

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Proses komunikasi antarmanusia yang terkendala oleh adanya perbedaan ruang dan waktu dari komunikator dan komunikan menjadi pemicu terciptanya media baru (Naway, 2017). Selain kendala ruang, ada kendala *delay* waktu agar pesan bisa sampai ke penerima. Hal ini lah yang menjadi awal mula munculnya media-media baru yang terus berkembang hingga dapat mengatasi keterbatasan tersebut. Hadirnya media baru dalam kehidupan membuat proses komunikasi dapat berlangsung dimanapun, kapanpun, dan melalui teknologi komunikasi apapun. Media baru memiliki beberapa fitur yang bisa dipergunakan oleh masyarakat yaitu media sosial. Media sosial menawarkan kemudahan dalam berinteraks

Seiring dengan kemajuan era digital, platform-platform media sosial baru bermunculan seperti Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, TikTok, dan lain sebagainya (Hayati, 2021). Jika dulunya hanya sedikit media yang dapat menampilkan media dengan format video yang memiliki format yang rumit, kini hampir semua media sosial dapat memuat segala jenis media tambahan seperti foto, video, bahkan file lengkap sekalipun. Salah satu media sosial yang menyediakan dukungan dalam pembuatan video adalah TikTok. Menurut lembaga survei asal London, ‘*We Are Social*’, pada April tahun 2022. Indonesia menempati urutan kedua dalam pemakaian TikTok sebagai media sosial harian.

Grafik 1.1.1 Negara Pengguna Aktif TikTok Terbesar di Dunia



Sumber: We Are Social, 2023

Berdasarkan laporan *We Are Social*, TikTok telah memiliki 1,4 miliar pengguna aktif bulanan (*monthly active users/MAU*) berusia di atas 18 tahun secara global hingga kuartal I/2023 (Rizaty, 2023). Ketidakselarasan antara isi, tampilan, dan jadwal dalam konten TikTok sering kali menjadi kendala utama dalam pengalaman penggunaan TikTok. Namun, hal ini tidak sepenuhnya mempengaruhi minat dan partisipasi pengguna di Indonesia. Meskipun terdapat ketidakselarasan tersebut, Indonesia tetap berada di urutan kedua dengan jumlah pengguna aktif TikTok sebesar 99,1 juta orang dan rata-rata menghabiskan waktu di TikTok sebanyak 23,1 jam per bulan.

Ketidakselarasan antara isi, tampilan, dan jadwal dalam konten TikTok sering kali menjadi kendala utama dalam mencapai efektivitas konten yang maksimal. Ketiga elemen ini memiliki peran krusial dalam membentuk keseluruhan pengalaman penonton di platform TikTok. Pertama, isi konten haruslah sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan dan relevan dengan audiens target. Jika isi tidak jelas atau tidak relevan, penonton mungkin akan kehilangan minat dan beralih ke konten lain. Selain itu, tampilan yang menarik juga sangat penting dalam menarik perhatian dan mempertahankan minat penonton. TikTok sebagai platform video pendek mengandalkan aspek visual yang menarik dan kreatif. Jika tampilan tidak menarik atau kurang kualitas, konten mungkin tidak akan mencapai potensinya dan tidak mampu menarik audiens yang lebih luas. Tidak kalah pentingnya adalah jadwal postingan yang konsisten. Jadwal postingan yang teratur dan konsisten dapat membantu membangun audiens setia dan meningkatkan interaksi dengan penonton. Jika postingan tidak teratur dan tidak terdistribusi dengan baik, penonton mungkin kehilangan koneksi dengan konten creator dan tidak mengikuti konten tersebut dengan tetap.

Saat isi dan tampilan tidak saling mendukung atau bahkan bertentangan, penonton dapat mengalami kebingungan atau kesulitan dalam memahami pesan yang ingin disampaikan. Contohnya jika seorang pembuat konten menyampaikan pandangan atau informasi yang kompleks melalui gambar atau video yang tidak jelas atau ambigu, penonton mungkin tidak dapat sepenuhnya memahami inti dari konten tersebut. Selain itu, ketidakselarasan antara isi dan tampilan juga dapat mempengaruhi kepercayaan dan keandalan konten. Penonton sering kali

mengaitkan presentasi visual dengan kualitas dan kepercayaan konten. Jika tampilan visual tidak sesuai dengan isi yang disampaikan, penonton mungkin meragukan validitas atau keandalan konten tersebut. Misalnya, jika sebuah artikel ilmiah yang memiliki informasi yang berharga namun disertai dengan gambar yang terlihat tidak profesional atau tidak relevan, penonton mungkin meragukan keabsahan informasi yang disampaikan. Oleh karena itu, penting bagi pembuat konten untuk memastikan keseimbangan yang tepat antara isi dan tampilan dalam konten mereka. Bisa dengan menghadirkan keselarasan yang baik antara isi yang kuat dan presentasi visual yang menarik, pembuat konten dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas konten mereka.

Perencanaan yang matang, pengeditan yang cermat, dan perhatian terhadap rincian visual sangat penting untuk menciptakan pengalaman yang menyelaraskan isi dan tampilan sehingga dapat memberikan dampak yang kuat dan memuaskan bagi penonton. Penting bagi *content creator* di TikTok untuk memastikan ketiga elemen ini sejalan dan mendukung satu sama lain. Konten yang kuat, tampilan yang menarik, dan jadwal postingan yang konsisten akan menciptakan pengalaman yang menyelaraskan dan menghadirkan dampak positif pada penonton. Berada dalam lingkungan yang penuh dengan persaingan konten, pemahaman yang mendalam tentang pentingnya keselarasan antara isi, tampilan, dan jadwal akan menjadi kunci kesuksesan untuk mencapai efektivitas dan daya tarik yang berkelanjutan di TikTok. Maka dari itu, penting untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mencapai tujuan efektivitas konten.

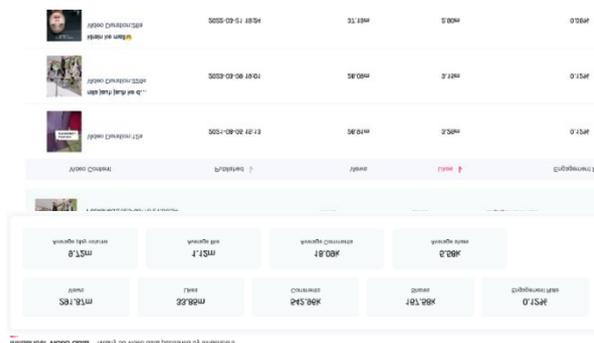
Mencapai tujuan konten yang efektif melalui penggunaan media sosial membutuhkan strategi yang tepat. Banyak strategi yang dapat dilakukan dalam memanfaatkan TikTok sebagai media penyaluran konten yang akan dibuat. Kualitas informasi memainkan peran yang sangat penting. Pengguna TikTok memiliki kecenderungan untuk mencari konten yang informatif, relevan, dan berkualitas. Kualitas informasi sangat penting dalam konteks media sosial. Pengguna TikTok sering mencari konten yang informatif dan relevan. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini dapat membantu memahami sejauh mana kualitas informasi memengaruhi efektivitas konten TikTok dan bagaimana pengguna meresponsnya. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan wawasan

tentang bagaimana meningkatkan kualitas informasi dalam konten TikTok. Selain itu, dalam pembuatan konten juga memerlukan sebuah pesona untuk menarik audiens, pesona ini bisa juga disebut sebagai daya tarik. Daya tarik adalah faktor penting dalam menarik perhatian pengguna TikTok. Konten yang menarik dan menghibur memiliki peluang lebih besar untuk menjadi viral dan mendapatkan pengikut yang lebih banyak.

Meneliti faktor-faktor yang membuat konten TikTok menjadi menarik diperlukan sehingga dapat digunakan sebagai pemahaman yang lebih baik tentang preferensi pengguna dan membantu pembuat konten untuk menghasilkan konten yang lebih efektif. Saat menentukan pembuatan konten, jadwal untuk *posting* konten juga tak kalah penting, hal ini bisa dikategorikan sebagai frekuensi *postingan*. Frekuensi *postingan* juga dapat memengaruhi efektivitas konten TikTok. Pengguna seringkali terhubung dengan akun yang secara konsisten menghasilkan konten berkualitas. Oleh karena itu, penting untuk memahami apakah frekuensi *postingan* mempengaruhi tingkat interaksi dan keterlibatan pengguna. Penelitian ini dapat memberikan panduan bagi pembuat konten tentang frekuensi optimal untuk *posting* konten.

Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas konten TikTok merupakan hal yang penting dalam kesuksesan konten. Untuk melakukan pemahaman tersebut, penelitian ini memilih akun TikTok @ndshvv untuk diteliti. Akun @ndshvv dipilih sebagai studi kasus yang memiliki keuntungan khusus karena mempelajari akun yang spesifik dapat memberikan wawasan yang lebih terperinci tentang faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas konten TikTok dalam konteks tersebut.

Gambar 1.1.1 Data Overview akun @ndshvv



Sumber: FastData TikTok Analytics, 2023

Berdasarkan *overview* akun @ndshvv yang diambil dari *Fast Data TikTok Analytics* (per Mei 2023) selama tiga tahun terakhir, dapat diketahui bahwa konten-konten yang dihasilkan akun @ndshvv memiliki lebih dari satu video yang menghasilkan penonton lebih dari 25 juta dan rata-rata *likes* yang dihasilkan adalah 1,12 juta dan mendapatkan rata-rata komentar sebanyak 18,9 ribu per *postingan* dan akan terus bertambah dalam waktu mendatang. Angka-angka *insight* yang dihasilkan akun @ndshvv inilah yang menjadikan alasan mengapa memilih akun TikTok @ndshvv. Peneliti memilih akun TikTok @ndshvv karena pola akun yang unik. Tidak seperti akun ‘berbagi’ lainnya, akun TikTok @ndshvv tidak pernah memasang judul *click-bait* seperti undian atau giveaway ataupun konten yang mengundang orang-orang untuk mengikutinya. Bahkan dari semua *thumbnail* video yang ia posting tidak pernah menggunakan editan apapun. Semua konten yang dibagikan hanya menggunakan editan dan juga pengambilan video menggunakan ponsel biasa.

Akun TikTok @ndshvv memiliki keunikan karena dapat menarik pengikutnya dari kontennya yang dikemas secara sederhana. Mempelajari akun @ndshvv sebagai studi kasus, penelitian ini dapat mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor tersebut bekerja secara khusus dalam konteks konten yang sederhana dan menarik di platform TikTok. Oleh sebab itu dipilihlah teori *Uses and Gratification* sebagai kerangka pemahaman yang relevan. Faktor-faktor seperti kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi postingan yang memengaruhi efektivitas konten TikTok dapat memberikan wawasan tentang bagaimana pengguna TikTok menggunakannya, apa kebutuhan mereka saat menggunakan platform, dan bagaimana mereka mendapatkan kepuasan dari konten yang mereka konsumsi.

Sejalan dengan penelitian lain, penelitian ini searah dengan penelitian yang dijalankan oleh Rizka (2020) dimana media sosial memiliki pengaruh terhadap efektivitas konten yang disampaikan, dan penelitian oleh Eman (2021) dimana sosial media juga memiliki pengaruh terhadap efektivitas konten yang disampaikan. Selain itu ada penelitian yang dijalankan oleh Isman (2020) dimana kunjungan berpengaruh pada sosial media. Semakin berkualitas suatu informasi, maka dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian

Lina (2020) daya tarik mempunyai efek yang positif signifikan pada efektivitas konten. Berdasarkan pembahasan latar belakang di atas, maka pada penelitian ini akan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Informasi, Daya tarik, dan Frekuensi *Postingan* terhadap Efektivitas Konten TikTok (Studi Kasus Konten Berbagi Pada Akun TikTok @Ndshvv)”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Didasari oleh latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah;

1. Seberapa besar pengaruh Kualitas Informasi akun terhadap Efektivitas Konten TikTok @ndshvv?
2. Seberapa besar pengaruh Daya tarik akun terhadap Efektivitas Konten TikTok @ndshvv?
3. Seberapa besar pengaruh Frekuensi *Postingan* akun terhadap Efektivitas Konten TikTok @ndshvv?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah;

### **1.3.1 Kegunaan Praktis**

Mengetahun seberapa besar pengaruh kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *postingan* terhadap efektivitas konten TikTok.

### **1.3.2 Kegunaan Teoritis**

Menguji teori yang digunakan peneliti dalam studi pengaruh kualitas informasi, daya tarik dan frekuensi *Postingan* akun terhadap efektivitas konten TikTok.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

### **1.4.1 Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi pembuat konten TikTok dalam mengembangkan konten yang lebih efektif. Memahami pengaruh kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *postingan*, pembuat

konten dapat terbantu dalam mengoptimalkan strategi mereka.

#### **1.4.2 Manfaat Akademis**

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi baru terhadap literatur ilmiah di bidang media sosial dan konten digital. Dengan menyelidiki pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap efektivitas konten TikTok, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman mengenai bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi dan berdampak dalam konteks media sosial yang semakin berkembang.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang yang berisi gap, konteks atau tren yang berkaitan dengan Kualitas Informasi, daya tarik dan frekuensi postingan terhadap efektivitas konten TikTok, beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan kualitas, daya tarik, dan frekuensi postingan, dan mengapa penelitian ini perlu dilakukan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi mengenai penyajian pemahaman yang komprehensif tentang penelitian sebelumnya terkait kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi postingan yang relevan dengan teori *Uses and Gratification* penelitian serta kerangka pemikiran yang sedang diteliti dari sumber dalam maupun luar negeri.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang objek penelitian yaitu followers akun TikTok @ndshvv, jenis penelitian yang digunakan kuantitatif, variabel penelitiannya ada empat variabel yang terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, operasional variabel yang berisi uji reliabilitas dan validitas, teknik pengumpulan data yang berisi sumber data primer yaitu kuesioner dan sekunder, teknik analisis data yang berisi uji asumsi klasik, uji analisis liner berganda, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis, serta table rencana

waktu.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Informasi, Daya Tarik, dan Frekuensi Postingan terhadap Efektivitas Konten TikTok” berupa deskripsi objek penelitian, karakteristik responden, data analisis variabel, hasil uji asumsi klasik, hasil uji analisis liner berganda, hasil koefisien determinias dan hasil pengujian hipotesis.

#### **BAB V KESIMPULAN**

Bab ini membahas mengenai kesimpulan akhir yang merupakan gambaran hasil penelitian dan pembahasan serta saran yang dituliskan penulis kepada masyarakat (saran praktis) maupun saran kepada penulis lainnya yang ingin meneliti hal serupa (saran teoritis).

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Bab ini berisi referensi buku, jurnal, media, dan berbagai referensi lainnya yang ditulis dengan APA Style

#### **LAMPIRAN**

Berisi informasi tambahan yang mendukung atau melengkapi penelitian yang dilakukan.