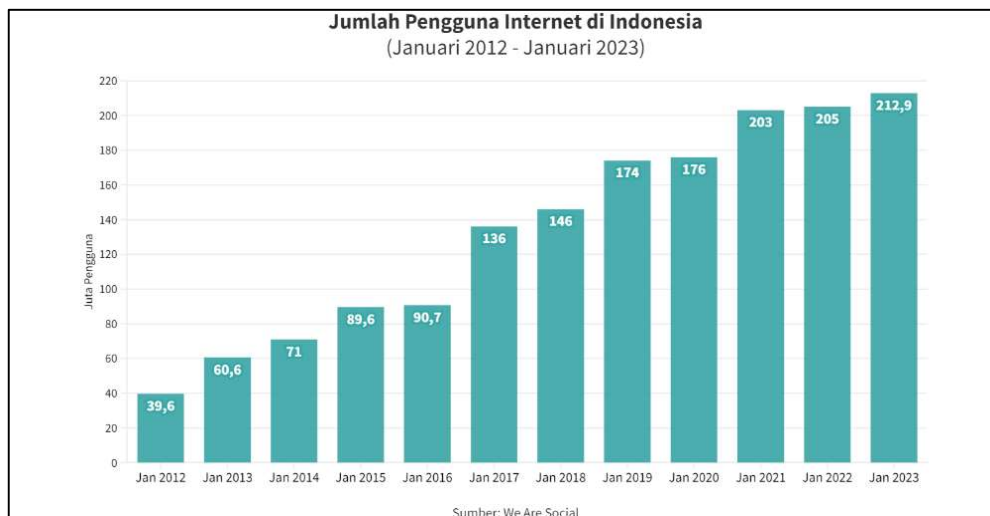


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna internet terbanyak yang menduduki posisi ke delapan sebagai negara dengan pengguna internet terbanyak di dunia, hal tersebut dapat dilihat pada laporan data dari *We Are Social* yang mencatat bahwa pengguna internet di Indonesia pada Januari 2023 mencapai 212 juta jiwa dimana jumlah penduduk di Indonesia saat ini yaitu 273,52 jiwa, itu berarti sekitar 77% penduduk Indonesia merupakan pengguna internet (Rizaty, 2023).

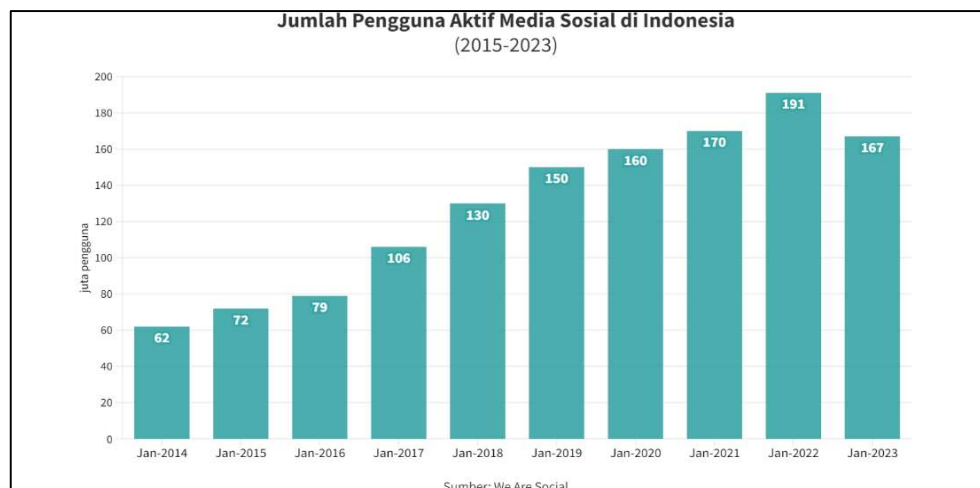


**Gambar 1. 1** Diagram Jumlah Pengguna Internet di Indonesia  
Sumber: (Survei We Are Social)

Internet sendiri banyak digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi terbaru, sebagai alat berkomunikasi jarak jauh, sebagai alat edukasi, sebagai media untuk hiburan dan masih banyak lagi kegunaan internet lainnya.

Penggunaan internet dapat bersifat positif maupun negatif sesuai dengan si pengguna internet tersebut apakah mereka ingin menggunakan internet untuk hal yang positif ataupun negatif. Salah satu penggunaan internet yang negatif menyebarkan berita-berita hoax dan memberikan komentar-komentar kebencian terhadap orang lain. Namun tak sedikit juga orang yang menggunakan internet sebagai media yang positif seperti sarana untuk menyebarkan dan mendapatkan edukasi, sebagai media untuk berbisnis dan lain sebagainya.

Dari berbagai macam jenis penggunaan internet media sosial merupakan salah satu jenis internet yang paling sering diakses. Laporan dari *We Are Social* mencatat bahwa pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta jiwa pada awal tahun 2023. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa sekitar 60,4% penduduk Indonesia merupakan pengguna media sosial, selain itu waktu yang dihabiskan penduduk Indonesia dalam menggunakan media sosial saat ini mencapai 3 jam 18 menit setiap harinya (Widi, 2023).



**Gambar 1. 2** Diagram Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia  
Sumber: (Survei We Are Social)

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlin media sosial merupakan seperangkat aplikasi yang berjalan dalam jaringan internet dan memiliki tujuan dasar ideologi serta penggunaan teknologi web 2.0 yang dapat berfungsi untuk saling tukar menukar konten (Makhmudah, 2019).

Kaplan dan Haelin juga membagikan media sosial tipe dalam 6 jenis yaitu,

1. Proyek kolaborasi yaitu memberikan akses kepada pengguna untuk menyunting konten disuatu media
2. Blog dan Microblog yaitu memberikan keleluasaan terhadap pengguna untuk mengungkapkan apa yang dipikirkan melalui tulisan di media.
3. Konten yaitu memfasilitasi pengguna untuk saling berbagi konten dalam berbagai jenis seperti video, gambar, tulisan dan lain sebagainya.
4. Situs jejaring sosial yaitu mengizinkan pengguna untuk saling terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga pengguna dengan mudah mencari pengguna media sosial lainnya.
5. *Virtual game world* yaitu mengreplikasikan lingkungan 3D dimana pengguna bisa tampil dalam bentuk avatar-avatars yang mereka kreasikan sendiri serta dapat berinteraksi dengan pengguna game lainnya.
6. *Virtual social world* sama halnya dengan *Virtual game world* namun *Virtual social world* lebih bebas dan lebih ke arah kehidupan sosial.

Dari ke 6 jenis media sosial yang dikemukakan oleh kaplan dan haelin konten merupakan jenis media sosial yang saat ini banyak diminati oleh pengguna media sosial. Konten memiliki beragam jenis seperti tulisan, foto, video dan lain

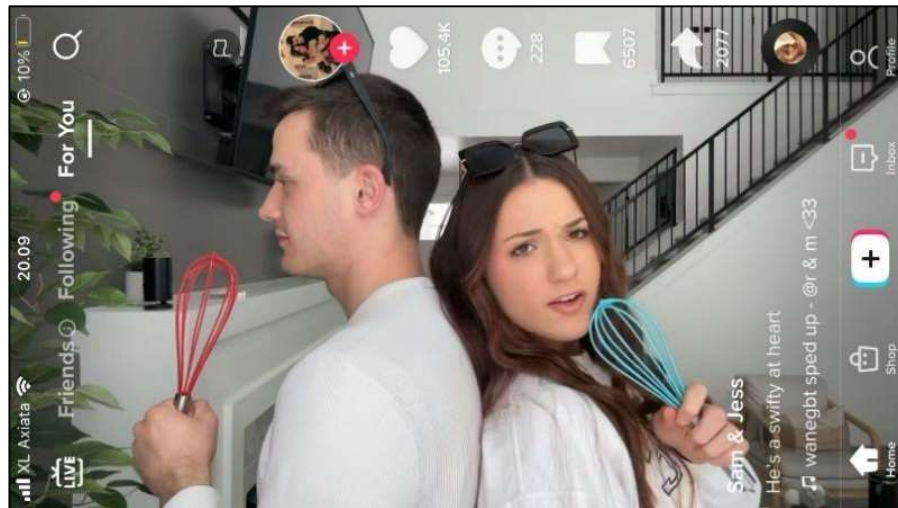
sebagainya. Namun saat ini konten dengan jenis video berdurasi pendek sangat banyak diminati oleh masyarakat sehingga banyak aplikasi-aplikasi media sosial yang saat ini menyediakan fitur membagikan video dengan durasi pendek.

Salah satu aplikasi yang digunakan untuk melihat dan membagikan video-video berdurasi pendek yaitu TikTok. Sebenarnya banyak aplikasi lain yang juga menyediakan fitur-fitur untuk membagikan video berdurasi pendek seperti Instagram yang memiliki fitur *reels* dan juga Youtube yang memiliki fitur *shorts*, namun kemunculan aplikasi TikTok merupakan awal mula digemarinya konten-konten video berdurasi pendek.

TikTok adalah aplikasi media sosial yang digunakan untuk membuat video pendek dengan berbagai fitur di dalamnya seperti penambahan musik, filter dan sebagainya. Pada mulanya TikTok dibuat untuk membuat video *lypsinc* seperti aplikasi *dubmash* yang sempat viral pada masanya. TikTok dirilis pada bulan September 2016 oleh Zhang Yiming yang diluncurkan perusahaan teknologi China, ByteDance Inc. TikTok dulunya memiliki nama *Douyin* yang sangat meledak di Tiongkok, karena kesuksesannya *Douyin* pun melakukan perluasan ke berbagai negara dengan mengganti nama menjadi TikTok (Rofiah & Rahayu, 2021)

Pengguna aplikasi TikTok sangat beragam mulai dari anak-anak hingga orang tua suka bermain TikTok karena kemudahan dalam penggunaannya yang tidak memiliki terlalu banyak fitur, kemudahan penggunaan TikTok ini lah yang mengantarkan TikTok menjadi aplikasi nomor satu yang paling banyak diunduh di seluruh dunia pada tahun 2022 menurut riset Apptopia. Pada aplikasi TikTok

pengguna akan mengetahui apa-apa saja yang sedang tren dan viral saat ini, karena TikTok memiliki fitur *For Your Page* atau yang disingkat FYP. Yang dimaksud dengan FYP adalah halaman utama dari TikTok yang menampilkan konten orang lain saat pertama kali pengguna membuka aplikasi TikTok (Malimbe et al., 2021).



**Gambar 1. 2** Tampilan FYP Tiktok

Pada tampilan FYP TikTok akan menampilkan video-video yang sedang tren dan viral serta video-video rekomendasi untuk penggunanya, seperti contoh penggunanya senang mencari informasi terkait resep makanan di TikTok maka nantinya FYP TikTok pengguna tersebut adalah video-video tutorial memasak dan berbagi resep. Pengguna TikTok juga dapat memberikan *like* dan komentar pada konten video yang mereka sukai serta mereka juga dapat menyebarkan konten tersebut ke media sosial lainnya dengan cara menyalin link dari video tersebut. Semakin banyak *like* dan komentar pada video tersebut maka semakin besar peluang video tersebut masuk ke FYP pengguna lain.

Sama halnya dengan di Youtube dan Instagram yang memiliki seorang *youtuber* dan *selebgram*, orang-orang atau pengguna TikTok yang sering muncul di FYP akan menjadi terkenal sehingga mereka dapat disebut sebagai Seleb TikTok atau *Tiktokers*. Untuk menjadi seorang *Tiktokers* mereka harus rajin dan sering memposting konten-konten menarik yang sedang tren dan kekinian, mereka harus dapat menghibur pengguna TikTok dengan konten-konten menarik yang mereka buat sehingga pengguna TikTok tersebut merasa tertarik dengan konten mereka dan menjadi pengikut setia mereka.

Ada banyak cara untuk menjadikan konten FYP salah satunya yaitu selalu mengikuti tren yang ada di TikTok. Konten yang ada di TikTok sangat beragam mulai dari membuat konten menggunakan musik atau *sound* yang lagi viral, mengikuti *dance* yang sedang tren dan masih banyak lagi konten-konten lainnya. Banyak sekali pengguna TikTok yang berlomba-lomba untuk menjadi *Tiktokers* sehingga membuat mereka berusaha membuat video atau konten kreatif yang menjadi ciri khas mereka. Menjadi seorang *Tiktokers* sangat menguntungkan karena mereka akan menjadi terkenal dan bisa mendapatkan uang dari *endorse* yang ditawarkan ke mereka, selain itu karena ketenaran mereka juga dapat melakukan *live* di TikTok dimana pada live tersebut mereka bisa mendapatkan *gift* dari pengikut mereka dan pengguna TikTok lainnya yang dimana *gift* tersebut dapat ditukarkan menjadi uang. Maka dari itu banyak sekali orang yang ingin menjadi *Tiktokers* untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan tersebut.

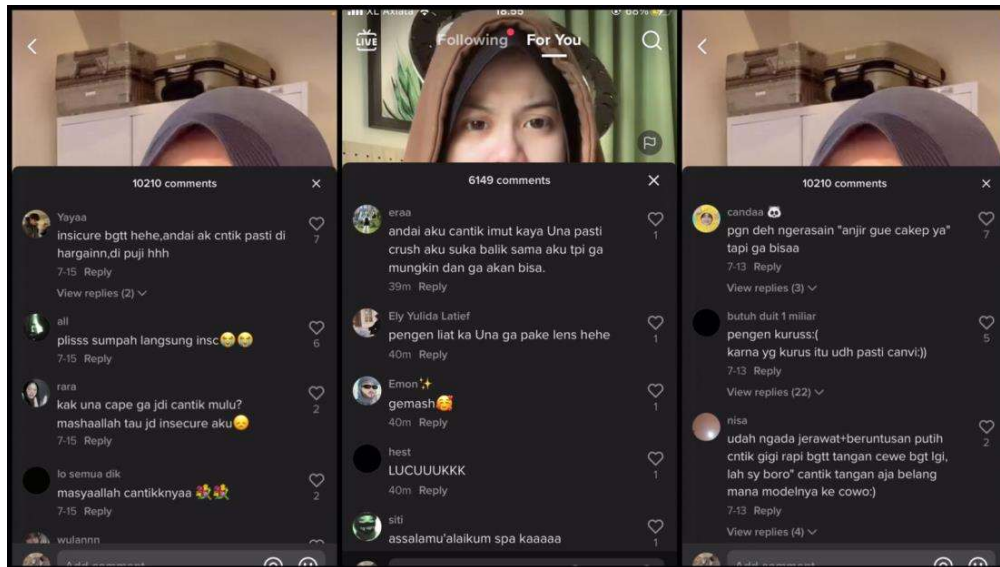
Namun untuk menjadi seorang *Tiktokers* itu tidak mudah karena mereka harus dituntut kreatif dan memiliki ciri khas pada konten mereka selain itu mereka juga

harus konsisten dalam membuat konten. video dan konten mereka harus menjual dimana maksud dari menjual disini adalah dapat menarik perhatian pengguna TikTok, konten yang menjual ini bisa seperti video-video lucu, video-video tutorial dan edukasi, video-video yang menampilkan ketampanan dan kecantikan seseorang dan masih banyak video-video lainnya.

Salah satu pengguna TikTok yang berhasil menjadi *Tiktokers* dengan konten-kontennya yang menarik yaitu Nadya Khietna Putri dengan username @micayamthebstt atau yang lebih dikenal dengan nama Una. Ia mengawali karir sebagai seorang *Tiktokers* yang memiliki konten-konten menggemaskan, kontennya memiliki ciri khas yaitu ia membuat video *lypsinc* dan *dance* TikTok dengan musik yang sedang tren serta menampilkan ekspresi-ekspresi wajah yang lucu dan menggemaskan. Karena memiliki paras yang cantik dan menggemaskan itu banyak sekali pengguna TikTok tertarik dengan konten yang diunggah oleh Una, dapat dilihat dari jumlah *like* dan komentar-komentar pujian yang ia dapatkan. Komentar-komentar pujian tersebut pun tak hanya datang dari laki-laki saja, banyak juga perempuan yang ikut berkomentar dan kagum dengan kecantikan Una. Dari pengikut TikTok Una dapat diketahui bahwa sebagian besar pengikutnya merupakan remaja-remaja yang masih duduk dibangku SMP hingga SMA.

Namun dibalik banyaknya pengguna TikTok yang menyukai konten Una, ada juga beberapa pengguna lainnya yang merasa *insecure* melihat kecantikan Una, mereka merasa bahwa mereka tidak secantik Una dan mereka sering membandingkan diri mereka dengan Una. Mereka yang kebanyakan merupakan remaja

wanita itu merasa bahwa mereka tidak bisa menjadi seperti Una yang sering dipuji dan menjadi pusat perhatian khususnya terhadap kaum pria.



**Gambar 1.3** Komentar Terhadap Konten TikTok Nadya Khietna Putri

Dari beberapa komentar tersebut dapat dilihat bahwasanya ada beberapa remaja wanita yang merasa dirinya kurang setelah melihat konten yang diunggah oleh Una, mereka memberikan komentar mengenai perasaan mereka setelah melihat konten Una tersebut. Rasa *insecure* pada remaja-remaja wanita tersebut timbul karena mereka merasa bahwa Una memiliki penampilan yang lebih cantik dibanding diri mereka sendiri. Banyaknya komentar pujian pada konten Una pun menjadi alasan para remaja wanita merasa *insecure* terkhusus banyaknya kaum pria yang ikut mengomentari konten Una. Berikut adalah beberapa komentar yang menyatakan bahwa mereka merasa *insecure* saat melihat konten Una:



1. Akun bernama nisa mengatakan bahwa una memiliki penampilan fisik yang cantik seperti tidak berjerawat, memiliki gigi yang rapi, tangan yang indah sehingga ia membandingkan dirinya dengan Una.
2. Akun bernama eraa yang mengatakan bahwa ia ingin memiliki paras seperti Una agar ia dicintai balik oleh orang yang ia suka.
3. Akun bernama yayaa, all dan rara yang mengatakan bahwa mereka merasa *insecure* saat melihat konten Una.

*Insecure* itu sendiri bermula dari kata bahasa inggris yaitu *insecurity* yang berarti rasa ketidaknyamanan atau ketidakamanan. Perasaan tersebut akan timbul saat seseorang merasa malu, merasa bersalah, merasa ada yang kurang dari diri sendiri atau bahkan tidak mampu dalam melakukan satu hal. *Insecure* dapat didefinisikan sebagai rasa takut akan sesuatu yang dipicu oleh rasa tidak puas dan tidak yakin akan kapasitas diri sendiri (Mu'awwanah, 2017).

Mereka yang sedang merasakan *insecure* pasti merasa dirinya berada di posisi bawah, karena mereka beranggapan bahwa orang-orang yang mereka lihat lebih bermutu dari diri mereka sendiri dan karena itulah mereka merasa tidak percaya diri untuk melakukan apa yang ingin mereka lakukan. Menurut hambly kepercayaan diri merupakan keyakinan terhadap diri sendiri sehingga mampu menangani segala sesuatu dengan tenang, adanya rasa percaya diri dapat membuat seseorang lebih bisa menghargai diri serta kemampuannya dan mereka juga tidak mudah dipengaruhi oleh komentar-komentar negatif terhadap diri mereka (Nadhira, 2022).

Menurut Greenbreg setiap manusia pasti memiliki perasaan *insecure* di dalam dirinya dan setiap manusia memiliki takaran *insecure* yang berbeda-beda. Perasaan *insecure* dalam takaran yang sedikit termasuk baik untuk dapat membantu perkembangan diri seseorang namun sebaliknya perasaan *insecure* dalam takaran yang besar akan mengakibatkan seseorang tersebut sulit untuk melakukan apa yang ingin mereka lakukan dan tidak mempunyai keberanian untuk mencoba sesuatu hal yang baru (Hakim, 2021)

Banyak sekali faktor penyebab seseorang menjadi *insecure* namun salah satu faktor terbesar seseorang merasa *insecure* khususnya yang terjadi pada remaja wanita sekarang ini adalah faktor penampilan fisik. Banyak dari mereka beranggapan bahwa mereka tidak sesuai dengan standar kecantikan yang ada, standar kecantikan diberbagai negara itu berbeda-beda, di Indonesia misalnya standar kecantikan seorang wanita itu dilihat kulitnya yang putih, tubuhnya yang langsing, hidung mancung dan masih banyak yang lainnya. Sehingga mereka yang memiliki kulit gelap, tubuh berisi dan hidung yang tidak mancung merasa bahwa diri mereka jauh dari kata cantik. Karena faktor penampilan fisik itulah mereka merasa *insecure* apabila melihat wanita lain yang dipuji karena kecantikannya dan membuat mereka sering membanding-bandingkan diri mereka dengan orang lain.

Dalam hal ini media berperan besar dalam pembentukan standar kecantikan seperti produk-produk kecantikan di media massa yang menampilkan iklan dengan pemeran wanita yang cantik dengan kulitnya putih dan mulus sehingga membuat asumsi masyarakat indonesia bahwa wanita cantik itu adalah wanita yang serupa dengan pemeran di iklan tersebut. Selain di media massa media sosial juga

berpengaruh dalam pembentukan standar kecantikan, wanita dengan paras yang cantik atau yang sering disebut *good looking* akan selalu mendapat sorotan publik sehingga dengan mudah mereka bisa menjadi terkenal hanya dengan menggunakan media sosial dan setelah mereka terkenal mereka akan menjadi seorang *influencer* atau panutan yang akan selalu diikuti penampilannya, gaya berpakaianya dan yang lainnya sehingga mereka dapat dikatakan sebagai standar kecantikan untuk para pengikutnya.

*Insecure* sebenarnya bisa berdampak positif apabila orang tersebut menangani rasa *insecure* tersebut dengan cara merubah dirinya menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya. Namun kebanyakan orang khususnya remaja menganggap bahwa *insecure* pada dirinya merupakan hal yang akan menghambatnya dalam melakukan sesuatu dan hal tersebut merupakan dampak yang buruk bagi pertumbuhan remaja. Sebagai seorang remaja mereka terkadang belum bisa mengontrol emosional yang ada di dalam dirinya sehingga mereka mudah untuk merasa *insecure* terhadap orang lain dan dengan mudahnya juga mereka mengungkapkan rasa *insecure* mereka ke media sosial. Tanpa mereka sadari komentar yang mereka tulis mengenai rasa *insecure* mereka hanya akan membuat mereka terlihat seperti merendahkan diri mereka sendiri dan tidak bersyukur dengan apa yang diberikan Tuhan kepada mereka.

Banyak sekali cara untuk mencegah rasa *insecure* karena media sosial salah satunya dengan cara bijak dalam menggunakan media sosial, namun pada kenyataannya banyak sekali remaja yang tidak bisa menggunakan media sosial sesuai dengan fungsinya, mereka terlalu terlena dan banyak menghabiskan waktu

mereka untuk bermain media sosial ketimbang bersosialisasi dengan lingkungan sekitar mereka.

Sebagai pengguna media sosial khususnya TikTok penulis sering melihat fenomena-fenomena terkait rasa *insecure* ini terjadi pada kalangan remaja wanita yang selalu merasa kurang percaya diri dan membandingkan diri mereka dengan orang lain yang mereka rasa lebih baik dari diri mereka, terlebih lagi apabila pasangan mereka atau orang yang mereka sukai senang dan suka dengan orang tersebut. Tidak sedikit juga dari mereka yang secara terang-terangan merendahkan dan mencela diri mereka sendiri yang merasa bahwa diri mereka sangat berbeda jauh dengan orang-orang yang mereka lihat di TikTok. Hal tersebut sering penulis temukan pada kolom komentar seorang *tiktokers* bernama Nadya Khietna Putri atau Una sehingga membuat penulis merasa tertarik guna melakukan penelitian terkait **“Pengaruh Konten TikTok Nadya Khietna Putri (@Mieayamthebstt) Terhadap Tingkat Ketidakpercayaan Diri (*Insecure*) Remaja Di Kota Batam”**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi bahwasanya terdapat fenomena terhadap tingkat ketidakpercayaan diri (*insecure*) remaja akibat konten TikTok Nadya Khietna Putri.

## **1.3. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian dibuat agar penelitian pada penulisan ini tidak terlalu besar dan jauh kajiannya. Pada penelitian ini, Fokus penelitian yang dibuat yaitu remaja

yang akan menjadi subjek penelitian penulis adalah remaja wanita dengan umur 15-19 tahun yang ada di Kota Batam serta yang memiliki aplikasi Tik-Tok dan mengikuti akun TikTok Nadya Khietna Putri atau Una.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, ada masalah-masalah yang terkait dengan penelitian ini. Masalah diidentifikasi sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh konten TikTok Nadya Khietna Putri terhadap tingkat ketidakpercayaan diri (*insecure*) remaja di Kota Batam?
2. Berapa besar pengaruh konten TikTok Nadya Khietna Putri terhadap tingkat ketidakpercayaan diri (*insecure*) remaja di Kota Batam?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan jawaban dari rumusan masalah agar suatu penelitian lebih terarah. Adapun tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui apakah konten TikTok Nadya Khietna Putri berpengaruh terhadap tingkat ketidakpercayaan diri (*insecure*) remaja di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten TikTok Nadya Khietna Putri terhadap tingkat ketidakpercayaan diri (*insecure*) remaja di Kota Batam.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan dan manfaat dalam bentuk teoritis yaitu:

#### 1. Bagi Peneliti

Sebagai media guna mengembangkan wawasan serta ilmu dalam menyelesaikan masalah serta tambahan sumbangan pemikiran dari ilmu yang didapatkan dari perkuliahan beserta implementasinya di lapangan

#### 2. Bagi Civitas Akademik

Diharapkan dapat menambah wawasan bagi Mahasiswa Universitas Putera Batam khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora dan peneliti selanjutnya sehingga bisa dijadikan sumber referensi sebagai tambahan wacana baru bagi penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan dan manfaat dalam bentuk praktis yaitu:

#### 1. Untuk Masyarakat Kota Batam

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan petunjuk serta pembelajaran bagi masyarakat kota Batam mengenai pengaruh konten TikTok terhadap tingkat percaya diri (*insecure*) pada remaja.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sebagai sumber referensi bagi peneliti selanjutnya