

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aplikasi *TikTok* adalah salah satu media sosial populer saat ini yang berfokus pada video , awalnya dikenal sebagai *Douyin* di Cina sebelum perluasan internasional. Dibuat oleh Zhang Yiming, aplikasi ini memberikan efek kreatif pada video pendek, menarik banyak pengguna dengan lebih dari 100 juta pengguna dalam setahun dan 1 miliar tayangan harian. Meskipun asalnya dari Cina, *TikTok* berhasil menarik pengguna dari berbagai belahan dunia dengan fitur-fitur khususnya yang membuat video menjadi menarik dan berpotensi viral (Suhron, 2016)(Malimbe *et al.*, 2021).

Presentase pengguna aplikasi *TikTok* secara global berdasarkan data *Business of Apps*, ada 1,68 miliar pengguna aktif bulanan (*monthly active users/MAU*) *TikTok* di dunia hingga kuartal I/2023. Jumlah ini meningkat 4,8% dibandingkan pada kuartal sebelumnya yang sebanyak 1,6 miliar pengguna (Rizaty, 2023b). Alasan banyak orang yang menggunakan aplikasi *TikTok* untuk berkreaitivitas atau memberikan informasi mengenai suatu hal. Melalui video dan lagu yang ditampilkan di aplikasi ini memudahkan informasi dapat disampaikan dan dapat memberikan rangsangan untuk yang melihatnya, menirukan dan menyebarkannya (Dewa & Safitri, 2021).

Berdasarkan laporan *We are Social* dan *Hootsuite*, jumlah pengguna *TikTok* di Indonesia sebanyak 106,52 juta orang pada Oktober 2023. Angka tersebut meningkat 6,74% dibandingkan dengan tiga bulan sebelumnya yang sebanyak 99,79 juta orang (Rizaty, 2023a). Dengan jumlah tersebut Indonesia menjadi negara pengguna *TikTok* terbanyak nomor dua di dunia (Anur, 2023). Menurut Donny Eryastha selaku *Head of Public Policy* *TikTok* Indonesia, pengguna aplikasi *TikTok* di Indonesia didominasi oleh

generasi Y dan Z . Generasi Y juga biasa disebut generasi milenial, sedangkan generasi Z atau kerap disingkat dengan Gen Z sendiri merupakan generasi di bawah milenial antara umur 14 sampai dengan 24. Sehingga dari pernyataan tersebut dapat di simpulkan bahwa pengguna *TikTok* khususnya di Indonesia didominasi oleh para remaja (Mahardhika *et al.*, 2021).

TikTok adalah platform berbagi video pendek tempat pengguna dapat menonton dan memproduksi video cepat menggunakan musik, stiker, dan animasi sebagai efek, melalui video tersebut remaja dapat melihat video orang lain atau mengunggah video tentang diri sendiri yang dapat berdampak pada harga diri remaja (Savira *et al.*, 2022). Dampak pada harga diri remaja dapat menghasilkan harga diri rendah sampai tinggi .

Dampak positif penggunaan *TikTok* menurut penelitian (Nur Muhtar & Rahman, 2023) adalah kemudahan akses informasi yang sedang ramai dibicarakan, hiburan serta pengisian waktu luang dengan konten yang menghibur, interaksi dengan orang baru dari berbagai latar belakang, dan dorongan untuk kreativitas dan mengekspresikan diri melalui konten video dan musik. Dampak negatif pada remaja (Lin, 2023) adalah kecanduan konten menghibur yang sulit dihentikan, penyebaran nilai salah seperti ekstremisme ,konten pornografi, meniru perilaku yang membuat remaja terlalu dewasa, masalah *cyberbullying* dan harga diri rendah (Savira *et al.*, 2022).

Harga diri merupakan evaluasi individu terhadap dirinya sendiri, yang diakui melalui sikap, interaksi penghargaan, dan penerimaannya terhadap orang lain sebagai perbandingan dirinya dengan orang lain. Akan tetapi, harga diri yang diperoleh seseorang tergantung pada pengakuan dan penilaian yang didapatkan dari gambaran yang dibagikan ke media sosial *TikTok*(Fitri, 2023).

Harga diri remaja pengguna *TikTok* cenderung tinggi dapat dipengaruhi oleh presentasi diri dan penerimaan diri , remaja pengguna *TikTok* menggunakan platform ini sebagai sarana untuk mempresentasikan diri melalui video pendek guna mendapatkan tanggapan positif dari orang

lain ,melalui media sosial *TikTok*, seseorang akan menampilkan dirinya sebaik mungkin untuk mendapatkan tanggapan positif, yang pada gilirannya dapat memperkaya harga diri mereka pernyataan ini didukung hasil penelitian dari (Difa Islami *et al.*, 2022) yaitu pengguna aplikasi *TikTok* memiliki harga diri sedang sebanyak 17 orang (14,4%) dan subjek yang memiliki harga diri tinggi berjumlah 101 orang (85,6%).

Harga diri remaja pengguna *TikTok* cenderung rendah dipengaruhi oleh narsisme yang terjadi saat remaja yang membutuhkan komentar positif dari orang lain, lalu diikuti dengan membutuhkan pujian orang lain dari konten video yang diunggah, selalu ingin diperlakukan istimewa, sering merasa iri atas popularitas yang orang lain dapatkan (Abdillah & Finda Maika, 2023) .Pernyataan ini didukung hasil penelitian terhadap remaja pengguna *TikTok* (Savira *et al.*, 2022) pada 29 responden dalam teori Rosenberg merasa tidak ada yang baik dalam dirinya dan 18 responden merasa orang lain di media sosial khususnya *TikTok* banyak lebih baik dan berprestasi dari dia dan sebanyak 26 responden merasa cemas penilaian orang lain terhadap dirinya. Sebanyak 20 responden selalu merasakan minder/tidak percaya diri saat melihat penampilan orang lain di *TikTok*. Ini (Savira *et al.*, 2022)membuktikan bahwa aplikasi *TikTok* juga dapat berpengaruh negative terhadap harga diri dikalangan remaja,

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan oleh penulis menggunakan metode wawancara tanggal 6 Maret 2024 dengan jumlah responden 10 orang menunjukkan bahwa remaja menggunakan *TikTok* untuk hiburan dan mendapat informasi terkini, 8 dari 10 remaja di kalangan siswa dan siswi SMK Muhammadiyah 1 Jatinom menggunakan *TikTok* dengan frekuensi lebih dari 4 kali dan durasi lebih dari 3 jam perhari ,6 dari 10 remaja mengatakan menggunakan *TikTok* sebagai tempat untuk mengekspresikan diri lewat video dan melalui video tersebut remaja merasa dapat meningkatkan percaya dirinya ,4 dari 10 remaja mengatakan *TikTok* memiliki dampak negatif yaitu kemunculan konten dewasa dan 6 dari 10 remaja mengatakan muncul perasaan iri setelah melihat konten remaja lain

di *TikTok* yang memiliki kehidupan lebih baik dari segi materi, fisik yang *glowing* dan prestasi. Hal ini dapat mempengaruhi harga diri remaja.

Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana harga diri remaja pengguna *TikTok* menjadi harga diri tinggi atau rendah, dan penting bagi remaja untuk lebih cerdas dalam menggunakan aplikasi *TikTok* karena dengan penggunaan yang positif tidak menimbulkan harga diri rendah.

B. Rumusan Masalah

Presentase pengguna aplikasi *TikTok* secara global berdasarkan data *Business of Apps*, ada 1,68 miliar pengguna aktif bulanan (*monthly active users/MAU*) *TikTok* di dunia hingga kuartal I/2023 (Rizaty, 2023b). Berdasarkan laporan *We Are Social* dan *Hootsuite*, jumlah pengguna *TikTok* di Indonesia sebanyak 106,52 juta orang pada Oktober 2023 (Rizaty, 2023a). Pengguna *TikTok* khususnya di Indonesia didominasi oleh para remaja (Mahardhika *et al.*, 2021). Penggunaan *TikTok* memengaruhi harga diri remaja. Mereka cenderung meningkatkan harga diri melalui presentasi diri yang menghasilkan tanggapan positif, seperti yang ditemukan dalam penelitian (Difa Islami *et al.*, 2022). Namun, penggunaan yang berlebihan dapat menyebabkan harga diri rendah, terutama ketika remaja bergantung pada pujian orang lain dan merasa kurang saat dibandingkan dengan orang lain di platform tersebut, sesuai penelitian (Savira *et al.*, 2022).

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan oleh penulis menggunakan metode wawancara tanggal 6 Maret 2024 dengan jumlah responden 10 orang menunjukkan bahwa 6 dari 10 remaja mengatakan muncul perasaan iri setelah melihat konten remaja lain di *TikTok* yang memiliki kehidupan lebih baik dari segi materi, fisik dan prestasi.

Berdasarkan uraian pernyataan di atas peneliti tertarik “Mengetahui gambaran harga diri remaja pengguna aplikasi *TikTok* di SMK Muhammadiyah 1 Jatinom”

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum
 - a. Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran harga diri remaja pengguna aplikasi *TikTok* di SMK Muhammdiyah 1 Jatinom.
2. Tujuan Khusus
 - a. Mengidentifikasi karakteristik responden : Usia, Jenis Kelamin, Lama Penggunaan Aplikasi *TikTok*.
 - b. Mengidentifikasi kategori harga diri remaja di SMK Muhammdiyah 1 Jatinom.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dapat menjadi bahan referensi harga diri dan acuan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan harga diri remaja pengguna aplikasi *TikTok*.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Remaja

Dengan adanya penelitian ini diharapkan remaja mampu mengidentifikasi gambaran harga dirinya sehingga remaja dapat memiliki kesadaran untuk melakukan pencegahan jika terjadi permasalahan harga diri.
 - b. Bagi Orang Tua

Memberikan pemahaman kepada orang tua tentang pengaruh aplikasi tersebut terhadap harga diri anak remaja, sehingga orang tua dapat memberikan dukungan dan bimbingan yang sesuai.
 - c. Bagi Institusi Pendidikan

Diharapkan mampu mengidentifikasi harga diri dan dapat melakukan pencegahan terkait masalah harga diri.

d. Pelayanan Kesehatan

Dapat menjadi idikasi awal dalam pemeriksaan gangguan harga diri pada remaja pengguna aplikasi *TikTok*.

e. Penelitian Selanjutnya

Dapat memahami dan menambah wawasan mengenai harga diri pada remaja , sehingga bisa digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.

E. Keaslian Penelitian

Tabel 1.1 Keaslian Penelitian

No.	Judul dan Penulis	Tujuan	Metode	Hasil	Perbedaan dengan yang diteliti
1.	Harga Diri dan Perilaku Narsisme pengguna <i>TikTok</i> pada Mahasiswa (2023). (Rijal Abdillah, Widya Finda Maika)	Menentukan hubungan antara harga diri dan perilaku narsistik pengguna <i>TikTok</i> pada mahasiswa perguruan tinggi	Analisis data menggunakan uji korelasi <i>pearson product moment</i> .	Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar -0,384** dengan taraf signifikansi atau sig. (2-tailed) sebesar 0,000 ($p < 0,05$) maka artinya ada hubungan yang signifikan (berarti) antara variabel Harga Diri dengan Perilaku Narsisme dengan kekuatan hubungan yang sangat kuat.	Metode yang digunakan deskriptif dengan satu variabel yaitu harga diri remaja pengguna aplikasi <i>TikTok</i> . Sampel yang digunakan sebanyak 170 remaja dengan Teknik <i>purposive sampling</i> . Pengambilan data dengan menggunakan kuesioner. Teknik Analisa data yang digunakan analisa data univariate.
2.	<i>Correlation between TikTok Use and Teenagers' Self Esteem</i> (2022). (Rini Savira, Muhammad Rifai, Wahyuneng sih)	Untuk mengetahui harga diri remaja saat menggunakan aplikasi <i>TikTok</i>	Analisa deskriptif korelasi.	29 responden dalam merasa tidak ada yang baik dalam dirinya dan 18 responden merasa orang lain di media sosial khususnya <i>TikTok</i> jauh lebih baik dan berprestasi dibandingkan dirinya; dan sebanyak 26 responden merasa cemas terhadap penilaian orang lain terhadap dirinya. Sebanyak 20 responden	Metode yang digunakan deskriptif dengan satu variabel yaitu harga diri remaja pengguna aplikasi <i>TikTok</i> . Sampel yang digunakan sebanyak 170 remaja dengan Teknik <i>purposive sampling</i> . Pengambilan data dengan menggunakan kuesioner. Teknik Analisa data yang digunakan analisa data univariate.

				selalu merasa minder/tidak percaya diri saat melihat penampilan orang lain di <i>TikTok</i> . Hal ini membuktikan bahwa aplikasi <i>TikTok</i> juga berpengaruh terhadap harga diri dikalangan remaja,	
3.	Harga Diri dengan Presentasi Diri pada Remaja Pengguna <i>TikTok</i> (2022). (Mudrisa Difa Islami, Sarita Candra Merida, Rospita Novianti)	Mengetahui secara empiris hubungan antara harga diri dengan presentasi diri pada remaja pengguna aplikasi <i>TikTok</i> di Bekasi	Metode kuantitatif. Perhitungan data menggunakan Teknik <i>pearson product moment</i>	Didapatkan hasil korelasi sebesar 0,430** dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Artinya, terdapat hubungan antara harga diri dengan presentasi diri pada remaja pengguna aplikasi <i>TikTok</i> di Bekasi.	Metode yang digunakan deskriptif dengan satu variabel yaitu harga diri remaja pengguna aplikasi <i>TikTok</i> . Sampel yang digunakan sebanyak 170 remaja dengan Teknik <i>purposive sampling</i> . Pengambilan data dengan menggunakan kuesioner. Teknik Analisa data yang digunakan analisa data univariate.
4.	Hubungan antara Penerimaan Diri dengan Harga Diri pada remaja pengguna <i>TikTok</i> (2023). (Syami Deviana Fitri)	Mengetahui hubungan antara penerimaan diri dengan harga diri pada remaja pengguna <i>TikTok</i> .	Teknik analisis yang digunakan adalah korelasi <i>product moment</i>	Hasil analisis menunjukkan bahwa penerimaan diri berpengaruh secara positif signifikan terhadap variabel harga diri ($R = 0,438$, $R Square = 0,192$, $p < 0,01$) yang	Metode yang digunakan deskriptif dengan satu variabel yaitu harga diri remaja pengguna aplikasi <i>TikTok</i> . Sampel yang digunakan sebanyak 170 remaja dengan Teknik <i>purposive sampling</i> . Pengambilan data dengan menggunakan kuesioner. Teknik Analisa data yang

artinya semakin digunakan analisa
tinggi data univariate.

penerimaan diri
semakin tinggi
juga harga diri
yang dialaminya.
