

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komunikasi merupakan bagian penting dari aktivitas manusia dalam menjalani kehidupan sehari - hari. Menurut Shannon dan Weaver (1949) menyatakan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Komunikasi yang dibangun tersebut dapat memberikan perubahan perilaku dari penggunanya. Dengan globalisasi yang semakin cepat, kemajuan teknologi dan informasi telah berdampak pada peningkatan penggunaan media sosial dalam masyarakat. Media sosial memperkuat hubungan komunikasi karena memungkinkan proses bertukar informasi menjadi lebih cepat dan efisien. Perkembangan globalisasi membawa kemajuan teknologi yang tidak terlepas dari kehidupan manusia, termasuk dalam hal penggunaan media sosial yang terus mengalami transformasi signifikan. Platform ini menyediakan berbagai fitur yang berdampak baik secara positif maupun negatif, peran media sosial sangat diperlukan sebagai sarana komunikasi individu, individu dan kelompok, serta antar kelompok dan kelompok (Sari, A., & Ainun, 2018)

Salah satu media sosial yang sedang tren adalah *Tiktok*. Pengguna aplikasi *Tiktok* menempati peringkat ke-4, terdapat 73,5% dari total penduduk Indonesia. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Sintia, A., & Hartati, 2023), menunjukkan bahwa media sosial *Tiktok* memberikan dampak positif dan dampak

negatif terhadap anak. Dampak positif yang ditimbulkan *Tiktok* bagi anak ialah melalui *Tiktok* anak mendapatkan edukasi seperti belajar doa, sholawat, berhitung, membaca dan lainnya, sebagai tempat anak untuk mengembangkan kreativitas anak. Sedangkan dampak negatifnya ialah berpengaruh pada perkembangan perilaku sosial anak terutama interaksi sosial anak dengan lingkungannya. Anak menjadi lupa waktu karena kecanduan sehingga kegiatan lain anak menjadi terganggu, seperti lupa waktu makan, mandi dan waktu istirahat anak pun jadi terganggu. Selain itu, kurangnya kepedulian anak dimana anak lebih tertarik untuk menggunakan *Tiktok* dibanding bermain dengan teman sebayanya, anak susah untuk di panggil ketika di panggil anak kurang merespon. Seringnya anak menggunakan *Tiktok* dalam kehidupannya sehari-hari membuat anak lebih sering berinteraksi dengan handphone atau gadget saja membuat anak kurang berinteraksi dengan lingkungan sekitar seperti teman atau orang lain.

Di bidang sepak bola, terdapat 22,8% penduduk Indonesia menggunakan media sosial untuk menonton tayangan-tayangan yang berkaitan dengan olahraga. Sepak bola merupakan olahraga yang banyak peminatnya karena mempunyai pertandingan yang seru dan membangkitkan semangat masyarakat, bahkan suporter mereka sangat fanatic (Tiyanto, R. I. S., & Hartono, 2019). Sepak bola telah menjadi olahraga yang sangat digemari di seluruh dunia, termasuk Indonesia, dan menjadi olahraga terpopuler di negara tersebut. Ketertarikan terhadap sepak bola tidak hanya terbatas pada permainannya saja, tetapi juga mencakup kesenangan menonton sepak bola (Vembria Rose Handayani, 2019). Sebuah penelitian yang dilakukan Nielsen pada tahun 2014 menunjukkan bahwa 77% orang Indonesia

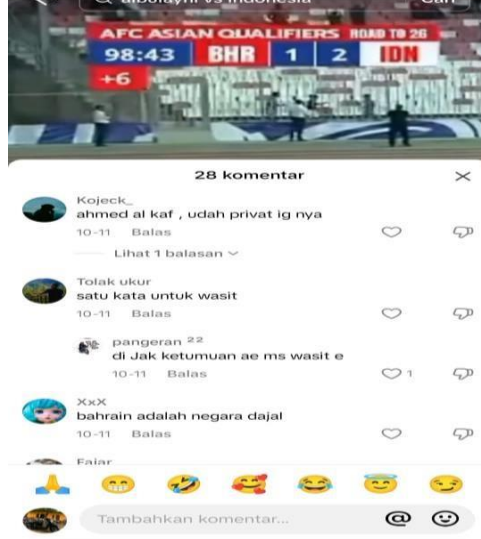
tertarik pada sepak bola. Indonesia bahkan menempati peringkat kedua negara peminat olahraga ini setelah Nigeria, dimana sekitar 83% peminat olahraga ini. Fakta tersebut menjadikan Indonesia menjadi negara yang fanatik sehingga meningkatkan risiko bentrok antar suporter sepak bola. Dalam hal ini media berperan penting dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, termasuk informasi berita olahraga, berita terkini, event, dan prestasi. Semua berita sepak bola mudah diakses melalui sosial media, salahsatunya adalah *Tiktok* (Natadjaya, P., & Heriyaldi, 2020).

Dalam ranah mahasiswa, sebuah pertandingan sepak bola memang sangat mengesankan dan tak jarang mempengaruhi tingkat fanatisme mereka terhadap klub favoritnya. Mereka rela melakukan berbagai tindakan ekstrem demi mendukung klub kesayangannya. Menurut Sage mengemukakan bahwa hubungan antara media dan dunia olahraga, dapat dikemukakan bahwa keduanya memiliki aspek positif dan negatif. Dengan melaporkan tentang olahraga favorit mereka, media mendapatkan dukungan masyarakat yang besar, sementara dunia olahraga mendapatkan perhatian masyarakat. Meskipun begitu, hubungan ini kadang-kadang dapat menimbulkan masalah bagi olahraga terkait karena cara media menyiarkan peristiwa. Kedua berpengaruh satu sama lain dan bergantung satu sama lain pada kesuksesan bisnis mereka dan tingkat popularitas yang mereka capai. Nilai konflik dalam berita cenderung menarik perhatian pembaca. Konflik olahraga menjadi topik yang diminati (Muhtar, 2020).

Terdapat banyak komentar di akun *Tiktok* @visionplusid yang memberikan informasi tentang pertandingan Bahrain vs Indonesia pada 10 Oktober 2024, yang

berakhir imbang, tetapi tidak seperti yang diharapkan pendukungnya. Situasi ini memicu banyak komentar dari pengikut @visionplusid, yang secara luas memberikan perspektif yang beragam, termasuk yang positif dan negatif. Komentar-komentar yang diposting di video *Tiktok* tersebut mengkritik atau menyindir performa buruk wasit yang memimpin pertandingan. Isinya adalah penghinaan terhadap wasit yang memberi waktu tambahan enam menit, tetapi waktunya ditambah menjadi sembilan menit tanpa informasi dari wasit. Waktu seharusnya 90 menit, ditambah enam menit menjadi 96 menit, tetapi wasit tidak meniup peluit di menit itu, dan di menit 99 wasit meniup peluit tanda berakhirnya pertandingan. Hal ini menyebabkan tim Indonesia imbang dengan skor 2-2. Keberadaan video yang diunggah di akun *Tiktok* @visionplusid, yang dianggap sebagai saluran berita yang sebanding dengan media konvensional, menyebabkan munculnya berbagai komentar positif dan negatif. Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa pandangan publik dapat dengan mudah dibentuk dan terungkap di platform media sosial *Tiktok* yang dapat mempengaruhi perilaku sosial seseorang.





(Sumber: Tik-Tok, 2024)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan media sosial *Tiktok* untuk mengetahui perilaku fans olahraga sepak bola dengan menggunakan teori interaksi simbolik terdapat tiga konsep penting yaitu yang pertama *mind* (pikiran) berhubungan dengan bagaimana individu memaknai suatu fenomena atas pola pikirnya, kedua *self* (diri) yaitu penilaian terhadap diri sendiri. Ketiga, *society* (masyarakat), yaitu pandangan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti terkait “**Dampak Media Sosial *Tiktok* @*visionid* Terhadap Perilaku Sosial Fans Olahraga Sepak Bola (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020)**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian adalah bagaimana dampak media sosial *Tiktok* @*visionid* terhadap perilaku sosial fans olahraga sepak bola?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dampak media sosial *Tiktok* terhadap perilaku sosial fans olahraga sepak bola.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan wawasan (mahasiswa ilmu komunikasi, 2020) menjadi acuan bagi penelitian lanjutan, serta memperlihatkan bagaimana mahasiswa berperilaku saat menggunakan *Tiktok*.

2. Manfaat Teoritis

Besar harapan peneliti bahwa penelitian ini akan bermanfaat dan memperkaya pengetahuan mahasiswa ilmu komunikasi, menjadi sumber referensi bagi mahasiswa yang akan melanjutkan penelitian. Memberikan informasi yang bermanfaat bagi pembaca dan menunjukkan bagaimana perilaku mahasiswa dalam menggunakan *Tiktok*.

1.5. Kerangka Pemikiran, Asumsi, dan Hipotesis

1.5.1. Kerangka Pemikiran

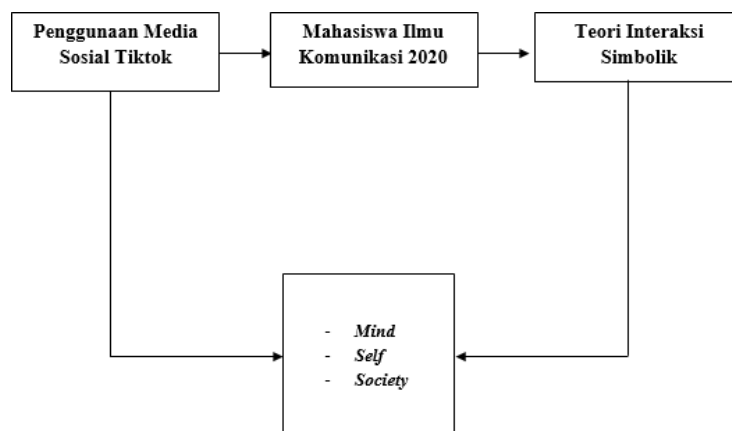
Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran merupakan pijakan logis yang disusun berdasarkan hasil observasi, literature ilmiah, serta temuan – temuan relevan yang diperoleh oleh peneliti (Syafitri, dkk., 2023:161). Oleh karena itu, diperlukan suatu kerangka kerja untuk memberikan ringkasan isi penelitian. Kerangka pemikiran ini bertujuan sebagai alur pemikiran agar pembaca memahami alur yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian dan bagaimana proses penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti merancang kerangka berpikir untuk mempermudah jalannya penelitian, dengan fokus untuk meneliti dampak penggunaan *Tiktok* terhadap perilaku sosial *fans club* sepak bola.

Berdasarkan uraian tersebut, kerangka pemikiran adalah alasan yang dikembangkan

untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kerangka pemikiran yang menggambarkan konsep dan implementasi penelitian interaksi simbolik. Dalam penelitian interaksi simbolik mempunyai peran dalam penggunaan media sosial. Didalam interaksi simbolik terdapat 3 simbol dalam penggunaan media sosial yaitu *mind, self, society*.

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui perilaku mahasiswa Ilmu Komunikasi 2020 sebagai fans olahraga sepak bola.

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran



(Sumber: Olahan Penulis, 2024)

1.5.2. Asumsi

Asumsi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah dugaan yang dijadikan dasar dalam proses berpikir. Oleh karena itu, peneliti menganggap bahwa TikTok dapat memengaruhi perilaku sosial penggemar sepak bola. Berdasarkan pengertian ini, sebelum melakukan penelitian ini, peneliti berasumsi bahwa media sosial *Tiktok* dapat memberikan dampak terhadap perilaku sosial penggemar fans sepak bola.

1.5.3. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan awal yang masih perlu dibuktikan melalui data empiris untuk menjawab masalah penelitian yang dirumuskan. (Abubakar, 2021). Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah penggunaan media

sosial *Tiktok* memberi dampak bagi mahasiswa program studi ilmu komunikasi angkatan 2020 menggunakan teori interaksi simbolik yaitu, *mind*, *self* dan *society*.