

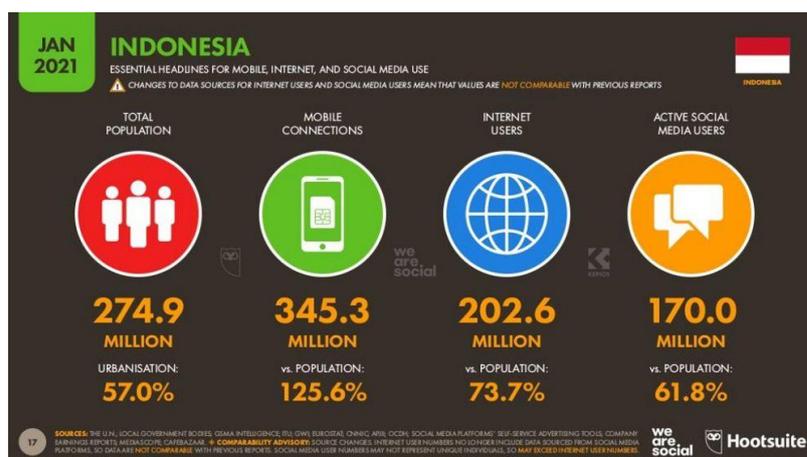
# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan sangat cepat. Kehadiran teknologi informasi menyebabkan perubahan dalam kehidupan masyarakat di semua peradaban dan budaya. Menurut Haag dan Keen (1996) mendefinisikan teknologi informasi sebagai seperangkat alat yang membantu bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berkaitan dengan pembuatan informasi. Apalagi dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan internet sebagai media pertukaran dan penyebaran informasi. Menurut data dari lembaga penelitian *e-marketer*, populasi bersih negara itu terus bertambah setiap tahun. Indonesia menempati urutan ketiga dengan proporsi pengguna internet pada tahun 2021 mencapai 203 juta. Hal ini dapat dilihat pada gambar data pengguna internet berikut

**Gambar 1. 1 : Data pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021**



Sumber : We Are Social dan Hootsuite dalam <https://www.headline.co.id/11662/awal-2021-pengguna-internet-indonesia-capai-2026-juta/>, diakses tanggal 01 Agustus 2021

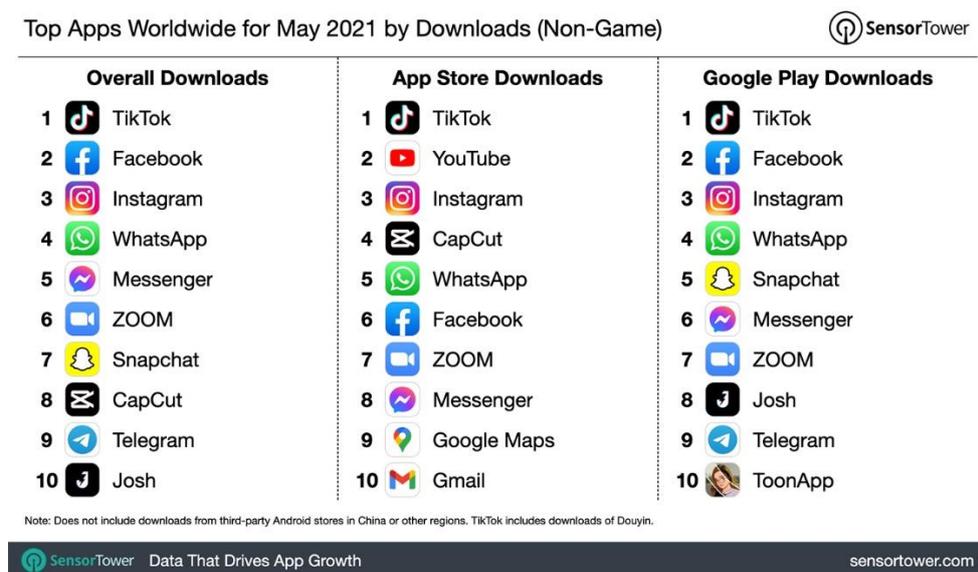
Berdasarkan data di atas, Menurut riset *platform* manajemen media sosial HootSuite dan agensi marketing sosial We Are Social bertajuk “*Global Digital Reports 2021*”, hampir 73 persen penduduk Indonesia sudah terkoneksi dengan jaringan internet. Jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta jiwa sementara jumlah penduduk di Indonesia kurang lebih 274,9 juta jiwa. Dibanding tahun 2020 lalu, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sekitar 17 persen atau 25 juta pengguna. Data ini menunjukkan bahwa saat ini masyarakat Indonesia rata-rata sudah menghabiskan banyak waktunya dalam jejaring internet.

Media sosial adalah alat perantara bagi setiap orang untuk mengekspresikan dirinya dan berkomunikasi antar sesame. Media sosial adalah alat komunikasi bagi setiap orang dekat maupun jauh. Media sosial juga merupakan alat untuk berbagai segala informasi dan wawasan-wawasan yang luas (Marini, 2019). Media saat ini tidak hanya menjadi pembawa pesan melainkan juga menjadi pesan yang mempunyai pengaruh terhadap masyarakat (Gemiharto et al., 2017)

Menurut (Mayfield, 2008), ia memiliki pandangan tersendiri untuk menjelaskan tentang media sosial. "Media Sosial adalah dipahami sebagai sebuah grup dari jenis-jenis baru media online, yang membagikan sebagian besar atau semua dari beberapa karakteristik yaitu : Partisipasi (*Participation*), Keterbukaan (*Opened*), Percakapan (*Conversation*), Komunitas (*Community*), dan Keterhubungan (*Connectedness*)."

Media sosial saat ini dinilai bisa menjadi wadah bagi karya, ide, tanggapan, bahkan media untuk mengekspresikan keadaan yang terjadi. Dari sekian banyak media sosial, yang mengalami pertumbuhan paling cepat adalah Tiktok.

**Gambar 1. 2 : 10 media sosial yang sering diunduh di Dunia pada tahun 2021**



Sumber : Sensor Tower dalam <https://sensortower.com/blog/top-apps-worldwide-may-2021-by-downloads>, diakses tanggal 01 Agustus 2021

Berdasarkan data di atas media sosial tiktok mendapatkan posisi ke-1 media sosial yang sering diunduh di Dunia. Pengguna Tiktok sebagian besar adalah kalangan remaja baik pelajar maupun mahasiswa bahkan yang di atas usia 25 tahun masih ada yang menggunakan media sosial Tiktok. (Marini, 2019)

Aplikasi Tiktok adalah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming. Motif penggunaan Tiktok ini merupakan wadah yang pantas untuk menyalurkan berbagai informasi melalui video pendek berdurasi 60 detik dengan konten edukasi, *fashion*, *life hack*, *DIY (Do It Yourself)*, hingga *review-review* produk dan lain sebagainya.

Sepanjang квартал tiga (Q3) 2020, Tiktok mengklaim sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh dengan 732 juta kali. Indonesia memperkuat posisi sebagai negara pengguna TikTok terbesar keempat di Dunia. Terdapat sekitar 30,7 juta pengguna TikTok di Indonesia. Jumlah itu mengalahkan aplikasi audio visual populer lain semacam Snackvideo, Triller, Dubsmash dan Likee.

**Gambar 1.3 : Kompetitor Aplikasi Tiktok di Indonesia**

<b>Nama Aplikasi</b>	<b>Jumlah Pengguna di Indonesia</b>
<b>Tiktok</b>	<b>30,7 Juta</b>
<b>Triller</b>	<b>13 Juta</b>
<b>Snackvideo</b>	<b>10 Juta</b>
<b>Likee</b>	<b>2 Juta</b>

Sumber : Kompas.com dalam <https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap?page=all>, diakses tanggal 28 Juli 2021

Aplikasi Tiktok yang menempati peringkat pertama dengan jumlah pengguna tertinggi di Indonesia yaitu 30,7 juta jiwa. Tiktok yang awalnya identik dengan aplikasi video anak-anak alay di media sosial, kini berubah menjadi platform berbagi video kreatif yang asyik dan menghibur. Banyak sekali video-video kreatif dan lucu di Tiktok yang dibuat oleh pengguna Tiktok. Selebritis, Selebgram, Youtuber hingga Tokoh Publik dan Pemerintah kini sedang mengalami demam Tiktok. Bahkan, ditengah wabah virus corona yang sedang melanda dunia saat ini, WHO pun ikut membuat video Tiktok demi membagikan informasi tentang virus corona.

Menurut Siska Rahmawati, (2018) mengatakan bahwa TikTok adalah aplikasi jejaring sosial dan video musik resmi Tiongkok yang mempromosikan industri digital di Indonesia. TikTok mengubah ponsel pengguna menjadi studio yang berfungsi. Jejaring sosial ini menawarkan efek khusus yang menyenangkan dan mudah digunakan sehingga siapa pun dapat dengan mudah membuat video yang menarik.

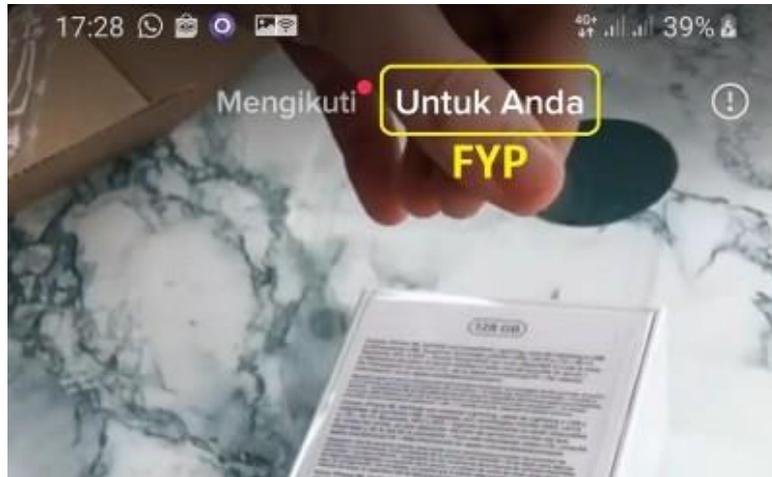
Saat ini video merupakan salah satu konten yang paling populer di kalangan pengguna internet di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Video juga menjadi senjata baru untuk pemasaran sebagai strategi komunikasi. Untuk membantu mereka membuat video yang menarik, banyak *developer* aplikasi berlomba-lomba membuat aplikasi edit video. TikTok memungkinkan pengguna membuat video pendek unik dengan cepat dan mudah untuk dibagikan dengan teman dan dunia. Memberdayakan pikiran kreatif sebagai bentuk revolusi konten, menjadikan jejaring sosial sebagai tolok ukur kreativitas baru bagi para pembuat konten online di seluruh dunia, khususnya di Indonesia. Banyak hal yang membuat masyarakat Indonesia khususnya di kota-kota besar hanya sekedar menambah hiburan atau tempat bersantai, sehingga bersantai sepulang kerja sudah menjadi kebutuhan masyarakat Indonesia.

Saat ini menggunakan media sosial tiktok telah menjadi kebiasaan sehari-hari penggunanya. Melalui media sosial TikTok, pengguna jejaring sosial Tiktok dapat berbagi segala aktivitas, kreativitas, dan kebahagiaan mereka yang kemudian mereka unggah. Setelah membuat foto dan video menjadi lebih menarik, Tiktok memiliki fitur lain untuk menonjolkan fitur media sosialnya, yaitu berbagi video. Video-video ini dapat diunduh dan dibagikan dengan pengguna tiktok lainnya. Di sinilah keterlibatan, keterbukaan, percakapan, komunitas, dan koneksi, yang dirujuk Mayfield, menjadi ciri khas media sosial. (Siska Rahmawati, 2018)

Aplikasi tiktok, membuat individu berinteraksi dengan individu lain dengan menjadi pengikut akun pengguna lain atau dengan memiliki pengikut tiktok. Oleh karena itu, komunikasi antar pengguna tiktok lainnya dapat terjalin dengan memperbanyak *like* dan komentar pada video yang telah diunggah oleh pengguna lain. Pengikut juga merupakan bagian penting, dimana jumlah *like* pengikut sangat mempengaruhi apakah suatu video bisa menjadi video populer atau tidak. Aplikasi tiktok seringkali disukai oleh pengguna untuk dapat bebas berekspresi menggunakan fitur yang disediakan oleh aplikasi dalam bentuk video. Semakin banyak video di tiktok membuat pengguna semakin antusias.

Konten di tiktok menjadi lebih menarik karena ada satu konten yaitu Tutorial *Dance Challenge*, dimana pengguna dapat membuat video mereka bergerak sesuai gerakan, tarian yang viral atau populer dengan selera musik yang menarik. Kini video populer itu juga bisa disebarluaskan kembali di media sosial lain untuk menarik perhatian orang di luar aplikasi tiktok dan lebih cepat dikenal.

**Gambar 1. 4 : Contoh laman FYP pada Media Sosial Tiktok**



Sumber : <https://www.tiktok.com/id/>, diakses pada tanggal 28 Juli 2021

Keunikan media sosial Tiktok adalah dengan adanya beberapa fitur, salah satu fitur yang sangat menarik dalam media sosial Tiktok yaitu FYP atau *For Your Page*. Fitur ini menyajikan video-video populer dan juga merupakan halaman rekomendasi untuk para penggunanya. Pada fitur FYP ini, seringkali menyajikan informasi seputar *review-review* produk, *DIY (Do It Yourself)* ataupun *lifehack*.

Keunikan konten tutorial *dance challenge* pada aplikasi tiktok yaitu membuat orang mencoba melakukannya dari kreator video yang kreatif, seiring dengan berkembangnya konten tutorial *dance challenge* yang *update* secara terus menerus seperti musik terbaru yang selalu hadir pada konten ini juga membuat *dance challenge* menjadi menarik dan banyak digunakan oleh penggunanya karena lagu yang dipakai dalam konten tutorial *dance challenge*. Hal itu lah yang membuat setiap video dari tutorial *Dance Challenge* bisa mendapat *like* atau favorit. (Lidwina, 2020)

**Gambar 1. 5 : Konten Aplikasi Tiktok di Indonesia**

<b>Nama Konten</b>	<b>Jumlah Views di Indonesia</b>
<b><i>Dance Challenge</i></b>	<b>150,3 Miliar</b>
<b><i>Pranks</i></b>	<b>54 Miliar</b>
<b><i>Sports</i></b>	<b>43,3 Miliar</b>
<b><i>Beauty and Skincare</i></b>	<b>21,8 Miliar</b>

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/11/pengguna-paling-banyak-menonton-video-kategori-hiburan-di-tiktok>, diakses tanggal 28 Juli 2021

Berdasarkan *love* dari setiap video tutorial *dance challenge* biasanya mendapat perhatian lebih dari pengguna lain dan mempunyai alasan berbeda mengapa video itu lebih unggul dari video *dance challenge* yang lain karena tarian merupakan aktivitas rekreasi yang dapat membantu seseorang mengatasi rasa bosan. Motif di balik aktivitas menari adalah upaya meningkatkan *mood*. Apalagi jika koreografi yang ditampilkan tidak rumit dan dikemas dalam durasi yang cukup pendek.

Aplikasi TikTok ini memiliki dampak negatif dari perilaku imitasi pengguna aplikasi Tiktok. Salah satu bentuk negatif yaitu dari *dance challenge* yang pernah *trending* dengan tagar *Kiki Dance Challenge* diketahui bahwa *Kiki Dance Challenge* dapat membahayakan orang tersebut dan beresiko fatal karena dance ini dilakukan dengan cara seorang penumpang menari di luar pintu mobil mereka yang sedang berjalan. Satu orang pengemudi merekam dari dalam mobil dan lainnya menari di luar pintu diiringi oleh lantunan lagu musisi dunia *Drake*, yang berjudul *In My Feelings*. Dikutip dari Tirto, terdapat beberapa unggahan video yang menunjukkan ada seseorang tertabrak sebuah tiang dipinggir jalan lebih

fatalnya ada yang terjatuh ketika keluar ataupun masuk kembali ke dalam mobil. Dengan adanya kejadian tersebut menimbulkan Dance Challenge ini banyak kontroversi karena dianggap berbahaya. Beberapa negara diketahui telah melarang warga negaranya melakukan *dance challenge*. (Briantika, 2018)

Dampak negatif dari *Dance Challenge* yang kedua yaitu dari *skull-breakerdance challenge* merekam seseorang saat mereka berpikir sedang mempelajari gerakan tarian baru. Ketika mereka melompat ke udara, dua orang menendang kaki mereka yang dapat menyebabkan mereka jatuh di kepala atau leher mereka. Dikutip dari sebuah web diketahui dua anak di bawah umur dengan penyerangan tingkat tiga dan tingkat ketiga yang membahayakan korban yang terluka setelah insiden pada bulan Januari 2021 terkait dengan lelucon tersebut. (Nurullah, 2020)

Dampak ketiga dari dampak negatif yaitu *ChaCha Slide Dance Challenge* dimana seharusnya dilakukan dengan menari namun terdapat penyalahgunaan sebuah konten yaitu terdapat dua orang membuat video sambil mengemudi namun kemudian membelokkan setir ke kanan dan ke kiri secara mendadak sesuai dengan lagu yang di putar, melakukan hal seperti ini saat mengemudi sangat berbahaya, bukan hanya untuk pengemudi dan penumpang tersebut tetapi akan membahayakan juga bagi pengguna jalan lainnya. Diketahui hal tersebut dilakukan oleh akun @xdominguez. (Prihastomo, 2020)

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana perilaku imitasi pengguna aplikasi tiktok tutorial *dance challenge*. Perilaku pada hakikatnya

merupakan tanggapan atau balasan (respons) terhadap rangsangan (stimulus), karena itu rangsangan mempengaruhi tingkah laku. Intervensi organisme terhadap stimulus respon dapat berupa kognisi sosial, persepsi, nilai, atau konsep. Perilaku adalah satu hasil dari peristiwa atau proses belajar. (Suciati, 2015)

Berdasarkan apa yang telah diuraikan di atas, peneliti berharap dapat melanjutkan penelitiannya untuk menggali dan memahami fenomena ini dengan judul “ **PERILAKU IMITASI PENGGUNA APLIKASI TIKTOK TUTORIAL DANCE CHALLENGE**”.

Sebelum penulis menelaah lebih lanjut tentang perilaku imitasi pengguna aplikasi tiktok tutorial *dance challenge*, terdapat penelitian terdahulu dengan judul ”Fenomena Pengguna Aplikasi TikTok Dikalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung” (Siska Rahmawati, 2018). Penelitian itu menjelaskan tentang fenomena pengguna aplikasi Tik Tok yang ada dikalangan mahasiswa Universitas Pasundan, bagaimana motif penggunaan aplikasi Tik Tok, tindakan penggunaan aplikasi TikTok serta bagaimana makna penggunaan aplikasi Tik Tok dikalangan mahasiswa.

Kemudian terdapat penelitian lain dengan judul “Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin)” (Desy Oktaheriyani, 2020). Penelitian itu menjelaskan bahwa Perilaku komunikasi pengguna aplikasi tiktok di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin yaitu mereka menggunakan aplikasi tiktok sebagai *trend* yang ramai saat ini.

Berbagai jenis fitur menarik tersedia di aplikasi tiktok untuk bisa melepas penat. Membuat konten video viral, mengedukasi pengguna media sosial tiktok dan menyalurkan bakat melalui aplikasi tiktok, membuat konten hiburan pada aplikasi tiktok dan menjadi sumber informasi terbaru.

Adapun penelitian terdahulu lainnya yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah” (Marini, 2019). Penelitian itu menjelaskan seberapa besar pengaruh media sosial tik tok terhadap prestasi belajar peserta didik di SMPN 1 Gunung Sugih kab Lampung Tengah.

Terlihat dari penelitian sebelumnya di atas, bahwa sebelumnya sudah ada yang melakukan penelitian pada aplikasi tiktok. Keunikan yang dimiliki dari penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya adalah perbedaan fokus penelitian bahwa penelitian ini membahas atau mengkaji bagaimana perilaku imitasi pengguna aplikasi tiktok tutorial *dance challenge*. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik dan percaya bahwa penting untuk mengkaji seperti apa perilaku imitasi pengguna aplikasi tiktok tutorial *dance challenge*.

Pengguna aplikasi tiktok tutorial *dance challenge* yang meniru memberikan respon berdasarkan tindakan orang yang melakukan *dance challenge* dari video yang memiliki banyak *love* atau *views*. Peneliti ingin mengetahui perilaku imitasi tutorial *dance challenge* pada beberapa pengguna aplikasi tiktok berdasarkan perilaku yang mereka ikuti, yang akan membantu pengguna lain ketika ingin membuat video *dance challenge* dengan baik dan benar. Jadi peneliti ingin

mengetahui bagaimana video *dance challenge* yang diminati pengguna berdampak pada perilaku imitasi dan membantu untuk membuat kriteria yang baik dalam membuat konten tutorial *dance challenge* dengan tidak menyalahi aturan dan kepentingan ketika video *dance challenge* ini menjadi populer serta dapat memberi manfaat kepada pengguna lain yang ikut membuat konten tutorial *dance challenge*, dengan tujuan untuk menggerakkan pengguna dan menyempurnakan kinetika mereka menjadi lebih baik.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah : “Bagaimana perilaku imitasi pengguna aplikasi tiktok tutorial *dance challenge*?”

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana perilaku imitasi pengguna aplikasi tiktok tutorial *dance challenge*.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Teoritis**

- a. Memberikan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan perilaku imitasi pada penggunaan aplikasi tiktok.
- b. Menambah pemahaman mengenai sebuah perilaku imitasi pada penggunaan aplikasi tiktok.

### **b. Manfaat Praktis**

- a. Untuk pedoman pengguna aplikasi tiktok agar lebih selektif melakukan peniruan tutorial *dance challenge*
- b. Sebagai bahan evaluasi *content creator* dalam menggunakan tiktok sebagai media hiburan.

## **E. Kerangka Teori**

Penelitian ini menggunakan beberapa teori yang akan digunakan sebagai landasan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan perilaku imitasi *dance challenge* pada pengguna aplikasi Tiktok. Kerangka teori penelitian ini yaitu sebagai berikut.

### **1. Efek Komunikasi Massa**

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai sebuah proses komunikasi berlangsung, dimana sebuah pesan dikirim melalui dari sumber melembaga terhadap khalayak yang memiliki sifat massal lewat alat-alat bersifat mekanis contohnya televisi, radio, film dan surat kabar. (Cangara & Hafied, 2012)

Diketahui efek adalah sebuah perubahan yang terjadi dari dalam diri audience akibat keterpaan pesan media. Menurut David Berlo efek dari ranah pengetahuan, sikap dan perilaku manusia. Awal perubahan perilaku terkadang dimulai dari perubahan sikap manusia, dan perubahan sikap manusia diawali dengan adanya perubahan pengetahuan. (Wiryanto, 2009)

Untuk mengetahui efek dapat melalui tanggapan khalayak (*response audience*) yang bisa dipakai untuk umpan balik. Sehingga umpan balik sendiri dapat digunakan untuk mengetahui sebuah efek.

Terdapat 3 (tiga) dimensi dari efek komunikasi massa yaitu :

a) Efek kognitif

Di dalam efek kognitif terdapat peningkatan kesadaran, belajar dan tambahan pengetahuan. Efek kognitif membahas tentang bagaimana cara media massa bisa membantu kelayakan ketika mempelajari sebuah informasi yang memiliki manfaat dan bisa mengembangkan keterampilan kognitif.

Di masa modern, dampak kognitif penyebaran dari media massa terhadap khayak semakin kuat. Dan pengaruh media massa menjadi lebih kuat di lingkungan masyarakat sebab masyarakat mendapatkan banyak informasi dari media massa.

b) Efek Afektif

Dampak sebuah pesan media massa ditahap afektif terjadi ketika pesan yang disebarluaskan oleh media dapat mengubah yang dirasakan, disukai atau dibenci oleh masyarakat. Dampak dari efek afektif berkaitan dengan perasaan, penilaian, rangsangan emosional, dan sikap.

c) Efek Behavioral

Diketahui efek behavioral akibat timbulnya di dalam diri masyarakat dalam bentuk perilaku dan tindakan. Pengertian tersebut

mengungkapkan tentang efek komunikasi massa pada perilaku, tindakan serta adanya gerakan khalayak yang terlihat di dalam kehidupan sehari-harinya. (Yasir, 2009)

Dalam penelitian ini efek komunikasi massa digunakan untuk mengetahui perubahan perilaku individu yang terkadang dimulai dari perubahan sikap manusia, dan perubahan sikap manusia diawali dengan adanya perubahan pengetahuan.

## 2. Media Baru

Menurut (Mc Quail & Dennis, 2011) media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang memungkinkan adanya digitalisasi dan cangkupan yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Ciri-ciri media baru merupakan suatu media yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja atau tidak tergantung lokasi, menggunakan teknologi berbasis internet seperti komputer, bersifat pribadi dan memiliki fungsi publik, setiap penggunanya merupakan komunikator, dan kontrol yang tidak ketat. Masyarakat di era modernisasi seperti sekarang ini sudah sangat mudah untuk mengakses internet (media baru) tidak hanya dapat diakses melalui komputer saja, tetapi kini juga dapat mengaksesnya melalui teknologi telepon seluler atau handphone.

Media baru bermunculan seiring dengan perkembangan teknologi digital, seperti halnya dengan media yang sudah ada (televisi, radio, surat kabar) media mempunyai karakteristik diantaranya :

1) Interaktif

Karakteristik ini menjadi salah satu kunci munculnya media baru karena dibandingkan dengan media lama seperti televisi, radio dan surat kabar, media baru diakui memiliki interaktivitas yang paling tinggi.

2) Hipertekstual

Setiap informasi yang sudah ada di media lama seperti TV, radio dan surat kabar ditampilkan kembali ke media baru dengan layar yang disesuaikan. Hal ini digunakan sebagai database untuk memindahkan media dari media lama ke media baru agar informasi sebelumnya tidak hanya hilang begitu saja.

3) Jaringan (*Networking*)

Dalam media internet baru, terdapat sejumlah jaringan yang saling membantu untuk memudahkan orang mencari dan menggunakan internet untuk mencari informasi. Jaringan ini termasuk *World Wide Web*, situs web perusahaan/negara, situs media sosial, jaringan blog, forum online, dan banyak lagi. Jaringan ini merupakan media baru dan juga kunci dari media baru.

4) Maya atau Virtual

Karakteristik ini merupakan pelemah bagi media internet baru, karena sifatnya yang virtual, sehingga identitas seseorang atau kelompok di media internet baru ini tidak jelas atau sepenuhnya dapat dipalsukan. Bidang penyebaran informasi di internet sangat bebas dan

tanpa batas, sehingga penyebaran informasi mudah didapat oleh siapa saja.

### 5) Simulasi

Di era digital erat kaitannya dengan imitasi atau peniruan. Media apa pun memiliki efek ditiru oleh publik, sama seperti media lama. Media baru yang meniru beberapa media lama masih diarahkan ke media baru. Audiens pengguna media baru juga akan meniru informasi yang mereka terima dari media baru dunia nyata yang mempengaruhi kehidupan mereka.

Dalam penelitian ini dengan adanya internet maka media baru digunakan sebagai akses utama individu menggunakan aplikasi tik tok untuk melihan konten *dance challenge* yang akan menjadi acuan individu untuk melakukan atau mengimitasi konten dari individu lainnya.

### 3. Social Learning Theory

Teori belajar sosial disebut sebagai belajar observasional. Tokoh protagonis di balik teori ini adalah Albert Bandura, Bandura menganggap perilaku manusia tidak hanya sebagai refleks dan rangsangan otomatis, tetapi juga sebagai hasil tanggapan yang dihasilkan dari interaksi antara lingkungan dan peta tubuh diri kognisi manusia. (Lesilolo, 2019)

Teori belajar sosial adalah pembelajaran yang tercipta ketika seseorang mengamati dan meniru perilaku orang lain. Dengan kata lain, informasi diperoleh dengan memperhatikan kejadian-kejadian di

lingkungan sekitar. Prinsip dasar pembelajaran teoretis ini adalah bahwa apa yang dipelajari individu, terutama dalam pembelajaran sosial dan etika, terjadi melalui peniruan dan penyajian contoh/model perilaku. Dalam hal ini, seseorang belajar mengubah perilakunya sendiri dengan mengamati bagaimana seseorang atau sekelompok orang bereaksi terhadap stimulus tertentu. Seseorang juga dapat mempelajari reaksi baru dengan mengamati perilaku contoh orang lain. Bandura memandang pembelajaran observasional sebagai proses kognitif yang melibatkan beberapa atribut pemikiran manusia, seperti bahasa, moralitas, pemikiran, dan kemampuan untuk mengatur perilaku sendiri. (Hergenhahn & Olson, 2008)

Bandura menyatakan bahwa pembelajaran observasional memiliki empat komponen, yaitu perhatian, penyimpanan informasi, pembangkitan perilaku, dan motivasi untuk mengulangi perilaku tersebut.

#### 1) Fase Perhatian / *Attention*

Memperhatikan orang yang ditiru. Proses minat (perhatian) sangat penting dalam belajar karena suatu perilaku (keterampilan) baru tidak akan diperoleh tanpa perhatian si pembelajar. Pengamat harus memperhatikan kegiatan yang dilakukan oleh model itu sendiri dan benar-benar memahaminya.

#### 2) Fase Peningat / *Retention*

Seorang pengamat harus mampu mengingat apa yang telah dilihatnya. Dia harus mengubah informasi yang dapat diamati menjadi bentuk visual dari hal-hal yang dilalui model atau mengubah simbol verbal

dan kemudian menyimpannya dalam ingatannya. Termasuk pengkodean simbol, organisasi pemikiran, pengulangan simbolik, dan pengulangan motorik.

### 3) Reproduksi Motorik / *Reproduction*

Proses imitasi melibatkan mengubah ide, gambar, atau memori menjadi tindakan. Simbol-simbol yang diperoleh dari model akan dibandingkan dengan tindakan. Individu akan mengamati perilakunya sendiri dan membandingkannya dengan perilaku model. Meliputi kemampuan fisik, kemampuan meniru, dan akurasi respons.

### 4) Motivasi / *Motivation*

Teori belajar sosial membedakan antara perolehan dan tindakan. Kita dapat mempelajari perilaku baru melalui pengamatan, tetapi kita tidak dapat melakukan tindakan tersebut sampai kita memiliki insentif atau motivasi untuk melakukannya.

Dalam penelitian ini teori belajar sosial digunakan untuk memperkuat pengetahuan dalam hal individu mengubah perilakunya melalui penyaksian cara sekelompok individu merespon sebuah stimulus, serta mengetahui informasi yang akan didapatkan melalui cara memperhatikan kejadian-kejadian di lingkungan sekitar.

## 4. Aplikasi Tiktok dan Jenis Konten

Aplikasi Tiktok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming. Motif penggunaan Tiktok ini merupakan wadah yang pantas untuk menyalurkan

berbagai informasi melalui video pendek berdurasi 60 detik dengan konten edukasi, *fashion*, *life hack*, *DIY (Do It Yourself)*, hingga *review-review* produk dan lain sebagainya.

Menurut (Viranti, 2021) mengatakan ada beberapa jenis konten pada aplikasi tiktok, yaitu :

**a) Tutorial**

Konten Tiktok pertama ini yaitu tutorial yang dilakukan untuk berbagi tutorial gerakan-gerakan dance yang sering kali dijumpai pada aplikasi Tiktok atau berbagi tutorial tentang hal lain seperti edit foto atau juga edit video di Tiktok.

**b) Edukasi**

Konten edukasi yaitu konten yang memberikan informasi dan edukasi kepada penggunanya dan selalu menjadi konten yang paling banyak dibagikan. Hal ini adalah sesuatu yang wajar karena biasanya ketika kita telah mempelajari satu hal baru, pasti kita selalu tidak sabar ingin membagikan hal tersebut ke teman ataupun saudara kita.

**c) Masak**

Konten masak di Tiktok ini memberikan video seputar dunia masak seperti membagikan tips bahkan resep masak yang simple hingga yang sulit kepada penggunanya.

**d) *Beauty and Fashion***

Konten Tiktok yang menarik satu ini yaitu memberikan video tentang solusi kecantikan yang sedang tren saat ini di dunia *fashion*. Bisa juga melalui video *mix & match outfit*, dan sangat berguna untuk pengguna aplikasi Tiktok yang suka dengan dunia *beauty & fashion*.

**e) *Haul dan Racun***

Konten TikTok jenis ini biasanya berisi tentang bahasan belanja atau semacam rekomendasi tempat belanja barang-barang menarik. Konten satu ini sering kali digunakan oleh pengguna aplikasi Tiktok yang punya bisnis kecil hingga besar untuk memperkenalkan bisnisnya via Tiktok.

**f) *Do It Yourself (DIY) dan Life Hacks***

Konten *Do It Yourself* jenis ini berisi tentang karya dari hasil kerja tangan sendiri yang bisa dinikmati hasilnya dengan membagikan proses pembuatan karya dalam bentuk video secara bertahap sampai selesai. Selanjutnya, *Life hacks* yaitu konten yang berisi tentang menemukan cara baru atau sederhana yang mungkin sebelumnya tidak terpikirkan oleh orang banyak dan dapat bermanfaat untuk pengguna aplikasi Tiktok.

**g) *Story Telling***

Konten *story telling* ini dibuat dengan menarik di Tiktok tentang hal apa saja yang bisa diceritakan seperti sejarah, film, dan lainnya yang kisahnya menarik untuk dilihat oleh pengguna aplikasi Tiktok

## **h) Humor Receh**

Konten dengan jenis humor receh ini menjadi konten hiburan serta manfaat bagi orang lain seperti video-video lucu yang dapat menghibur pengguna aplikasi Tiktok.

Dalam penelitian ini peneliti memilih fokus tentang tutorial (*dance challenge*) untuk mengetahui alasan individu mengapa mengikuti atau mengimitasi *dance challenge* yang sedang *trend* sebagai kontennya.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berupaya melihat informan dari sudut pandang bagaimana ia memahami latar belakang sosial untuk mendapatkan informasi. (Sudaryono, 2017)

Sebagaimana yang dimaksud, penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang bersifat mendeskripsikan suatu obyek, fenomena, dan data. Data yang dihimpun berupa gambar atau naratif dan berisi fakta di lapangan pada saat penelitian untuk memberikan dukungan pada saat laporan disajikan (Anggito & Setiawan, 2018)

Menurut Creswell (dalam Sudaryono, 2017) menyatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan metode dengan cara menggambarkan

suatu obyek dengan real atau apa adanya. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menguji hipotesis yang berkaitan dengan subyek yang diteliti.

## 2. Sumber Data

Menurut Lofland dalam (Moleong & J, 2006) menyatakan sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada penelitian ini jenis datanya dibagi kedalam kata-kata dan tindakan melalui wawancara dan dokumentasi.

### a. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2013) yang dimaksud data primer adalah data yang didapatkan langsung dari informan ke pengumpul data. Dalam penelitian ini, data primer didapatkan secara langsung dari hasil wawancara mendalam dan observasi.

Menurut (Mulyana, 2000) wawancara merupakan bentuk komunikasi diantara dua orang dengan melibatkan seseorang yang ingin mendapatkan informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan untuk mencapai tujuan tertentu.

Selain itu dalam penelitian ini sumber data didapatkan dengan wawancara tak terstruktur dengan alasan wawancara tak terstruktur dalam hal waktu bertanya dan cara memberikan respons jauh lebih bebas iramanya. Responden terdiri atas mereka yang terpilih karena sifat-sifat

yang khas dan memiliki pengetahuan untuk mendalami situasi, dan mereka lebih mengetahui informasi yang diperlukan.

Sedangkan sumber data dari observasi dapat dimaksudkan suatu cara pengambilan data melalui pengamatan langsung terhadap situasi atau peristiwa yang ada dilapangan.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari informan. Data sekunder dapat didapatkan melalui orang lain atau dokumen. (Sugiyono, 2013)

Dalam penelitian ini dokumen dapat diambil dari foto, *screenshot*, video, dari pihak ketiga untuk menghasilkan data deskriptif untuk menelaah segi-segi subjektif terkait perilaku komunikasi pengguna aplikasi Tiktok untuk dianalisis hasilnya secara induktif. Menurut Bogdan dalam (Moleong & J, 2006). Ada dua kategori foto yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian kualitatif, yaitu foto yang dihasilkan orang dan foto yang dihasilkan oleh peneliti sendiri.

### 3. Teknik Pengambilan Informan

Dalam sebuah penelitian terdapat berbagai cara untuk pengambilan sampel, salah satunya *purposive sampling* yang akan digunakan dalam penelitian ini. *Purposive sampling* merupakan suatu cara penentuan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu. (Sugiyono, 2013) Adapun kriteria-kriteria informan yang dibutuhkan dari penelitian ini adalah pengguna aktif aplikasi Tiktok minimal 2 tahun.

**Tabel 1. 1 : Informan Pengguna Aplikasi Tiktok**

Inisial	Usia	Jenis Kelamin	Penggunaan dari periode	Username Tiktok
MF	19 Tahun	Laki-laki	2019	@smileymuh
NA	21 Tahun	Perempuan	2019	@tiktokuwuu
WA	21 Tahun	Perempuan	2019	@wilavfyou
OS	21 Tahun	Laki-laki	2019	@ojisyakieb
DP	22 Tahun	Perempuan	2019	@dillapx

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang sangat penting dari sebuah penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah wawancara secara mendalam dan dokumentasi.

##### a. Wawancara Tak Terstruktur

Wawancara tak terstruktur merupakan wawancara yang digunakan untuk menemukan informasi yang bukan baku atau informasi tunggal. Hasil wawancara semacam ini menekankan perkecualian, penyimpangan, penafsiran yang tidak lazim, penafsiran kembali, pendekatan baru, pandangan ahli, atau perspektif tunggal.

Pertanyaan tidak disusun terlebih dahulu, dan disesuaikan dengan keadaan beserta ciri yang unik dari responden. Pelaksanaan tanya-jawab mengalir seperti dalam percakapan sehari-hari. (Moleong & J, 2006)

Teknik pengumpulan data dengan wawancara tak terstruktur ini penelitian melakukan wawancara yang bebas kepada pengguna aplikasi tiktok dan tidak menggunakan pedoman wawancara yang sudah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan dari perilaku komunikasi.

b. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi foto, *screenshot*, video.

Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan. (Haris Herdiansyah, 2010)

Dengan teknik pengumpulan data dokumentasi ini peneliti mengumpulkan data dari dokumen yang sudah ada, sehingga penulis dapat memperoleh catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian seperti foto-foto pengguna aplikasi Tiktok, *screenshoot* konten dari aplikasi Tiktok, video Tiktok.

#### 5. Uji Validitas Data

Data yang didapatkan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas data dengan triangulasi. Teknik triangulasi merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk menguji validitas suatu data penelitian. Menurut (Sugiyono, 2013) triangulasi dalam penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan menggunakan macam-macam cara, dan waktu.

Dengan demikian akan terdapat triangulasi sumber, triangulasi pengumpulan data, dan waktu. Adapun jenis teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber.

Teknik triangulasi sumber adalah cara untuk menguji suatu data dengan cara mengecek data yang didapat dari beberapa sumber yang berbeda. (Sugiyono, 2013)

Dalam penelitian ini, triangulasi sumber dilakukan dengan cara mewawancarai pengguna aplikasi Tiktok, kemudian data yang didapatkan dicocokkan dengan data wawancara dari pengguna aplikasi Tiktok yang lainnya.

## 6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif induktif, yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh, kemudian dikembangkan suatu model hubungan yang khusus. Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam analisis data adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Nasution, 1999)

Miles and Huberman dalam Sugiyono (1998) menegaskan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah penuh. Aktifitas selama analisis data, yaitu data reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan.

Miles and Huberman (dalam Sugiyono, 2013) menyatakan bahwa kegiatan dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus menerus sampai tuntas, sehingga data menjadi lengkap. Kegiatan selama analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

### a. Reduksi Data

Reduksi data pada dasarnya merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan perubahan data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan yang sudah didapatkan di lapangan. (Prastowo & Andi, 2016)

Dalam proses reduksi data akan terjadi dimana data-data ada yang digolongkan, ada pula data-data yang dibuang sehingga kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasi. Data yang digunakan nantinya disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti.

Berdasarkan pengertian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa reduksi data adalah merangkum data yang dikumpulkan dari lapangan dan memilih yang paling penting sesuai dengan fokus penelitian. Dalam penelitian ini, maka terlebih dahulu penulis ingin mengetahui perilaku imitasi secara umum dari pengguna aplikasi tiktok.

#### b. Sajian Data

Penyajian data merupakan suatu proses penyusunan suatu informasi yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan, dan pengambilan tindakan (Prastowo & Andi, 2016). Data dalam penelitian ini dapat dimaksudkan sebagai catatan tertulis dari jawaban wawancara informan, selain itu data dalam penelitian ini juga disajikan berupa gambar, dan bagan-bagan yang mendukung kebutuhan penelitian.

#### c. Penarikan Kesimpulan

Miles & Huberman (dalam Prastowo & Andi, 2016) langkah penarikan kesimpulan, peneliti mulai mencari arti benda-benda, mencatat adanya keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin terjadi, adanya sebab-akibat, dan proporsisi.

Dari data-data yang sudah didapatkan, ditariklah suatu kesimpulan yang mewakili pola-pola, penjelasan, ataupun sebab-akibat yang terjadi di dalam proses penelitian.

Kesimpulan pertama yang disajikan bersifat sementara, dan dapat berubah jika tidak ditemukan bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Akan tetapi, jika kesimpulan yang disajikan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten ketika penelitian kembali ke lapangan, maka kesimpulan yang disajikan merupakan kesimpulan yang kredibel. (Sugiyono, 2013)