

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aplikasi Tiktok ini pertama kali diluncurkan pada tahun 2016 oleh perusahaan teknologi asal cina, byeDance, yang merupakan sebuah platform media sosial berbasis video yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video pendek hingga panjang, dan banyak orang menggunakannya sebagai sarana hiburan dan kreativitas. Aplikasi Tiktok kini tidak hanya sebatas platform konten video pendek yang berisi hiburan saja, dalam perkembangannya aplikasi Tiktok berkembang menjadi wadah kreativitas mulai adanya fitur terbaru yaitu live streaming hingga variasi konten yang beragam menjadikan Tiktok sebagai tempat publikasi berisikan informasi yang menarik untuk dilihat.

Aplikasi berbagi video Tiktok telah berhasil menggabungkan aplikasi media sosial, messaging dengan teknologi berbagi video. Tiktok pada awalnya dikeluarkan untuk mengakomodir para pengguna internet yang memiliki bakat seperti menyanyi, menari, memasak, dan lain sebagainya untuk bisa lebih dikenal melalui tayangan video. Dari catatan unduhan di Google Play saja, Tiktok mendapat unduhan dengan total lebih dari 500 juta pengguna. Meskipun antusiasme konsumen lokal tinggi, potensi penyalahgunaannya tidak kalah besar. Beberapa rekaman siaran Tiktok yang diunggah di YouTube dan beberapa situs lainnya. Seperti aplikasi-aplikasi live streaming lainnya banyak konten kreator yang menunjukkan kemampuan bernyanyi, menari, melukis, berdakwah, share pengalaman pribadi dan aktivitas sehari-hari ada juga yang menggunakannya untuk promosi barang dagangannya. Lambat hari penonton atau viewers merasa konten yang diberikan oleh kreator menarik dan memberi manfaat kepadanya alih-alih sebagai apresiasi untuk menghargai usaha konten kreator akhirnya penonton memberi gift (hadiah) berupa stiker yang nantinya bisa ditukar dengan uang. Viewers bisa membeli gift stiker tersebut dengan cara melakukan top up uang tunai yang ditukarkan dengan koin untuk membelinya, Apabila penawaran yang diberikan konten kreator begitu menarik maka penonton tidak sungkan untuk melakukan top up berulang kali.

Hal itu terkadang membuat banyak kreator menjadikan fitur live streaming sebagai kelaziman atau kebiasaan untuk menghasilkan rupiah dengan mengatasnamakan hadiah bahkan kreator rela mengumbar tubuhnya demi mendapatkan viewers yang banyak, serta rela melakukan apapun keinginan penonton yang dikirim lewat kolom komentar dengan iming- iming akan memberikan gift stiker. Antusiasme pengguna Tiktok sangat tinggi potensi penyalahgunaan nya tidak kalah tinggi juga seperti halnya aplikasi- aplikasi yang lain. TikTok memiliki potensi yang besar untuk trend di berbagai kalangan seperti hal-hal tentang berita hoax atau fitnah, penyebaran trend berbau seks dan pornografi yang jelas telah melanggar hukum.

Akses siaran langsung pada umumnya sudah tersemat di beragam media sosial lain seperti Instagram dan Youtube, tetapi Tiktok tampil berbeda dengan menambahkan fitur Gift sebagai hadiah dari penonton yang menyukai siaran langsung yang ditontonnya. Pada awalnya banyak yang belum menyadari manfaat dari gift yang diterima tersebut. Hingga pada akhirnya, gift tersebut dapat dikonversikan ke dalam rupiah dan dapat dicairkan ke rekening orang yang menerima gift tersebut sehingga fitur siaran langsung ini menjadi sumber pendapatan bagi Sebagian content creator Tiktok.

Perkembangan media sosial membawa dampak besar dalam pola komunikasi dan interaksi sosial masyarakat. Salah satu platform yang sangat populer adalah Tiktok, yang memungkinkan penggunaanya untuk berbagi video pendek dengan berbagai konten. Namun, di balik kemudahan dan hiburan yang ditawarkan, muncul fenomena negatif seperti sadfishing. Sadfishing adalah tindakan seseorang yang memanfaatkan kesedihan atau masalah pribadi secara berlebihan di media sosial untuk menarik perhatian, simpati, atau dukungan dari pengguna lain. Akun Tiktok @asep_Gaspol2 menjadi salah satu contoh pelaku sadfishing di media sosial. Melalui konten-konten yang diunggah, akun ini sering menampilkan cerita sedih atau masalah pribadi yang berlebihan dan terkesan dibuat-buat. Hal ini menimbulkan berbagai dampak negatif, seperti menurunnya kepercayaan pengguna lain terhadap keaslian konten, serta potensi manipulasi emosi yang dapat merugikan psikologis penonton maupun pelaku sendiri

Pada akun @Asep_Gaspol2 pelaku menggunakan fenomena sadfishing sebagai alat untuk mendapatkan suatu imbalan atau dapat disebut dengan gift

berupa koin dan sejenisnya yang dapat ditukarkan dengan sejumlah uang. Pada penelitian ini dituju pada akun Tiktok @Asep_gaspol2 yang sangat terang terangan menggunakan fenomena *sadfishing*. Pemilihan akun tiktok @Asep_Gaspol2, didasari karena maraknya konten sadfishing yang dilakukan oleh pelaku didalam TikTok serta sering *for you page* pada beranda akun TikTok peneliti sehingga peneliti sangat tertarik untuk mengangkat fenomena *sadfishing* pada akun TikTok tersebut.

Pada analisis konten untuk secara mendalam mengkaji fenomena *sadfishing* yang dilakukan oleh akun Tiktok @Asep_Gaspol2. Melalui analisis konten, peneliti dapat mengamati secara sistematis bagaimana pelaku sadfishing membangun narasi kesedihan dan penderitaan yang konsisten dalam setiap video maupun live streaming yang diunggah. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menelaah berbagai elemen penting dalam konten tersebut, seperti penggunaan bahasa yang dramatis, pemilihan musik latar yang sedih, serta visualisasi yang mendukung suasana emosional yang ingin disampaikan. Semua elemen tersebut dirancang untuk menarik simpati dan perhatian dari audiens, sehingga mampu memancing respons emosional yang beragam dari para pengikutnya. Analisis konten juga membantu peneliti memahami bagaimana interaksi antara pelaku dan audiens terbentuk, terutama dalam konteks live streaming, di mana respon penonton dapat diterima secara langsung dan real-time. Peneliti dapat mengidentifikasi pola-pola respons yang muncul, mulai dari dukungan dan empati hingga kritik yang mungkin memperburuk kondisi emosional pelaku. Memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana budaya digital dan algoritma platform berperan dalam membentuk dan memperkuat fenomena sadfishing, serta implikasi sosial dan psikologis yang menyertainya.

Fenomena sadfishing melalui analisis konten dengan unit narasi dan perilaku bertujuan untuk memahami bagaimana kesedihan dan penderitaan yang dipertontonkan di media sosial, khususnya dalam bentuk live streaming atau video pendek, dikonstruksi dan disampaikan secara berulang oleh pelaku. Sadfishing sendiri merupakan perilaku memancing kesedihan dengan tujuan mendapatkan simpati, perhatian, dan dukungan dari audiens di platform digital seperti TikTok.

Fenomena *Sadfishing* adalah bentuk atau cara seseorang mengemukakan kerentanan dan kondisi psikologisnya lewat media sosial agar mendapatkan

perhatian dan simpati (Putri et al., 2022). Jenis kesedihan ini diharapkan mampu menarik perhatian pengguna lainnya, sehingga menjadi viral dan disukai oleh banyak orang. Seakan realitas sosial dalam kehidupan nyata tidak mampu menampung segala bentuk masalah tersebut, maka tak heran ketika banyak pengguna media sosial yang terdorong untuk melakukan *sadfshing* di media sosial pribadinya. Untuk melakukan perilaku *sadfshing* di media sosial karena mendapatkan respon yang cepat berbeda dengan memancing kesedihan di kehidupan nyata belum tentu orang akan mendengarkannya keluh kesahnya, namun Ketika kesedihan diumbar ke dalam media sosial apalagi dalam live streaming Tiktok maka respon yang cepat menjadi motivasi pengguna untuk melakukan *sadfshing*. Walaupun tidak selamanya mendapatkan respon yang positif terkadang juga sering mendapatkan respon negatif oleh pengguna yang lain, justru malah menimbulkan rasa ketagihan karena awalnya banyak simpati dan dukungan yang didapat, tak jarang juga pelaku *sadfshing* termotivasi untuk menciptakan kesedihan baru untuk diperhatikan. Sebuah tren baru di media sosial yaitu dengan cara memancing kesedihan yang telah dimanfaatkan netizen untuk dijadikan sebuah konten bahkan saat melakukan live streaming. Banyak hal yang tidak diketahui bahwa seorang pelaku *sadfshing* ini memiliki porsi tekanan masalah yang bagaimana karena seseorang memiliki kemampuan menerima beban yang berbeda – beda dan memiliki latar belakang yang bermacam-macam. Menurut citra E, P,dkk (2020) menyatakan bahwa individu yang menganggap media sebagai bagian yang paling penting dalam kebutuhan hidupnya.

Hal ini akan menjadi sebuah ketergantungan pada seorang *sadfshing* untuk bercerita di sosial media ketika dirinya dihadapi masalah. Penelitian ini meliputi penggunaan media sosial yang semakin marak dan tidak dibarengi dengan literasi digital yang cukup, membuat Indonesia menjadi negara yang paling timpang dalam pemahaman pengguna media sosial lainnya. Masifnya pengguna media sosial yang tidak dibarengi dengan melahirkan fenomena – fenomena baru yang terjadi di media sosial. Salah satu hal yang mendorong pengguna media sosial mencurahkan masalah pribadinya adalah karena dorongan kesedihan yang terkait dengan masalah privasi atau bisa disebut juga dengan istilah *sadfshing*. Melalui analisis konten, peneliti dapat mengidentifikasi pola-pola komunikasi yang muncul, bagaimana audiens merespon dengan berbagai bentuk dukungan maupun

kritik, serta bagaimana konten sadfishing ini berperan dalam membentuk budaya digital yang menempatkan kesedihan sebagai sebuah bentuk hiburan dan strategi untuk meraih popularitas. Penelitian ini juga menyoroti dampak psikologis yang mungkin timbul, baik bagi pelaku yang terjebak dalam siklus pencarian perhatian, maupun bagi audiens yang terbiasa menyaksikan dan merespon konten emosional secara berlebihan.

Dengan pendekatan kualitatif dan studi kasus, penelitian ini memberikan gambaran komprehensif tentang fenomena sadfishing sebagai sebuah fenomena sosial dan komunikasi yang kompleks di era media sosial modern. *Sadfishing* merupakan keadaan dimana seseorang mencurahkan masalah kesedihannya di media sosial untuk mendapatkan simpati dan perhatian dari banyak orang yang melihatnya. Fenomena *sadfishing* ini menimbulkan trend baru bagi pengguna media sosial di Indonesia. Salah satu hal yang mendorong pengguna media sosial mencurahkan masalah pribadinya adalah karena dorongan kesedihan yang terkait dengan masalah personal atau istilahnya *sadfishing*. Salah satu fenomena *sadfishing* terdapat di akun Tiktok pada akun @asep_gaspol02 yang mana di akun tersebut menarik untuk dilakukan penelitian dan banyak sekali fenomena-fenomena Sadfishing nya diantaranya mengupload konten-konten dan melakukan live streaming di akun Tiktok yang memperlihatkan seseorang laki-laki yang terdiri dari satu hingga dua orang. Mereka melakukan sebuah konten *sadfishing* dengan berperilaku pura-pura tertidur di sebuah karpet yang beralokasikan di sebuah area persawahan. Konten tersebut dilakukan pada rentan waktu malam sampai subuh hari dengan figuran dibelakangnya terdapat seseorang berpakaian seperti hantu.

Mereka sambil mengajak penonton untuk memberikan sebuah gift yang menghasilkan komisi uang nantinya. Ketika para penonton memberikan sebuah gift maka pelaku *sadfishing* pada akun Tiktok @asep_gaspol02 akan menunjukan perilaku joget- joget sebagai bentuk tanda terimakasih dan perilaku tersebut dilakukan secara berulang-ulang. Selain itu, pelaku juga melakukan hal yang tidak sewajarnya yaitu dengan mandi lumpur untuk memancing kesedihan kepada para penonton yang bertujuan untuk menarik perhatian agar merasa iba atau kasihan sehingga akan memberikan sebuah gift pada pelaku.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka merumuskan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana analisis konten *sadfishing* dalam media sosial pada akun Tiktok @Asep_Gaspol02 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti pada penelitian ini yaitu Platform Tiktok tidak hanya sebatas platform konten video. Dengan bertujuan untuk mengetahui sebagai bentuk kesadaran pengguna Tiktok terhadap konten penyalahgunaan media sosial Tiktok yang melakukan tindakan konten *sadfishing*. Peneliti juga ingin menganalisis konten yang dilakukan oleh akun tiktok @Asep_Gaspol2 serta mengedukasi kepada penonton untuk tidak mudah terpengaruh terhadap konten *sadfishing* di media sosial Tiktok.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan akan teori terkait penggunaan media komunikasi sebagai alat komunikasi agar dapat menggunakannya dengan bijak, apalagi fenomena *Sadfishing* yang sering dijumpai melalui media komunikasi yang sedang tren yaitu Tiktok dan fenomena *Sadfishing* ini dianggap perbuatan yang dapat menimbulkan efek negatif. Selain itu sebagai upaya pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang ilmu komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan memberi informasi kepada khalyalak ramai, khususnya pada pengguna media sosial Tiktok. Manfaat dalam penelitian ini untuk mengedukasi terhadap peminat atau penggemar pada platform aplikasi Tiktok.
2. Penelitian ini juga diharapkan meningkatkan wawasan peneliti dalam memahami fenomena yang sedang terjadi dilingkungan sekitar agar terhindar dari fenomena *sadfishing* tersebut.