

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin meningkat, penyebaran dan akses informasi Telekomunikasi dan transportasi semakin berkembang dengan mudahnya, tidak dapat dipungkiri bahwa hal tersebut membawa dampak negatif dan positif, baik secara langsung maupun tidak langsung bagi masyarakat, tidak hanya pada kelompok tertentu saja namun sudah menjalar ke banyak remaja.

Dengan berkembangnya teknologi maka terciptalah hal hal yang baru seperti adanya internet. Internet adalah salah satu buatan manusia yang canggih sampai sekarang ini. Internet juga menjadi alat komunikasi di media sosial dunia maya. Dengan adanya internet maka informasi yang didapatkan-pun semakin cepat. Hal ini juga menyebabkan manusia bisa berkomunikasi jarak jauh tanpa adanya hambatan, dengan adanya gadget maka manusia lebih banyak asik dengan gagednya sendiri walaupun mereka sedang berkumpul sama temannya.

Media sosial merupakan salah satu tren yang tidak bisa dihindari dari kehidupan manusia pada saat ini. Media sosial merupakan sebuah media *online* untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.¹

Penggunaan internet terus meningkat khususnya di Indonesia hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah pengguna internet setiap tahunnya berdasarkan data survei statistik asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII) bahwa setiap tahun pengguna internet meningkat secara signifikan. Data jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Maka dari hasil survey penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka Tingkat

¹ <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/> (diakses pada tanggal 3 Januari 2024).

penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5%.² Tingkat Sehingga tidak heran jika setiap tahunnya Indonesia memiliki kelonjakan dalam pengguna sosial media.

Pengguna media sosial ini tidak hanya familier dikalangan remaja saja bahkan dikalangan orang tua, anak-anak bahkan anak kecil juga sudah paham dengan yang namanya aplikasi media sosial, maka tidak heran jika di Indonesia mengalami kelonjakan yang sangat tinggi untuk pengguna media sosial.

Kemajuan teknologi sekarang ini memunculkan beberapa aplikasi canggih dari media sosial seperti: WhatsApp, Instagram, Twitter, TikTok, Youtube dan masih banyak lagi aplikasi lain Sehingga dengan adanya aplikasi tersebut manusia bisa dengan mudah mengakses berbagai informasi dengan cepat.³

Berbagai aplikasi yang ada pada saat ini, ada salah satu dari banyak aplikasi yang sudah banyak dipakai dan mengunduh aplikasi tersebut. Aplikasi tersebut merupakan aplikasi Tiktok, yang mana aplikasi Tiktok ini merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik, menarik, dan bisa digunakan untuk membuat sebuah video yang kreatif dan bagus sehingga bisa menjadi pusat perhatian banyak orang.⁴

TikTok Menjadi salah satu aplikasi yang sangat populer, banyak digemari sehingga banyak yang menggunakan aplikasi TikTok diseluruh dunia. Dengan demikian Indonesia merupakan peringkat kedua yang menjadi salah satu pengguna aplikasi TikTok dengan jumlah 99,1 juta orang yang sudah menggunakan aplikasi TikTok.⁵ Sehingga sekarang ini yang menggunakan aplikasi TikTok tidak hanya dikalangan remaja saja, tetapi anak-anak dibawah umur, orang tua, dll juga sudah memiliki akun TikTok.

TikTok merupakan salah satu media yang bisa membuat video pendek yang kreatif, TikTok juga menampilkan informasi penting dan terupdate, tak

² <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> (diakses pada tanggal 4 April 2024).

³ Siti Hafsa, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Motivasi Belajar Siswa*, (Skripsi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Jakarta), 3.

⁴ Armylia, M., Fonny Wannu & Evie A.A.S, *Dampak Penggunaan Aplikasi Online TikTok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu social dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado*, (Jurnal Ilmiah Society, 2021), 4.

⁵ <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia> (diakses pada tanggal 3 Januari 2024).

jarang juga didalam aplikasi TikTok juga adanya edukasi. Dengan menggunakan aplikasi Tiktok juga bisa mendapatkan penghasilan dengan kita membuat vidio ataupun juga bisa berjualan, maka tidak jarang banyak masyarakat yang menggunakan TikTok untuk sebagai mata pencaharian mereka.

Tidak dapat dipungkiri penggunaan media sosial membawa banyak perubahan dan kemudahan kepada penggunanya. Hal ini tentunya membawa dampak positif bagi penggunanya seperti digunakan untuk sekedar mencari informasi, menambah pertemanan, hingga berbisnis online. Selain dampak positif, media sosial juga dapat menimbulkan dampak negatif terlebih jika terlalu sering mengakses media sosial yang dapat menimbulkan kurangnya bersosialisasi dengan lingkungan sekitar, kurangnya konsentrasi saat belajar, mudah terpengaruh dengan berita hoax yang belum tentu kebenarannya.

Aplikasi TikTok merupakan salah satu sosial media yang bisa mendapatkan informasi didalamnya, bisa berkreasi dan bisa bersosialisasi baik didalam Negeri maupun Luar Negeri. Sehingga banyak sekali mahasiswa menggunakan handphone nya untuk membuka aplikasi Tikok. Jika sudah membuka aplikasi TikTok maka pengguna TikTok tersebut keasyikan menonton video sampai berjam jam.

Sebagai pengguna media sosial yang baik kita sebagai pengguna harus bisa mengatur waktu dan menggunakan media sosial dengan baik. Sebagai seorang yang bijak, kita harus pintar dalam memilih tayangan dan informasinya bagus juga, karena jika kita menerima informasi ini tanpa menyaring Kita tahu bahwa media sosial dapat berdampak serius pada diri kita sendiri dan masyarakat.

Pada media sosial TikTok sering ditemukan berbagai macam hal yang sedang viral sehingga banyak konten creator yang dimulai dari orang yang tidak terkenal, tetapi mereka memiliki banyak pengikut karena memposting vidio yang menarik maupun yang sedang viral di TikTok.

Sosial media TikTok hadir tidak hanya membawa dampak positif saja seperti bisa lebih kreatif dalam berkarya, berkomunikasi dengan pengguna lain dari berbagai negara tanpa harus bertemu, mendapatkan informasi, dan lain-lain.

Tetapi, TikTok juga memiliki dampak Negatif bagi penggunanya, yaitu terdapat konten video TikTok yang tidak pantas, lalai akan waktu. Karna pengguna TikTok sekarang sudah tidak kenal umur, baik dari anak-anak, remaja, maupun orang tua.

Tanpa disadari, perilaku pengguna TikTok pun mulai berubah, misalnya ingin memiliki barang yang dipakai atau dimiliki konten creator, ingin berdandan seperti konten creator, keinginan mengkonsumsi makanan dan mengunjungi tempat-tempat yang sedang banyak dikunjungi atau yang sedang viral di media sosial TikTok. Maka perilaku inilah yang cenderung menuju kepada perilaku konsumtif.

Pengaruh perilaku konsumtif juga meluas di kalangan mahasiswa. Karena mereka juga tertarik dengan produk yang ditawarkan melalui media sosial TikTok, atau karena dipengaruhi oleh teman-teman disekitarnya. Keinginan untuk terus-menerus memiliki dan menikmati sesuatu menyebabkan munculnya perilaku konsumtif yang ditandai dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan secara berlebihan. Pada sekarang ini bisa dengan mudah membeli produk yang diinginkan melalui toko online media sosial TikTok.

Terdapat dalam Al-qur'an surat Al-A'raf ayat 31, menjelaskan :

لَا يُحِبُّ يٰبَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ
الْمُسْرِفِينَ

Artinya : “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.” (Q.s.Al-a'raf-31)

Al-Isra' ayat 26-27 juga menjelaskan:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا (26)
إِنَّ الشَّيْطَانَ لِرَبِّهِ كَفُورٌ إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ طَغَىٰ (27)

Artinya : “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”⁶

⁶ <https://quranformobile.com/get/id/> (di akses pada tanggal 20 Januari 2025)

Kedua ayat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa syariat islam tidak mengajarkan berlebih lebihan dalam mengkonsumsi apapun itu, baik dalam makan, berpakaian, menghamburkan harta. Allah Swt juga menyatakan bahwa para pemboros adalah saudara setan.

Peneliti memutuskan untuk menggunakan mahasiswa sebagai subjek penelitian karena mahasiswa masi memiliki sifat yang labil secara emosi dan mudah terpengaruh dari berbagai macam hal. Selain itu, perilaku konsumtif yang biasanya terjadi pada mahasiswa yaitu dalam hal penampilan, menggunakan *outfit* atau pakaian, sampai dengan mengunjungi berbagai tempat yang sedang viral. sehingga peneliti ingin meneliti bagaimana “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Angkatan 2020”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Mahasiswa lebih banyak mengunduh aplikasi TikTok dibandingkan aplikasi belajar online.
2. Mahasiswa mengakses aplikasi TikTok yang berlebihan.
3. Mahasiswa lebih sering berbelanja di *platform online*
4. Mahasiswa terpengaruh terhadap *review* produk (kecantikan fashion, dan lain-lain) di TikTok

C. Rumusan Masalah

1. Seberapa besar intensitas penggunaan aplikasi TikTok oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UINSU angkatan 2020?
2. Seberapa besar tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UINSU angkatan 2020?
3. Bagaimana pengaruh dari penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UINSU angkatan 2020?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar intensitas pengguna aplikasi TikTok oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UINSU angkatan 2020
2. Untuk mengetahui Seberapa besar tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UINSU angkatan 2020
3. Untuk mengetahui pengaruh dari menggunakan aplikasi TikTok terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terbagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Yang mana manfaat teoritis yang artinya yaitu perkembangan ilmu pengetahuan, sedangkan manfaat praktis yaitu manfaat untuk ilmuan dan lainnya.

1. Manfaat teoritis

- 1) Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran UINSU Angkatan 2020.
- 2) Penelitian ini memberikan hasil pemikiran kepada pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran UINSU Angkatan 2020.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa yang sedang mengikuti perkembangan zaman dan bisa menjadi saran maupun solusi terhadap mahasiswa dalam menggunakan aplikasi sosial media Tiktok.

F. Batasan Istilah

a. Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengaruh merupakan suatu daya yang ada atau timbul dari satu orang ataupun benda,

yang ikut serta membentuk watak, kepercayaan maupun perbuatan seseorang.⁷

Pengaruh mengacu pada situasi di mana terdapat hubungan timbal balik atau sebab akibat antara pihak yang mempengaruhi dan pihak yang terkena dampak. Sehingga pengaruh juga bisa diartikan sebagai daya yang memicu kepada sesuatu dan menjadikan sesuatu tersebut berubah, sehingga jika suatu hal tersebut berubah karna suatu pengaruh maka akan timbulnya akibat yang ditimbulkan.⁸

Menurut Surakhmad pengaruh merupakan suatu kekuatan yang bisa muncul dari suatu benda atau orang dan juga gejala dalam bisa menimbulkan perubahan yang dapat membentuk kepercayaan atau perubahan. Menurut W. J. S Poewardamita, pengaruh ialah salah satu daya yang ada dalam sesuatu yang sifatnya dapat menghasilkan perubahan kepada yang sifatnya dapat memberi perubahan kepada yang lain.⁹

Pengaruh terbagi menjadi dua kategori yaitu pengaruh negatif dan pengaruh positif. Pengaruh positif berarti menunjukkan perubahan kearah yang lebih baik. Sedangkan pengaruh negatif berarti menunjukkan ke arah yang lebih buruk dari sebelum adanya Aplikasi TikTok.

Sehingga dari beberapa definisi diatas dapat ditarik kesimpulan pengertian pengaruh dalam penelitian ini yaitu pengaruh merupakan suatu kekuatan atau daya yang datang sehingga dapat menimbulkan perubahan seperti watak, sifat, penampilan, sosial dan masi banyak lagi.

Pengaruh dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Pengaruh kognitif, yaitu perubahan sebagai salah satu efek yang terjadi pada diri orang itu sendiri dan menyebabkan dia mempersepsikan, atau meningkatkan tingkat intelektual, orang itu. Di sini, pesan yang dikirim

⁷ <https://kbbi.web.id/pengaruh> (diakses pada tanggal 3 Januari 2024).

⁸ Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*, (Jurnal Elektronik Universitas Tulungagung), 142.

⁹ Yusnita Ulfa & Fauzi Arif, *Pengaruh dan Efektivitas Media Sosial pada Proses Pengumpulan Zakat, Infaw, dan Sedekah: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Al-Washliyah Beramal (LAZ WASHAL) Sumatera Utara*, (Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen), 254.

oleh komunikator dikirim ke pikiran komunikator

- b. Pengaruh afektif, lebih besar dari pengaruh kognitif Di sini tujuan komunikator tidak hanya untuk diketahui oleh komunikator, tetapi untuk melampaui itu. Diharapkan dari hati komunikator akan tergerak untuk mencoba berlatih, yang dapat menyebabkan emosi tertentu, seperti marah, tertawa, dll.
- c. Pengaruh perilaku, yaitu efek yang diberikan pada komunikasi dalam hal perilaku, tindakan dan aktivitas.

b. Perilaku Konsumtif

Perilaku mengacu pada tindakan dan aktivitas seseorang, dan mencakup berbagai hal seperti berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, belajar, menulis, dan membaca. Dari penjelasan tersebut dapat kita simpulkan bahwa perilaku manusia berarti segala kegiatan atau perbuatan manusia, baik yang diamati langsung oleh pihak luar maupun tidak.

Perilaku Konsumtif adalah sebagai bagian dari aktivitas atau kegiatan mengkonsumsi suatu barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen. Perilaku konsumtif juga diartikan sebagai perilaku atau gaya hidup seseorang yang suka membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang matang.¹⁰

Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang atau kelompok untuk mengekspresikan dirinya dengan membeli produk yang kurang diperlukan secara berlebih untuk memenuhi kepuasan.

c. Aplikasi Tiktok

Aplikasi tiktok merupakan sebuah aplikasi yang dapat menarik masyarakat untuk membuat vidio pendek, aplikasi ini juga menawarkan efek-efek khusus dan unik serta memungkinkan pengguna Tiktok untuk membuat vidio dengan mudah. Aplikasi Tiktok merupakan salah satu aplikasi yang sangat populer di dunia. Durasi dalam vidio Tiktok yaitu 3

¹⁰ <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15276/Perilaku-Konsumtif-Pembawa-Petaka-Di-Era-Modern.html> (diakses pada tanggal 16 September 2024).

sampai 15 Menit dengan adanya musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya.

Aplikasi ini dikembangkan oleh perusahaan asal Tiongkok China, ByteDance pertama kali meluncurkan aplikasi yang memiliki durasi pendek yang bernama Douyin. Hanya dalam satu tahun, Douyin telah mencapai 100 juta pengguna dan 1 miliar penayangan video setiap hari. Popularitas Douyin yang tinggi membuatnya melakukan perluasan ke luar China dengan nama TikTok.¹¹

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pengerjaan skripsi maka dibuatlah sistematika pembahasan, isi sistematika pembahasan berisikan tentang:

Bab I: Pendahuluan: meliputi dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan istilah dan sistematika penulisan.

Bab II: Kajian Teoritis: dalam bab ini peneliti menjabarkan tentang kerangka teoritis, kajian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian.

Bab III: Metodologi Penelitian: didalam Bab ini peneliti menjelaskan tentang jenis dan pendekatan, lokasi dan waktu, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validasi data dan realibilitas serta teknik analisis data yang digunakan untuk penelitian ini.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan: bab ini berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian dan menjabarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian

Bab V: Penutup: pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran yang berdasarkan temuan penelitian, pembahasan dan kesimpulan penelitian.

¹¹ Wirda Tuljannah, Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Bangkinang Kota Kabupaten Kampar, (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau), 5.