

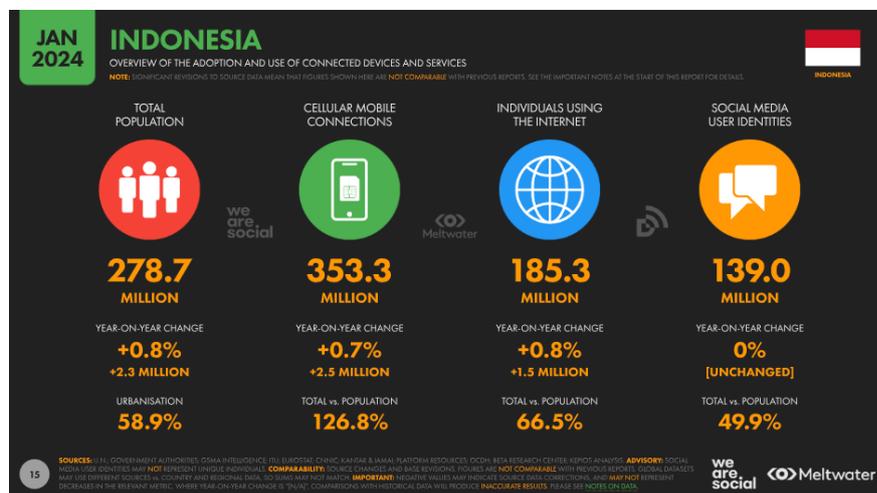
# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan yang cepat dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi di zaman digital ini, berdampak pada cara hidup manusia. Hal ini menciptakan fenomena di mana masyarakat dapat lebih mudah untuk mengakses dan memperoleh berbagai informasi di dunia maya. Di tengah zaman yang dipenuhi dengan pengetahuan yang kian berkembang, internet dan teknologi telah menjadi fondasi bagi kemajuan hidup modern. Internet bukan hanya sekadar alat, tetapi sebuah jaringan global yang memungkinkan komunikasi secara cepat dan efektif, serta memudahkan akses informasi dari berbagai belahan dunia.

Keberadaan internet kini bukan lagi sekadar mode atau alternatif, tetapi telah menjadi sesuatu yang esensial dan tidak terpisahkan dalam semua aspek kehidupan kita. Di era digital yang semakin canggih, penggunaan internet dan media sosial sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Unsur teknologi dan digital sangat melekat pada masyarakat Indonesia saat ini (Lisani & Indrawati, 2020).

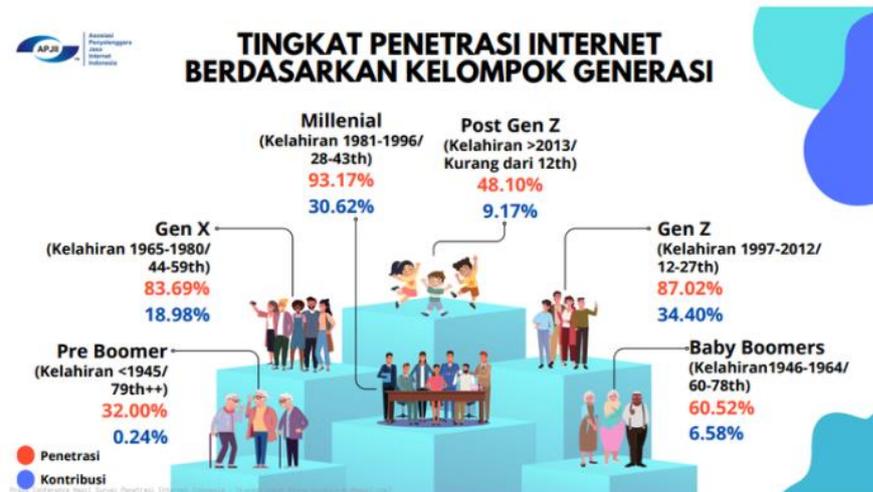


Gambar 1.1 Kondisi Digital di Indonesia Tahun 2024

(Sumber: Kalodata, 2024)

Berdasarkan survey dari Kalodata, pada awal tahun 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 185,3 juta, dengan tingkat penetrasi internet sebesar 66,5%. Pada Januari 2024, Indonesia mencatat adanya 139 juta pengguna platform media sosial, yang setara dengan 49,9% dari total populasi. Pada awal tahun 2024,

jumlah koneksi seluler yang aktif di Indonesia menyentuh angka 353,3 juta, yang setara dengan 126,8% dari total penduduk. Tidak dapat disangkal bahwa kemajuan teknologi saat ini sangat dipengaruhi oleh keberadaan Internet. Internet tampak seperti penghubung antar informasi yang dapat diserap dan diubah menjadi teknologi. Tidak heran jika Internet kini telah mengubah gaya hidup setiap orang, dan menjadi kebutuhan yang penting.



**Gambar 1.2 Pengguna Internet di Indonesia**

(Sumber: (APJII) Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)

Berdasarkan survey dari APJII, Gen Z menjadi kelompok usia yang paling berkontribusi dibandingkan kelompok usia lainnya pada awal tahun 2024, yakni mencapai 34,4 persen. Dan dua kelompok usia lain yang memiliki kontribusi serupa yaitu ada generasi Milenial (30,62 persen) dan Gen X (18,98 persen). Tingkat kontribusi diartikan sebagai proporsi orang yang mengakses internet dalam kategori spesifik berbanding dengan total pengguna internet dalam kategori itu.

Pada era teknologi informasi seperti saat ini juga, media sosial dianggap sebagai kebutuhan utama bagi gen z. Media sosial membantu masyarakat berkomunikasi tanpa hambatan jarak, yang membuat komunikasi lebih cepat dan praktis. Media sosial juga berguna untuk memberikan akses ke informasi dan meningkatkan pengetahuan masyarakat. Namun, media sosial tidak hanya memiliki efek positif, tetapi juga memiliki efek negatif (Handoyo, 2023). Penyebaran berita palsu atau *hoax*, penyebaran ujaran kebencian atau *hate speech*, penipuan, dan bahkan tindakan

kriminal yang terjadi melalui media sosial adalah beberapa efek negatif dari penggunaan teknologi yang tidak efektif (Zulfa, 2021).



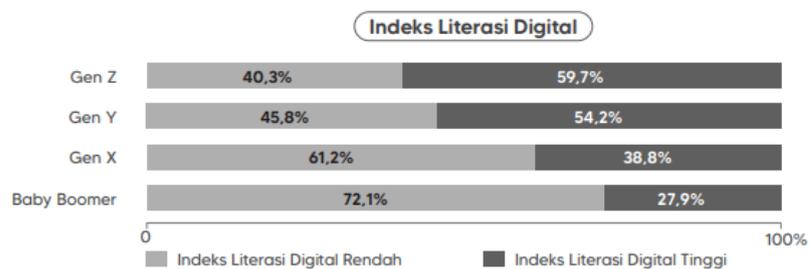
**Gambar 1.3 Pengguna Media Sosial Gen Z dan Milenial**

(Sumber: databoks.com)

Menurut survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Gen Z dan Milenial memiliki preferensi media sosial yang berbeda. Mayoritas generasi Z di Indonesia (51,9%) sering mengakses aplikasi media sosial Instagram. Mayoritas generasi Milenial (74,09%) saat ini sering mengakses Facebook. Berdasarkan informasi yang tersedia diatas, generasi Z yang mencakup orang-orang yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 juga sering memanfaatkan platform media sosial TikTok sebagai sumber informasi utama dalam era digital yang terus maju. Namun, bersama dengan kemudahan mendapatkan informasi, muncul fenomena penyebaran berita *hoax* atau palsu di media sosial yang dapat memengaruhi cara Gen Z melihat berbagai masalah sosial, politik, dan budaya.

*Hoax* dapat menyebabkan kepanikan, ketidakpercayaan, dan bahkan tindakan yang berbahaya bagi gen z secara keseluruhan. Oleh karena itu, generasi z harus

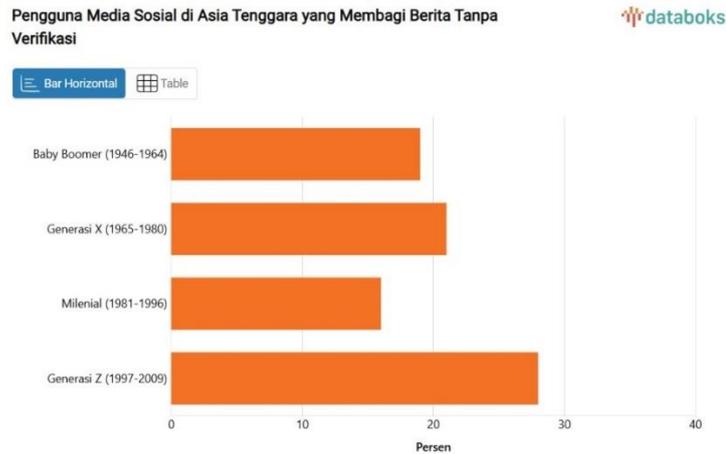
memiliki kemampuan dalam literasi digital untuk memahami dan mengelola informasi yang tersebar di media sosial terutama TikTok. Melalui literasi digital, gen z bisa memiliki kemampuan untuk mengerti dan mengatur informasi yang ada di platform media sosial. Namun, tantangan yang dihadapi adalah minimnya pengetahuan literasi di era digital ini. Banyak individu masih belum mampu untuk membedakan antara informasi yang akurat atau benar dan berita *hoax* di media sosial, yang bisa membuat mereka mudah sekali terpengaruh terhadap berita *hoax* yang bisa membahayakan orang lain dan diri mereka sendiri (Februari et al., 2024).



**Gambar 1.4 Indeks Literasi Digital Tahun 2021**

(Sumber: Katadata Insight Center, Kominfo)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) pada tahun 2021, proporsi individu dengan Indeks Literasi Digital di atas rata-rata nasional meningkat seiring dengan menurunnya usia generasi. Generasi Z menunjukkan persentase 59,7% yang lebih tinggi dari rata-rata nasional, sementara kelompok Baby Boomer hanya memiliki presentase 27,9% di atas rata-rata nasional. Generasi Z merupakan generasi pertama yang paling dekat dengan kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi telah membawa banyak perubahan dan kemudahan dalam segala bidang kehidupan, termasuk kemudahan dalam mengakses informasi. Perkembangan ini juga memunculkan banyak platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook.

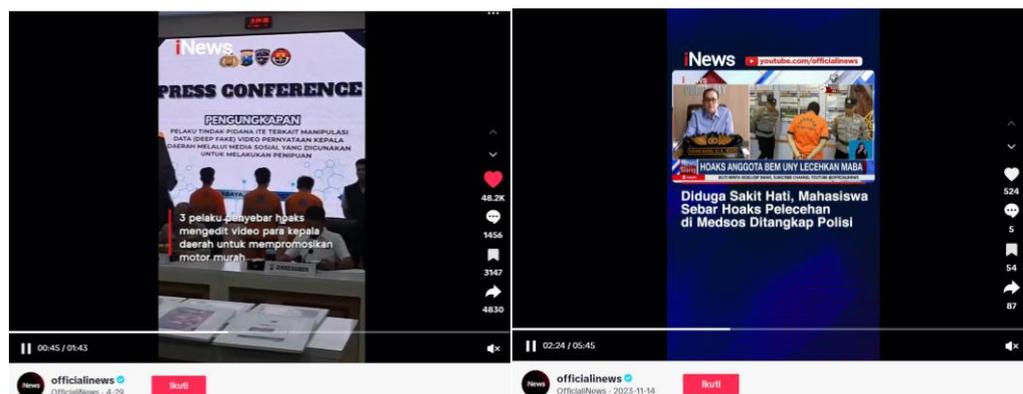


**Gambar 1.5 Pengguna Media Sosial Yang Membagi Berita Tanpa Verifikasi**

(Sumber: databoks.com)

Menurut data dari databoks, sebanyak 28% Gen Z (1997-2009) menjadi yang terbanyak dalam berbagi berita tanpa verifikasi. Sementara itu, hanya 16% generasi Millenial (1981-1996) yang berbagi berita tanpa verifikasi terlebih dahulu apa berita itu benar atau *hoax*. Selain itu, generasi z cenderung lebih bergantung pada platform media sosial daripada sumber konvensional dalam mencari informasi. Hal ini meningkatkan kemungkinan mereka terpapar berita hoaks. Paparan berita *hoax* dapat menyebabkan perbedaan antara kenyataan dan fiksi, membingungkan gen z, dan membuat sulit bagi mereka untuk membedakan informasi yang benar dan salah (Adisusanto, 2017).

Kesenjangan yang ada antara penggunaan teknologi yang luas dan tingkat literasi digital yang rendah menciptakan kesempatan bagi penyebaran berita *hoax*. Saat Generasi Z menerima informasi yang tidak akurat di TikTok, dan mereka kekurangan kemampuan literasi digital yang memadai untuk memverifikasi kebenaran berita itu, mereka menghadapi risiko besar untuk menjadi percaya serta bahkan ikut menyebarkannya. Tindakan menyebarkan berita *hoax* ini tidak hanya merugikan diri mereka sendiri, tetapi juga memperburuk siklus disinformasi yang dapat merusak struktur sosial (Wardle & Derakhshan, 2017).



**Gambar 1.6 Bukti Gen Z adalah Pelaku Penyebaran Berita *Hoax***

(Sumber: inews.id)

Kedua gambar diatas adalah bukti bahwa gen z terlibat dalam penyebaran berita hoax. Contoh yang pertama ada Tiga pejabat daerah, yaitu Gubernur Jawa Timur Khofifah, Gubernur Jawa Tengah Ahmad Luthfi, dan Gubernur Jawa Barat Dedi Mulyadi, yang menjadi korban pengeditan video oleh pelaku dengan tujuan untuk penipuan. Pelaku penyebar *hoax* ini memalsu video yang melibatkan ketiga gubernur untuk mengiklankan motor dengan harga murah sebagai bagian dari strategi penipuan mereka. Tiga pelaku yang terlibat, dengan inisial HMP (32), UP (24), dan AH (34), adalah penduduk Pangandaran, Jawa Barat, dan mereka telah ditangkap oleh Direktorat Tindak Pidana Siber Polda Jawa Timur. Ketiga orang tersebut dikenakan pasal UU ITE dengan ancaman hukuman maksimum 12 tahun penjara serta denda maksimum sebesar Rp12 miliar.

Ada contoh lainnya yaitu terungkap alasan di balik tindakan RAN (19) yang berani menyebarkan berita *hoax* mengenai kasus pelecehan seksual di Universitas Negeri Yogyakarta (UNY). Pelaku merasa terluka oleh MF atau Fahrezy, yang merupakan anggota BEM. Oleh karena itu, RAN yang juga merupakan mahasiswa di UNY tersebut berani menebar fitnah terkait masalah pelecehan seksual dengan mengaitkan nama Fahrezy.



Gambar 1.7 Angka Persebaran Hoaks Di Media Sosial

(Sumber: Tirto.id)

Berdasarkan survey dari Tirto.id juga mengamati platform media sosial mana yang paling banyak dilihat oleh responden tentang berita *hoax*. Pertanyaan ini hanya ditujukan kepada mereka yang mengaku sering melihat informasi palsu di media sosial. Penelitian mengungkap bahwa sebagian besar responden (51,05%) menyatakan mereka paling sering menemukan berita *hoax* di Facebook, diikuti oleh TikTok dan YouTube, sementara Instagram dan Twitter menduduki posisi terendah. Tingginya jumlah penyebaran berita *hoax* di Facebook dan TikTok sebanding dengan banyaknya pengguna dari platform-platform media sosial itu di Indonesia. Penyebaran berita *hoax* biasanya bertujuan untuk membuat opini, menggiring opini, atau hanya untuk bersenang-senang dengan menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna media sosial. Berita *hoax* dapat digunakan oleh media untuk menyebarkan ujaran kebencian, mengarahkan isu, menipu, atau memicu kepanikan masyarakat (Iswara & Larasati, 2021).



Gambar 1.8 Contoh Berita Hoax Di TikTok

(Sumber: turnbackhoax.id)

Sebuah akun TikTok dengan nama pengguna @nafaurbach52 pada tanggal 13 September 2024 mengunggah sebuah video yang memperlihatkan Nafa Urbach berencana untuk memberikan uang sebanyak Rp15.000.000 kepada dua orang yang terbukti telah mengikuti akun TikToknya. Hingga artikel ini ditulis, video itu sudah mengumpulkan 12,3 ribu suka dan banyak komentar yang mendukungnya. Namun, ternyata, klaim yang terdapat dalam video ini tidaklah benar atau *hoax*. Berdasarkan informasi dari [turnbackhoax.id](https://turnbackhoax.id), setelah dilakukan penyelidikan dengan menggunakan *Hive Moderation* untuk mengevaluasi kemungkinan keberadaan teknologi Kecerdasan Buatan (AI), video tersebut memiliki kemungkinan sebesar 99,4% sebagai *deepfake* yang dihasilkan oleh AI. Pencarian melalui Google Lens juga tidak menunjukkan gambar yang serupa.

Perilaku seseorang ditentukan oleh respon dan reaksi pribadinya. Kecepatan akses informasi juga mempunyai kelemahan, seperti cepatnya penyebaran berita dan informasi palsu atau *hoax* terutama di media sosial. *Hoax* adalah informasi yang tidak benar atau palsu. Tujuan dari dibuat *hoax* tersebut juga sangat beragam, beberapa orang yang menyebarkan berita *hoax* menganggapnya sebagai lelucon atau sesuatu yang serius. *Hoax* diciptakan oleh individu atau kelompok yang menentang atau tidak menyukai sesuatu. Dan juga, *hoax* sengaja dibuat untuk membingungkan, membuat masyarakat cemas, dan membuat mereka tidak nyaman dengan apa yang sedang terjadi.

Topik penelitian ini sangat penting diteliti dan berbeda dari penelitian yang sebelumnya karena dilihat dari media sosial dan informasi yang sudah semakin berkembang, jadi perlu di tingkatkan lagi kemampuan literasi digital pada Gen Z, dan juga di media sosial TikTok sudah semakin banyak berita *hoax* yang berdatangan dan itu bisa merugikan para gen z jika mereka tidak bisa membedakan berita *hoax* atau palsu dengan yang asli. Sudah banyak juga gen z yang asal berpendapat negatif atau percaya saja padahal berita tersebut belum tentu benar atau asli.

Penelitian ini juga sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Faizi (2021) yang berjudul “Peran Literasi Digital Dalam Menangkal *Hoax* Di Masa Pandemi”, penelitian ini menggunakan pendekatan literatur yang hasilnya adalah bahwa pentingnya untuk meningkatkan kesadaran akan memilih sumber yang tepat, meningkatkan pemahaman, berusaha

melihat kembali informasi dari satu media ke media lainnya, dan pentingnya membangun kebiasaan memeriksa berita di masyarakat.

Ada juga penelitian lain yang berjudul “Hubungan Antara Kemampuan Literasi Digital Dengan Pencegahan Berita Hoaks Di Kalangan Mahasiswa” yang dilakukan oleh F. R. Pratama et al., (2023). Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan korelasional, yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online dan tinjauan pustaka. Temuan pada penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kemampuan literasi digital mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, meliputi pencarian di Internet, *navigasi hypertext*, penilaian konten, dan pengorganisasian pengetahuan, dengan kemampuan mereka dalam mencegah berita hoaks.

Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian ini untuk meningkatkan literasi digital yang sangat penting untuk mencegah persebaran berita *hoax* dan membantu Gen Z mengatasi tantangan informasi di era digital. Dengan meningkatkan literasi digital pada Gen Z, dapat membantu mereka untuk belajar menggunakan teknologi digital dengan bijak, memahami informasi yang dapat mereka temukan secara online, terutama melalui media sosial TikTok, dan menilai secara kritis konten yang mereka temui di media sosial. Peneliti berencana untuk meneliti ini dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perilaku Penyebaran Berita *Hoax* Di Kalangan Gen Z Pengguna TikTok di DKI Jakarta”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dengan merujuk pada masalah yang telah diuraikan dalam latar belakang penelitian, identifikasi masalah pada penelitian ini adalah seberapa besar literasi digital dapat mempengaruhi kemampuan Gen Z dalam mengenali dan menghindari penyebaran berita *hoax* di TikTok.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar literasi digital dapat mempengaruhi kemampuan Gen z dalam mengenali dan menghindari penyebaran berita *hoax* yang ada di TikTok.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Merujuk pada tujuan penelitian tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis:

1. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan akademis untuk penelitian berikutnya yang berkaitan dengan komunikasi digital, media sosial, serta perilaku informasi di kalangan Gen Z dan diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan ilmu komunikasi digital, terutama dalam pemahaman mengenai literasi digital dan fenomena penyebaran berita *hoax* di media sosial TikTok.

b. Kegunaan Praktis:

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang penting bagi Gen Z tentang cara mengenali dan menghindari berita *hoax*, sehingga meningkatkan kemampuan mereka dalam menyaring berita *hoax* dan mengurangi dampak penyebaran berita *hoax*, khususnya di media sosial TikTok.

## 1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.1 Waktu dan Periode Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2024		2025					
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Menentukan topik dan judul penelitian								
2	Penyusunan bab I-III								
3	Desk Evaluation								
4	Penyusunan bab IV dan V								
5	Pendaftaran Sidang Skripsi								
6	Sidang Skripsi								

(Sumber: Data Olahan Penulis, 2025)

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibentuk guna memudahkan dalam memberikan arahan dan uraian dalam penulisan skripsi ini. Adapun sistematika penulisannya yaitu:

## **1. BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini memuat gambaran umum terkait, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, waktu dan periode penelitian, serta sistematika penulisan.

## **2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi rangkuman teori dari penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian serta ruang lingkup penelitian.

## **3. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi terkait jenis penelitian, operasionalisasi variabel dan skala pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan realibilitas, serta metode analisis data.

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

Bab ini berisi terkait karakteristik responden, hasil penelitian, serta pembahasan hasil penelitian.

## **5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bagian ini mencakup rangkuman dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan serta rekomendasi yang bisa disampaikan kepada pihak-pihak terkait.