

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Memerankan suatu hal hingga tertarik untuk mencobanya merupakan hal yang sering dilakukan para remaja dari informasi yang telah mereka dapatkan sesuai keinginannya, supaya mereka merasa bahwa dirinya diterima melalui usaha yang telah mereka lakukan di lingkungan sosial dan tidak akan merasa penolakan saat menuju proses pendewasaan yang mereka alami, seperti yang dikatakan Santrock (2012), remaja cenderung terlihat radikal atau melampaui dari perbedaan melalui tampilan yang sebelumnya, dan berpengaruh terhadap aktivitas yang mereka sukai. Bersumber dari Hidayatun (2015), saat ini dengan keadaan teknologi semakin berkembang, mampu membuat para pengguna nya mampu menelusuri apapun untuk memenuhi kebutuhan dirinya, dengan mengikuti tren yang ada. Terutama pada remaja yang memudahkan mereka untuk berkomunikasi.

Dengan Teknologi yang berkembang, mudah mendapatkan suatu informasi, salah satunya yaitu informasi melalui *Korean Wave*. Berdasarkan dari laporan data kpop twitter 2020 yang dilansir dari *kumparan.com* semenjak pandemi bahwa di Indonesia menempatkan posisi keempat, mulai tersebar luas melalui *Korean wave* dan dengan jumlah terbanyak yang menyukai *K-pop*, data tersebut menunjukkan bahwa cukup tergolong tinggi (Sakina, 2020). Sejak tahun 2019 *korean wave* ini memiliki daya tarik, dan menerapkannya kedalam musik, *fashion*, makanan, sampai bahasa. Sebab Indonesia memiliki fans yang sangat loyal, hingga menjadikan Indonesia sebagai pasar atau sarana promosi perekonomian Korea Selatan, sampai pemerintah di Korea Selatan, juga sudah banyak menaruh perhatian terhadap perusahaan-perusahaan yang sedang

dibangun (Sarajwati, 2020). Menurut penelitian Putri et al., (2019) mengatakan benar adanya bahwa pemerintah mulai mendukung persebaran *Korean wave* agar dapat membentuk identitas pada budayanya dengan menciptakan suatu kreativitas, melalui sebutan *K-pop* dari musik, tarian, hingga drama seri yang ditampilkan. Maka sudah tidak asing, jika semakin banyak yang mengetahui tentang *korea* ataupun *K-pop*.

Media sosial *TikTok* yang merupakan hasil buatan dari Zhang Yiming asal Tiongkok sejak tahun 2016, sudah meningkat dalam satu tahun terakhir dan Indonesia masuk posisi kedua terbanyak setelah AS dengan jumlah 109,9 juta pengunduh yang dilansir dari *Katadata.co.id*. Bahwa aplikasi yang dibangun oleh perusahaan *Bytedance* ini sebelumnya bernama Douyin. Salah satu aplikasi yang semakin banyak pengguna mengunduh aplikasi tersebut, dari kalangan anak-anak, remaja hingga orang dewasa. Dan menjadi salah satu pesaing tertinggi dari Facebook, Twitter dan Instagram, yaitu oleh khususnya ini berguna untuk platform video, musik, foto yang berdurasi 15 sampai 60 detik dengan tambahan *effect* yang beragam unik hingga menarik disertai banyak pilihan musik sehingga para pengguna dapat melakukan atau edit hal yang sangat kreatif (Sari, 2023).

Berdasarkan sumber *Validnews.id* bahwa dari tahun 2019, jumlah konten *K-pop* salah satu bagian dari tersebarnya *Korean wave* yang dibuat telah mencapai 97,87 juta, kemudian mengalami peningkatan melalui media *TikTok* perbulan pada September 2021. Dari jumlah tersebut menunjukkan bahwa Indonesia merupakan pasar terbesar dengan konten video *k-pop* sampai 16,4 %, kedua dari Filipina 13,5%, kemudian AS 8,7% dan Negara korea sendiri hanya sebesar 7,2%. dan seorang *Head of Global Business Development* yaitu Jay Bae juga mengatakan, bahwa melalui *TikTok* mampu mengubah para konsumen yang menyukai *K-pop*, bisa berasal dari berbagai dunia, dan tidak hanya menikmati saja, melainkan mereka mampu membuat konten dengan kreatif. Meningkat nya konten *k-pop* ini mampu mempengaruhi pengguna lain sampai

menjadi kreator *TikTok*, hal tersebut membuat para individu mudah untuk saling berinteraksi melalui video yang mereka ikuti, sehingga muncul ketertarikan untuk mengikuti apa yang lagi banyak diikuti oleh individu lain, contoh yang dikatakan oleh Rachman (2021), melalui hastag yang mereka lihat, cenderung mengikuti suatu *challenge dance*, hal lainnya dengan informasi melalui berita yang mereka sebar, sebab salah satu budaya korea yang cukup berkembang pesat di Indonesia yaitu melalui adanya *Korean wave* tersebut

Adapun fitur-fitur di aplikasi *TikTok* yang tersedia begitu unik, membuat kreativitas seseorang untuk membuat konten, sebutan orang yang membuat konten tersebut adalah *Content Creator*. Konten terbentuk agar setiap informasi yang telah dibuat tersampaikan ke para audiensnya dan mampu menarik perhatian banyak audiens serta mampu mengikuti konten yang telah dibuat nya. Menjadi konten kreator bisa menciptakan serta melakukan segala aktivitas pada media sosial seperti menari, kuliner, mereview produk, sampai daily vlog (Firdiansyah, 2023). Dan dapat dikatakan juga bahwa aplikasi *TikTok* ini bisa membuat individu bebas untuk berekspresi, mampu mengembangkan kreativitas nya, menghibur, serta hal yang manfaat seperti memberi informasi yang berguna untuk memotivasi orang lain.

Intensitas individu ditandai saat mereka melakukan aktivitas menonton nya di waktu tertentu bahkan dikatakan juga, dengan tindakan menikmatinya, mampu menuangkan ide yang beragam serta kreatif. Menurut pandangan behavioris, bahwa menggunakan jaringan sosial, mendapatkan pujian yang positif dari orang lain, merasa dicintai, diperhatikan, dan merasakan nyaman serta ada kepuasan tersendiri, walaupun tidak berinteraksi secara langsung. Platform tersebut adalah *TikTok*, *TikTok* mempunyai daya tarik tersendiri yaitu melakukan sebuah tantangan (*challenge*) beserta tutorial yang dibuat nya, sehingga membuat orang lain tertarik mengikutinya. Terutama pada remaja sebagai bentuk mengekspresikan dirinya dengan melakukan tantangan tersebut, membuat video ditambah latar musik melalui *TikTok*, karena mudah digunakan

menjadi alasan banyak orang yang menggunakan aplikasi tersebut (Ambarwati dan Utina, 2022).

Terdapat pengaruh melalui globalisasi yang merupakan faktor terjadinya perubahan diberbagai hal yang cukup besar, termasuk pada kemajuan teknologi agar memudahkan dalam memperoleh informasi sampai kepada budaya di Negara lainnya. dan yang terjadi ketika budaya korea semakin berkembang sampai ke budaya lain, maka semakin meningkat juga kepopuleran yang disebut *Korean Wave*. Kemudian Indonesia menjadi salah satu Negara yang secara cepat mendapat pengaruh dari musik, film, hingga drama, akibat dari teknologi yang canggih mudah untuk mendapatkan sebuah informasi lainnya mengenai korea seperti yang dibahas oleh Lathifah et al. (2019).

Korean wave juga dapat terjadi karena sebuah pengetahuan baru terhadap perilaku. Perilaku dengan mengagumi penampilan *idol* korea di beberapa platform media, sampai mengikutinya, agar berpenampilan bagus juga seperti *idol* yang mereka lihat. Terlihat pada mahasiswa Udinus yang terinspirasi mengikuti *style* ala *K-pop*, menurut nya dengan mengikuti *fashion* tersebut membuat penampilannya rapi, juga gaya rambut juga menjadi *point* yang paling menonjol (Fitri, 2022). Selain itu mengenai ketertarikan, yang terjadi pada budaya korea, pengaruh dari kepopuleran *idol group* kesukaan mereka, serta memiliki keinginan yang sama dengan idol nya, sehingga ada salah satu *online store* dari korea yang telah hadir di Indonesia 22 September (Fimela, 2022). Jadi bukan hanya musik saja, tetapi gaya *fashion* juga sudah menarik perhatian banyak orang. Berkat popular nya budaya *K-pop* melalui jejaring sosial membuat *Korean Wave* semakin dikenal.

Individu mampu mendapatkan suatu informasi kalau bukan melalui proses pembelajaran, yaitu dengan *modeling*, *modeling* akan menambah bahkan bisa mengurangi perilaku melalui pengamatannya dari satu ke yang lainnya, tidak hanya melakukan imitasi saja. Dengan *modeling* mampu menyimpan

informasi untuk digunakan dimasa yang akan datang. Sehingga menurut Bandura, dengan belajar, manusia mempunyai sifat yang fleksibel, dapat mempelajari sikap, kemampuan dan juga perilaku yang diperoleh dari pengalaman secara tidak langsung (Feist, 2013).

Perilaku mengamati, dikenal dengan perilaku imitasi yang merupakan tindakan tiruan individu dari objek atau model yang telah di lihatnya. Bukan tanpa alasan individu melakukan tindakan tersebut, melainkan agar mampu merespon hal yang baru dari mengamati orang lain dan merubah tingkah laku yang sudah dimilikinya menjadi lebih baik lagi (Barida, 2016). Perilaku yang remaja lakukan akibat dari tayangan yang mereka lihat dari media sosial , sehingga tidak jarang pula mengalami perubahan pada jati diri mereka, hingga melakukan tindakan tersebut dan menjadi salah satu pengikut atau penggemar nya, hal ini yang ada pada penelitian yang dilakukan (Hakim & Fatoni, 2020). Hal yang terjadi pada media sosial sekarang, sudah menjadi suatu aktivitas yang sering dipakai oleh banyak masyarakat untuk membagikan kabar melalui teks, gambar, suara, maupun video kepada orang lain, terutama dikalangan remaja saat ini. Melalui media sosial, hal apapun yang sebelumnya berdampak kecil akan menjadi besar, jika remaja tersebut tidak memiliki media sosial dipandang tidak gaul (W. S. R. Putri et al., 2016). Bisa dikatakan dengan mengikuti suatu Tren, tren yang mampu menarik perhatian bagi kaum remaja, karena sebagai media komunikasi nya.

Pada masa perkembangan remaja yang dikenal masa peralihan dari kanak-kanak menuju dewasa, memiliki cara berpikir yang tidak teratur dan penuh wawasan. Berinteraksi sosial yang hasilnya akan memiliki sebuah informasi, serta perilaku yang baru pengaruh dari individu lain. Remaja itu memiliki perasaan emosional yang belum stabil bahkan masih berubah-ubah. Makanya usia remaja banyak mencoba hal baru, karena masa remaja mudah terpengaruh (Marwoko, 2019). Dan yang mereka temukan pada media sosial nya, memiliki suatu dampak, dampak positif dan juga negatifnya. Banyak

faktor, salah satunya yaitu menyangkut pendidikan remaja, menurut penelitiannya Prasanti & Dewi (2020) pada remaja rentan sekali mencoba hal yang baru mereka ketahui serta tidak suka dilarang, kemudian saat dihadapkan dengan berbagai tugas, mereka akan mengabaikan ke hal lain sebagai pelarian agar menenangkan dirinya yaitu bisa menonton drama. Mengutip dari sumber *Kompasiana.com* bahwa Korean wave memiliki dampak yang positif seperti memperoleh suatu wawasan pada Negara lain, akibat kedatangan artis korea yang melakukan konser music mereka, hal tersebut mampu menarik untuk diliputi media manapun hingga mempromosikan Negara nya sendiri dengan memperkenalkan budayanya. Dan sudah banyak generasi muda yang menyukai Korea sampai ada yang meniru dari segi berpakaian yang mereka ketahui dari idol atau artis yang mereka sukai, mampu mengembangkan diri, berinteraksi sampai mendapatkan teman secara online diberbagai daerah. Sedangkan dampak negatifnya, budaya sendiri akan tergeser, jika terus mengeksplor berbau Korea, ada juga yang menganggap terlalu membuang waktu dan juga uang secara sia-sia, berpakaian yang kurang sesuai dengan Negara nya sendiri (Pratika, 2022).

Untuk memperkuat pembahasan diatas, dengan melakukan wawancara yang dilaksanakan pada bulan September 2023 kepada lima subjek dengan inisial SI (17 tahun), HF (17 tahun), CA (17 tahun), AZ (17 tahun), DS (16 tahun). Dengan menggunakan teknik wawancara terstruktur, yang sering digunakan untuk penelitian survey atau kuantitatif, karena pertanyaan yang dibuat kepada subjek tergolong kaku dan juga terbatas pada saat penukaran informasi berlangsung, salah satu ciri dari wawancara terstruktur dengan membentuk sesuai pedoman yang telah dibuat termasuk pertanyaan-pertanyaan (Herdiansyah, 2013). Maka menyusun beberapa pertanyaan yaitu perihal fenomena yang terjadi melalui *Korean wave*, kemudian apakah berkaitan juga dengan perilaku meniru mereka yang telah didapatkan melalui media sosial

*TikTok*. Dan dapat terlihat juga apakah akan terdapat suatu hubungan diantara penggunaan media sosial *TikTok* dengan fenomena nya.

Subjek pertama, SI mengungkapkan bahwa menggunakan *TikTok* memperoleh hal baru mulai dari yang negatif seperti melihat konten yang menurutnya kurang bermanfaat, sedangkan hal positif yang SI dapatkan, membantu menyelesaikan soal-soal ulangan, perhitungan MTK, dan pengetahuan umum sampai berbagai tips lainnya. Menurutnya pada media sosial *TikTok* juga menemukan fenomena Korean Wave melalui Konten creator yang membagikan kehidupan mereka di Korea dengan budaya disana, melihat bagaimana adanya pertukaran pelajar kesana. SI mengatakan mudah tertarik dengan mengikuti tren yang ada pada media sosial *TikTok* karena menghibur dan seru.

Pada subjek kedua, HF mengatakan memang banyak sekali informasi yang ketahui saat menggunakan media sosial *TikTok*, HF juga melihat fenomena Korean Wave melalui tayangan Drama dan konten para artis kesukaannya dan mengatakan bahwa tren yang ada pada *TikTok* menyenangkan serta menghibur dirinya.

Subjek yang ketiga, CA mengungkapkan ada dua sisi saat menggunakan media sosial *TikTok*, menurutnya *TikTok* memiliki dampak baik dan buruk bagi setiap individu, tergantung bagaimana cara mengelola waktu nya. Pertama dampak baik baginya yaitu sebuah platform yang membuat CA mengetahui, mendapatkan, dan bahkan menyalurkan informasi yang bermanfaat dari banyak konten creator sedangkan dampak negatif menjadi sulit untuk mengelola waktu dengan hal yang bermanfaat seperti olahraga, belajar dan sebagainya. CA menyebutkan bahwa mengetahui fenomena Korean Wave lewat beranda yang ada pada media sosial *TikTok* dan juga dari K-drama, K-Pop music, Korean *make-up* dan Skincare. Sehingga yang membuat CA tertarik sampai mengikuti trend yaitu sangat beragam, bervariasi serta menyenangkan dapat menghiburnya.

Subjek keempat, menurut AZ, juga sering menggunakan media sosial *TikTok*, dari situ juga ia banyak belajar berbagai hal, termasuk mampu meningkatkan kreativitas seseorang. Selain itu, ia menemukan banyak informasi Korean Wave melalui tayangan Drama, makanan-makanan khas di Korea, music, *make-up*, sampai pakaian (*Style*). AZ mengatakan Korean wave sendiri ia ketahui dari Youtube, *TikTok*, Instagram dan Twitter, jadi sudah ada dimanamana. Dan AZ tertarik mengikuti trend karena menurutnya jika dengan menari lebih mudah dibanding mengrecreate kata-kata dalam Drama seperti cara berbicara bahasa Korea.

Subjek kelima, DS mengatakan jika sering menggunakan *TikTok* mudah mengetahui perkembangan yang terjadi pada masyarakat, berbagai informasi yang beredar. Menurut DS sebagai pengguna, baik buruknya memperoleh suatu informasi tergantung bagaimana diri kita memilah dengan bijak saat menggunakan media sosial tersebut. Pada *TikTok* juga dikatakan banyak fenomena Korean Wave yang booming melalui tayangan Drama Korea, juga hampir semua kalangan banyak menyukai dari para idol atau artis korea yang menjadi sorotan bagi masyarakat, seperti *make-up*, *haircut curtain bangs* sampai cara berpakaian mulai mengikuti ala korea. DS sendiri semakin memahami budaya korea, dari tayangan drama Korea tersebut. Dan adanya trend pada *TikTok* sangat asik dan seru, sampai DS ikuti suatu trend *make-up* korea, sebagai penggemar Korean Wave sangat senang ikut meramaikannya.

Dari pembahasan diatas melalui wawancara, dikatakan bahwa yang menjadi salah satu pengaruh intensitas yaitu *attention*. *Attention* yang dimaksud oleh Rakhmat (2018) bahwa ada satu dorongan stimulus yang mengganggu dorongan stimulus lainnya, pada saat kita memfokuskan pada satu objek, maka hal lainnya akan melemah atau menghilang, karena muncul dampak positif serta negatif seperti halnya salah satu siswa melalui wawancara tersebut, bahwa pernah melalaikan tugasnya, susah mengelola waktu, mudah menemukan hal yang menarik dan lainnya. pengaruh dari perhatian saat kita

memfokus pada satu hal saja dengan salah satu alat indra kita, maka dapat mudah juga mengabaikan hal yang lain. Penyebab ini muncul dari faktor luar yaitu mencakup pada hal yang bergerak, karena individu mudah tertarik secara visual melalui gambar atau video, kemudian mudah sekali menebak orang yang berciri khas seperti badan yang tinggi diperkumpulan orang-orang pendek, lalu individu cenderung akan mencoba dengan mempelajari sampai mengingatnya contohnya iklan dan ketika semua telah dilakukan serta mampu menarik perhatiannya yaitu melakukan pengulangan yang telah tersimpan dalam bawa sadar.

Melalui tayangan pada televisi maupun media sosial memberi dampak negatif yang remaja alami, cenderung kepada perilaku yang mereka ikuti, bersumber dari Irwanto (2023), yang terjadi pada remaja tersebut melakukan tindakan menyakiti diri akibat dari yang mereka lihat secara terus-menerus pada media sosial sebagai bentuk mengekspresikan diri. Munculnya di internet fenomena ini mudah sekali di suatu waktu kejadian akan menjadi mudah viral. Dan fenomena pada media *TikTok* dapat memberi dampak kepada pengguna nya seperti yang dikatakan Bandura Alwisol (2019) pada teori besarnya yaitu Teori Belajar Sosial, menjelaskan bahwa sebagian manusia memang pada dasarnya memiliki kecenderungan meniru perilaku orang lain yang telah terpengaruh dari lingkungannya. Dan Bandura yakin bahwa kita manusia akan belajar dengan lingkungan sehingga membentuk penguatan secara tidak langsung atau penguatan pengganti, dalam arti lain jika selain meniru perilaku orang lain, juga perilaku dapat menguatkan perilaku individu tersebut. Sehingga ini menjadikan alasan mengapa saya melakukan penelitian tentang Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial *TikTok* Dengan Perilaku Imitasi Pada Remaja.

## 1.2 Rumusan Masalah

Melihat perilaku imitasi pada kehidupan sehari-hari sering terjadi, secara umum terdengar seperti mengikuti apa yang sedang kita pakai nya. Jika

melakukan peniruan, akankah orang tersebut tidak suka terhadap tindakannya. Maka berbeda pendapat. Jika Bandura (Alwisol, 2019), memiliki prinsip belajar akan perubahan tingkah laku, pendapat pertama mengatakan bahwa manusia mampu berpikir dan mengontrol tingkah laku sendiri, dan yang kedua melalui interaksi dengan orang lain yang diperoleh serta dipelihara. Jadi perilaku itu bisa kita pelajari melalui pengamatan.

Penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2017), menunjukkan bahwa adanya hubungan antara variabel intensitas menonton tayangan sinetron berpengaruh positif dengan perilaku imitasi. Merujuk pada hasil tersebut maka Lathifah dkk (2019), memiliki pengaruh yang positif juga dalam mengakses *Korean wave* dengan perilaku imitasi dan yang paling berpengaruh yaitu pada durasi, mengetahui seberapa lama menggunakan media sosial tersebut.

Media sosial yang seringkali digunakan oleh sebagian besar orang adalah *TikTok*. Melalui *TikTok* mengembangkan berbagai ide yang beragam, bisa bebas berekspresi sampai mempermudah untuk menjalin komunikasi, namun terdapat pula dampak negatif, sebab aplikasi ini mudah digunakan seperti memberi komentar, *like*, dikalangan semua usia. Sehingga bisa menimbulkan narsisme (Batoebara, 2020). Namun penelitian yang dilakukan oleh Astuti & Andrini (2021), menunjukkan intensitas aplikasi *TikTok* terhadap perilaku imitasi masih dalam kategori sedang, dimana artinya masih ada faktor lain yang belum diketahui. Karena dikalangan remaja memainkan aplikasi *TikTok* ini merupakan sebuah hiburan untuk menghilangkan rasa bosan saja. Maka didukung dari beberapa penelitian lain bahwa para ahli mendefinisikan bahwa penggunaan media sosial *TikTok* merupakan hal untuk mengekspresikan seorang diri dengan melihat berbagai konten pada pengguna lain.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah **“Apakah terdapat Hubungan Intensitas Penggunaan**

## **Media Sosial *TikTok* Dengan Perilaku Imitasi *Korean Wave* pada Remaja?”.**

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Peneliti sudah mengkaji latar belakang sampai rumusan masalah dari fenomena yang telah dibahas, sehingga disimpulkan tujuan pada penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial *TikTok* dengan Perilaku Imitasi Pada Remaja.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan sebagai kajian untuk penelitian selanjutnya, yang dimana dapat digunakan peneliti lain mengenai media sosial *TikTok* dan perilaku imitasi pada remaja. Kemudian dapat dikembangkan sebagai referensi pada bidang psikologi kepribadian, terutama terhadap intensitas penggunaan media sosial dan perilaku imitasi.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan memberikan sebuah manfaat bagi para remaja dan juga untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan penulis pada media sosial *TikTok* dan perilaku imitasi pada remaja. Dan juga kepada pembaca yang kemudian sebagai acuan referensi penelitian selanjutnya.