

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dunia saat ini telah memasuki era baru yaitu era teknologi serta komunikasi. Pada umumnya teknologi telah menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari sebuah kehidupan seseorang, diperlukan upaya-upaya untuk meningkatkan kesadaran pengetahuan serta keterampilan agar tetap dapat menggunakan internet dengan cerdas. Terlebih dapat kita ketahui bahwasanya pada saat ini telah menjamur berbagai *platform* media sosial di Indonesia dengan akses yang mudah. Dengan hadirnya teknologi, kini manusia tidak lagi memerlukan waktu yang lama ketika ingin bertukar pesan. Pola komunikasi manusia saat ini tentu berubah, seperti halnya saat ini manusia tidak lagi memerlukan banyak waktu jika ingin berkomunikasi jarak jauh. Adanya teknologi di dalam kehidupan manusia, menjadikan pola komunikasi lebih maju dan teknologi telah mengubah bentuk pola komunikasi tersebut.

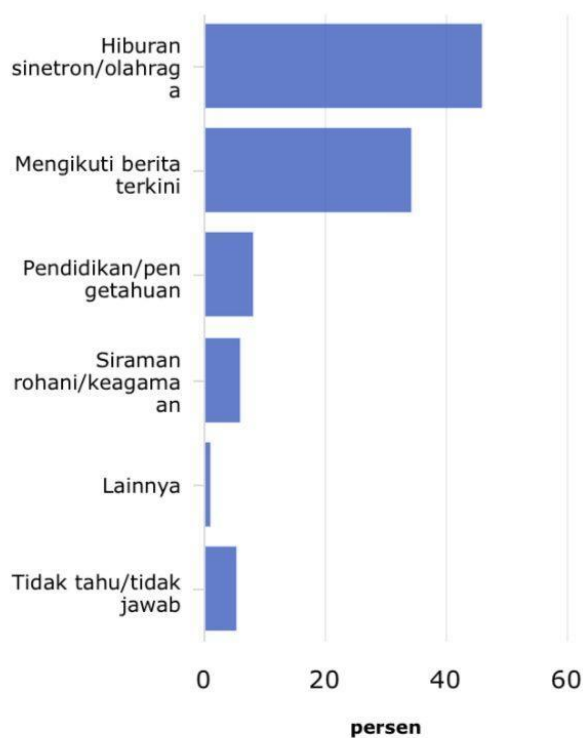
Akibat dari adanya perkembangan teknologi dan komunikasi ini terjadi sangat pesat, hal tersebut membawa perubahan yang begitu besar dalam kehidupan manusia baik dari sisi sosial maupun budaya. Menurut (2021:1) perkembangan teknologi dalam hal informasi begitu sangat berkembang salah satu buktinya dengan mudahnya kita dapat mengakses informasi dimanapun dan kapanpun dengan jaringan internet yang tersebar luas dimana-mana. Dengan adanya perkembangan teknologi pesat memunculkan berbagai jenis jejaring sosial, yang memberikan kemudahan dalam berkomunikasi satu dengan lainnya. Adanya perubahan teknologi terus menciptakan berbagai *platform* sosial media.

Dengan hadirnya internet juga mengakibatkan tergesurnya teknologi berbasis digital seperti televisi, kita ketahui bahwasanya program televisi saat ini kurang diminati oleh masyarakat terlebih dikalangan remaja Indonesia dikarenakan menurut mereka hal tersebut kurang menarik untuk diminati.

Berikut ini adalah survey dari beberapa responden tentang minat masyarakat Indonesia dalam menonton televisi.

### Survei: Mayoritas Penonton TV Suka Sinetron dan Acara Olahraga

Menurut survei Indikator Politik, sebanyak 36,1% responden Indonesia masih sering menonton televisi. Di antara responden yang biasa menonton televisi, mayoritas atau 45,7% paling menikmati acara hiburan, seperti sinetron dan pertandingan olahraga. Kemudian 34,3% menonton televisi untuk mengikuti berita terkini, 7,9% responden untuk tujuan pendidikan atau pengetahuan umum, dan 5,8% menonton acara siraman rohani atau keagamaan. Ada juga 1% responden yang menonton televisi untuk tujuan lainnya, dan 5,3% tidak tahu atau tidak menjawab. Survei ini dilakukan secara online pada 21 Februari-16 Maret 2022. Jumlah responden sebesar 733 orang yang dipilih dengan metode simple random sampling. Margin of error dalam survei ini kurang lebih 3,7% dengan tingkat kepercayaan 95%. (Baca: Survei Indikator: Masyarakat Lebih Sering Mengakses Internet Ketimbang TV)

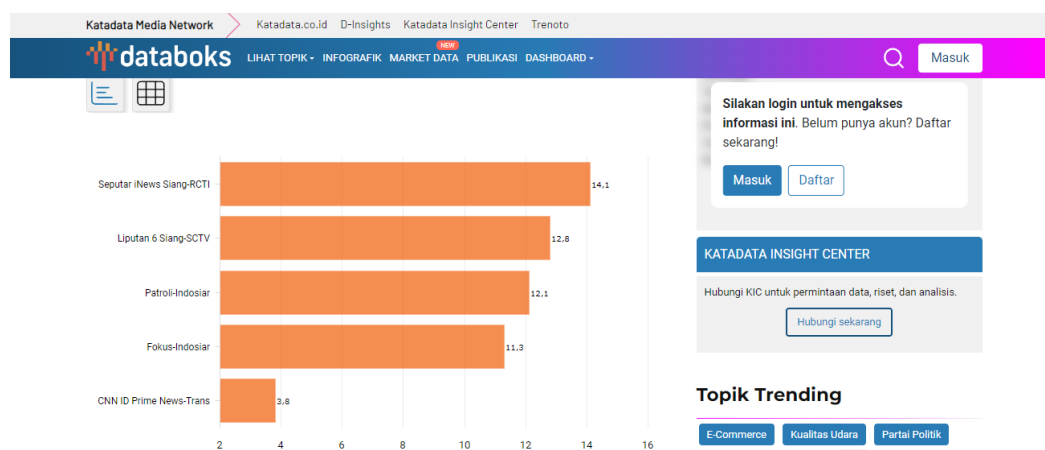


Sumber : Indikator Politik Indonesia, 20 April 2022

**Gambar 1. 1** Survei penonton dalam menyukai tayangan televisi  
Sumber Data: databooks

Menurut survei indikator politik, sebanyak 36,1 % responden Indonesia masih sering menonton televisi. Di Antara responden yang biasa menonton televisi,

mayoritas 45,7 % mereka menikmati acara hiburan seperti sinetron dan pertandingan olahraga, sedangkan untuk 34,3% masyarakat menonton televisi untuk mengikuti berita. Survey tersebut dilakukan secara online pada 21 februari-16 Maret 2022 jumlah responden sebesar 733 orang yang dipilih dengan metode simple random sampling. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya peminat masyarakat menonton berita bisa dibilang cukup rendah, tetapi juga merupakan suatu peningkatan dari tahun sebelumnya. Nielsen mengatakan bahwa “pandemic Covid-19 telah menyebabkan terjadinya perubahan perilaku konsumen termasuk dalam mengkonsumsi media”. Masyarakat masih tetap menggandrungi internet untuk kehidupan sehari-hari, terlebih lagi dengan munculnya berbagai *platform* sosial media yang menarik.



**Gambar 1. 2 Survei Jumlah Penonton berita di indonesia**  
Sumber data : databoks.katadata.co.id

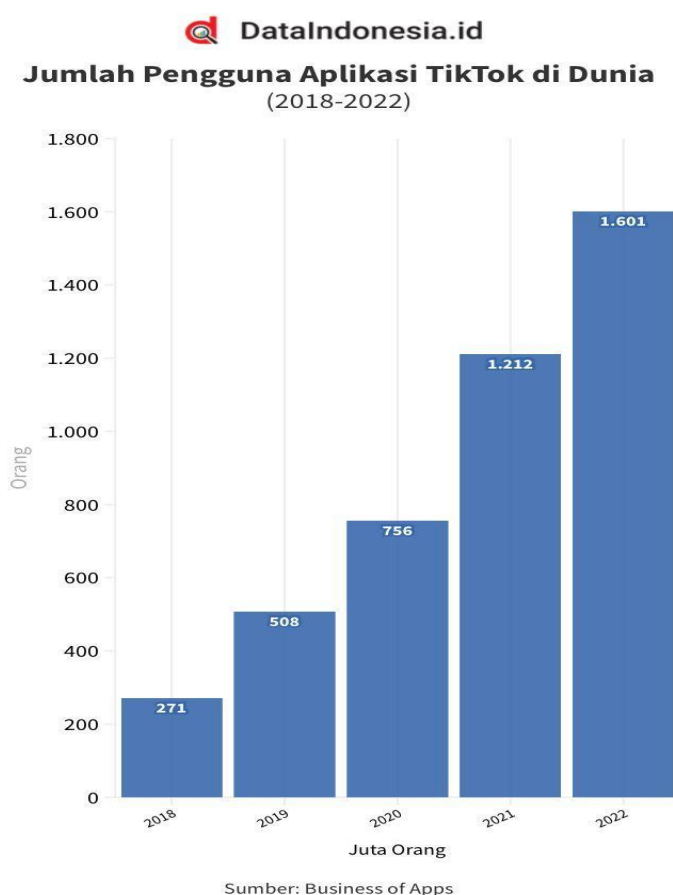
Menurut survei Katadata Insight Center (KIC) bersama Kemenkominfo, televisi merupakan media yang paling dipercaya masyarakat untuk mendapatkan informasi. Menurut survei Katadata Insight Center (KIC) bersama Kemenkominfo, televisi merupakan media yang paling dipercaya masyarakat untuk mendapatkan informasi.

Mengutip data Nielsen, *Seputar iNews Siang* yang disiarkan Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) memiliki pangsa pemirsa (*audience share*) terbesar di antara program berita televisi lainnya, yakni 14,1%. *Liputan 6 Siang* berada di peringkat kedua. Program berita yang tayang di saluran Surya Citra Televisi (SCTV) ini memiliki pangsa pemirsa 12,8%. Kemudian dua program milik stasiun televisi Indosiar mengisi peringkat selanjutnya, yakni *Patroli* dengan pangsa pemirsa 12,1% dan *Fokus* 11,3%.

Era modern saat ini pasti kita semua sudah tidak asing lagi dengan munculnya berbagai *platform-platform* sosial media yang kita konsumsi sehari-hari. Salah satu media social itu adalah *Platform* yang sedang *booming* di kalangan masyarakat yaitu Tiktok dan Instagram. Covid-19 yang berkepanjangan menjadikan komunikasi sebagai gerbang pembuka perubahan komunikasi manusia secara drastis dan diakomodir lewat peran *new media* serta teknologi yang semakin berkembang dengan mutakhirnya. Manusia menjadi lebih dinamis, efisien, dan efektif hal tersebut dikarenakan dengan adanya new media melalui berbagai platform serta bentuknya. Media sosial menjadi suatu kebutuhan penting dalam hidup manusia saat ini, selain menjadi tempat untuk berinteraksi sosial media juga sebagai tempat untuk memperluas jejaring sosial. Penelitian ini akan membahas sebuah aplikasi yang sedang booming di berbagai kalangan khalayak ramai yaitu aplikasi Tiktok. Tiktok merupakan aplikasi media sosial terbaru berasal dari Tiongkok yang memungkinkan pengguna untuk membuat serta berbagi video menarik, berinteraksi di kolom komentar maupun chat pribadi. Tiktok menghadirkan *special effects* yang menarik serta mudah digunakan oleh para penggunanya. Sehingga semua orang bisa membuat sebuah video keren dan lucu, hal ini menjadikan Tiktok sebagai aplikasi yang memiliki banyak penggunanya dari berbagai kalangan, terbukti itu dapat kita lihat

dari *rating* yang didapatkan dari play store atau app store dengan rating 4,6 bintang dari sekitar 27,827 pengguna di seluruh dunia hal tersebut merupakan rating terbesar dibandingkan dengan aplikasi serupa seperti musically.

Berdasarkan data atas riset yang dilakukan oleh We Are Social tersebut dapat terlihat bahwa pengguna internet di Indonesia hingga Januari 2023 sebanyak 167 juta orang. Jumlah tersebut setara dengan 60,6% populasi di dalam negeri. Jumlah yang tidak sedikit tersebut melihat perkembangan teknologi yang semakin gencar terjadi. Sedangkan jumlah pengguna aktif Tiktok di Indonesia pada Januari 2023 tercatat ada 109,90 juta pengguna media sosial tersebut hal situ tercatat sebagai negara dengan pengguna Tiktok terbesar kedua di dunia.



**Gambar 1. 3 Survei Jumlah Pengguna Aplikasi Tiktok di Dunia**  
Sumber Data: dataIndonesia.id

Berdasarkan data We Are Social, pengguna Tiktok di dunia diperkirakan mencapai 1.05 miliar pada Januari 2023. Jumlah tersebut terus meningkat 18,8% dibandingkan pada tahun sebelumnya. Pengguna Tiktok terbanyak berasal dari negara Amerika Serikat, tercatat ada 113,25 juta pengguna Tiktok yang berasal dari negara tersebut pada awal tahun ini. Dengan jumlah pengguna yang banyak maka persepsi positif akan bermunculan manfaat yang diberikan aplikasi tersebut. Namun disisi lain ada pula dampak negatif dari video Tiktok yang tersebar dengan mudah dan cepatnya di berbagai kalangan ini. Sebagai Aplikasi yang banyak dipergunakan di seluruh dunia konten yang disajikan pun berbeda-beda, hal tersebut bisa kita lihat dari berbagai jenis FYP atau *For Your Page* pada setiap akun penggunanya. Para Pengguna Tiktok Pun menggunakan aplikasi tersebut selain untuk hiburan menjadikan Tiktok sebagai media promosi atau edukasi serta saling berinteraksi.

Bentuk umum dari proses sosial adalah interaksi sosial, manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan interaksi sosial dengan individu lainnya dalam kehidupan mereka. Dalam berinteraksi tersebut, antar sesama manusia membutuhkan berkomunikasi agar apa yang ingin diutarakan tersampaikan, dan tujuan bersama dapat terwujud. Berbagai macam alat komunikasi yang kini dapat digunakan oleh manusia dengan sangat mudah. Berbeda, dengan sebelumnya alat komunikasi hanya dapat dilakukan secara langsung (*face to face*). Kemudahan tersebut dimanfaatkan secara bijak oleh manusia, sehingga hasilnya dapat dinikmati baik oleh manusia. Interaksi sosial sendiri merupakan hubungan yang dinamis, dimana hubungan tersebut berkaitan dengan hubungan antar perorangan antar kelompok satu dengan kelompok yang lainnya, maupun hubungan antara perorangan dengan kelompok. Tidak jarang disebutkan bahwa seseorang akan menjadi sulit untuk bertahan hidup, apabila ia tidak menjalin interaksi dengan seorang individu lainnya.

Interaksi sosial merupakan unsur dari proses komunikasi dimana keduanya saling berhubungan dengan erat. Proses interaksi sosial biasanya terjalin apabila di dalam proses komunikasinya juga efektif baik itu antara individu dan individu, individu dan kelompok, atau kelompok dengan kelompok. Hadirnya internet mengubah interaksi sosial yang sebelumnya dilakukan dengan bertatap muka, menjadi interaksi melalui media yang terkoneksi jaringan internet. Seiring dengan berjalanya perkembangan internet, berbagai macam produk online mulai bermunculan salah satunya yaitu media sosial. Menurut Haryono (2018:2) media sosial menekankan pada proses yang terjadi pada masing-masing individu untuk bertukar ide, gagasan, produksi pesan dalam bentuk virtual atau jaringan. Interaksi yang terjalin antara satu orang dengan yang lain mampu dilakukan dimana saja dan kapan pun. Media sosial mampu menjadi suatu media untuk mendukung proses interaksi antar individu.

Adapun proses interaksi menarik dalam media sosial. Proses interaksi yang terjadi di media sosial tidak semata-mata hanya memberikan suatu komentar dan mendapat respon, namun lebih dari itu. Pengguna media sosial mendapat kebebasan untuk mempublikasikan hal-hal yang berkaitan tentang dirinya kepada khalayak luas. Dapat berupa foto, video atau tulisan yang diunggah melalui media sosial yang mereka miliki. Media sosial menjadi gambaran dari adanya ruang pribadi namun dapat diakses oleh pengguna lain (Nasrullah, 2018:274). Aktivitas-aktivitas serta kegiatan yang dilakukan dalam media sosial ini menjadi suatu realitas baru yang dilakukan di dunia virtual. Melihat dari interaksi sosial yang ada manusia mempunyai nilai-nilai sosial di dalam suatu masyarakat, ia mengalami suatu proses terlebih dahulu. Proses-proses inilah yang dimaksudkan dan disebut sebagai proses sosial. Sehingga Gillin & Gillin mengatakan bahwa proses-proses sosial adalah

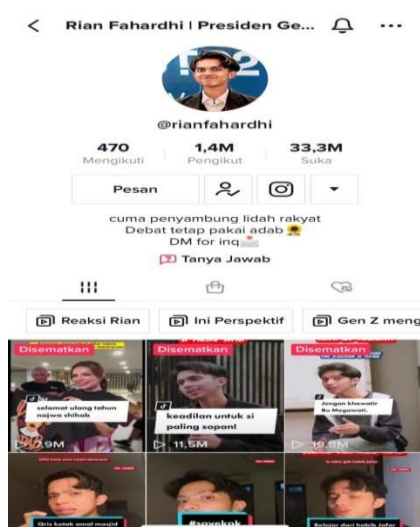
cara-cara berhubungan yang dapat dilihat apabila orang-perorangan dan kelompok-kelompok manusia saling bertemu dan menentukan sistem serta bentuk-bentuk hubungan tersebut, atau apa yang akan terjadi apabila ada perubahan-perubahan yang menyebabkan goyahnya cara hidup yang telah ada. Salah satu contoh konkrit: dalam melakukan perkenalan antar manusia akan melewati proses perkenalan, pencarian latar belakang.

Salah satu cara berinteraksi dengan adanya suatu kejadian yang viral, Viral dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang berarti segala sesuatu yang bersifat meluas seperti “virus” (Bahasa, 2016). Viral atau yang biasa kita ketahui dengan sebutan terkenal, fenomena viral belakangan ini diantaranya adalah pemberitaan kehidupan seorang selebgram atau artis terkenal di jagat media sosial seperti Raffi Ahmad, Jerome Polin, Ria Ricis, mereka dikatakan viral karena mampu melahirkan konten atau pun pemberitaan yang menyebar luas dengan dengan cepat di dunia virtual baik itu dengan sensasi bahkan kontroversi. Salah satu bentuk dari pemberitaan adalah *storytelling* yang dimana *storytelling* atau bercerita merupakan aktivitas menuturkan sesuatu yang mengisahkan tentang perbuatan, pengalaman, atau kejadian yang sungguh-sungguh terjadi maupun hasil dari rekaman. Selain itu kegiatan bercerita dapat memberikan hiburan dan dapat merangsang imajinasi. Melalui *storytelling* seseorang dapat memahami serta menceritakan kembali isi cerita yang diceritakan seseorang. Ada banyak akun saat ini yang menggunakan metode *storytelling* dalam content nya, berbeda beda pembahasan yang mereka ambil untuk membuat konten tersebut seperti akun Tiktok akun @Sasadebora, sasa merupakan gadis kelahiran Jakarta, ia merupakan konten kreator tiktok yang dimana kontennya memfokuskan pada pemberitaan viral yang sedang terjadi dan masih hangat, sasa juga tidak memiliki pembahasan khusus mengenai berita apa yang akan diangkat

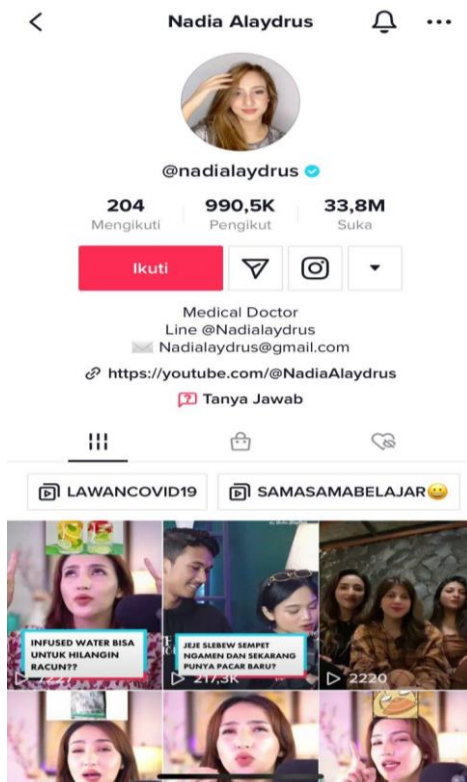


olehnya untuk dijadikan sebuah konten tiktok yang menarik, kontennya tersebut cukup sangat disukai oleh kalangan masyarakat dalam mencari informasi mengenai pemberitaan yang tengah hangat dibandingkan akun pengguna tiktok yang sejenisnya dalam pembuatan konten yang mereka sajikan selain karena isinya yang cukup mudah dimengerti oleh berbagai kalangan sasa juga memiliki paras yang cantik sehingga hal tersebut tentunya dapat menarik perhatian penonton yang melihat konter tersebut terlebih dalam pembawaan dia yang humble dan tidak formal, akun tiktok lainnya yaitu @Rianfarhardhi merupakan konten kreator serupa yang menyebarkan informasi berita menggunakan media storytelling pada akun tiktok miliknya, rian tidak memiliki tema khusus dalam penyebaran informasi atau berita yang diambil hanya saja rian lebih memfokuskan kontennya pada isu politik, akun @boboholokal yang memfokuskan seputar film, akun @nadiyaalaydrus yang memfokuskan akunya untuk membahas seputar kesehatan, dan masih banyak konten creator lainnya yang menggunakan metode storytelling dalam konten yang mereka sajikan, karena hal tersebut mendapat respon positif dari warganet.

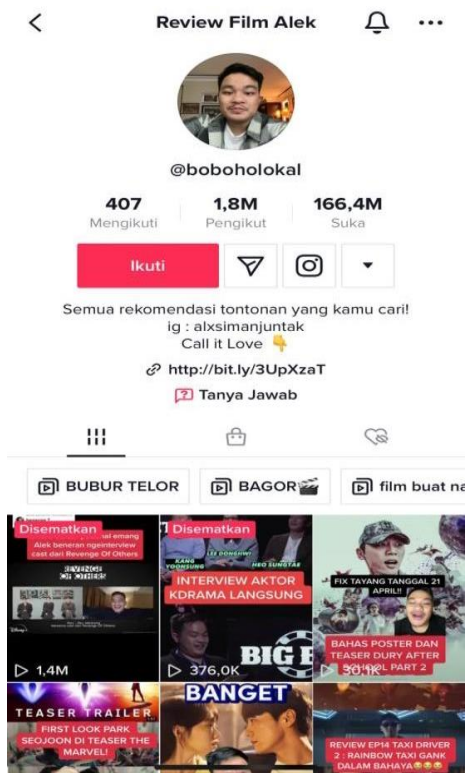
Beberapa contoh penggunaan metode storytelling dalam menyampaikan berita melalui akun media sosial tiktok, yang diantaranya ialah:



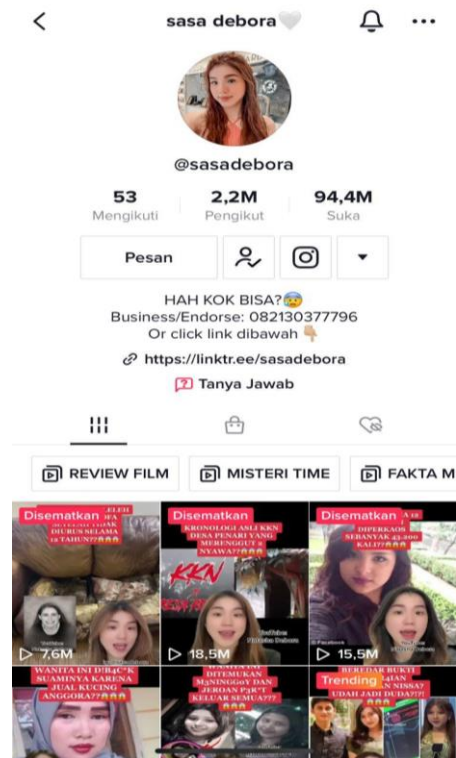
**Gambar 1. 3 Tampilan Akun Tiktok @rianfarhardhi**  
Sumber Data: Tiktok.com/rianfarhardhi



Gambar 1. 4 Tampilan Akun Tiktok @nadyaalaydrus  
Sumber Data: Tiktok.com/nadyaalaydrus



Gambar 1. 5 Tampilan Akun Tiktok @babaholokal  
Sumber Data: Tiktok.com/babaholokal



**Gambar 1. 6 Tampilan Akun Tiktok @Sasadebora**  
Sumber Data: Tiktok.com/sasadebora

Sasa Debora adalah salah satu konten kreator Tiktok dimana kontennya tersebut menyediakan berbagai konten storytelling pemberitaan yang rupanya mampu menarik banyak perhatian warganet atau netizen pengguna Tiktok untuk menyaksikan video-videonya, selain karena kontennya yang menarik, cara penyampaiannya dalam bercerita mudah dipahami didukung dengan parasnya yang menawan menjadi nilai tambah bagi Sasa Debora. Wanita yang mengawali karirnya dalam dunia konten *creator* ini sejak tahun 2021 pertengahan tahun. Sasa Debora memiliki pengikut 2,2 juta akun di Tiktok. Beberapa diantara kartunya pemberitaan itu membahas cerita misteri, horror, kuliner bahkan isu-isu terbaru.

Berdasarkan penjelasan penelitian uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti “*Storytelling* Konten Pemberitaan Di Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Akun @sasadebora)”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana *storytelling* konten pemberitaan di media sosial Tiktok @sasadebora?

## 1.3 Identifikasi Masalah

1. Mengapa mengambil metode *storytelling* untuk pembuatan konten Tiktok pada akun @influencer?
2. Bagaimana proses pembuatan konten *storytelling* pada akun Tiktok @influencer?
3. Apakah konten *storytelling* @influencer membahas mengenai berita?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan merupakan target yang hendak dicapai dalam melakukan suatu kegiatan. Maka tujuan penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui alasan atau argumentasi pemilihan metode *story telling* @influencer.
2. Untuk mengetahui kendala apa yang terjadi semasa pembuatan konten pemberitaan *story telling* @influencer.
3. Untuk mengetahui pemberitaan yang akan disebarakan di Tiktok.

## **1.5 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan teoritis dan kegunaan praktis sebagai berikut:

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk perkembangan ilmu komunikasi terutama pada keterbukaan diri di media sosial dalam pandangan psikologi komunikasi. Serta penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian selanjutnya.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

#### 1. Terhadap Penulis

Menerapkan teori yang telah dipelajari selama bangku perkuliahan, dan mengaplikasikan ke permasalahan yang ada disekitar. Selain itu penulis dapat lebih mengetahui bentuk pemberitaan seperti story telling konten pemberitaan di sosial media Tiktok.

#### 2. Terhadap Pembaca

Manfaat yang diharapkan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah dapat dijadikan sebagai pedoman bagi pembaca umumnya tentang jenis pemberitaan seperti *story telling* konten pemberitaan di sosial media Tiktok.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

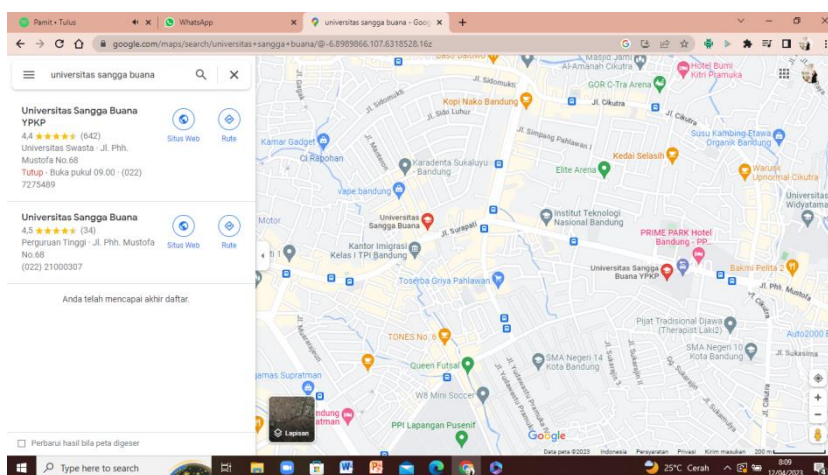
Penelitian ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan: Latar belakang penelitian, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan, serta lokasi dan waktu penelitian.

2. Bab II Tinjauan Pustaka: Rangkuman teori, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.
3. Bab III Metode Penelitian: Pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis dan keabsahan data.
4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan: Objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan penelitian.
5. Bab V Penutup: Kesimpulan serta rekomendasi.

### 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Sangga Buana YPKP Jalan PHH. Mustofa No.68, Cikutra, Cibeuuying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat, 14024.



**Gambar 1. 7 Tampilan Alamat Universitas Sangga Buana YPKP**  
Sumber Data: Googlemaps.com

Adapun rincian waktu proses pelaksanaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti akan dipaparkan melalui tabel dibawah ini:

**Tabel 1. 1 Rincian Waktu Penelitian**

Sumber Data: diolah peneliti

No.	Aktivitas	Sub Aktivitas	Bulan
<b>1</b>	Tahap Persiapan Penelitian	Konsultasi Judul Penelitian	Maret
		ACC Judul Penelitian	Maret
		Mengumpulkan Data	Maret
		Acc Judul Penelitian	Maret
		Kunjunga Ke Perpustakaan	Maret
		Penyusunan BAB I	Maret
<b>2</b>	Penyusunan Usulan Penelitian	Revisi BAB I	Maret
		ACC BAB I & Observasi	Maret
		Penyusunan BAB II	April
		Penyusunan BAB III	April
		Revisi BAB II dan BAB III	April
		ACC BAB II dan BAB III	April
<b>3</b>	Sidang UP	Persiapan Sidang Usulan	April
		Sidang Usuan Penelitian	April
<b>4</b>	Penyusunan Skripsi	Kunjungan Penelitian dan	April
		Pengumpulan data penelitian	Mei
		Penyusunan BAB IV	Mei
		Revisi BAB IV	Mei
		ACC BAB IV	Mei
		Penyusunan BAB V	Mei
		Revisi BAB V	Mei
ACC BAB V	Mei		
<b>5</b>	Sidang Skripsi	Persiapan Sidang Akhir	Juni
		Sidang Akhir	Juni