

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dalam kehidupan dimulai dari proses sederhana di kehidupan sehari-hari hingga pada tingkat pemenuhan kepuasan sebagai individu dan makhluk sosial. Era tahun 2000an adalah puncak kemajuan teknologi yang sangat pesat perkembangannya. Teknologi Informasi telah menjadi trend kehidupan di era global. Teknologi informasi sangat terkait dengan teknologi komputer dan komunikasi. Berbagai kegiatan dipermudah dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan, mulai dari komunikasi, informasi, transaksi, edukasi, hiburan hingga pada kebutuhan paling pribadi sekalipun dapat terlayani dengan teknologi ini (Danuri, 2019:117).

Berdasarkan perkembangan teknologi yang dijelaskan oleh Danuri, Firmadhinia (2020:200) menjelaskan bahwa Generasi Z atau Gen Z merupakan generasi *digital native* yang telah kerap menggunakan teknologi baru seperti, internet, video gim, telepon seluler, dan semua peralatan dalam era digital. Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada rentang waktu tahun 1996 sampai tahun 2010. Gen Z mampu memanfaatkan perubahan teknologi dalam berbagai sendi kehidupan. Penggunaan teknologi sejak dini dan kemudahan dalam mendapatkan informasi merupakan sebuah perkembangan dalam membentuk Generasi Z. Adanya perkembangan internet yang menghasilkan media sosial membuat cara-cara lama tergeserkan dengan cara yang lebih mudah diakses yakni dengan

menggunakan media sosial. Salah satu media sosial yang sedang hangat dibicarakan dan paling banyak digunakan oleh Generasi Z adalah TikTok.

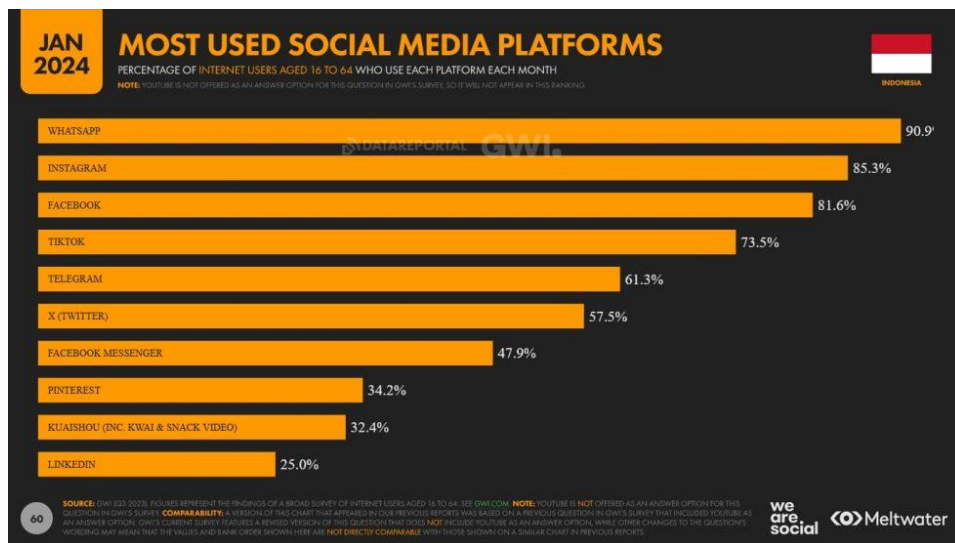
Pada tahun 2018, TikTok mengukuhkan diri sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh, yakni 45,8 juta kali. Nilai ini melampaui aplikasi lain seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, Messenger dan lainnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari *We Are Sosial* oleh *Meltwater* pada tahun 2022 bahwa Aplikasi TikTok merupakan media sosial nomor urut keempat yang paling banyak digunakan di Indonesia sebesar 70,8%.

Generasi Z tidak dapat dipisahkan dari TikTok. TikTok umumnya disukai oleh para generasi Z karena karakteristik TikTok yang belum pernah dimiliki oleh media sosial lainnya. Seolah-olah dengan penggunaan TikTok, para generasi Z dapat mengungkapkan identitas atau jati dirinya masing-masing. Aplikasi TikTok ini dapat dengan mudah diunduh dari *Google Playstore*. Sebagian besar pengguna menggunakan aplikasi TikTok untuk berbagai tujuan, seperti meningkatkan kreativitas, rasa percaya diri dan popularitas sebagai wadah eksistensi diri, sehingga menarik perhatian banyak orang atau kalangan. (Firamadhina, 2020:200).

Sama halnya dengan pendapat Malimbe (2021:4) bahwa istilah kekinian untuk menyebut orang-orang yang membuat konten TikTok dikenal dengan nama TikTokers. Kata ini berasal dari nama aplikasi TikTok itu sendiri. Tiktokers adalah suatu individu yang melakukan suatu kegiatan seperti membuat video unik di Tiktok dan membuat dirinya bisa dikenal sehingga memiliki banyak pengikut di Tiktok dan membuat dirinya menjadi terkenal karena video-video yang dibuat sangat kreatif, unik dan juga menginspirasi. Semuanya itu sesuai pandangan dari

setiap penonton atau dari pengguna lain.

Fenomena yang ditemukan saat ini adalah hampir seluruh pengguna *smartphone* di Indonesia baik yang berusia muda hingga tua sekalipun memiliki aplikasi Tiktok. Data penggunaan media sosial dapat dilihat berdasarkan data berikut ini:



Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan bahwa pada periode Januari 2024 TikTok merupakan media sosial peringkat keempat paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia setelah WhatsApp, Instagram dan Facebook dengan persentase sebesar 73,5%. Meskipun Tiktok berada pada peringkat keempat, popularitasnya terus meningkat dengan cepat dikalangan muda. Tiktok berhasil mempertahankan posisinya sebagai salah satu media sosial paling populer di Indonesia, dengan persentase nya penggunaan Tiktok menjadi salah satu kanal promosi efektif bagi bisnis dan *brand*. Berbagai video yang muncul di Tiktok berisi berbagai macam tema yang dapat dilihat oleh penggunanya. Tidak hanya berisikan konten hiburan, tetapi konten Tiktok juga berisi konten dengan tema menarik

seperti video resep makanan, tips dan trik berbagai macam hal, hingga video edukasi. Selain itu, aplikasi ini juga dapat menghasilkan uang dengan melakukan siaran langsung. Sehingga, banyak pengguna yang berlomba membuat video Tiktok semenarik mungkin.

Aplikasi Tiktok yang memuat berbagai fitur merupakan salah satu wadah yang saat ini marak digunakan sebagai wadah dalam mengekspresikan kreativitas penggunanya. Kreativitas merupakan kemampuan untuk melihat dan memikirkan hal-hal yang luar biasa, yang tidak lazim memadukan informasi yang nampaknya tidak berhubungan dan mencetuskan solusi-solusi baru atau ide-ide yang menunjukkan kelancaran, kelenturan dan keaslian dalam berpikir (Yuswatiningsih 2017:1). Kreativitas dapat membantu TikTokers dalam mengembangkan bakat yang dimilikinya untuk meraih prestasi dalam hidupnya melalui berbagai layanan fitur di Aplikasi TikTok (Buana, 2020:4).

Hasil observasi awal yang telah dilakukan di SMA N 4 Kota Jambi diperoleh informasi bahwa seluruh siswa memiliki aplikasi dan akun Tiktok. Rata-rata siswa telah menggunakan aplikasi TikTok selama 1 hingga 2 tahun dengan durasi rata-rata pemakaian selama lebih dari 3 jam dalam satu hari. Aplikasi TikTok tidak hanya digunakan siswa SMA N 4 Kota Jambi untuk mencari hiburan, tetapi juga untuk membuat berbagai video yang sedang tren, berinteraksi dengan pengguna TikTok lainnya, serta menyapa pengikutnya dengan melakukan siaran langsung. Beberapa siswa juga menyatakan bahwa mereka senang membuat video dengan tema dan gaya khusus berdasarkan ketertarikan dan keahlian yang mereka miliki. Banyaknya fitur yang ditawarkan oleh TikTok ini membuat siswa selalu

menggunakan aplikasi TikTok setiap harinya.

Pada sebuah penelitian relevan yang pernah dilakukan oleh Buana (2020) dengan judul “Penggunaan Aplikasi TikTok (versi terbaru) dan Kreativitas Anak” menunjukkan bahwa TikTok merupakan salah satu wadah rekreasi dan media untuk eksplorasi diri dan berpikir kreatif dan sebagai penghibur penggunanya. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Ferniansyah dkk (2021) dengan judul “Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Kreativitas Berfikir Generasi Z” di mana didapatkan kesimpulan bahwa durasi dan frekuensi intensitas penggunaan media sosial TikTok tidak berpengaruh terhadap kreativitas berpikir pada generasi Z, sebab berdasarkan hasil dari signifikannya keduanya memiliki hasil diatas 5%.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan bahwa semakin maraknya penggunaan TikTok di kalangan Generasi Z khususnya siswa, serta tingginya intensitas penggunaan TikTok setiap harinya maka perlu diarahkan pada hal yang positif dan kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan dan mendeskripsikan intensitas penggunaan TikTok dalam membentuk kreativitas generasi Z, khususnya di kalangan siswa. Dengan demikian, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **“Analisis Intensitas Tiktokers terhadap Kreativitas pada Generasi Z (Studi Kasus pada Siswa di SMA N 4 Kota Jambi)”**.

B. Batasan Masalah

Setelah menimbang dari berbagai aspek yaitu dalam bentuk waktu, biaya dan kemampuan dalam memperoleh data, maka dari itu peneliti membatasi masalah

yang berkaitan dengan intensitas TikTokers dengan kreativitas pada generasi Z dengan mengambil studi kasus pada siswa di SMA N 4 Kota Jambi sebagai berikut:

1. Siswa yang merupakan anggota OSIS bidang *Informasi dan Teknologi* (IT) yang memiliki akun tiktok dengan pengikut 100 keta, jumlah kalkulasi penonton lebih dari 1.000 dan mendapatkan jumlah kalkulasi *likes* 1.000 *likes*.
2. Penelitian ini akan dilakukan pada siswa di SMA N 4 Kota Jambi dengan melakukan survei awal sehingga ditemukan infoman yang paling cocok dengan maksud penelitian.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proporsi intensitas penggunaan aplikasi TikTok pada siswa Tiktokers di SMA N 4 Kota Jambi?
2. Bagaimana penggunaan aplikasi TikTok dalam membentuk kreativitas siswa Tiktokers di SMA N 4 Kota Jambi?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengungkapkan proporsi intensitas penggunaan aplikasi TikTok pada siswa Tiktokers di SMA N 4 Kota Jambi.
2. Untuk mendeskripsikan penggunaan aplikasi TikTok dalam membentuk kreativitas siswa Tiktokers di SMA N 4 Kota Jambi.

E. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian maka manfaat penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan baru bagi peneliti sendiri, serta sebagai masukan bagi pengembangan keilmuan di bidang Bimbingan dan Konseling terutama tentang analisis intensitas Tiktokers terhadap kreativitas siswa.

2. Manfaat Praktis

a. Satuan Pendidikan

Manfaat penelitian bagi satuan pendidikan terbagi ke dalam beberapa pihak, antara lain bagi siswa penelitian ini dapat digunakan sebagai cerminan diri atau gambaran siswa sehingga dapat memperoleh informasi terkait penggunaan aplikasi TikTok sebagai bentuk kreativitas pada siswa Tiktokers; Bagi guru bidang studi, manfaat penelitian ialah sebagai evaluasi agar guru bidang studi dapat mengembangkan program layanan terkait kreativitas siswa; manfaat bagi kepala sekolah yaitu dapat digunakan sebagai evaluasi pembelajaran sehingga dapat membuat berbagai program atau wadah dalam menyalurkan kreativitas dan percaya diri siswa; sedangkan bagi dinas/SKPD, bermanfaat sebagai bahan acuan dan gambaran atas program atau kebijaksanaan yang diberlakukan sebagai input kebijakan Pendidikan di masa akan datang.

b. Peneliti Sendiri

Sebagai hasil dari Hasrat ingin tahu Peneliti yang dikemukakan jawabannya dalam hasil penelitian dan menjadi perbaikan proses layanan dan tanggungjawab Peneliti.

c. Penelitian Selanjutnya

Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya terkait analisis intensitas Tiktokers terhadap kreativitas Siswa di sekolah.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan pengertian variabel secara operasional, praktik, dan nyata dalam lingkup objek penelitian, dalam penelitian ini yaitu:

1. Intensitas Tiktokers

Intensitas Tiktokers adalah ukuran lamanya pengguna maupun pembuatan video di aplikasi Tiktok atau lamanya TikTokers dalam mengoperasikan aplikasi TikTok.

2. Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan untuk melihat dan memikirkan hal-hal yang luar biasa, yang tidak lazim memadukan informasi yang nampaknya tidak berhubungan dan mencetuskan solusi-solusi baru atau ide-ide yang menunjukkan kelancaran, kelenturan dan orisinil dalam berpikir.

3. Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1996 hingga 2010 dimana generasi ini tumbuh dan berkembang dalam era teknologi yang semakin canggih.

G. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pada penelitian ini dapat dilihat pada bagan berikut ini:



Gambar1.2 Kerangka Konseptual