

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media yang begitu pesat di era digital saat ini menimbulkan dampak terhadap kehidupan masyarakat. Di antaranya, kemudahan dalam berkomunikasi, memperoleh informasi hingga kemudahan dalam berkehidupan sosial, budaya, ekonomi dan politik pun dapat tercapai. Kehadiran media baru menciptakan ruang bagi publik untuk bisa mengekspresikan diri dan menyampaikan pendapat. Sebagaimana yang dikutip dari catatan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2020), pada tahun 2019-2020 (Q2) penetrasi pengguna internet di Indonesia sebesar 73,7% atau setara dengan 196,71 juta jiwa dari total 266,91 juta penduduk yang didominasi oleh kelompok usia 20-24 tahun dengan persentase 14,1%. Hal ini sejalan dengan segmentasi pengguna media sosial yang kebanyakan berasal dari kalangan anak muda, seperti TikTok yang merupakan platform media sosial berbasis video yang muncul sejak tahun 2016 dan saat ini menjadi aplikasi nomor satu dengan pengguna terbanyak serta terus mengalami peningkatan hingga tahun 2020¹.

Berkaca dari pernyataan *Head of Marketing* TikTok, Viv Gong, menyebut bahwasanya Indonesia adalah salah satu sasaran utama TikTok, karena perkembangan pengguna internet di Indonesia yang terus meningkat. TikTok menyadari bahwa generasi muda Indonesia memiliki tingkat kepercayaan diri dan kreativitas yang tinggi. Sejalan dengan yang disampaikan Viv Gong, pada tahun

¹ Anggraeni Luthfi. (2022). *Industri Aplikasi Mobile Akan Pecahkan Rekor Pada 2022*. <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/9K5X74Rk-industri-aplikasi-mobile-akan-pecahkan-lebih-banyak-rekor-pada-2022>. Diakses pada 1/2/2022.

2022 pengguna TikTok di Indonesia mengalami peningkatan yang mencapai 37 juta pengguna, dengan usia terbanyak berkisar antara umur 18-37 tahun².

Konten TikTok terdiri dari konten kreatif, hiburan, kuliner, seni hingga edukasi. Pada konten edukasi, terdapat begitu banyak pengguna yang membagikan informasi, yang sifatnya mendidik ataupun hanya sekedar menambah pengetahuan. Informasi seputar kehidupan perkuliahan dan proses pengerjaan skripsi merupakan konten yang cukup banyak diminati oleh mahasiswa. Akun TikTok dengan username @buiramira yang biasa disapa dengan Bu Ira merupakan salah satu akun yang sering membagikan informasi mengenai sistem pengerjaan tugas kuliah, etika dalam perkuliahan, tips mengerjakan skripsi, bahkan cerita ringan seputar kehidupan perkuliahan. Bu Ira memulai debutnya di TikTok pada pertengahan tahun 2020. Hingga April 2022 beliau sudah mengunggah sebanyak 452 video, dan memiliki 918 ribuan pengikut dengan 16 juta *likes*. Berdasarkan interaksi yang dilakukan, pertanyaan yang paling banyak dan paling sering muncul adalah mengenai permasalahan dalam pengerjaan skripsi. Oleh karena itu, akun @buiramira mulai memperbanyak konten mengenai skripsi.

Bu Ira merupakan salah seorang dosen Ilmu Komunikasi di Universitas Padjadjaran. Selama berkarya di TikTok, Bu Ira pernah diundang pada sebuah malam penganugerahan TikTok tahun 2020³. Bukan tanpa dasar, fokus konten Bu

² Ahmad Andi, S. (2021). *Pengguna Tiktok Di Indonesia Sudah Mengalami Peningkatan Tiga Kali Lipat Selama Satu Tahun*. <https://bogor.suara.com/read/2021/10/23/110736/pengguna-tiktok-di-indonesia-mengalami-peningkatan-tiga-kali-lipat-selama-satu-tahun>. Diakses Pada 1/2/2022.

³ Ram. (2021). *Fakta-fakta Menarik Bu Ira Mira TikTok, Konten Kreator Edukasi Kuliah dan Juga Dosen Unpad*. <https://kuyou.id/homepage/read/18583/fakta-fakta-menarik-bu-ira-mira-tiktok-konten-kreator-edukasi-kuliah-dan-juga-dosen-unpad-gaes>. Diakses Pada 16/2/2022.

Ira dan konsistensinya dalam memberi edukasi mengenai tips perkuliahan dan pengerjaan skripsi membuat Bu Ira diundang pada acara tersebut. Bu Ira juga pernah tercatat menjadi satu dari tujuh akun TikTok yang direkomendasikan media pada tahun 2022⁴.

Pada penelitian ini, dilakukan observasi awal terhadap mahasiswa tahun akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas angkatan 2015 sampai 2018, untuk mengetahui seberapa banyak mahasiswa yang mengakses konten TikTok @buiramira. Observasi awal dilakukan dari tanggal 6 hingga 13 Oktober 2021. Sebanyak 22 mahasiswa tercatat menjadi responden dan mengisi kuesioner penelitian. Dari 22 responden, sebanyak 16 responden (72, 7%) tercatat berasal dari Departemen Ilmu Komunikasi, 3 responden (13, 6%) berasal dari Jurusan Ilmu Politik, 1 responden (4, 5%) dari Jurusan Sosiologi, 1 responden (4, 5%) dari Jurusan Antropologi dan 1 responden (4, 5%) dari Jurusan Administrasi Publik. Artinya, konten TikTok @buiramira lebih banyak ditonton oleh mahasiswa yang berasal dari Departemen Ilmu Komunikasi dengan jumlah responden terbanyak, yaitu 16 orang⁵.

Konten-konten yang diunggah oleh akun TikTok @buiramira dalam menjawab pertanyaan dari pengikutnya menarik banyak peminat. Hal ini didukung oleh cara penyampaian Bu Ira yang dibalut dengan unsur hiburan. Tujuannya agar konten yang dipublikasikan kepada khalayak tidak membosankan, sehingga bisa menarik minat dan memotivasi audiens terutama mahasiswa dalam mengerjakan skripsi. Sajian konten TikTok @buiramira pernah mendapat

⁴ Nunni Paradisa. (2022). 7 Akun Tiktok Yang Bikin Konten Edukasi, Yuk Tambah Wawasan!. <https://www.hipwee.com/hiburan/konten-edukasi-tiktok/>. Diakses Pada 16/2/2022.

⁵ Lihat lampiran 3

apresiasi sebagai salah satu nominasi pada acara *TikTok Awards* Indonesia 2020 dalam kategori "*Best of Learning and Education*" yang diadakan pada 30 Januari 2021⁶.

Penghargaan yang diberikan oleh TikTok kepada Bu Ira merupakan salah satu bentuk apresiasi dari TikTok, karena Bu Ira telah memberi motivasi kepada audiens yang menonton kontennya dalam menyelesaikan tugas perkuliahan maupun skripsinya. Bu Ira dinilai memiliki pengaruh atau hubungan positif dalam membantu mahasiswa menyelesaikan skripsi melalui konten edukasinya. Motivasi ini ditunjukkan oleh hubungan emosi yang terbangun antara penonton dengan *creator*. Dalam konten Bu Ira, motivasi atau dorongan tersebut diberikan melalui tips-tips yang dibagikan sehingga mahasiswa merasa bahwa tugas kuliah ataupun skripsi terasa mudah untuk dikerjakan.

Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian Adawiyah (2020) yang menunjukkan adanya pengaruh antara media sosial TikTok terhadap kepercayaan diri remaja di Kabupaten Sampang. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* untuk melihat hubungan antara motivasi dengan pemilihan media oleh pengguna. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa seseorang akan memenuhi kebutuhannya karena motivasi dari dalam diri. Dalam hal ini, motivasi tumbuh karena penggunaannya secara sadar memahami manfaat dari konten pada aplikasi TikTok.

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Andalas. Berdasarkan observasi awal yang telah peneliti lakukan, konten TikTok @buiramira cukup menjadi perhatian bagi mahasiswa angkatan 2015 sampai 2018

⁶Lihat lampiran 4

dari Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Andalas. Kebanyakan dari mereka menyebut bahwa konten TikTok @buiramira mudah dipahami dan membantu mahasiswa dalam proses pengerjaan skripsi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui proses serta dinamika mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam menyelesaikan skripsi.

Merujuk kepada hasil observasi awal dan referensi yang ada, peneliti ingin membuktikan hubungan antara menonton konten TikTok @buiramira dengan motivasi mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam menyelesaikan skripsi. Topik ini kemudian peneliti angkat ke dalam sebuah penelitian dengan judul "Hubungan Intensitas Menonton Konten TikTok @buiramira dengan Motivasi Penyelesaian Skripsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Andalas".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

“Bagaimana hubungan intensitas menonton konten TikTok @buiramira terhadap motivasi penyelesaian skripsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Andalas?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui intensitas menonton konten TikTok @buiramira pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Andalas.

2. Mengetahui tingkat motivasi penyelesaian skripsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Andalas setelah menonton konten TikTok @buiramira.
3. Mendeskripsikan hubungan intensitas menonton konten TikTok @buiramira dengan motivasi penyelesaian skripsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Andalas.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan serta wawasan yang lebih mendalam tentang hubungan mahasiswa yang menonton konten dari *creator* pendidikan terhadap pembangunan motivasi dalam menyelesaikan skripsi, dapat bermanfaat bagi mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik terutama mampu berkontribusi positif dalam bidang kajian Konsentrasi Media Televisi dan Film.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang ilmu pengetahuan bagi mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik serta mahasiswa lain yang berminat dalam kajian komunikasi. Penelitian ini juga diharapkan agar dapat memberikan gambaran terutama untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi mengenai bagaimana peran media sosial dalam praktik nyata sehingga dapat menggunakan media sosial khususnya TikTok dengan lebih bijak dan untuk hal-hal yang positif.