

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi digital telah secara signifikan meningkatkan penggunaan internet dan media sosial di berbagai kelompok usia, termasuk anak-anak di tingkat sekolah dasar. Menurut Survei Penetrasi Internet Indonesia yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,56 juta orang dari total populasi 278,69 juta, dengan tingkat penetrasi internet sebesar 79,5%<sup>1</sup>. Angka ini menunjukkan bahwa internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Indonesia. APJII juga mencatat bahwa generasi muda, khususnya Gen Z (kelahiran 1997-2012)<sup>2</sup>, merupakan kelompok pengguna internet yang paling dominan, mencapai 34,40%. Selain itu, Generasi Alpha (anak-anak di bawah 12 tahun)<sup>3</sup> yang sebagian besar masih berada di jenjang sekolah dasar, mencakup 9,17% dari total pengguna<sup>1</sup>. Hal ini menunjukkan bahwa anak-anak kini terpapar teknologi digital sejak usia dini dan memiliki kesempatan besar untuk mengakses berbagai platform media sosial, termasuk TikTok.

Peningkatan penggunaan TikTok di kalangan anak-anak sekolah dasar tidak lepas dari kemudahan akses terhadap perangkat digital dan internet. Saat ini, banyak anak yang mengakses internet melalui ponsel pintar, baik milik mereka sendiri maupun milik orang tua. Penelitian yang dilakukan oleh Hadiyanur et al. (2025) mengungkapkan bahwa sebagian besar anak usia sekolah dasar mengakses TikTok setiap hari dengan durasi yang bervariasi, mulai dari kurang dari satu jam hingga lebih dari tiga jam. Akses ini umumnya dilakukan saat waktu luang, setelah pulang sekolah, sebelum tidur, atau di akhir pekan. Selain itu, rendahnya pengawasan orang tua dan tingginya penetrasi internet membuat penggunaan TikTok oleh anak semakin sulit untuk dikontrol<sup>4</sup>.

Dalam aktivitasnya di TikTok, anak-anak sekolah dasar tidak hanya berperan sebagai penonton pasif, tetapi juga sebagai pengguna aktif. Mereka terlibat dalam berbagai aktivitas, seperti menonton video hiburan, mengikuti tren atau tantangan, membuat konten video, memberikan komentar, berinteraksi melalui fitur pesan,