

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital di era Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, seperti pendidikan, sosial, dan ekonomi. Media digital, khususnya platform media sosial menjadi fenomena penting yang tak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari masyarakat. Berdasarkan laporan We Are Social dan Hootsuite (2024), diketahui bahwa terdapat sekitar 192 juta orang masyarakat Indonesia yang aktif menggunakan media sosial, dengan waktu rata-rata harian penggunaan mencapai 3 jam 14 menit per orang (DataReportal, 2024). Dari tingginya intensitas jumlah tersebut, menimbulkan peluang baik dari bidang sosial, teknologi maupun ekonomi. sebagian besar memanfaatkan platform digital tidak hanya untuk berkomunikasi dan mencari hiburan, tetapi juga untuk kegiatan produktif seperti promosi usaha dan pemasaran produk secara daring.

Platform seperti TikTok, Instagram, dan Facebook. Media sosial yang awalnya hanya digunakan sebagai sarana hiburan dan komunikasi kini telah berkembang menjadi ruang produktif yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Melalui media sosial, masyarakat dapat mempromosikan produk, memperluas jaringan usaha, serta menjangkau konsumen tanpa batas geografis. Kondisi ini menjadikan media sosial berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam ekosistem ekonomi kreatif nasional. Pemerintah pun terus mendorong masyarakat untuk beradaptasi dengan perkembangan digital sebagai strategi peningkatan Stabilitas ekonomi keluarga dan penguatan ekonomi berbasis rumah tangga.

Dilihat dari sudut kebijakan pemerintah, upaya pemberdayaan ekonomi keluarga melalui teknologi digital memiliki landasan hukum yang jelas. Undang-Undang (UU) Nomor 52 Tahun 2009 Tentang Perkembangan Kependudukan Dan

Pembangunan Keluarga menegaskan bahwa pembangunan keluarga diarahkan pada peningkatan kualitas hidup, kemandirian ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, Peraturan Presiden No. 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Perkembangan Ekonomi Kreatif Nasional 2018–2025 menekankan pentingnya pemanfaatan inovasi dan teknologi digital sebagai penggerak utama ekonomi kreatif masyarakat. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial TikTok selaras dengan kebijakan nasional dalam memperkuat daya saing ekonomi keluarga di era digital.

Salah satu daerah yang ikut terdampak oleh perkembangan ekonomi digital adalah Kota Tasikmalaya, yang dikenal sebagai kota perdagangan dan industri kreatif di wilayah Priangan Timur. Kota Tasikmalaya memiliki 28.248 pelaku usaha mikro dan kecil yang bergerak di sektor kuliner, fashion, serta kerajinan tangan Berdasarkan data Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian 2025. Namun, sebagian besar pelaku usaha masih menghadapi kendala dalam hal digitalisasi dan promosi produk berbasis media sosial. Padahal, potensi ekonomi kreatif di kota ini cukup besar untuk dikembangkan melalui pemanfaatan teknologi digital secara optimal.

Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi digital yang paling berpengaruh pada saat ini adalah penggunaan media sosial dalam kegiatan pemasaran. Platform media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga menjadi ruang produktif bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar. Menurut (Maulana et al., 2023, hlm. 508) Salah satu platform media sosial yang kini berperan besar dalam dunia pemasaran digital adalah TikTok. Aplikasi berbasis video pendek ini tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi sarana pemasaran interaktif yang efektif.

Dibandingkan dengan media sosial lainnya, TikTok memiliki keunggulan pada sistem algoritma *For You Page* (FYP) yang menjadikan konten lebih mudah menjangkau audiens secara luas meskipun akun pengguna belum memiliki banyak pengikut. Selain itu, TikTok menyediakan berbagai fitur interaktif seperti TikTok Shop, Live Shopping, komentar, dan fitur berbagi video yang mendukung proses promosi, interaksi, serta komunikasi antara pengguna dan audiens. Kemudahan dalam pembuatan konten video juga menjadikan TikTok lebih menarik dan mudah

dimanfaatkan oleh masyarakat, termasuk pelaku usaha kecil, dalam memperkenalkan produk dan mengembangkan usaha secara digital tanpa memerlukan biaya promosi yang besar. Melalui berbagai keunggulan tersebut, TikTok tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi media sosial yang mendukung proses pembelajaran, promosi, interaksi sosial, dan pengembangan usaha di era digital.

Namun, hasil observasi awal di Kelurahan Nagarawangi RW 02 Layungsari, Kota Tasikmalaya, menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial TikTok sebagai sarana upaya pemenuhan kebutuhan keluarga masih belum optimal. Dari sekitar 30-50 pelaku usaha aktif, hanya sekitar 10-15 pelaku usaha yang telah menggunakan TikTok secara aktif untuk promosi dan pengembangan usaha. Sebagian besar lainnya masih mengandalkan promosi konvensional atau menggunakan WhatsApp dan Instagram secara pasif tanpa strategi pemasaran kreatif. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi ekonomi masyarakat dengan kemampuan mereka dalam mengoptimalkan media sosial TikTok secara produktif.

Padahal, jika dimanfaatkan secara tepat, TikTok dapat menjadi media strategis bagi pelaku usaha dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta menunjang pemenuhan kebutuhan ekonomi keluarga. Melalui berbagai fitur seperti TikTok Shop, Live Streaming, dan konten video yang kreatif, pengguna dapat memperoleh pengetahuan dan pengalaman baru dalam mengelola strategi promosi digital. Proses pembelajaran ini membantu pelaku usaha memahami cara menarik perhatian konsumen, memperluas relasi bisnis, dan menyesuaikan tren pasar yang terus berkembang. Dengan demikian, pemanfaatan TikTok tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan, tetapi juga berkontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan ekonomi rumah tangga secara berkelanjutan.

Rendahnya tingkat literasi digital di kalangan masyarakat juga menjadi faktor yang mempengaruhi belum optimalnya pemanfaatan TikTok secara produktif. Banyak pelaku usaha belum memahami cara memanfaatkan fitur TikTok secara maksimal untuk membangun citra usaha, meningkatkan keterlibatan audiens, dan memperluas jaringan pasar. Kondisi ini menunjukkan bahwa potensi ekonomi masyarakat melalui media sosial sebenarnya cukup besar, namun belum

sepenuhnya tergarap dengan baik. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada pelaku usaha yang telah memanfaatkan TikTok secara aktif, guna memahami strategi dan proses pemanfaatan platform tersebut dalam meningkatkan pendapatan serta memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga.

Beberapa penelitian terdahulu umumnya menyoroti efektivitas media sosial TikTok dalam kegiatan pemasaran digital serta kontribusinya terhadap pengembangan ekonomi kreatif. Namun, penelitian ini memiliki fokus yang lebih spesifik, yaitu membahas pemanfaatan tiktok sebagai media sosial dalam upaya pemenuhan kebutuhan keluarga. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti aspek pendidikan keluarga, di mana proses pembelajaran nonformal terjadi di lingkungan keluarga melalui pemanfaatan media sosial TikTok. Fenomena ini terutama tampak pada pelaku usaha di RW 02 Layungsari, Kelurahan Nagarawangi, Kota Tasikmalaya, yang masih terbatas dalam mengoptimalkan TikTok secara produktif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya meninjau aspek teknis penggunaan TikTok sebagai media promosi, tetapi juga menitikberatkan pada bagaimana pelaku usaha sebagai penerima manfaat memaknai, mengelola, dan menilai kontribusi TikTok terhadap peningkatan pendapatan serta stabilitas ekonomi keluarga mereka.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Dalam Upaya Pemenuhan Kebutuhan Keluarga”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media sosial yang strategis bagi masyarakat untuk memperoleh penghasilan tambahan, memperluas peluang ekonomi, serta mendukung stabilitas ekonomi keluarga. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi model dan rekomendasi bagi pelaku usaha lainnya dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pengembangan ekonomi keluarga secara berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial TikTok Dalam Upaya Pemenuhan Kebutuhan Keluarga?

1.3 Definisi Operasional

1.3.1 Pemanfaatan Media Sosial TikTok

Pemanfaatan Media Sosial TikTok merupakan proses penggunaan platform digital secara sadar, aktif, dan terarah oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan tertentu. Tujuan tersebut dapat berupa komunikasi, promosi, berbagi informasi, atau membangun jaringan sosial. Pemanfaatan Tiktok tidak hanya menjadi sarana interaksi sosial, tetapi juga sebagai media strategis untuk mendukung aktivitas sosial, ekonomi. Pemanfaatan media sosial Tiktok mencakup kemampuan pengguna dalam mengelola fitur-fitur yang tersedia, seperti pembuatan konten, penyebaran informasi, dan pengelolaan komunikasi digital. Aktivitas tersebut menuntut kreativitas, literasi digital, dan pemahaman terhadap dinamika platform agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif oleh audiens. Dengan kata lain, pemanfaatan media sosial Tiktok menekankan pada aspek partisipatif, di mana pengguna berperan aktif dalam menciptakan, mengonsumsi, dan mendistribusikan informasi secara mandiri.

1.3.2 Upaya Pemenuhan Kebutuhan Keluarga

Pemenuhan kebutuhan keluarga merupakan sebagai kemampuan keluarga untuk mencukupi berbagai kebutuhan hidup anggotanya, baik kebutuhan primer seperti pangan, sandang, dan papan, maupun kebutuhan sekunder dan tersier seperti pendidikan, kesehatan, serta rekreasi. Pemenuhan kebutuhan keluarga tidak hanya berkaitan dengan aspek material, tetapi juga mencerminkan stabilitas ekonomi rumah tangga yang mendukung terciptanya kehidupan keluarga yang harmonis dan sejahtera.

Pemenuhan kebutuhan keluarga diukur melalui indikator seperti meningkatnya kemampuan keluarga dalam memenuhi kebutuhan dasar sehari-hari, kebutuhan pendidikan dan rumah tangga, serta keberlangsungan aktivitas

keluarga secara umum. Pemenuhan kebutuhan keluarga menjadi salah satu bentuk dampak dari pemanfaatan media sosial TikTok yang digunakan dalam mendukung aktivitas usaha dan kehidupan keluarga.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana pemanfaatan media sosial TikTok dalam upaya pemenuhan kebutuhan keluarga.

1.5 Manfaat Penelitian

Terkait dengan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka manfaat penelitian ini dapat di tinjau dari segi teoritis dan praktis

1.5.1 Kegunaan Teoritis

- 1) Menambah wawasan dalam pengembangan ilmu Pendidikan Masyarakat, terutama dalam khususnya bagaimana masyarakat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kemampuan ekonomi keluarga.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1) Bagi Masyarakat

Memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang cara memanfaatkan media sosial TikTok secara produktif sebagai sarana untuk mendapatkan tambahan penghasilan, memperluas jaringan usaha, dan meningkatkan stabilitas ekonomi keluarga.

2) Bagi Pemerintah Desa Layungsari dan Lembaga Terkait

Menjadi bahan pertimbangan dalam merancang program pelatihan literasi digital, pemberdayaan ekonomi keluarga, serta kebijakan yang mendukung penggunaan media sosial sebagai sarana pengembangan potensi masyarakat setempat.

3) Bagi Peneliti

Diharapkan dapat meningkatkan pemahaman peneliti tentang pemanfaatan tiktok sebagai media sosial dalam upaya pemenuhan kebutuhan keluarga.