BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

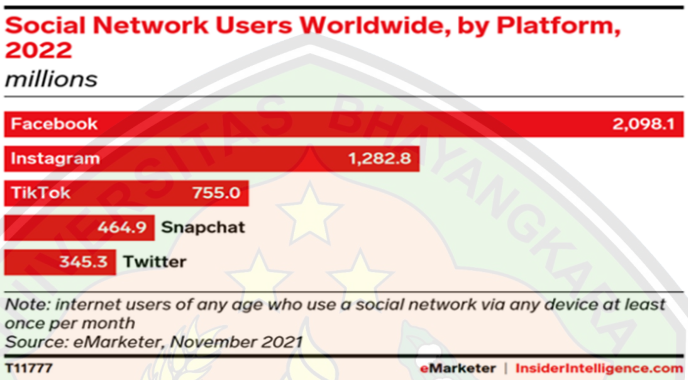
Teknologi saat ini mengalami perkembangan sangat pesat yang dapat dibuktikan dari banyaknya sebuah inovasi baru. Internet menjadi salah satu teknologi yang dapat berpengaruh sampai sekarang. Internet adalah jaringan komunikasi global yang bisa menghubungkan jutaan bahkan milyaran dan mempengaruhi kehidupan sosial dalam berkomunikasi. Berdasarkan data yang didapat dari Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia *(APJII)* peningkatan yang terus dialami oleh pengguna internet di Indonesia dilihat dari Tahun 1998 hanya ada 500 ribu yang menggunakan internet, lalu semenjak 2012 semakin meroket hingga mencapai 63 juta orang dan angka itu terus dilihat hingga 2015 jumlahnya menjadi 139 juta (Permatasari & Trijayanto, 2017).

Media sosial adalah bagian dari media massa sebagai *new* media, memiliki fungsi sebagai perantara dalam jaringan internet menjadi wadah bagi penggunanya saling berinteraksi dan berbagi, dengan pengguna yang lain sehingga terbentuk interaksi sosial secara virtual. Beragamnya suatu informasi menjadi suatu ketertarikan pada budaya visual seperti foto atau video yang hadir di dalam media sosial, penggunanya seakan-akan mengalami kebiasaan yang menjadi konektifitas mereka terhadap media sosial. (Larashati et al., 2020).

Penggunaan media merupakan sebuah intensitas dalam menerima pesan melaui saluran yang tersebar dalam media tersebut. Kegiatan menggunakan media dapat mempengaruhi daya pada setiap individu, serta memiliki kebebasan melakukan apapun dalam penggunaan media (Fitri et al., 2019). Penggunaan media dapat meliputi frekuensi penggunan, durasi penggunaan dan intensitas penggunanya. Bahwa peran teknologi tidak diragukan dalam keberhasilannya dalam mempengaruhi pengguna media sosial (Setiyaningsih, 2017).

Pengaruh Konten.., Salza Nabila Sya'bania, Fakultas Komunikasi, 2022

TikTok menjadi aplikasi media sosial yang popular di dunia. Penggunanya dapat memungkinkan TikTok dibuat dalam bentuk video berdulrasi 15 detik disertai filter dan fitur lainnya. Aplikasi TikTok pertama diluncurkan 2ocial2 Doujin berasal dari China. Dalam waktul 1 tahun TikTok sudah mendapatkan 100 juta pengguna dan terdapat 1 milliar video perhari (Adawiyah, 2020). Pada era digital TikTok dapat memberikan sebulah dampak yang salah satu dari kepopulerannya yaitu pada generasi millennial di Indonesia (Hasiholan et al., 2020). Hal ini dapat terlihat pada gambar 1.1:



Gambar 1. 1 Data Social Network Users Worldwide 2022

Sumber : www.kompas.co

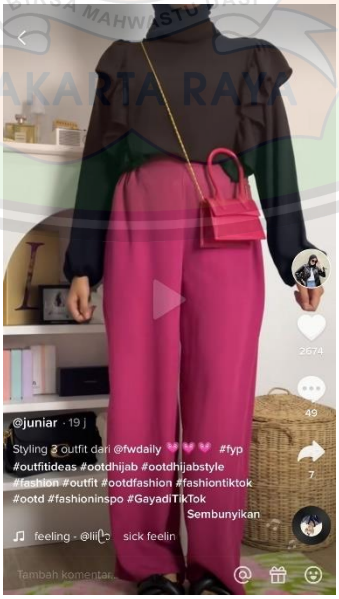
Data diatas menunjukan bahwa pengguna aktif TikTok menjadi urutan ke-3 di dunia sebesar 755 juta pengguna setelah Facebook dan Instagram. Di Indonesia jumlah pengguna TikTok sebesar 92,07 juta, dari data tersebut dinyatakan 66% pengguna TikTok adalah perempuan, sementara 34% sisanya adalah pengguna laki-laki (Liberty Jemadu | Dicky Prastya, 2022) .

TikTok merupakan salah satu konten yang memiliki fitur satunya adalah *"Trending Hashtag" Hashtag* adalah tanda pagar yang memiliki peran sebagai *tag meta* pengelompokan sebuah data pada postingan atau apapun yang ada dalam internet (Mustofa, 2019). Tagar dapat diartikan sebagai sebuah cara otomatis dilakukan pada mesin sosial media yang memiliki fungsi untuk mengelompokkan serta mengatagorikan postingan yang terkandung dalam tagar tersebut, dan membantu *users* menemukan sebuah konten pada tagar yang dipilih (Setyawan, 2021). Tagar digunakan oleh *Content Creator* untuk membuat topik tertentu

melalui postingan dan memudahkan para pengguna mencapai hasil video yang dicari (Utami et al., 2020).

Pada tagar #Outfitideas bertujuan untuk memperlihatkan gaya berpakaian dinilai sesuai dengan *insight* perempuan untuk mendapatkan penampilan yang lebih *fashionable*. Tagar #Outfitideas dapat menghadirkan sebuah fenomena baru di kalangan *fashion*, tagar #Outfitideas menjadi julukan sebuah kata yang menunjukan ide dalam sebuah cara berpakaian. Pada konsep *outfit* secara sederhana dan tidak dibuat-buat, yang artinya itu pakaian untuk beraktivitas sehari-hari dan dianggap kekinian untuk terlihat tren yang lebih *modern* (Fauzi & Nuraeni, 2017).

Juniar merupakan *content creator* perempuan dengan nama akun TikTok @juniar yang memiliki 540,7 ribu *followers*. Konten yang berisikan seputar *outfit* menjadi ciri khas pengikutnya menyukai bahkan membutuhkannya sebagai salah satu referensi dalam berpakaian kekinian. Juniar juga kerap memberikan sebuah informasi bagi penontonnya untuk menyesuaikan dalam berpakaian. Hampir semua konten dari akun TikTok @juniar mencantumkan tanda tagar #Oufitideas yang akan memudahkan para pengikutnya untuk mencari konten seputar *outfit.* Fenomena dapat dilihat pada gambar **1.2**:



Gambar 1. 2 #Outfitideas pada konten TikTok @juniar.

Sumber : Sya'Bania, 2022

Konten tagar digunakan dalam teknologi informasi untuk menyoroti arti khusus. Popularitas tagar saat ini semakin meningkat sejak digunakan dalam media sosial. Tagar yang berfungsi untuk menggolongkan tema di dalam konten ataupun topik yang spesifik di media sosial, disisi lain juga dapat mempermudah untuk mencari konten yang berhubungan. Secara umum tagar memiliki fungsi untuk mempermudah pengelompokan konten (Permatasari & Trijayanto, 2017).

Pengguna perempuan dapat menentukan *role* model mereka sehingga membuatnya tertarik pada konten video tersebut. Tayangan #Outfitideas didominasi oleh pengguna perempuan dari pada laki-laki. Perempuan memiliki paras yang cantik sehingga mereka telah menjadi wacana pengguna TikTok yang mendekati sempurna (Setyawan, 2021).

Kepopuleran tren yang terjadi saat ini salah satu dari pengaruhnya #Outfitideas mengalami ketertarikan pada sebuah *Fashion*. *Fashion* merupakan sebuah kostum, pakaian, perlengkapan badan dan mode. Saat ini sebuah *Fashion* tidak dapat dipisahkan oleh kehidupan sehari-hari, karna pada industrinya *Fashion* menjadi salah satu penyumbang devisa terbesar dari 14 industri kreatif di Indonesia. Menurut Trisna Wati (2011) mengatakan bahwa saat ini *Fashion* tidak hanya dilihat dari kegunaannya, tetapi dalam nilai yang terkandung di dalamnya (Siallagan et al., 2020).

Kepribadian seseorang dalam mengenakan sesuatu yang berhubungan dengan perkembangan *Fashion* tidak jarang kebanyakan dari mereka meningkatkan citranya melalui gambaran tubuh seperti masalah pada penampilannya menjadi hal utama dan berpengaruh pada tingkat kepercayaan diri. Menurut Lauster (1997) kepercayaan diri merupakan sikap atau perasaan ketika individu memiliki rasa yakin dengan kemampuannya, sehingga yang dirasakan tidak menimbulkan kecemasan dalam berbagai tindakan maupun perbuatannya (Siallagan et al., 2020).

Pada sebuah penelitian mengungkapkan bahwa terdapat sebuah pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan media TikTok terhadap kepercayaan diri remaja yaitu sebesar 54,5% pada remaja yang aktif menggunakan aplikasi TikTok memiliki kepercayaan diri yang baik (Adawiyah, 2020). Berdasarkan data yang telah diketahui bahwa adanya pengaruh penggunaan media terhadap kepercayaan

diri, penelitian ini bertujuan untuk melihat sebuah kepercayaan diri pada penggunaan tagar #outfitideas pada aplikasi TikTok.

Peneliti juga melakukan wawancara pra-riset pada perempuan yang menjadi salah satu *followers* akun TikTok @juniar. Peneliti mendapatkan sebuah tanggapan dari Intan (21tahun) "saya mengetahui #Outfitideas karena tagar tersebut biasa digunakan untuk mengelompokan juga menemukan konten-konten yang berhubungan dengan ide berpakaian, saya butuh untuk menjadikan referensi agar tampil dengan gaya yang berbeda agar tidak terlihat membosankan, menambah wawasan tentang style dan juga trendi,".

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul **"Pengaruh Konten Tagar #Oufitideas Pada Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Perempuan *followers* Akun TikTok @juniar".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut : **"Seberapa besar pengaruh konten tagar #Outfitideas pada aplikasi Tiktok terhadap kepercayaan diri perempuan".**

1.3 Identifikasi Masalah

Dapat disimpulkan, bahwa indentifikasi masalah pada penelitian ini yaitu **"Seberapa besar pengaruh konten tagar #Outfitideas pada aplikasi TikTok terhadap kepercayaan diri perempuan sebagai *followers* di akun TikTok @juniar".**

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten tagar #Outfitideas pada aplikasi TikTok terhadap kepercayaan diri perempuan sebagai *followers* di akun TikTok @juniar.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan untuk pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam media sosial.
2. Penelitian ini dapat memberi informasi dan literatur sebagai penunjang civitas akademik dalam penelitian sejenis lainnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

a) Bagi Civitas Akademik

Dapat digunakan sebagai bahan pijakan dan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat menjadi bahan kajian lebih lanjut.

b) Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat memberi informasi terkait dengan media 6ocial khususnya pada aplikasi TikTok yang terus berkembang sesuai dengan kebutuhan pengguna pada masyarakat.