

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah mengalami kemajuan pesat dalam beberapa tahun terakhir, menciptakan perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Inovasi baru seperti smartphone canggih, perangkat wearable, dan aplikasi yang terus berkembang telah meresap ke dalam kehidupan sehari-hari, menciptakan lingkungan yang lebih terhubung dan serba cepat. Teknologi ini telah membuka pintu untuk pengalaman baru, memperluas cakrawala kita, dan mengubah cara kita berinteraksi dengan dunia di sekitar kita (Hermila dkk, 2023). Dengan demikian perkembangan teknologi bukan hanya sekadar kemajuan alat, tetapi juga transformasi besar dalam cara manusia hidup dan berinteraksi.

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2020 terdapat catatan bahwa jumlah total pengguna internet di Indonesia pada tahun tersebut mencapai 196,71 juta orang, yang setara dengan sekitar 73,7% dari total jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 266,91 juta orang. Pulau Jawa mencatatkan jumlah pengguna internet terbesar, dengan sekitar 56,4% dari total pengguna internet di Indonesia (Gunawan dkk, 2022). Ini menunjukkan pengguna internet di Indonesia cukup tinggi.

Widi mengemukakan laporan dari Data Indonesia Id, pada Januari 2023, menurutnya jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai

167 juta orang, yang setara dengan 60,4% dari populasi masyarakat Indonesia. Selain itu, data dari dataindonesia.id juga menunjukkan bahwa rata-rata waktu yang dihabiskan untuk bermain media sosial di Indonesia mencapai 3 jam 18 menit setiap harinya, yang merupakan rekor tertinggi ke-10 di dunia (Hermila dkk, 2023). Data tersebut menunjukkan betapa besar pengaruh media sosial dalam kehidupan masyarakat Indonesia.

Menurut riset yang dilakukan oleh *Pew Research Centre*, sebuah lembaga yang secara konsisten melakukan penelitian tentang internet, teknologi, dan sains, hasilnya menunjukkan bahwa remaja perempuan lebih cenderung menggunakan media sosial secara intens, misalnya 19% perempuan mengatakan menggunakan TikTok hampir secara konstan dibanding 13% laki-laki, dan lebih banyak perempuan yang melaporkan penggunaan rutin Instagram dan TikTok dibanding laki-laki (Faverio & Sidoti, 2024). Dari data ini dapat disimpulkan bahwa perempuan lebih banyak menghabiskan waktunya untuk bermain media sosial dibandingkan laki-laki.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok pengguna aktif media sosial sekaligus usia terbanyak pengguna media sosial. Berdasarkan hasil survey pengguna media sosial mencapai persentase 89,7%, pada kelompok mahasiswa yang mayoritas berusia 18-25 tahun memiliki jumlah terbanyak dibandingkan dengan kelompok lainnya. Mahasiswa merupakan kelompok anak muda yang memiliki akses mudah dan luas ke perangkat digital seperti smartphone, tablet, dan laptop. Media sosial memberikan anak muda peluang untuk terhubung dan berinteraksi dengan teman sebaya serta mengembangkan

jaringan sosial yang lebih luas. Mereka menggunakan media sosial untuk membagikan pengalaman, berkomunikasi, dan membangun hubungan (Hermila dkk, 2023). Mahasiswa menjadi kelompok yang paling dominan dalam penggunaan media sosial karena akses mereka yang luas terhadap teknologi digital. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan mahasiswa, baik sebagai sarana komunikasi maupun sebagai ruang untuk membangun identitas dan jaringan sosial yang lebih besar.

Saat ini, terdapat perkembangan yang signifikan dalam penggunaan platform media sosial, sebagaimana diungkapkan oleh laporan dari Sensor Tower Moedia dalam Machyudin A.H Platform-platform tersebut meliputi TikTok, Facebook, Instagram, Snapchat, dan Likee. Trend ini mencerminkan pergeseran perilaku konsumen yang semakin beralih ke interaksi digital dan kebutuhan akan konektivitas secara daring (Harahap & Adeni, 2020). Tren penggunaan platform media sosial yang semakin beragam ini menegaskan bahwa interaksi digital telah menjadi kebutuhan utama masyarakat. Pergeseran perilaku konsumen menunjukkan bahwa media sosial bukan lagi sekadar hiburan, melainkan ruang penting untuk membangun konektivitas dan identitas di era digital.

TikTok adalah sebuah platform video yang memungkinkan penggunaannya untuk mengekspresikan diri dan ide-ide mereka secara bebas melalui video berdurasi pendek. Pada kuartal pertama tahun 2018, TikTok berhasil mencatat lebih dari 45,8 juta unduhan, menjadikannya aplikasi yang

paling banyak diunduh saat itu. Keberhasilannya ini bahkan melampaui popularitas aplikasi smartphone lainnya seperti YouTube, Whatsapp, Facebook Messenger, dan Instagram (Carolin dkk, 2023). Keberhasilan TikTok dalam mencatat jumlah unduhan yang sangat tinggi menunjukkan kekuatan besar platform ini dalam menarik perhatian masyarakat global.

Media sosial TikTok yang semakin populer memiliki dampak positif dan negatif. Salah satu dampak positifnya adalah sebagai platform untuk iklan dan promosi. Menurut penelitian oleh Dewa & Safitri (2021) TikTok dapat digunakan sebagai media promosi dengan biaya rendah, memerlukan tenaga yang minimal, dan dilakukan dalam waktu singkat. Namun, dampak negatifnya adalah munculnya selebriti TikTok yang mempromosikan produk, yang dapat memengaruhi persepsi tubuh individu terhadap standar kecantikan (Febriani & Rahmasari, 2022). Dengan demikian penggunaan TikTok perlu dievaluasi secara cermat untuk memahami dan mengelola dampaknya secara holistik.

Fardouly dan Vartanian menyebutkan bahwa melihat konten visual (gambar dan video) yang diunggah di media sosial dapat mempengaruhi pengguna dengan mendorong perbandingan penampilan dengan orang lain. Ini dapat berdampak negatif pada citra tubuh pengguna (Febriani & Rahmasari, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa paparan dari konten yang ada di media sosial mempengaruhi konsep diri penggunanya. Dimana konten di TikTok telah mendorong perbandingan penampilan dengan orang lain sehingga penghargaan terhadap diri sendiri menjadi rendah.

Allah berfirman dalam quran surah at tin ayat 4:

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ

“sungguh, kami benar-benar telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik baiknya”

Menurut Tafsir al-Maraghi sesungguhnya manusia diciptakan dalam bentuk yang paling baik. Kami ciptakan ia dengan tinggi yang memadai, dan memakan makanannya dengan tangan, tidak seperti makhluk lain yang mengambil dan memakan makanannya dengan mulutnya. Lebih dari itu kami istimewa manusia dengan akalanya, agar bisa berfikir dan menimba berbagai ilmu pengetahuan serta bisa mewujudkan segala inspirasinya (Tanjung, 2021).

Ayat ini menunjukkan bahwa setiap individu memiliki nilai intrinsik yang tinggi dan potensi yang luar biasa. Kesempurnaan ini mencakup akal, hati dan kemampuan untuk berkembang. Kesadaran akan kesempurnaan penciptaan ini seharusnya membentuk fondasi yang kuat bagi konsep diri yang positif dan penghargaan terhadap diri sendiri serta orang lain, namun paparan konten yang tidak realistis di platform TikTok telah memicu perbandingan sosial yang dapat mengancam pembentukan konsep diri yang selaras dengan nilai luhur yang Allah anugerahkan, yaitunya seperti munculnya perasaan kurang puas terhadap diri sendiri sehingga menjadikan manusia sebagai makhluk yang kurang bersyukur, padahal Allah telah menciptakan mereka dengan bentuk yang sempurna dengan kelebihanannya masing masing.

Konsep diri adalah pandangan dari diri setiap individu tentang dirinya sendiri, Callhoun dan Acocella mendefinisikan konsep diri sebagai gambaran mental diri seseorang, konsep diri ini menurut callhoun dan acocella(1995) dalam(ghufron& rini risnawati, 2016) memiliki 3 aspek atau dimensi yaitu (1) pengetahuan individu tentang dirinya sendiri, (2) harapan individu terhadap dirinya sendiri, dan (3) penilaian individu tentang dirinya sendiri

Di tengah perkembangan media sosial TikTok konsep diri individu terbentuk melalui interaksi dan persepsi di platform ini. Dimensi pengetahuan diri membantu melihat bagaimana TikTok mempengaruhi identitas dan refleksi diri seseorang. Pengharapan diri menyoroti bagaimana TikTok membentuk cita cita dan standar diri. Penilaian diri menganalisis bagaimana interaksi di TikTok memengaruhi harga diri penggunanya.

Penelitian yang dilakukan oleh Carolin dkk (2023) dalam studi mereka yang berjudul "Pengaruh Penggunaan New Media TikTok Terhadap Pembentukan Konsep Diri Generasi Muda Indonesia 2022". Hasil penelitian ini mengungkapkan adanya pengaruh yang signifikan antara penggunaan TikTok sebagai *new media* dengan pembentukan konsep diri pada generasi muda Indonesia (Carolin dkk, 2023). Temuan ini mengindikasikan bahwa keterlibatan generasi muda dengan platform TikTok memiliki dampak terhadap bagaimana mereka membentuk pandangan tentang diri mereka sendiri, penemuan ini masih terbatas karena belum menggambarkan konsep diri secara lebih eksplisit.

Penelitian lain mengenai konsep diri yaitunya penelitian kualitatif yang dilakukan oleh Muhammad Khaidir (2023). Penelitian tersebut bertujuan untuk memahami perilaku bermedia sosial pada remaja di SMKS Humaniora Panton Labu serta menganalisis dampaknya terhadap pengembangan konsep diri siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku bermedia sosial siswa SMKS Humaniora bervariasi, termasuk penggunaan media sosial sebagai sarana eksistensi diri, sumber inspirasi dan pengembangan bakat, serta media komunikasi. Lebih lanjut, penelitian ini mengidentifikasi adanya dampak positif dan negatif media sosial terhadap konsep diri siswa(Khaidir, 2023) Penelitian ini hanya terbatas pada konsep diri siswa. Mengingat juga pesatnya perkembangan media sosial seperti TikTok di kalangan mahasiswa maka juga perlu dilakukan penelitian yang berfokus pada konsep diri mahasiswa.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Andi Saputra mengenai survei penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa kota padang menggunakan teori *uses and gratifications*, dimana responden dalam penelitian tersebut diambil dari tiga perguruan tinggi yang berada di kota padang salah satunya yaitu UIN Imam Bonjol Padang menunjukkan bahwa sebagian besar responden (mahasiswa) merupakan pengguna aktif media sosial. Media sosial sudah menjadi bagian keseharian mahasiswa (Saputra,2019). Pesatnya perkembangan media sosial seperti TikTok ini juga terjadi di kalangan mahasiswa bimbingan konseling islam UIN imam bonjol padang.

Berdasarkan observasi awal pada Desember 2024 yang dilakukan di lingkungan fakultas dakwah dan ilmu komunikasi UIN Imam Bonjol Padang menunjukkan beberapa hal yang menarik terkait dengan interaksi mahasiswa bimbingan konseling islam dengan platform TikTok. Teramati bahwa mahasiswa bimbingan konseling (BKI) UIN Imam Bonjol Padang menunjukkan tingkat keaktifan yang signifikan dalam menggunakan TikTok. Mereka terlihat memanfaatkan platform ini tidak hanya sebagai hiburan tetapi juga sebagai sarana untuk berinteraksi sosial, mengikuti tren, dan bahkan mengekspresikan diri. Frekuensi penggunaan yang terlihat dari intensitas mereka menggulirkan video dan membuat konten di sela-sela aktivitas akademik, ini mengindikasikan bahwa TikTok memiliki peran yang cukup sentral dalam rutinitas harian mereka. Namun realitasnya, paparan konten visual yang terus-menerus sering kali memicu proses perbandingan sosial yang intens. Muncul kecenderungan di mana aktivitas menonton konten tidak lagi menjadi sarana edukasi atau hiburan semata, melainkan menjadi standar evaluasi diri yang bias sehingga timbul rasa kurang percaya diri dalam dirinya. Hal ini memunculkan kekhawatiran akan terjadinya pergeseran pada aspek pengetahuan diri, munculnya ekspektasi yang menyimpang dari kenyataan, serta kerentanan pada harga diri mahasiswa ketika berhadapan dengan standar semu di media sosial.

Allah berfirman dalam QS. Al-An'am ayat 32:

وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهُمْ دَارُ الْآخِرَةِ خَيْرٌ لِّلَّذِينَ يَتَّقُونَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ

Artinya : Dan kehidupan dunia ini, hanyalah permainan dan senda gurau. Sedangkan negeri akhirat itu, sungguh lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa. Tidakkah kamu mengerti?

Ayat ini menegaskan bahwa manusia tidak boleh menjadikan kesenangan dunia sebagai orientasi utama hidup, melainkan harus menyadari bahwa akhirat adalah tujuan yang lebih utama dan lebih kekal. Manusia dituntut untuk mampu mengendalikan diri dari kecenderungan berlebihan terhadap kenikmatan sementara, serta menata orientasi hidup berdasarkan nilai ketakwaan dan kesadaran spiritual yang mendalam.

Mahasiswa Bimbingan Konseling Islam memiliki karakteristik khas karena memadukan psikologi dengan nilai-nilai spiritual Islam dalam memandang konsep diri. Namun, intensitas penggunaan TikTok berpotensi menggeser orientasi konsep diri mereka menjadi lebih berfokus pada aspek eksternal, seperti penampilan dan validasi sosial, sehingga dimensi spiritual yang seharusnya menjadi landasan utama berisiko terabaikan apabila tidak diimbangi dengan kesadaran dan pengendalian diri yang baik. Penelitian ini akan berfokus pada dampak dari penggunaan aplikasi TikTok terhadap pemahaman, harapan, dan penilaian individu atas dirinya sendiri.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak penggunaan TikTok terhadap berbagai aspek konsep diri mahasiswa BKI, serta implikasinya terhadap kesejahteraan psikologis dan perkembangan identitas mereka sebagai calon konselor islam yang memiliki pemahaman tentang dinamika psikologis individu.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana konsep diri pengguna TikTok pada mahasiswa bimbingan konseling islam fakultas dakwah dan ilmu komunikasi UIN Imam Bonjol Padang?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka batasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Konsep diri pengguna TikTok pada mahasiswa bimbingan konseling islam di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang dilihat dari aspek pengetahuan.
2. Konsep diri pengguna TikTok pada mahasiswa bimbingan konseling islam di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang dilihat dari aspek harapan.
3. Konsep diri pengguna TikTok pada mahasiswa bimbingan konseling islam di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang dilihat dari aspek penilaian.

D. Tujuan Penelitian

Dari uraian permasalahan diatas, adapun tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui konsep diri pengguna TikTok pada mahasiswa bimbingan konseling islam di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang dari aspek pengetahuan.

2. Untuk mengetahui konsep diri pengguna TikTok pada mahasiswa bimbingan konseling islam di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang dari aspek harapan.
3. Untuk mengetahui konsep diri pengguna TikTok pada mahasiswa bimbingan konseling islam di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang dari aspek penilaian.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis
 - a. Bagi Mahasiswa Bimbingan Konseling Islam UIN Imam Bonjol Padang penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang konsep diri mereka dalam konteks penggunaan media sosial, khususnya TikTok. Mendorong refleksi diri mengenai bagaimana penggunaan TikTok memengaruhi aspek pengetahuan, harapan, dan penilaian diri.
 - b. Bagi Program Studi Bimbingan Konseling Islam UIN Imam Bonjol Padang Memberikan wawasan mengenai dinamika konsep diri mahasiswa dalam era digital.
 - c. Bagi peneliti mendapatkan pemahaman mengenai konsep diri mahasiswa bimbingan konseling terkait penggunaan TikTok.
2. Manfaat teoritis
 - a. Memperkaya pemahaman tentang konsep diri dalam konteks media sosial, khususnya TikTok.

- b. Menambah literatur mengenai pengaruh teknologi terhadap pembentukan dan dinamika konsep diri.
- c. Menjadi sumber referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya mengenai penggunaan media sosial dan dampak psikologisnya.



UIN IMAM BONJOL
PADANG