

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi pada era modern saat ini berkembang dengan sangat pesat. Perkembangan pada bidang teknologi memberikan banyak dampak dalam kehidupan manusia. Kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi modern berkaitan dengan akses terhadap beragam informasi. Dari kemajuan sebuah teknologi, salah satu hal yang diciptakan dalam mempermudah akses informasi adalah media sosial. Media sosial hadir sebagai sebuah inovasi baru dari teknologi informasi (Johan dkk., 2020, hlm. 99). Menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller (2012) (dalam Hoeroestijati, 2019, hlm. 73) media sosial adalah wadah untuk penggunaannya agar dapat berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain. Media sosial digunakan secara luas oleh berbagai kalangan dan memiliki kegunaan yang beragam. Terhitung dari tahun 2020, *We Are Social* telah melakukan studi dan riset yang menyebutkan bahwa di Indonesia pengguna media sosial sudah mencapai 160 juta orang (Novalia dkk., 2021, hlm. 85). Dengan tingginya angka penggunaan media sosial, maka media sosial telah menjadi salah satu kebutuhan sehari-hari manusia untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Seiring dengan majunya teknologi, aplikasi media sosial pun semakin beragam, contohnya seperti Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp, dan yang sedang populer saat ini adalah TikTok.

TikTok menjadi sebuah aplikasi media sosial yang digunakan untuk mengunggah konten dalam bentuk video. Aplikasi TikTok diciptakan oleh perusahaan Cina yang bernama ByteDance pada tahun 2016. Berdasarkan pada data, TikTok melaporkan bahwa aplikasinya telah diunduh sebanyak dua miliar lebih secara global. Pada tahun 2020 hingga saat ini penggunaan aplikasi ini menjadi sangat digandrungi oleh berbagai kalangan, dari remaja hingga dewasa. Di Indonesia, terdapat sekitar 99 juta pengguna aktif

aplikasi TikTok, yang menjadikan Indonesia berada pada posisi kedua di dunia sebagai negara pengguna TikTok paling banyak (Dzulfaroh, 2023). TikTok memungkinkan bagi penggunanya untuk dapat berkomunikasi melalui fitur-fitur seperti berbagi video, berbagi audio, dan unggahan video. Dalam bentuk video, unggahan pada aplikasi TikTok dapat berisi beragam konten, misalnya seperti *dance*, *tips and trick*, *review*, musik, tutorial, video game, dan masih banyak lagi. Dengan kondisi TikTok saat ini yang sedang berkembang pesat dari segi penggunaannya, maka hal tersebut dapat menjadi sebuah peluang bagi lembaga informasi seperti perpustakaan untuk memanfaatkan aplikasi tersebut dalam menyampaikan informasi. Contoh mengenai pemanfaatan aplikasi TikTok dalam menyampaikan informasi untuk promosi terdapat pada penelitian berjudul “*Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus Pada PT. Es Teh Indonesia)*” yang dituliskan oleh Novalia, Annisa Syifa, Anisa Balqis, dan Alifa Ramadhana. Dikutip dari penelitian tersebut, disebutkan bahwa TikTok merupakan aplikasi yang dapat membebaskan penggunanya membagikan videonya dengan mudah. Dengan kemudahan tersebut, maka TikTok dapat menjadi sebuah media komunikasi promosi yang efektif, sebab penggunaan TikTok di Indonesia saat ini pun sedang masif.

Sebagai platform media sosial, TikTok memiliki keunggulannya sendiri dalam bersaing dengan platform media sosial yang lebih ada lebih dulu, seperti Instagram dan Facebook. Dalam memanfaatkan TikTok sebagai media berpromosi, maka perlu bagi seseorang untuk dapat mempelajari dan memahaminya sehingga dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh TikTok. Keunggulan dari TikTok sebagai media promosi yang disampaikan oleh Lagman (2021) pada artikelnya, yaitu TikTok memiliki basis pengguna yang luas dan beragam, sehingga ketika seseorang ingin meningkatkan *awareness* kepada *viewers* mengenai berbagai topik, maka mereka yang ingin berpromosi bisa menemukannya pada platform TikTok. Ditambah dengan konten TikTok sendiri dimaksudkan untuk dapat berinteraksi dengan *users*, dengan diketahui pula bahwa TikTok memiliki

users yang paling banyak terlibat daripada platform media sosial lainnya saat ini. Selanjutnya, halaman “For You” atau *fyp* pada platform TikTok membuatnya berbeda dengan media sosial lainnya seperti Instagram dan Facebook, sebab halaman “For You” sebagai hal pertama yang dilihat secara *default* ketika membuka TikTok, akan menampilkan konten-konten di luar dari unggahan akun-akun yang *users* ikuti (*follow*). Maka dari itu, hal tersebut menjadi kesempatan bagi pihak yang ingin berpromosi untuk menjangkau *users* secara lebih adil. Selanjutnya, seperti yang telah disebutkan di atas bahwa TikTok mendorong adanya keterlibatan *users* ke suatu konten. Fitur-fitur di TikTok seperti *stitch*, *duet*, dan *sound* akan mendukung adanya keterikatan antara *users* dan pihak yang berpromosi, sebab dari ketiga fitur tersebut membentuk suatu komunikasi berupa adanya pembuatan konten yang berbalas, sehingga menciptakan suatu dialog antara *users*. Bahkan TikTok memiliki fitur dimana suatu komentar dapat dibalas dalam bentuk video. Keunggulan-keunggulan dari TikTok tersebut menjadi suatu potensi bagi perpustakaan untuk mengedepankan promosi menggunakan media sosial TikTok.

Sebagai sebuah organisme yang berkembang, perpustakaan perlu untuk menjadi adaptif terhadap segala perubahan yang terjadi di masyarakat. Hal tersebut guna beradaptasi dengan perkembangan zaman, agar perpustakaan itu sendiri tetap terjaga eksistensinya dan tidak mengalami ketertinggalan. Media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini (Darmawan, 2019, hlm. 161). Pendayagunaan media sosial merupakan salah satu langkah yang dapat dilakukan oleh perpustakaan dalam menjamin eksistensinya hingga saat ini, terutama dengan memanfaatkan aplikasi TikTok. Aplikasi TikTok dapat dimanfaatkan perpustakaan dalam melakukan *branding* dan promosi perpustakaan. Dengan memanfaatkan media sosial, maka perpustakaan dapat menciptakan sebuah kegiatan komunikasi dua arah dengan pemustaka secara digital. Promosi perpustakaan menjadi sebuah kegiatan yang penting dilakukan dalam operasional perpustakaan, sebab informasi dan jasa yang tersedia perlu tersampaikan dan diketahui agar dapat dimanfaatkan oleh

pengguna (Tatarina & Husna, 2017, hlm. 351). Sejalan dengan hasil dari penelitian yang ditulis oleh Hoeroestijati yang berjudul “*Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan (Studi Kasus di Perpustakaan Universitas Airlangga)*”, penelitian tersebut menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial sebagai media untuk promosi perpustakaan merupakan langkah tepat yang dilakukan oleh pihak perpustakaan. Media sosial bagi perpustakaan dapat bermanfaat untuk meraih pemustaka secara lebih luas.

Dengan adanya akun media sosial yang dimiliki oleh sebuah perpustakaan, maka perpustakaan secara otomatis telah membentuk profilnya secara *online*. Media sosial bagi perpustakaan dapat dimanfaatkan untuk “...*reference services, alerting services, marketing, outreach programs, etc. With social media, libraries can make themselves user-centric and satisfy users’ needs across the boundary*” [...layanan referensi, layanan pemberitahuan, pemasaran, program promosi, dll. Dengan media sosial, perpustakaan dapat membuat mereka berpusat pada pengguna dan memenuhi kebutuhan pengguna secara menyeluruh tanpa ada batasan.] (Soni & Madhusudhan, 2022, hlm. 67). Namun di luar dari itu, perpustakaan sendiri dalam memberikan informasi terhadap segala fasilitas yang dimilikinya, tidak hanya bersumber dari perpustakaan itu sendiri, tetapi juga terbantuan oleh masyarakat yang kreatif dan secara tidak langsung juga memberikan kontribusi terhadap program promosi perpustakaan. Pada saat penelitian ini berlangsung, kerap kali ditemui oleh peneliti, konten-konten dari para kreator di TikTok yang mengunggah video berkaitan dengan kegiatan *hangout* atau sekedar berliburan di suatu lokasi yang menarik dan cukup nyaman bagi pengunjungnya. Beberapa dari video-video tersebut, terdapat konten yang menampilkan video mengenai kunjungan ke perpustakaan. Fenomena ini secara tidak langsung dapat memperkenalkan perpustakaan ke masyarakat secara lebih luas, terutama para remaja yang cukup sering berinteraksi dengan aplikasi TikTok.

Contohnya digambarkan pada penelitian yang berjudul “*Dampak Media Sosial Instagram @Jaklib_Cikini Sebagai Media Promosi*

Perpustakaan Umum Daerah Provinsi DKI Jakarta Cikini” yang dituliskan oleh Wahyuningtyas Asihing Wulan Tatarina dan Jazimatul Husna. Pada penelitian tersebut, disimpulkan bahwa akun media sosial Perpustakaan Umum Daerah Provinsi DKI Jakarta Cikini mampu menerapkan tiga aspek promosi, yakni *to inform*, *to influence*, dan *to persuade*. Dengan penerapan ketiga aspek tersebut, menjadikan Perpustakaan Umum Daerah Provinsi DKI Jakarta Cikini dapat meraih pemustakaanya untuk secara tidak langsung melakukan promosi dengan cara mengunggah foto dan video kegiatannya di perpustakaan tersebut, dengan begitu penyebaran informasi terkait perpustakaan bukan hanya melalui akun *@Jaklib_Cikini* saja, namun melalui para pemustaka juga.

Dari pemaparan latar belakang di atas, dengan demikian penulis hendak mengetahui lebih lanjut mengenai unggahan video informasi melalui media sosial TikTok yang digunakan oleh masyarakat masa kini sebagai media untuk menyampaikan informasi, khususnya memanfaatkan media sosial tersebut dalam mempromosikan suatu tempat, salah satunya adalah perpustakaan. Peneliti hendak mengetahui pandangan dari masyarakat terkait fenomena ini, apakah dapat sampai ke masyarakat secara penyampaiannya dan apakah perlu bagi perpustakaan untuk mengutamakan metode ini sebagai media promosi.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, timbul pertanyaan-pertanyaan dari peneliti yang hendak dikaji dalam penelitian ini, rumusan masalah tersebut disusun sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pemanfaatan TikTok dapat berperan sebagai media promosi perpustakaan?
- 2) Bagaimana pengguna TikTok berinteraksi sehingga dapat mempengaruhi keputusan untuk berkunjung?

- 3) Bagaimana *feedback* pemanfaatan TikTok oleh para kreator terhadap perpustakaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, adapun tujuan yang hendak dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui cara TikTok dapat berperan sebagai media promosi perpustakaan.
- 2) Mengetahui cara pengguna TikTok berinteraksi sehingga berpengaruh terhadap keputusan untuk berkunjung.
- 3) Mengetahui *feedback* pemanfaatan TikTok terhadap perpustakaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui hal yang telah dipaparkan dalam latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam hal informasi, bahan referensi, pengetahuan, dan wawasan bagi pembaca serta peneliti-peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai media sosial kaitannya dengan promosi perpustakaan.

- 2) Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam memberikan tinjauan literatur yang dapat dijadikan sebagai informasi dalam membentuk sebuah promosi pada perpustakaan dengan menggunakan media sosial TikTok. Selain itu juga, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para pembaca yang akan hendak mengimplementasikan kegiatan promosi untuk perpustakaan.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Sistematika penulisan untuk penelitian “*Analisis Fenomena Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Perpustakaan (Studi Kasus pada Video Kunjungan Perpustakaan Jakarta Cikini oleh Konten Kreator TikTok)*” ini disusun dalam lima bab. Adapun gambaran dari struktur organisasi skripsi yang terkandung dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab pendahuluan mencakup pembahasan pendahuluan mengenai latar belakang yang mendasari pengangkatan judul penelitian, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan struktur organisasi skripsi yang akan diteliti sehingga dapat dijadikan sebagai landasan dari penelitian.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab kajian pustaka berisi tentang teori dan kajian-kajian yang berkaitan dengan penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian mencakup desain penelitian, mulai dari pendekatan penelitian, instrumen penelitian, tahap pengumpulan data sampai pada teknik analisis data.

BAB IV: TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Bab temuan dan pembahasan mencakup deskripsi hasil temuan penelitian dari analisis data yang sesuai dengan urutan rumusan permasalahan penelitian.

BAB V: SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Bab simpulan, implikasi dan rekomendasi mencakup uraian mengenai simpulan dari penelitian yang telah dilakukan, serta implikasi dan rekomendasi dari pengalaman peneliti saat melakukan penelitian mengenai “*Analisis Fenomena Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media*

Promosi Perpustakaan (Studi Kasus pada Video Kunjungan Perpustakaan Jakarta Cikini oleh Konten Kreator TikTok)”.