untuk

mendapatkan informasi pendidikan yang efektif, langsung kepada intinya, dan tidak bertele-tele.

#### 4. Pandangan terhadap dunia fisik dan maya

Walaupun keduanya menjalankan hidup di dua dunia, yaitu dunia fisik dan dunia maya, namun generasi Z menganggap bahwa kehidupan di dunia nyata sama seperti kehidupan di dunia maya dan mereka tidak bisa membedakan di antara keduanya. Berbeda dengan generasi Z, generasi Y masih memiliki kesadaran kalau dunia nyata dan dunia maya merupakan dua hal yang berbeda dan mereka masih berusaha menyeimbangkan di antara keduanya.

