

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi begitu terus berkembang dari masa ke masa, hal ini tentunya membantu dalam melaksanakan setiap pekerjaan manusia jika dibutuhkan, termasuk masyarakat Indonesia saat ini sebagai pengguna teknologi dalam berkomunikasi, dilansir dari *Internetworldstate.com* tercatat bahwa Indonesia merupakan Negara dengan pengguna teknologi komunikasi terbesar ketiga se-Asia yaitu dengan jumlah pengguna 212.35 jiwa pada bulan maret tahun 2021. Ini menandakan masyarakat Indonesia begitu dekat dengan teknologi dalam kesehariannya.

Kemajuan teknologi juga ditandai dengan munculnya banyak media yang digunakan manusia sebagai alat berkomunikasi, semua media yang digunakan tentunya memiliki fungsi guna sebagai alat berukar pesan yang membutuhkan akses internet, adapun media sosial itu sendiri berupa alat untuk memperoleh informasi (berita), gambar, ataupun berupa video. Semua yang diakses bukan hanya sekedar dari perangkat komputer melainkan juga dari kecanggihan *smartphone* yang memudahkan segala akses bagi manusia di mana saja dan kapan saja.

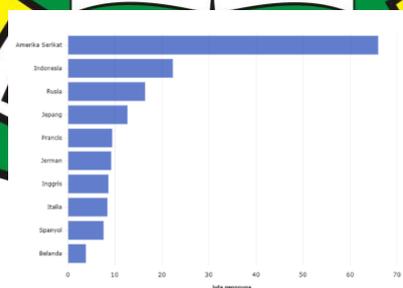
Internet dan media sosial hadir memiliki peran penting bagi manusia, dimana berbagai informasi bisa diperoleh dan juga sebagai hiburan di penjuru dunia tanpa adanya hambatan jarak dan waktu. Saat ini media sosial juga dipercayai sebagai wadah untuk membantu seseorang menemukan jati diri dengan

bertemu bersama komunitas yang memiliki kesenangan yang sama sehingga dari sinilah bisa membangun komunikasi yang lebih baik.

Pada akhir-akhir ini internet berkembang dengan sangat begitu pesat, internet bukan lagi menjadi sebuah media yang digunakan sebagai alat komunikasi, akan tetapi sudah tidak bisa terpisahkan lagi dengan kehidupan manusia baik itu dari kebutuhan dunia industri, pendidikan, hingga sosial. Maraknya perkembangan media sosial antar lain seperti, *Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter, Youtube, TikTok* dan lain sebagainya. Media baru ini menjadi kegemaran bagi berbagai kalangan. Dari banyaknya media sosial yang ada pada penelitian ini berfokus pada salah satu sosial media yaitu *TikTok*. Tingginya angka penggunaan *TikTok* di Indonesia berdasarkan sumber dari Statista, 26 Juli 2021 bahwa Negara Indonesia menyentuh angka 22,2 juta pengguna yang menandakan sebagai user terbesar kedua dari Amerika Serikat.

### 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Terbanyak di Dunia pada 2020

Gambar 1.1 Pengguna Tik Tok



Sumber: Statista, 26 Juli 2021

Aplikasi *TikTok* merupakan aplikasi berbasis video. Aplikasi video yang menawarkan berbagai fitur seperti *effects* yang menarik dengan ditambahkan

musik sehingga *user* bisa membuat dan menampilkan video berbagai tarian, gaya hidup dan lain sebagainya sehingga memicu adanya kreativitas dari pengguna atau *conten creator*. Berbagai *special effect* dan juga music dari berbagai artis ternama bisa memberikan ide-ide yang baru untuk *conten creator* membuat video dengan instan dan menarik yang bisa disesuaikan dengan video yang diinginkan. Saat ini TikTok sedang menjadi media sosial yang berada pada puncak kenterannya. Zhang Yiming merupakan tokoh yang meluncurkan aplikasi berbasis video music. Pendiri aplikasi TikTok ini pun merupakan lulusan dari Universitas Nankai jurusan software engineer. Sebelum meluncurkan media sosial TikTok alumni Universitas Nankai ini mendirikan perusahaan dalam bidang teknologi yang yaitu *ByteDance*. Berangkat dari perusahaan itulah sehingga adanya aplikasi TikTok sebagai platform membuat video berdurasi pendek. (www.moneySMART.id)

Masuknya aplikasi TikTok memberi banyak peluang penghasilan bagi *conten creator*. Orang-orang dalam menggunakan TikTok juga menjadikan ajang meningkatkan eksistensi dalam lingkungan pergaulannya. Eksistensi diri suatu upaya yang dilakukan manusia sebagai pencarian jati diri dan juga memahai kehidupan bagi dirinya, untuk itu manusia mencari dan menemukan cara tersendiri guna menghadapi situasi serta kondisi pada lingkungan sekitar.<sup>1</sup>

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Susilowati menjelaskan bahwa aplikasi TikTok sebuah aplikasi yang menyediakan fitur *special effects* yang unik dan menarik sehingga bisa digunakan oleh *user* dengan sangat mudah sehingga dapat

<sup>1</sup> Arizal Nur Islami, “Media Sosial dan Eksistensi Diri Remaja Berprestasi di Kota Palu”, (Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tadulako, V, No.3, 2018), 4.

membuat konten video pendek dengan hasil yang bagus serta bisa dibagikan kepada teman-teman atau para pengguna yang lain. Dengan adanya aplikasi TikTok siswa dapat berkreasi dalam membuat konten video durasi pendek dan mengekspresikan gayayang sesuai dengan kemauannya untuk menjadi pengguna yang terlihat menarik dimata orang lain.<sup>2</sup>



Viralnya video-video atau konten pada media sosial TikTok menjadi perbincangan hangat bagi banyak orang atau lebih dikenal dengan sebutan netizen. Bahkan bisa saja menimbulkan tempat belanja acun dalam meningkatkan gaya hidup dalam keseharian, TikTok memberi warna baru bagi kalangan mana saja. Berbagai macam konten yang masuk dalam media sosial TikTok atau yang sering disebut FYP (*for your page*) juga menjadi konsumsi bagi *user*, seperti konten dari dunia sosial ekonomi, politik hingga *lifestayle* dikemas begitu menarik oleh *conten creator*. Hal ini tentunya juga menjadi kesempatan bagi industri dunia *fashion* dalam meningkatkan *brand image* melalui video konten pada media sosial TikTok. *Trend fashion* di Indonesia berkembang dengan pesat disebabkan beberapa faktor yaitu: 1) *Media Massa*, yang mana menjadi tempat mengsosialisasikan perkembangan *fashion* baru kepada masyarakat luas. 2) *Dunia Entertainment*, lahirnya *trend fashion* banyak dari *entertainment*. 3) *Bisnis*, pengusaha menjadikan *trend fashion* sebagai bisnis, banyak penjualn yang menjadikan pusat *fashion* untuk menarik para konsumen dengan merancang busana. 4) *Internet*. Perkembangan teknologi komunikasi membuat segala *trend*

<sup>2</sup> Arizal Nur Islami, “Media Sosial dan Eksistensi Diri Remaja Berprestasi di Kota Palu”, (Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tadulako, V, No.3, 2018), 4.

*fashion* baru dengan mudah dapat diakses, hal inilah yang menjadi faktor perkembangan *trend fashion* pada saat ini.<sup>3</sup>

*Celia and Meadows* mengatakan bahwa *fashion* merupakan gaya atau mode dari sebagian orang yang bisa diterima dalam suatu kelompok. Transformasi sebuah gaya menjadi *fashion* yang membutuhkan adanya sebuah kelompok untuk menerimanya. Dulu *fashion* hanyalah bagaimana cara orang berbusana saja, namun pada perkembangan saat ini *fashion* sudah menjadi sebuah fungsi untuk merepresentasikan diri sebagai status sosial dalam sebuah lingkungan.<sup>4</sup> Seperti yang sudah dijelaskan bahwa salah satu *trend fashion* tak lepas dengan media massa yang begitu berdampak dengan keseharian kita saat ini, terjadinya perubahan dalam berpenampilan ditandai dengan adanya kedekatan dengan media sosial, seperti salah satunya aplikasi yang sedang marak saat ini yaitu aplikasi tiktok.

Aplikasi tiktok menjadi kesenangan tersendiri bagi kalangan mahasiswa Indonesia salah satunya mahasiswa yang ada di Institut Pesantren KH. Abdul Chalim. Saat ini mahasiswa banyak menghabiskan waktu untuk berselancar di media sosial salah satunya TokTok dengan melihat hal-hal terkini yang viral, wisata kuliner, hingga *trend fashion*, mahasiswa cenderung bergulat dalam media sosial yang tanpa disadari berdampak bagi pergaulan hingga kehidupan sosial.

*Trend fashion* pada media sosial saat ini banyak digemari dan dipraktikan oleh banyak mahasiswa, sebab dengan mengikuti *trend fashion* pada saat ini akan

<sup>3</sup> Akhmad Yasin Rizki Nahari, *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok @Erigo.Store Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo*, (Jurnal Commercium, vol 05, no 01,2021), hlm 1

<sup>4</sup> 3 Fajar Ariyanto, Skripsi, *Pengaruh Trend Fashion dan Pengetahuan Budaya terhadap Keputusan Pembeli Batik di Kampung Batik Semarang* (Semarang: UIN Walisongo, 2020), hlm 16

memberi cara hidup seseorang yang diinginkan, tanpa harus memikirkan orang lain kebutuhan *fashion* akan terus mereka aktualisasikan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan berpenampilan menarik yang di ikuti *fashion* terbaru akan membuat mereka merasa puas dengan apa yang dikenakan.

Menurut Siti Nuraini Panto sebagai *user* tiktok @\_elaapanto mahasiswa program studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah mengatakan bahwa menggunakan aplikasi tiktok begitu bermanfaat baginya, sebab tayang yang diperoleh dari aplikasi tiktok sangat inspiratif ada sisi edukasi, motivasi, dan juga informasi, menggunakan aplikasi tiktok juga membuatnya merasa percaya diri dalam berpelempilan, sebab dalam aplikasi tiktok bisa banyak belajar *mix and match* dalam *trend fashion* yang ada saat ini.<sup>5</sup>

Tontonan media sosial tiktok memberi dukungan sebagai gambaran dan referensi dalam berpenampilan bagi mahasiswa.

Berangkat dari masalah diatas peneliti tertarik mengangkat penelitian yang berjudul "Pengaruh Media Sosial Tik Tok terhadap *Trend Fashion* pada Mahasiswa Institut Pesantren KH. Abdul Chalim Mojokerto."

## B. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang diatas, maka rumusan masalahnya sebagai berikut:  
Bagaimana Pengaruh Media Sosial Tik Tok terhadap *Trend Fashion* pada Mahasiswa di Institut Pesantren KH. Abdul Chalim Mojokerto?

<sup>5</sup> Siti Nuraini Panto, wawancara dengan mahasiswa program studi manajemen pendidikan islam, fakultas tarbiyah, angkatan tahun 2018, Institut Pesantren KH. Abdul Chalim Mojokerto, 15 April 2022

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap *Trend Fashion* pada Mahasiswa di Institut Pesantren KH. Abdul Chalim Mojokerto.

### D. Manfaat Penelitian

Ada dua manfaat yang bisa diberikan peneliti dan penelitian ini adalah manfaat secara teoritis dan manfaat secara prakti sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoritis
  - a. Peneliti berharap ini bisa menjadi salah satu rujukan atau sumber keilmuan pada penelitian selanjutnya.
  - b. Guna menambah referensi di mata kuliah pengantar ilmu komunikasi terlebih khusus pada materi penggunaan media baru.
2. Manfaat Praktisi
  - a. Dari hasil penelitian ini semoga bisa menambah keilmuan dan masukan yang berguna bagi mahasiswa, staff akademik dan juga non-akademik terlebih khusus mahasiswa di Institut Pesantren KH. Abdul Chalim dalam hal penggunaan media sosial.
  - b. Dengan penelitian ini penulis berharap bisa memberi edukasi dan pedoman guna menambah wawasan terkait media sosial.

