

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Fenomena terkini mencakup kehadiran aplikasi yang telah meraih popularitas besar, yakni TikTok. TikTok merupakan aplikasi jejaring sosial dan platform video musik asal Tiongkok yang pertama kali diperkenalkan pada bulan September 2016 oleh pendiri Toutiao, Zhang Yiming. Menurut data AppAnnie pada tahun 2019, jumlah pengguna aktif TikTok mencapai 625 juta di seluruh dunia. Seiring dengan merebaknya pandemi Covid-19, pengguna TikTok meningkat hingga mencapai 2 miliar, melebihi total pengguna yang mengunduh aplikasi Instagram (1,5 miliar secara global). Aplikasi ini semakin populer di tengah pandemi karena banyak orang menggunakannya sebagai sarana hiburan, ekspresi diri, wadah kreativitas, serta untuk menghabiskan waktu di rumah. Konten yang dapat ditemukan di TikTok meliputi musik, video, aspek visual, dan tarian. Masyarakat banyak menghabiskan waktu untuk tetap beraktivitas di rumah, dan membuat video TikTok menjadi salah satu cara mengatasi kebosanan. Pengguna TikTok tidak hanya berasal dari berbagai lapisan masyarakat, tetapi juga mencakup selebritas internasional. Aplikasi ini diminati oleh berbagai kalangan, bahkan oleh lansia (Dwi et al., 2021)

Pengguna internet memanfaatkan media sosial untuk memperluas jejaring pertemanan dengan membagikan aspek-aspek kehidupan pribadi mereka ke platform tersebut. Keberadaan media sosial memberikan peluang kepada pengguna

untuk memberikan komentar dan menyebarkan informasi secara gratis tanpa batasan waktu. Menurut lembaga survei asal London, 'We Are Social', pada tahun 2019, Instagram menempati posisi keempat dalam daftar media sosial yang paling banyak digunakan oleh penduduk Indonesia. Seiring dengan perkembangan era digital, munculnya platform baru bernama TikTok menambahkan dimensi baru dalam pembuatan dan berbagi video. Menurut Sensor Tower, lembaga survei aplikasi global berbasis di Amerika Serikat, TikTok berhasil menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh pada tahun 2019, mencapai 1 miliar unduhan di App Store dan Google Play, serta meraih popularitas tertinggi di enam negara, termasuk Indonesia (Ruth & Candraningrum, 2020)

Akhir-akhir ini, kita telah menyaksikan bahwa teknologi berbasis internet telah digunakan dalam hampir semua hal, mulai dari pekerjaan perkantoran, pendidikan, perdagangan, dan bahkan dalam kehidupan sosial. Media sosial adalah salah satu cara baru untuk berkomunikasi dalam dunia internet. Saat ini, Media sosial menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan oleh orang modern untuk berkomunikasi dan berbagi informasi secara individual maupun berkelompok. Media sosial dipandang sebagai perantara yang memungkinkan penggunanya untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi secara cepat kepada pengikutnya. Media sosial menjadi pilihan utama untuk komunikasi karena batas ruang dan waktu yang dulunya menghalangi komunikasi manusia (Atikah, 2018). Media sosial merupakan hasil evolusi terbaru dari teknologi-teknologi web yang baru, yang berbasis internet, dan mempermudah siapa pun untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, serta membentuk jaringan

secara daring, sehingga memungkinkan mereka menyebarkan konten mereka sendiri. Posting di blog, mengirimkan tweet, atau mengunggah video di YouTube bisa diakses oleh jutaan orang secara gratis dan dapat dengan mudah direproduksi dan dilihat secara langsung (Rahmayani et al., 2021). Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung penggunaannya dalam berbagai aktivitas, seperti berinteraksi dengan orang lain, baik yang berada jauh maupun dekat, berkolaborasi, berbagi, serta memungkinkan terbentuknya komunitas atau ikatan secara daring atau virtual. Media sosial merupakan wadah digital di mana realitas sosial dapat terwujud kapan saja. Kadang-kadang, nilai-nilai yang termanifestasikan dalam media sosial dapat berbeda dengan realitas sebenarnya.

Penggunaan yang tepat dari media sosial juga memiliki sejumlah manfaat yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari. Berikut adalah beberapa ciri khas media sosial:

1. Jaringan (*Network*) Media sosial pada dasarnya bergantung pada infrastruktur jaringan internet. Fungsi utama dari jaringan adalah menghubungkan komputer dan perangkat lainnya, dan inilah yang memungkinkan media sosial ada.
2. Informasi (*Information*) Informasi adalah elemen kunci dalam media sosial. Informasi memungkinkan pengguna media sosial untuk aktif dalam menciptakan konten dan memfasilitasi interaksi dengan pengguna lain melalui berbagi informasi.
3. Arsip (*Archive*) Kemampuan untuk mengarsipkan informasi adalah penting dalam media sosial. Ini memastikan bahwa informasi tersimpan dengan baik

dan dapat diakses dari mana saja dan kapan saja melalui berbagai media.

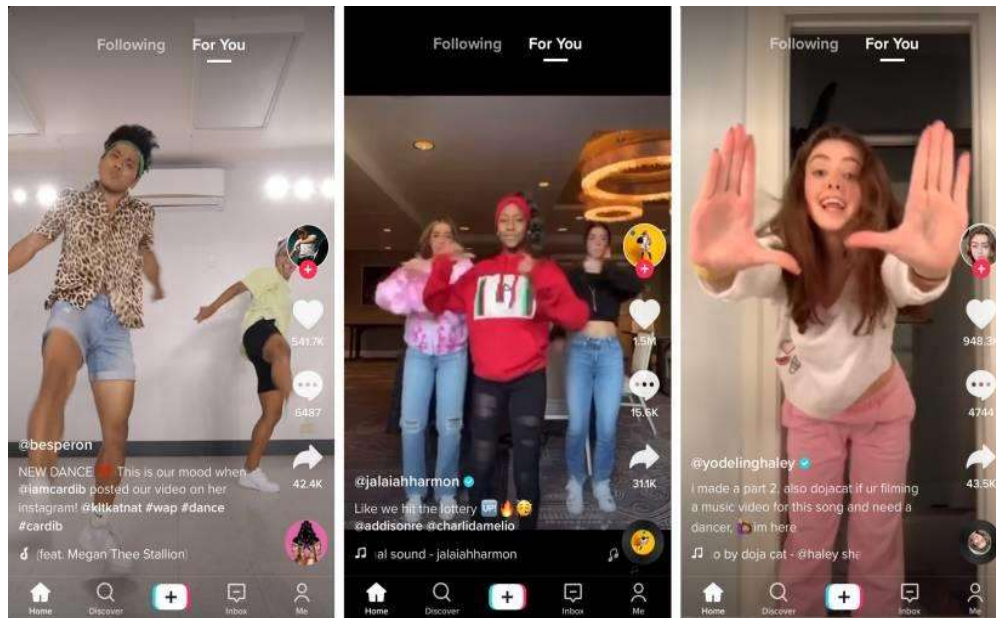
4. Interaksi (*Interactivity*) Media sosial unik karena memiliki tingkat interaksi yang tinggi. Interaksi ini memungkinkan pengguna untuk memperluas hubungan dengan pengguna lain atau mendapatkan banyak pengikut.
5. Simulasi Sosial (*Simulation of Service*) Cara berinteraksi di media sosial sering kali mencerminkan pola interaksi dalam kehidupan nyata. Interaksi yang terjadi di media sosial sering kali mencerminkan sosialisasi dalam kehidupan nyata.
6. Konten oleh Pengguna (*User-Generated Content*) Di media sosial, pengguna atau pemilik akun memiliki kendali penuh atas konten yang mereka buat. Konsep Konten yang Dihasilkan oleh Pengguna (*User-Generated Content*) memungkinkan pengguna untuk menjadi produsen konten dan mengekspresikan diri secara kreatif, berbeda dengan media tradisional di mana konsumen hanya dapat mengonsumsi konten yang telah disediakan oleh pihak lain (Ramadani & Zuhri, 2023).

Setiap tahun, para inovator teknologi berupaya menghadirkan inovasi terbaru dengan menambahkan fitur-fitur menarik ke dalam platform media sosial, yang dapat bersaing dan menjadi pilihan utama dibandingkan platform lainnya. Contohnya adalah platform-platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan banyak lagi yang terus meningkatkan keunggulan fitur-fitur mereka untuk menarik perhatian pengguna media sosial. Selain berfungsi sebagai alat komunikasi dan penyampaian informasi, sejumlah media sosial dirancang dengan tujuan menghibur pengguna mereka. Saat ini, ada berbagai aplikasi media sosial

yang dibuat dengan niat untuk memberikan hiburan kepada penggunanya, termasuk aplikasi berbasis permainan, audio, visual, maupun audio visual. Contohnya adalah aplikasi TikTok yang tengah populer di Indonesia (Rahmayani et al., 2021).

TikTok adalah sebuah platform media sosial yang memanfaatkan video, musik, teks, filter, dan beragam fitur lainnya. Perkembangan TikTok bertujuan untuk memberikan peluang kepada semua orang, termasuk masyarakat umum, untuk mengembangkan pemikiran kreatif mereka sebagai bagian dari perubahan konten. Aplikasi TikTok memungkinkan pengguna untuk menciptakan dan berbagi konten video dengan sesama pengguna TikTok. Aplikasi ini dianggap sebagai sebuah standar baru dalam kreativitas bagi pembuat konten online di seluruh dunia (Vidyana & Atnan, 2022).

Salah satu aplikasi yang populer digunakan untuk menonton dan berbagi video-video berdurasi singkat adalah TikTok. Meskipun ada banyak aplikasi lain yang juga memiliki fitur untuk berbagi video pendek, seperti Instagram dengan fitur Reels dan YouTube dengan fitur Shorts, TikTok dianggap sebagai pelopor dalam popularitas konten video berdurasi singkat. TikTok adalah platform media sosial yang dirancang khusus untuk membuat video pendek dengan berbagai fitur tambahan, seperti kemampuan untuk menambahkan musik, filter, dan lainnya. Awalnya, TikTok diciptakan dengan tujuan membuat video lipsync, mirip dengan aplikasi Dubsmash yang sempat menjadi viral pada masa itu.



Gambar 1. 1 Tampilan FYP Tiktok

Di bagian FYP TikTok, Anda akan menemukan video-video yang saat itu sedang populer, viral, dan juga rekomendasi video sesuai dengan minat pengguna. Sebagai contoh, jika seorang pengguna sering mencari resep makanan di TikTok, maka di FYP pengguna tersebut akan muncul video-video tutorial memasak dan berbagi resep. Pengguna TikTok memiliki kemampuan untuk memberikan like dan komentar pada konten video yang mereka suka, dan mereka juga dapat membagikan video tersebut ke platform media sosial lainnya dengan menyalin link dari video tersebut. Semakin banyak like dan komentar yang diterima oleh suatu video, semakin besar peluang video tersebut muncul di FYP pengguna lainnya.

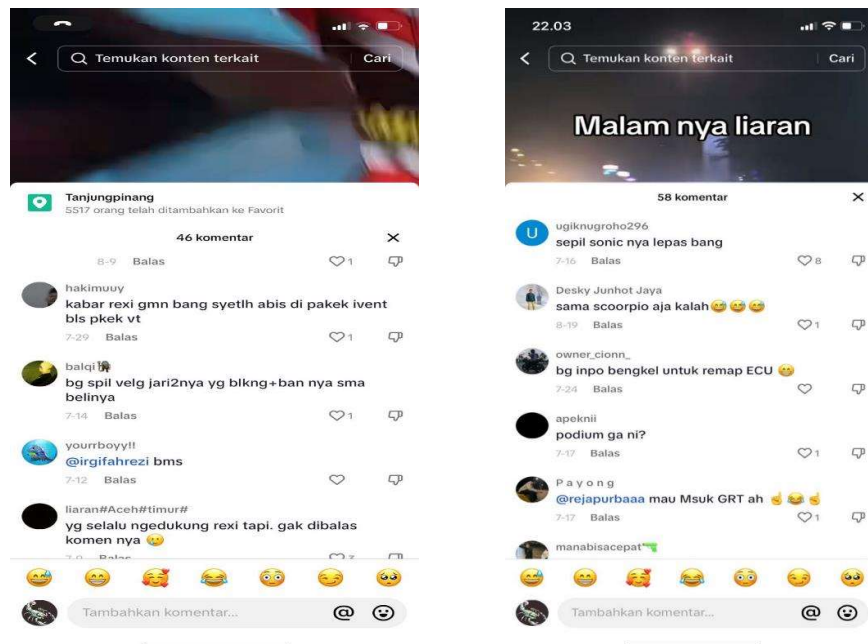
Sama seperti di YouTube dan Instagram yang memiliki YouTuber dan selebgram, di TikTok orang-orang yang sering muncul di FYP dapat menjadi terkenal dan dikenal sebagai Seleb TikTok atau TikTokers. Untuk mencapai status tersebut, mereka harus secara konsisten mengunggah konten-konten menarik yang

sedang tren dan up-to-date. Mereka harus memiliki kemampuan untuk menghibur pengguna TikTok dengan konten-konten yang mereka buat, sehingga pengguna TikTok tertarik dan menjadi pengikut setia mereka. Ada berbagai metode untuk menciptakan konten yang masuk ke dalam FYP, dan salah satunya adalah dengan selalu mengikuti tren yang sedang berlangsung di TikTok. Ragam konten di TikTok sangat beragam, termasuk membuat video dengan musik atau suara yang sedang populer, mengikuti gerakan tari yang tengah tren, dan berbagai jenis konten lainnya. Banyak pengguna TikTok yang berkompetisi untuk menjadi TikTokers, dan mereka berupaya keras untuk menciptakan video atau konten kreatif yang akan menjadi ciri khas mereka.

Status sebagai seorang TikTokers sangat menguntungkan karena mereka akan mendapatkan ketenaran dan peluang untuk mendapatkan uang melalui tawaran endorse. Selain itu, dengan status terkenal mereka, TikTokers dapat melakukan siaran langsung di TikTok, di mana mereka dapat menerima hadiah dari pengikut mereka dan pengguna TikTok lainnya. Hadiah-hadiah ini dapat diubah menjadi uang. Itulah mengapa banyak orang tertarik untuk menjadi TikTokers dan memanfaatkan peluang-peluang tersebut. Akan tetapi, menjadi seorang TikToker bukanlah hal yang sederhana karena mereka harus memiliki tingkat kreativitas yang tinggi dan menjadikan konten mereka unik. Selain itu, konsistensi dalam menciptakan video dan konten menjadi kunci. Video dan konten yang mereka hasilkan harus memiliki daya tarik yang kuat terhadap pengguna TikTok. Jenis konten yang memiliki daya tarik ini bisa berupa video-video lucu, tutorial dan informasi edukatif, tampilan fisik yang menarik, dan lainnya.

Salah satu pengguna TikTok yang berhasil menjadi Tiktokers dengan konten-kontennya yang menarik terkait dengan modifikasi motor yaitu Reja Purba dengan username @Rexi, yang mengawali karir sebagai Tiktokers dengan konten-konten tentang modifikasi motor. Kontennya memiliki ciri khas dengan video tentang motor dan disertai dengan lagu music yang sedang tren, dan menampilkan ekspresi wajah dan kata-kata yang lucu membuat followers-followers akunya berminat untuk memodifikasi motor-motor mereka. Dapat dilihat dari jumlah like dan komentar pertanyaan serta pujian dari followers-followersnya. Dari followers Tiktok Rexi dapat diketahui bahwa sebagian besar followersnya merupakan laki-laki baik remaja yang masih duduk di bangku sekolah dan yang sudah dewasa.

Dibalik konten-konten Rexi tentang motor membuat followersnya berminat untuk melakukan modifikasi motor karena menganggap Rexi sebagai panutan mereka dalam hal modifikasi motor.



Gambar 1. 2 Komentar Terhadap Akun Tiktok Reja Purba

Dari beberapa komentar tersebut terlihat followers akun Rexi menanyakan tentang cara-cara untuk modif motor setelah konten video tersebut diunggah oleh Rexi. Mereka memberikan komentar mengenai pertanyaan mereka terkait dengan apa saja cara untuk memodif motor mereka, berikut adalah beberapa komentar followers akun TikTok Rexi :

1. Akun bernama Balqi yang mengatakan untuk menunjukkan velg jari-jari belakang dan ban belakang serta took untuk membelinya
2. Akun bernama Owner_Cion yang menanyakan bengkel yang tepat untuk remap ecu motor
3. Akun bernama Payang, yang mengatakan bahwa ingin masuk GRT.

Dalam penelitian terdahulu, terungkap bahwa terdapat korelasi positif antara konten kreator digital dan pengikutnya. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian yang menunjukkan bahwa pemanfaatan konten post sebagai strategi komunikasi digital di platform media sosial TikTok dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap interaksi antara konten kreator dan pengikutnya secara online melalui like dan komentar. Oleh karena itu, konten kreator memiliki peluang untuk mencapai tingkat keterlibatan secara online yang diharapkan dengan memilih konten yang sesuai dan menyampaikan pesan dengan jelas kepada pengikut. Temuan dari penelitian sebelumnya juga mengonfirmasi bahwa kehadiran konten kreator di media sosial TikTok memiliki potensi untuk memengaruhi minat pengikut mereka. Karena Aplikasi TikTok telah menjadi salah satu aplikasi non-game yang paling populer dengan lebih dari 1,5 miliar pengunduh di seluruh dunia. Hal ini mengungguli aplikasi Instagram yang memiliki jumlah pengunduh sekitar 1

miliar. Jumlah pengguna TikTok terus meningkat secara signifikan, mengalami lonjakan dari hanya 10 juta unduhan pada tahun sebelumnya.(Rahmayani et al., 2021).

Selain itu, Tiktok juga berfungsi sebagai platform yang digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk sebagai sarana untuk mengekspresikan bakat, menjalankan usaha jual-beli, dan bahkan sebagai tempat untuk mengembangkan minat. Pengguna Tiktok memiliki kesempatan untuk berbagi ide, pengalaman, serta hal-hal lain yang terkait dengan minat mereka, salah satunya adalah minat dalam bidang modifikasi (Fikri Vernanda, n.d.).

Minat adalah dorongan keinginan yang muncul setelah seseorang mengamati, membandingkan, dan mempertimbangkan sesuatu dengan kebutuhan yang mereka inginkan. Minat ini merupakan sebuah keadaan emosional yang ditujukan kepada objek tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa minat adalah keadaan psikologis seseorang yang mendorong mereka untuk menerima atau melakukan sesuatu objek atau kegiatan khusus dengan tujuan mencapai suatu target. Minat berasal dari kesadaran individu terhadap objek atau situasi yang relevan dengan dirinya. Oleh karena itu, minat harus dianggap sebagai tanggapan yang sadar, jika tidak, minat tersebut kehilangan maknanya sepenuhnya. Minat juga menjadi lebih nyata ketika objek yang menjadi fokusnya berhubungan dengan keinginan dan kebutuhan individu yang bersangkutan. Ini dapat diartikan bahwa minat adalah suatu keadaan yang muncul ketika ada keterkaitan dengan keinginan dan kebutuhan pribadi, dengan kata lain, ketika seseorang melihat dan

memperhatikan sesuatu yang berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan mereka sendiri (Sam et al., 2021).

Modifikasi adalah tindakan mengganti atau mengurangi elemen-elemen tertentu. Secara umum, modifikasi didefinisikan sebagai usaha untuk mengubah atau menyesuaikan sesuatu. Namun, dalam konteks khusus, modifikasi merupakan usaha untuk menciptakan, mempersembahkan, atau menampilkan sesuatu yang baru, unik, dan menarik (Faizal Mahasiswa S- et al., 2023).

Modifikasi melibatkan perubahan pada kendaraan, baik itu sebagian maupun perubahan total, dengan mengubah baik mesin maupun bagian fisiknya, atau dengan menambahkan aksesoris yang berbeda dari komponen standar kendaraan, dengan tujuan membuat kendaraan terlihat berbeda dari tampilan aslinya. Ini termasuk penggunaan bodykit, velg, sistem audio, dan banyak lagi. Modifikasi kendaraan dapat mengambil berbagai bentuk, seperti stance, racing, dan bahkan modifikasi ekstrem (Fikri Vernanda, n.d.).

Kehadiran media yang menyajikan informasi dan memberikan edukasi tentang industri otomotif dan modifikasi memiliki dampak yang signifikan. Salah satu yang patut diperhatikan adalah media sosial Tiktok. dimana banyak konten kreator yang memfokuskan pada perkembangan dunia otomotif di Indonesia dan menyajikan konten tulisan, foto, video, serta acara yang berkualitas bagi para penggemar otomotif dan modifikasi. Ini sangat bermanfaat terutama bagi komunitas modifikasi karena melalui Instagram, para penggemar modifikasi dapat mencari contoh-contoh modifikasi yang dibagikan oleh akun @Rexi. Tidak hanya

itu, video tiktok tentang modifikasi juga dapat memberikan pandangan yang lebih luas tentang cara memodifikasi dengan benar. @Rexi di Tiktok sebagian besar memberikan panduan tentang cara memodifikasi motor secara sederhana namun dengan menggunakan komponen yang original dan yang after market. Tiktok ini bukan hanya platform penjualan perlengkapan motor, melainkan lebih berperan sebagai sumber informasi melalui media sosial. Sebagai contoh, di akun @Rexi, terdapat forum diskusi antara para pecinta modifikasi motor, di mana mereka bisa bertanya tentang bengkel maupun toko penjualan sparepart motor rekomendasi atau berbagi informasi tentang peralatan modifikasi terbaru (Fikri Vernanda, n.d.)

Tiktok @Rexi juga mengedukasi tentang pentingnya menggunakan komponen yang tepat untuk modifikasi, baik komponen yang asli maupun yang after market, dan menjelaskan bahwa modifikasi dapat menjadi hal yang menyenangkan. Konten kreator @Rexi juga memiliki bengkel yang telah dibangun oleh dirinya dan timnya. Pada bengkel ini, sering kali TikToker bernama Reja Purba menandai akun TikTok bengkel mereka yaitu @GRT PROJECT,. Akun bengkel mereka ini secara rutin membagikan video-video yang menampilkan berbagai proses modifikasi motor, termasuk modifikasi mesin dan komponen body motor.

Sebagai pengguna media sosial, terutama TikTok, penulis sering melihat fenomena yang berkaitan dengan minat modifikasi, motor yang umumnya terjadi di kalangan pria remaja dan pria dewasa yang memiliki minat dalam modifikasi motor. Mereka merasa senang ketika melakukan modifikasi pada sepeda motor mereka karena mereka adalah penggemar otomotif. Karena itulah, mereka mencari informasi terkait modifikasi motor terutama melalui platform media sosial TikTok.

Fenomena ini sering dijumpai pada kolom komentar akun tiktokers bernama Reja Purba atau Rexi, sehingga menarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Konten TikTok @Rexi Terhadap Minat Followers Untuk Modifikasi Motor.**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi bahwasanya terdapat fenomena terhadap minat modifikasi followers yang berada di seluruh indonesia

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 followers pria remaja dengan umur 17-19 tahun dan pria dewasa dengan umur 20-25 tahun yang mengikuti akun TikTok Reja Purba

1.4. Rumusan Masalah

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

1. Apakah ada pengaruh konten TikTok @Rexi terhadap minat followers untuk modifikasi motor?

2. Bagaimana pengaruh konten TikTok @Rexi terhadap minat followers untuk modifikasi motor?

1.5 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh konten TikTok @Rexi terhadap minat followers untuk modifikasi motor?
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh konten TikTok @Rexi terhadap minat followers untuk modifikasi motor?

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 Teoritis

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 minat followers untuk modifikasi motor
2. Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sebagai sumber referensi bagi peneliti selanjutnya