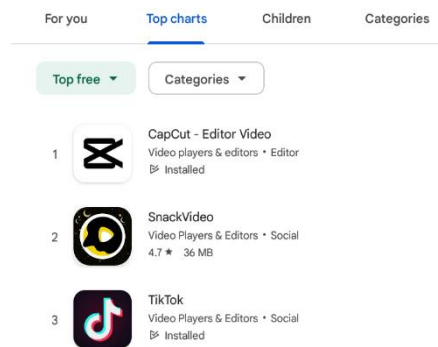


# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

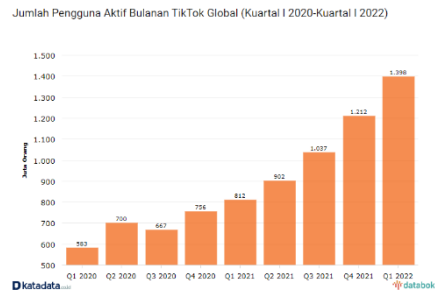
Perkembangan teknologi memiliki pengaruh cukup besar dalam kehidupan manusia. Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin mudahnya individu dalam mengakses berbagai informasi dalam keadaan apapun. Menurut (Deriyanto et al., 2018), dengan hadirnya internet menjadi bagian dari kebutuhan penting dalam hidup manusia yang tidak bisa lepas setiap harinya. Salah satu bentuk keberadaan internet yaitu hadirnya media sosial. Media sosial yang sedang populer saat ini adalah media sosial TikTok. Aplikasi ini diluncurkan pertama kali oleh perusahaan di Tiongkok, China, tepatnya oleh *ByteDance* (Aldila Safitri et al., 2021). Di Indonesia, TikTok sudah ada sejak lama, namun saat itu masih minim pengakses dan didominasi oleh konten-konten negatif yang pada akhirnya di tahun 2018 Kementerian Komunikasi dan Informatika memblokirnya (Amalia Ferniansyah, 2021). TikTok merupakan salah satu media sosial dengan pengakses terbanyak. Jika dilihat dari rating *playstore*, TikTok merupakan media sosial yang memiliki rating tinggi dalam kategori *top free apps* dengan pengakses hingga 500 juta orang lebih.



**Gambar 1 1 Gambaran TikTok di *Top Free Apps Playstore***

Selain itu, TikTok berhasil meraih tingkat popular tertinggi di enam negara, salah satunya adalah negara Indonesia (Mikhael dalam Ruth & Candraningrum, 2020). Bahkan, TikTok berhasil menembus unduhan tertinggi diantara kuartal sebelumnya yaitu hingga 315 juta unduhan, baik

di *App Store* maupun *Google Playstore* (Databoks, 2020). Menurut (Global Web Index, 2020), dalam *the social media landscape*, TikTok menjadi pemenang dalam media sosial saat ini karena keunggulannya di berbagai posisi, dari pengguna terbanyak, variasi konten yang menarik perhatian, hingga media sosial yang sangat efektif untuk membagikan berbagai informasi.



**Gambar 1 2 Gambaran Pengguna TikTok di Databoks**

Berdasarkan laporan dari Sindonews.com, didapatkan data bahwa pengguna TikTok terbanyak adalah generasi Y dan Z yaitu individu dengan rentang usia 14 s.d. 24 tahun. Selain itu, survei yang dilakukan oleh (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020) menunjukkan bahwa pengguna terbanyak pengguna media sosial adalah individu dengan rentang usia 20–24 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna terbanyak media sosial TikTok adalah kalangan individu dewasa awal. Sebagaimana disebutkan dalam (Santrock, 2012) bahwa transisi dari remaja menuju dewasa awal adalah individu dengan rentang usia 18 s.d. 25 tahun, yang ditandai dengan adanya eksperimen dan eksplorasi. (Ulfa, 2020) menyebutkan bahwa saat ini pengguna media sosial terbanyak adalah pada kalangan dewasa awal. Sementara, jika dilihat dari segi wilayah, pengguna TikTok terbanyak jatuh pada Kota-Kota besar, salah satunya adalah Kota Bandung. Hal ini sesuai dengan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2019 – 2020 yang menyebutkan bahwa pengguna internet terbanyak jatuh kepada Provinsi Jawa Barat, tepatnya di Kota Bandung yaitu sebanyak 82% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020).

TikTok memiliki daya tarik tersendiri dengan fitur unggah videonya selama 15—60 detik yang diiringi dengan musik dan filter tertentu (Fitri et al., 2019). Sejak 2020 hingga saat ini, TikTok menjadi salah satu media

sosial yang ramah untuk digunakan karena bervariasinya fitur dan konten di dalamnya. Beberapa variasi fitur terbaru saat ini adalah adanya TikTok *online shop* yang sangat menarik perhatian, terutama kepada para pelaku bisnis. Fitur ini dapat dengan mudah untuk menarik konsumen karena media promosi yang digunakan adalah *flash sale* besar-besaran dalam beberapa waktu tertentu jika bergabung dalam *livesale* (Sulistianti & Sugiarta, 2022). Selain bertambahnya fitur, konten yang diunggah pun sudah bervariasi, yaitu setiap pengguna tidak hanya dapat mengekspresikan diri melalui gerakan menari dan bernyanyi, namun juga dapat menjadi pribadi yang lebih kreatif dengan memberikan tips-tips unik dan inovasi dalam mengolah sesuatu (Fitri et al., 2019). Saat ini, TikTok berkembang menjadi aplikasi yang digunakan sebagai media untuk menyampaikan curahan isi hati (Aldila Safitri et al., 2021). Salah satu contohnya adalah konten yang sempat *viral* dalam waktu dekat ini yaitu aksi salah seorang perempuan yang curhat di TikTok karena diputuskan oleh kekasihnya yang berujung mendapatkan *hate comment* dari *netizen* karena hal tersebut terjadi karena ulah perempuan itu sendiri yang selingkuh secara diam diam (Youra, Desubba, 2022).

Berdasarkan paparan di atas, maka TikTok menjadi salah satu aplikasi yang semakin mempermudah penggunaannya dalam segala hal, sehingga meningkatkan intensitas individu dalam menggunakannya. Penggunaan TikTok secara terus menerus akan meningkatkan intensitas dalam penggunaannya (Najah et al., 2021). Intensitas merupakan kegiatan yang dilakukan oleh individu secara berulang kali dengan melibatkan perasaan di dalamnya Yanica dalam (Najah et al., 2021). Intensitas dapat terjadi akibat adanya kesenangan dan kepuasan tersendiri dalam melakukan aktivitas tersebut, sehingga terjadi pengulangan di dalamnya (Nisa dalam Najah et al., 2021). Berdasarkan definisi tersebut, maka perilaku ini dapat terjadi pada aktivitas apapun yang cenderung disukai oleh individu, salah satunya adalah dalam menggunakan media sosial. Intensitas penggunaan media sosial adalah keterlibatan seseorang dalam aktivitas bermedia sosial, seperti frekuensi menggunakan media sosial, lama penggunaan media sosial dalam sekali akses, serta jumlah pertemanan yang telah dibentuk dalam bermedia

sosial (Pratama & Parmadi, 2019). Individu dikatakan intens dalam menggunakan TikTok jika penggunaannya  $\geq 3$  jam 18 menit atau  $\geq 198$  menit setiap harinya (GlobalWebIndex, 2020). Hal ini terjadi pada penggunaan media sosial TikTok, penggunaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kontribusi pengguna dalam aktivitas mengunggah video di TikTok. Pengguna TikTok di Indonesia menghabiskan rata-rata waktu 29 menit dalam menggunakan TikTok (menonton, menciptakan, serta menemukan variasi video di TikTok) per sekali penggunaan (Megasari, et al., 2021).

Bervariasinya konten di TikTok membuktikan bahwa setiap pengguna dapat perlahan mampu mengungkapkan jati diri mereka yang sesungguhnya secara tidak langsung melalui media perantara yaitu media sosial (Ningsih, 2015). Dalam Psikologi, pengungkapan jati diri dinamakan dengan *self disclosure*. *Self disclosure* merupakan proses yang dilakukan oleh individu untuk membagikan informasi mengenai dirinya sendiri kepada orang lain sehingga dapat memberikan dampak yang baik terhadap komunikasi interpersonal yang dimilikinya (Mutia & Ridha, 2019). Selain itu, *self-disclosure* juga merupakan salah satu keterampilan komunikasi yang diberikan kepada orang lain dengan mengungkapkan informasi mengenai diri sendiri yang normalnya hal tersebut disimpan atau dirahasiakan (Oktafiani & Heru, 2015). Selaras dengan yang diungkapkan oleh Devito dalam (Juliana & Erdiansyah, 2020) bahwa *self disclosure* merupakan pengungkapan informasi yang dilakukan kepada orang lain yang biasanya hal tersebut dirahasiakan atau tidak diberitahukan kepada orang lain. Berdasarkan paparan tersebut, *self-disclosure* merupakan salah satu kemampuan yang dimiliki oleh individu dalam mengungkapkan informasi-informasi pribadi yang seharusnya hal tersebut disimpan dalam diri atau tidak diberitahukan kepada orang lain.

Semenjak media sosial digunakan oleh masyarakat luas, individu bisa kapan dan dimana saja dengan mudah berbagi mengenai informasi diri, perasaan, dan kegiatan yang dimilikinya yang kemudian aktivitas tersebut dinamakan sebagai *self disclosure* melalui media sosial (Ningsih, 2015).

*Self disclosure* yang dilakukan melalui media sosial pada hakikatnya terletak pada cara individu berbagi mengenai informasi diri di media sosial tersebut dalam bentuk status, foto/video, *chatting*, dan hal lainnya untuk diberitahukan kepada sesama pengguna media sosial terkait. Kegiatan tersebut banyak terjadi pada pengguna TikTok saat ini. Secara perangkat, TikTok memungkinkan setiap penggunanya untuk mengunggah apa saja yang diinginkannya, yang pada akhirnya memunculkan budaya berbagi secara berlebihan dan *self disclosure* di media sosial. *Self disclosure* yang berlebihan dapat memicu kerugian bagi pengguna TikTok, seperti kejahatan, *cyber bullying*, perkembangan emosi, pornografi, serta komunikasi yang buruk. (Ningsih, 2015)

Pada dasarnya, berbagai dampak buruk yang ditimbulkan dari perilaku *self disclosure* terhadap intensitas penggunaan TikTok ditentukan oleh adanya *self control* yang dimiliki oleh individu tersebut. Tangney, Baumeister, & Boone dalam (Safiinatunnajah & Fikry, 2021) menyebutkan bahwa *self control* merupakan kemampuan individu untuk mengubah reaksi dalam diri guna menahan diri atau menghentikan perilaku yang tidak diinginkan. *Self Control* juga dilakukan guna menyesuaikan tingkah laku yang dimiliki individu dengan apapun yang dianggap dapat diterima secara sosial oleh masyarakat (Papalia, Olds, dan Feldman dalam (Wahyunindya & Silaen, 2021)). Berdasarkan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa untuk menggunakan TikTok diperlukan *self control* yang cukup agar tidak timbul dampak negatif baru atau dapat menurunkan penggunaan yang secara berlebihan. Hal ini sesuai dengan ungkapan yang diutarakan oleh Chaplin dalam (Asih & Fauziah, 2017) yang menyebutkan bahwa *self control* adalah salah satu kemampuan untuk mengatur tingkah laku serta kemampuan untuk mengatasi perilaku impulsif yang dimiliki oleh individu.

Pemakaian TikTok yang sesuai porsi dilakukan guna menghindari rendahnya kontrol diri yang dimiliki oleh individu, baik dalam mengakses maupun mengunggah konten di dalamnya. Hal ini dikarenakan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Jiang & Zhao, 2016) yang menyebutkan bahwa rendahnya kontrol diri yang dimiliki oleh individu pengguna

*smartphone* terutama dalam bermedia sosial, memiliki kemungkinan besar untuk berujung penggunaannya secara patologis. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh *self disclosure* terhadap intensitas penggunaan TikTok yang dimoderasi oleh *self control* pada individu dewasa awal di Kota Bandung.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini yaitu: apakah *self control* mampu memoderasi pengaruh *self disclosure* terhadap intensitas penggunaan TikTok pada individu dewasa awal di Kota Bandung?.

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui peran *self control* sebagai variabel moderator pada pengaruh *self disclosure* terhadap intensitas penggunaan TikTok pada individu dewasa awal di Kota Bandung.

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat teoritis

Dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada setiap mahasiswa mengenai maksud dari setiap variabel (*self disclosure*, *self control*, dan intensitas penggunaan TikTok), serta mengetahui manfaat dan dampak yang akan terjadi bila mengalaminya. Selain itu, Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi psikoedukasi bagi siapapun yang mengalaminya, khususnya pada individu yang berada di fase usia dewasa awal yang sesuai dengan subjek penelitian.

### 2. Manfaat praktis

#### a. Bagi Individu Dewasa Awal

Dari penelitian ini diharapkan setiap individu pengguna TikTok mampu mengatur penggunaannya dengan bijaksana, sehingga dapat mencegah timbulnya dampak negatif baru.

#### b. Bagi Orang Tua dan Masyarakat

Dari penelitian ini, diharapkan orang tua dapat membantu dalam pencegahan penggunaan TikTok secara berlebihan pada mahasiswa, dengan selalu memerhatikan kegiatan sehari-hari yang dilakukannya. Sedangkan untuk masyarakat, diharapkan penelitian

ini dapat membantu siapapun yang memiliki keluhan sulit produktif akibat terlalu larut dalam menggunakan media sosial yang kemudian perlahan ingin merubahnya menjadi lebih produktif.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi atau pengetahuan untuk peneliti selanjutnya dengan tema serupa, baik itu mengenai *self-disclosure*, *self-control*, maupun intensitas dalam menggunakan TikTok.

## E. Struktur Organisasi Skripsi

### 1. Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai penjelasan latar belakang dari setiap variabel penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian.

### 2. Bab II Kajian Pustaka

Bab ini berisi mengenai penjelasan teori-teori dari setiap variabel yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian. Landasan tersebut antara lain berisi mengenai definisi intensitas penggunaan TikTok, *self disclosure*, dan *self control*, aspek-aspek yang dimiliki oleh ketiga variabel, serta dampak dan manfaat yang didapatkan bila mengalami keadaan tersebut.

### 3. Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisi mengenai desain penelitian, populasi, partisipan/sampel, variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian. Selain itu terdapat definisi operasional dari setiap variabel, instrumen penelitian, analisis data, serta prosedur penelitian dan agenda kegiatan.

### 4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi mengenai hasil, pembahasan, serta keterbatasan yang didapatkan dari pengambilan data. Uraian dari hasil ini diantaranya adalah hasil demografi, hasil setiap variabel secara umum, serta hasil dari uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian. Selain itu, dalam pembahasan berisi mengenai uraian secara mendalam mengenai hasil yang telah dipaparkan.

## 5. Bab V Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Bab ini berisi mengenai kesimpulan yang didapatkan dari penelitian. Simpulan tersebut menguraikan mengenai hasil hipotesis yang didapatkan apakah diterima atau ditolak. Selain simpulan, dalam bab inipun diuraikan mengenai implikasi yang dapat diaplikasikan serta rekomendasi yang diberikan oleh peneliti kepada para pembaca.