

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan yang begitu pesat. Internet merupakan salah satu alat utama dalam pendistribusian informasi saat ini. Secara global, hal tersebut telah mengubah wajah media secara keseluruhan. Perkembangan media teknologi saat ini semakin banyak dalam kehidupan sosial masyarakat, seperti semakin meluasnya penggunaan internet dan handphone. Teknologi internet yang paling marak digunakan yaitu media Sosial.

Media sosial merupakan suatu media, dimana dijadikan sebagai wadah untuk dapat berkomunikasi dengan khalayak, baik yang dikenal maupun tidak dikenal, Media sosial sendiri yaitu seperti TikTok, Facebook, Twitter, Instagram, dsb. Media sosial dimanfaatkan untuk berbagi inspirasi, informasi, serta ekspresi. kepada pengguna Media Sosial lainnya.

Aplikasi TikTok adalah sebuah jaringan sosial media dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan oleh perusahaan ByteDance pada September 2016 diciptakan oleh Zhang Yiming. Aplikasi ini digunakan oleh pengguna untuk mengunggah video mereka sendiri yang kemudian dibagikan. Aplikasi ini adalah aplikasi musik yang digunakan dengan cara *lip-sinc* dengan durasi hanya berkisar 15 detik. Sepanjang kwartal pertama (Q1) 2018, TikTok mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 485 juta kali. Jumlah ini mengalahkan aplikasi populer lain semacam Youtube, Whatsapp, Facebook,

Messenger, dan Instagram. Menurut Bytedence, Indonesia sendiri memiliki pengguna aktif aplikasi TikTok diunduh sebanyak 10 juta setiap bulannya. Hal ini didukung dengan beragamnya aplikasi TikTok seperti khmer TikTok, full dj TikTok, duet TikTok, dj TikTok *remix*, TikTok meme *soundboard*, *hot video for* TikTok, dan lain sebagainya. Semua aplikasi TikTok tersebut dapat dengan mudah di download melalui Google Playstore. Dilansir dari dataindonesia.id, Indonesia tercatat sebagai negara dengan pengguna TikTok terbesar kedua di dunia pada Januari 2023. Tercatat ada 109,90 pengguna media sosial tersebut di dalam negeri. Dari total 109,90 juta pengguna tersebut 76% nya diunduh oleh rentang usia 18-34 tahun. Pada aplikasi TikTok ini pun menciptakan pengaruh sosial akibat konten-konten yang di unggah. Pengaruh dalam berpakaian salah satunya.

Fashion merupakan kebutuhan pokok bagi setiap orang untuk digunakan setiap harinya baik itu hanya di rumah saja maupun saat berpergian. Perkembangan zaman juga membuat perkembangan gaya berpakaian pun berbeda-beda setiap tahunnya. *Trend* berpakaian menjadi suatu hal yang selalu diperhatikan khususnya oleh wanita agar cara berpakaianya tidak termakan oleh zaman dan selalu mengikuti perkembangan yang ada. Melalui konten-konten di Media Sosial TikTok, masyarakat luas menjadi lebih mengetahui informasi tentang *trend* gaya berpakaian masa kini dan kemudian kekuatan dari media inilah yang membawa masuk budaya luar ke dalam negeri.

Fashion telah menjadi salah satu mode *fashion* yang paling penting bagi masyarakat saat ini. Apalagi bagi gen z sampai generasi milenial yang menjadikan *fashion* sebagai referensi atau gaya hidup bagi masyarakat. Keberadaan *fashion*

dipengaruhi oleh beberapa hal, diantaranya pengaruh dari budaya luar, dan gaya *fashion* dari *influencer* juga mempengaruhi. *Fashion* berkembang pesat terutama pada era 2000-an hingga sekarang *fashion* mengalami perubahan yang semakin maju dari tahun ke tahun. *Fashion* yang digunakan oleh publik figur atau *influencer* sangat berpengaruh terhadap *trend fashion* saat ini, apapun yang digunakan *influencer* pada akhirnya akan digunakan oleh masyarakat dan bahkan menjadi suatu *trend*. Tidak hanya itu *fashion trend* yang bertebaran di TikTok menjadi hal yang sangat berpengaruh untuk Gen z saat ini. Secara tidak sadar, TikTok menjadi tolak ukur generasi muda dalam berpakaian. Seperti yang kita ketahui, TikTok sangat berperan dalam menghadirkan *trend fashion* terbaru. *Trend* tersebut pun mudah sekali berubah-ubah. Aplikasi TikTok yang menyediakan video pendek kreatif dari pembuat konten di TikTok, kita dapat menggunakan fitur tersebut untuk membuat video pendek. Jadi, *creator* video TikTok bisa menarik penonton dan membuat penonton ter-*influence* dengan konten yang di unggah-nya.

Mayoritas pengguna Media Sosial TikTok ini diduduki oleh Generasi Z. Responden dalam penelitian ini, yaitu Mahasiswa Ilmu Komunikasi. Latar belakang yang membuat penulis menjadikan Mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai responden dalam penelitian ini yakni karena Mahasiswa Ilmu Komunikasi tidak luput dari yang namanya bermedia. Mahasiswa Ilmu Komunikasi merupakan mahasiswa yang mempelajari tentang segala aspek berkomunikasi, atau mempelajari tentang bagaimana menyampaikan pesan secara efektif. Penyampaian pesan ini, tak luput dari yang namanya media. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh, saat ini aktif bersosial media. Entah karena

faktor kebutuhan, maupun karena faktor bidang ilmu yang mengharuskan terlibat dengan yang namanya Media. Dalam ilmu komunikasi, *fashion style* atau gaya berpakaian merupakan bagian dari sebuah komunikasi karena *fashion* adalah penanda dari sejumlah domain sosial yakni citra diri seseorang, identitas individu, kelompok, status sosial, maupun gender. Mahasiswa Ilmu Komunikasi merupakan Generasi Z, dan mayoritas pengguna TikTok juga merupakan Generasi Z. Maka dari itu, penulis merasa bahwa Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh sangat cocok menjadi populasi dalam penelitian ini.

Melihat berkembang pesatnya *trend Fashion* yang sedikit banyak mempengaruhi banyak orang, dan media sosial TikTok yang sekarang menjadi media sosial yang paling marak digunakan. Peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap *Fashion style* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

1. Media Sosial TikTok mempengaruhi *Fashion style* penggunanya
2. *Fashion style* Mahasiswa Ilmu Komuniiasi yang merupakan pengguna Media Sosial TikTok terpengaruhi

1.3 Pembatas Masalah

Untuk menghindari kesalahpahaman interpretasi terhadap judul penelitian ini maka, penulis merasa perlu membatasi masalah yang akan diteliti sehingga

tidak meluas. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah hanya meneliti pengaruh Media Sosial TikTok terhadap *Fashion style* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh saja, tidak pada Universitas lain.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Adapun yang menjadi pertanyaan penelitian dalam penelitian ini yaitu adakah pengaruh Media Sosial TikTok terhadap *Fashion style* mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh Media Sosial TikTok terhadap *Fashion style* mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

1.6.1 Manfaat Teoritis

- a. Memperoleh pengetahuan mengenai pengaruh Media Sosial TikTok terhadap *Fashion style* mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas
- b. Sebagai bahan referensi bagi perpustakaan Universitas Malikussaleh dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh.

- c. Sebagai bahan masukan bagi lembaga pendidikan agar memberi penyuluhan tentang penggunaan Media Sosial TikTok dan Informasi yang ada di dalamnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi para tenaga pendidik untuk memberikan wawasan mengenai Media Sosial TikTok.
- b. Untuk menjadi bahan referensi terhadap penelitian sejenisnya atau penelitian selanjutnya terutama mengenai pengaruh media sosial.