

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membawa pengaruh besar dalam kehidupan manusia baik dari sisi sosial maupun budaya. Perkembangan teknologi yang semakin pesat, menimbulkan berbagai macam jejaring sosial yang memberikan kemudahan dalam berkomunikasi satu dengan lainnya. Salah satunya adalah media sosial Tiktok.

TikTok merupakan sebuah aplikasi dimana para penggunanya bisa berbagi video musik dengan durasi 15 detik sampai 3 menit, disertai filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Aplikasi ini diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok, China. *ByteDance* pertama kali meluncurkan aplikasi yang memiliki durasi pendek yang bernama Douyin. Hanya dalam waktu 1 tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap hari. Popularitas Douyin yang tinggi membuatnya melakukan perluasan ke luar China dengan nama TikTok. TikTok dikenal sebagai platform media sosial yang digunakan untuk mencari hiburan, dan menuangkan ide kreatif.

Karakter khusus tersebutlah yang kemudian menjadi salah satu alasan mengapa TikTok semakin populer di tengah masa pandemi seperti ini. Pada aplikasi TikTok, konten *trending challenge* dan meme-lah yang biasanya memiliki hashtag populer. Lewat bentuk konten tersebut (*challenge* dan meme), *brand* memiliki peluang untuk memanfaatkan *trend* yang sedang digandrungi untuk berinteraksi dengan konsumen dengan cara yang lebih menarik dan kreatif. Sekilas, memang tidak nampak perbedaan dalam segi pemanfaatan TikTok sebagai sarana promosi jika dibandingkan dengan platform lainnya, Youtube misalnya. Namun keunikan TikTok bisa diidentifikasi dengan menelisik lebih jauh ke dalam konten yang tersedia.

Di Universitas Malikussaleh sendiri, hampir rata-rata mahasiswa maupun mahasiswi menggunakan aplikasi TikTok. Sebagaimana yang telah penulis tinjau sebelumnya, mahasiswa-mahasiswi tersebut berterus terang bahwa aplikasi

TikTok adalah aplikasi paling sering dibuka dibanding aplikasi lainnya. Aplikasi hiburan tersebut memang bisa menciptakan *mood* yang baik, bisa juga mengubah suasana hati seseorang yang sedang buruk terutama bila konten-konten yang muncul di *for you page* atau FYP adalah konten bersifat komedi. Selain itu, mereka juga bisa menghibur diri mereka sendiri dengan cara membuat video berdurasi 15 detik hingga 3 menit di aplikasi tersebut. Disesuaikan dengan *back soundtrend* yang bisa mereka gunakan secara gratis.

Terlepas dari kepopuleran aplikasi tersebut di kalangan masyarakat, tidak menutup kemungkinan bahwa ada hal-hal negatif yang diterima atau dirasakan para pengguna TikTok dari konten-konten yang mereka bagikan dan dikomentari secara negatif oleh pengguna lain. Komentar-komentar tersebut adalah komentar yang bersifat merugikan. Merugikan dalam bentuk fisik ataupun mental. Adanya penilaian berupa ejekan, pengucilan, pengintimidasian, bahkan pelecehan seksual, membuat beberapa pengguna yang aktif membuat konten, atau membagikan keseharian mereka sebagai hiburan, merasa cukup terganggu. Sehingga beberapa diantara mereka memutuskan untuk tidak lagi membagikan video seperti biasa dan berhenti menggunakan aplikasi tersebut. Sebagaimana yang telah peneliti tinjau, hampir rata-rata mahasiswa Unimal yang gemar menggunakan TikTok dan membuat konten video kesal dengan adanya komentar yang tidak menyenangkan di video mereka.

Berawal dari kritikan biasa tentang kualitas video dan penambahan filter, hingga berujung pada pengomentaran tentang fisik. Kepercayaan diri yang awalnya meningkat, perlahan terkikis dan mulai berpikir dua kali untuk membuat konten seperti sedia kala. Respon-respon tersebutlah yang kemudian membuat sedikit demi sedikit pengguna TikTok yang lebih memilih menjadi penikmat konten dari orang lain dan bukannya kembali membagikan keseharian seperti biasa. Namun begitu, ada juga sebagian dari mereka yang tidak peduli dengan *spam* komentar yang bermunculan, dan hanya membagikan video tanpa membaca kolom komentar tersebut, karena dengan membaca komentar-komentar tersebut. Selain itu, mereka juga bisa mengekspresikan diri sebagaimana yang mereka inginkan, tanpa harus peduli dengan kritikan berujung menyakitkan hati.

Dari beberapa yang telah peneliti amati, respon para konten kreator TikTok terhadap *spamming* cukup bervariasi. Mulai dari berubah haluan menjadi penonton video, me-*uninstal* aplikasi demi kenyamanan pribadi, menonaktifkan komentar pada video yang dibagikan, mengubah akun menjadi privasi sehingga hanya orang-orang tertentu saja yang dapat melihat dan memberi komentar pada konten yang dibagikan, hingga membalas *spam* komentar yang mulai merajalela dan memblokir pengguna tersebut supaya tidak mengganggu.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah respon pengguna aplikasi TikTok terhadap *spamming*?
2. Apa saja *spam* komentar yang didapatkan pengguna aplikasi TikTok?

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis memfokuskan penelitian ini pada :

1. Respon pengguna aplikasi TikTok terhadap *spamming* komentar yang mereka dapatkan setelah mengunggah video di aplikasi TikTok.
2. *Spam* komentar bersifat mengganggu yang berdampak pada keantusiasannya menggunakan aplikasi TikTok.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan respon pengguna aplikasi TikTok terhadap *spamming*.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan apa saja *spam* komentar yang didapatkan pengguna aplikasi TikTok terhadap *spamming*.

1.5 Manfaat Penelitian

Sebagaimana rumusan masalah yang dikemukakan pada pembahasan pendahuluan, maka perlu dikemukakan sebagai berikut:

A. Teoritis.

1. Secara teoritis penelitian ini memberikan manfaat sebagai bahan referensi bagi penelitian sejenis
2. Menambah pengalaman dan pengetahuan penulis tentang *Spamming* atau kepopuleran TikTok yang semakin meluas.

B. Praktis.

1. Penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan bagi penulis dan pembaca pada umumnya tentang *Spamming* pada aplikasi TikTok.
2. Penelitian ini diharapkan akan dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk mengadakan penelitian yang sejenis dan secara lebih mendalam