

BAB I

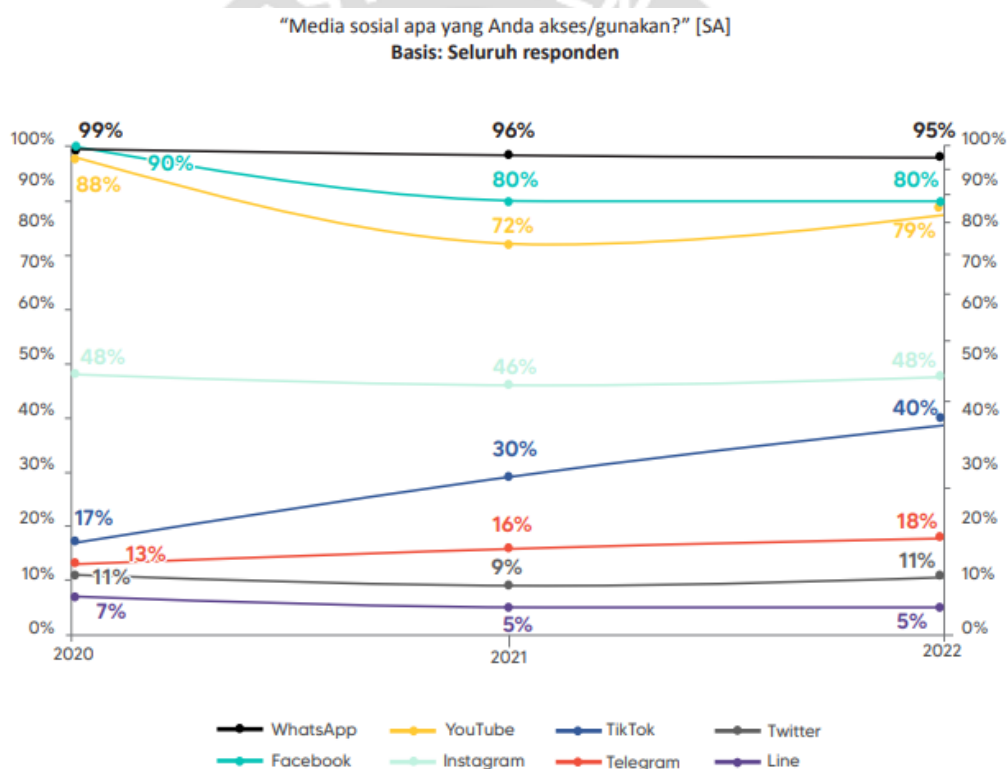
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena disinformasi semakin marak terjadi di sosial media, hal ini tidak lepas dari perkembangan teknologi internet dan berbagai macam pilihan media sosial yang menjadi wadah berputarnya sebuah informasi. Saat ini teknologi berkembang pesat, informasi pun berevolusi. Dari yang awalnya cukup lama untuk memperoleh informasi karena keterbatasan waktu dan tenaga seperti melalui proses percetakan untuk koran, kini informasi dapat diakses dengan mudah kemudian disebarluaskan secara cepat. Hanya dalam sekian detik, maka informasi dengan mudah sampai ke tujuan yang diinginkan. Oleh sebab itu, fenomena ini dapat menjadi pedang bermata dua, yakni informasi yang diberikan beresiko rendah akurasi dan kebenaran sehingga menimbulkan kekeliruan informasi dan informasi palsu atau yang biasa disebut disinformasi. Disinformasi merupakan pendistribusian atau diseminasi informasi yang bohong, keliru, palsu, atau dengan sengaja dibuat menyimpang untuk menyesatkan, menipu, dan membingungkan berbagai pihak (Fetzer 2004).

Fenomena disinformasi ini semakin serius karena pengguna internet berasal dari berbagai kalangan usia dan latar belakang pendidikan yang berbeda, sehingga cara mereka memaknai informasi kemungkinan pun berbeda. Selain itu adanya media sosial membuat informasi semakin mudah diakses, bahkan dengan algoritma media sosial saat ini membuat seseorang tanpa perlu mencari informasi namun informasi tersebut yang datang ke beranda media sosialnya. Apalagi fenomena ini tidak hanya terjadi di satu negara atau wilayah tertentu melainkan secara global. Oleh sebab itu masalah disinformasi adalah masalah yang kompleks karena hal ini beriringan dengan perkembangan teknologi. Akibat disinformasi juga sangat merugikan berbagai pihak, seperti hilangnya kepercayaan terhadap pemerintah, LSM, media dan si penerima berita.

Di Indonesia sendiri, menurut laporan survei Status Literasi Digital 2021 yang disusun Katadata Insight Center (KIC) bersama Kementerian Kominfo menyatakan bahwa mayoritas warga Indonesia lebih suka mencari informasi di media sosial ketimbang media lainnya. Dalam survei tersebut sebanyak 73% responden mencari informasi di media sosial dan 22,4% diantaranya memercayai media sosial sebagai sumber informasi. Adapun media sosial yang paling banyak diakses untuk mendapat informasi adalah WhatsApp dengan presentase sebesar 95,9%, dan Tiktok berada di posisi ke % dengan presentase sebesar kemudian Tiktok (29,8%), (Ahdiat 2022).



**Gambar 1.1 Media Sosial yang Paling Sering Diakses Selama 2022
(Literasi Digital 2022)**

Berdasarkan grafik 1.1 menunjukkan bahwa social media Tiktok mengalami kenaikan signifikan dari social media lainnya, dimana kenaikan mencapai 10%. Pengamatan selama tiga tahun terakhir menunjukkan bahwa proporsi pengguna TikTok terus meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. TikTok menjadi satu-satunya media sosial yang pertumbuhannya mencapai lebih dari dua kali

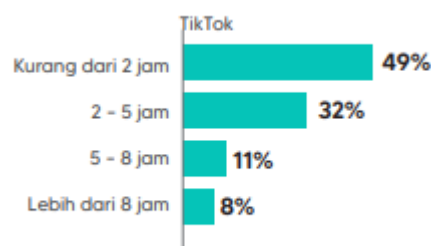
lipat. Intensitas penggunaan aplikasi ini lebih luas dibanding aplikasi lainnya (Literasi Digital 2022). Pada tahun 2020, persentasenya masih 17%. Angka ini melonjak menjadi 40% di tahun 2022. Padahal tiktok baru didirikan pada 2016 dan telah sukses secara global hingga pada kuartal III 2022, TikTok sudah memiliki lebih dari 1 miliar pengguna aktif bulanan (monthly active users/MAU) di seluruh dunia (Iqbal 2023).

Tiktok adalah aplikasi sosial media berbasis hiburan yang memberikan pelayanan kepada penggunanya untuk membuat video berdurasi maksimal 3 menit dan didukung dengan fitur-fitur menarik seperti filter, music, stiker dan berbagai efek. Beberapa alasan TikTok menjadi sangat populer karena format video pendek yang unik dan algoritmanya. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian (Yang, Zhao and Ma 2019) yang menemukan bahwa format video pendek dekat dengan realitas dan situasi masyarakat, video yang dibuat dibalut dengan hiburan, sains, dan fashion sebagai konten utama sehingga mudah menarik perhatian audiens. Algoritma tiktok juga sangat canggih dan dirancang untuk memberikan konten yang dipersonalisasi kepada setiap pengguna berdasarkan perilaku mereka di aplikasi. Dengan kata lain, semakin sering pengguna melihat, menonton, dan menyukai konten tertentu, semakin sering konten semacam itu akan muncul di feeds mereka. Sistem algoritma tiktok juga memungkinkan pengguna untuk melihat berbagai rekomendasi unggahan pengguna lain tanpa perlu berteman dengannya, selama mereka tidak membuat video itu menjadi private. Hal tersebutlah yang membuat pengguna merasa lebih terlibat dengan konten yang ditayangkan dan akan terus menggunakan aplikasi untuk lebih lama. (Hasiholan, Pratami and Wahid 2020)

Jika membuka aplikasi Tiktok maka akan langsung muncul tampilan For Your Page dimana Tiktok akan merekomendasi dan menentukan video mana yang akan muncul di halaman Untuk Anda atau For You Page (FYP). Seperti yang dikatakan di atas, video yang dimunculkan tidak akan sama antara satu pengguna dengan pengguna lainnya dan akan berubah dari waktu ke waktu sesuai preferensi pengguna. Video yang muncul pun bisa dipengaruhi oleh trending isu di negara si

pengguna. Oleh sebab itulah sangat mudah untuk sebuah video viral di sosial media ini karena memang unggahan siapapun dapat masuk ke for your page pengguna meskipun si pengguna tidak mengikuti pemilik konten tersebut.

Diketahui menurut laporan We are Sosial dalam DataIndonesia.id menunjukkan pengguna media sosial di Indonesia secara keseluruhan mencapai 167 juta orang per Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi negara ini, dan rata-rata orang Indonesia menggunakan internet selama 7 jam 42 menit setiap harinya (Widi 2023).



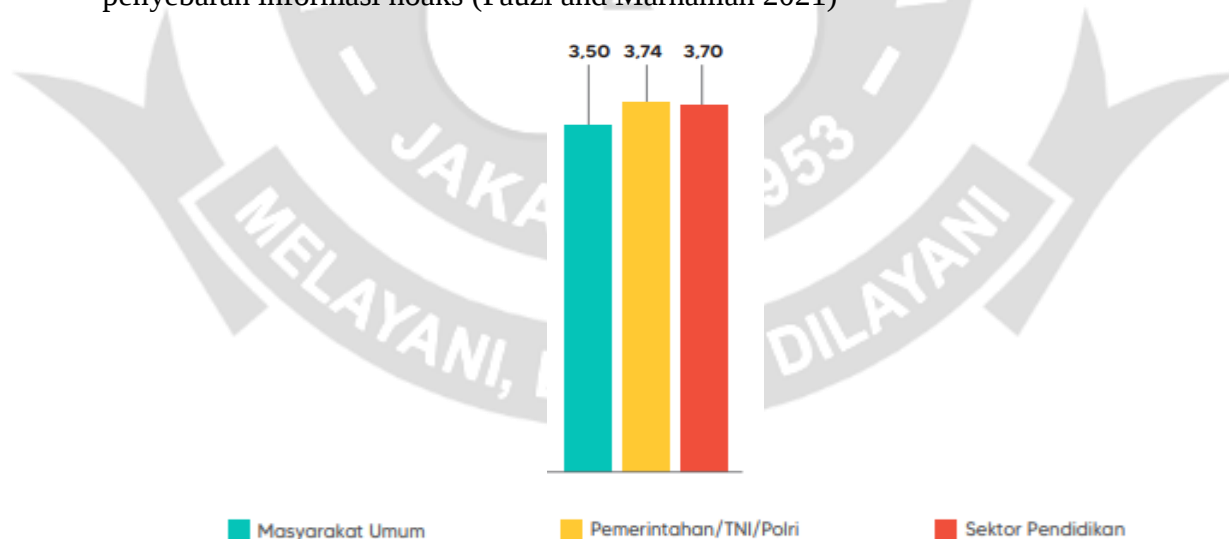
**Gambar 1. 2 Durasi Akses Media Sosial TikTok
(Literasi Digital 2022)**

Sementara itu, berdasarkan grafik 1.2 menunjukkan bahwa durasi akses media sosial Tiktok yang lebih dari 8 jam per hari mencapai 8%. Survey di atas ini membuktikan mayoritas masyarakat Indonesia yang peka terhadap teknologi dan pengguna aktif media sosial, oleh sebab itu diperlukan kemampuan literasi digital agar dapat mengelola banyaknya informasi yang semakin marak dan berkembang di internet.

Literasi digital merupakan sebuah keterampilan dalam memperoleh, menguasai suatu kemampuan untuk mendapatkan, memahami, mengelola, mengolah, serta memanfaatkan setiap berita yang diperoleh dari bermacam-macam sumber yang ada di internet. Menurut (Eshet 2004) dalam (Naufal 2021) menilai bahwa literasi digital bukan hanya kemampuan menggunakan berbagai sumber digital secara efektif tetapi sebuah cara berfikir. Sementara itu Gilster dalam (Naufal 2021) menjelaskan bahwa konsep literasi digital mencakup penguasaan ide-ide dan proses berpikir kritis sehingga tidak menelan mentah-

mentah informasi yang ditemukan di internet, selain itu literasi digital juga membutuhkan kompetensi dan kemampuan membangun sekumpulan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber berbeda. Oleh sebab itu literasi digital tidak hanya keterampilan dalam memakai perangkat digital namun kemampuan untuk mendapatkan dan memilah informasi, berpikir kritis, berkreaitivitas, berkolaborasi bersama orang lain, berkomunikasi secara efektif, dan tetap memedulikan keamanan dan kenyamanan dalam sistem digital serta konteks sosial-budaya yang terbentuk di internet (Naufal 2021). Oleh karena itu, literasi digital perlu dikembangkan demi menghasilkan generasi cerdas akan teknologi.

Pernyataan di atas didukung melalui jurnal penelitian yang dilakukan oleh Fauzi dan Marhamah dengan judul “Pengaruh Literasi Digital Terhadap Pencegahan Informasi Hoaks pada Remaja di SMA Negeri 7 Kota Lhokseumawe”. Hasil penelitian itu menyimpulkan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap penyebaran informasi hoax pada remaja di SMAN 7 Kota Lhokseumawe. Sehingga semakin tinggi literasi digital maka semakin rendah penyebaran informasi hoaks (Fauzi and Marhamah 2021)



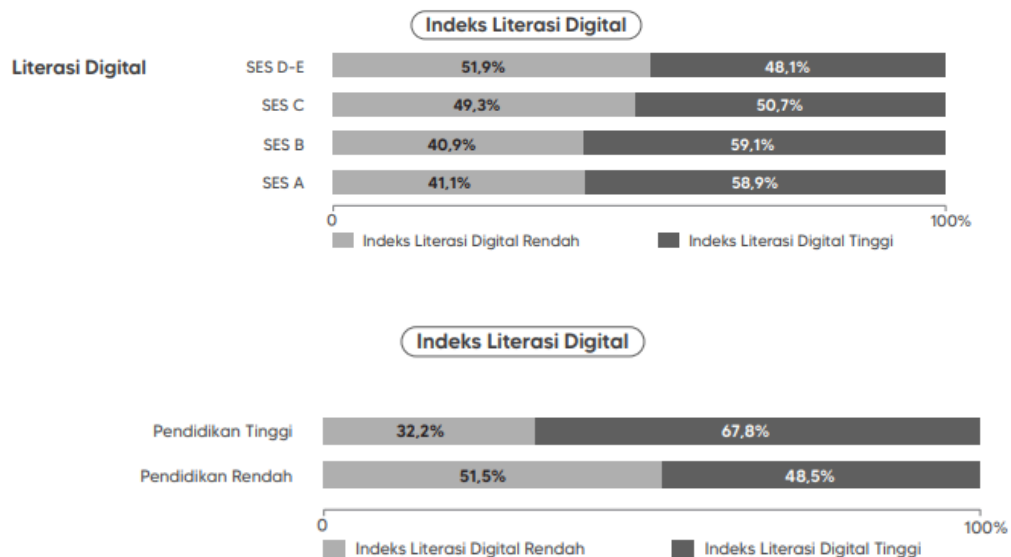
Gambar 1. 3 Indeks Literasi Digital Berdasarkan Segmentasi Masyarakat
(Literasi Digital 2022)

Berdasarkan grafik 1.3 tentang literasi digital tahun 2022 menunjukan indeks skala literasi digital secara nasional adalah 3,54 (skala 1-5), sementara itu jika

dibagi menjadi 3 segmentasi yaitu segmen pendidikan, segmen pemerintah/TNI/Polri, dan segmen masyarakat umum, maka indeks literasi digital tertinggi ada pada segmen pemerintah/TNI/Polri sebanyak 3,74, kemudian segmen pendidikan yaitu 3,70 dan yang terakhir segmen masyarakat umum sebanyak 3,50. Jika dikerucuti lagi menjadi provinsi Jawa Barat sebagai salah satu provinsi penyanggah ibu kota, maka indeks skala literasi digitalnya adalah 3,60 dan menempati posisi 6 sebagai provinsi dengan indeks literasi digital tertinggi di Indonesia (Literasi Digital 2022).

Berdasarkan penjabaran di atas, literasi digital memainkan peran penting dalam perilaku pengguna media sosial, seperti bagaimana si pengguna menyikapi informasi kemudian diabaikan atau diteruskan ke orang-orang. Ketika seseorang memiliki literasi digital yang baik, mereka lebih cenderung untuk mengenali konten disinformasi dan memahami bagaimana memverifikasi kebenaran informasi tersebut sebelum membagikannya. Mereka juga lebih cenderung memahami risiko dan konsekuensi dari membagikan konten yang salah atau menyesatkan, seperti reputasi yang rusak. Di sisi lain, orang yang memiliki literasi digital yang buruk atau rendah mungkin lebih rentan terhadap penyebaran konten disinformasi. Mereka mungkin tidak memiliki keterampilan atau pengetahuan yang cukup untuk memverifikasi kebenaran informasi sebelum membagikannya atau tidak menyadari risiko terkait dengan penyebaran konten yang salah atau menyesatkan.

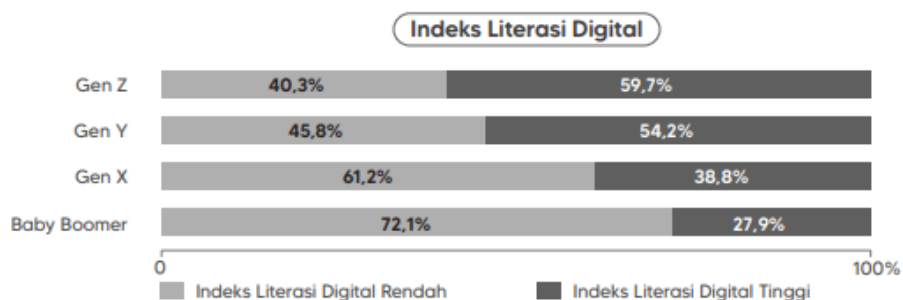
Sebelumnya, kominfo pernah melakukan survei terkait literasi digital di Indonesia. Hasil survei tersebut menunjukkan proporsi SES yang lebih tinggi memiliki nilai Indeks Literasi Digital di atas rata-rata nasional lebih banyak dibandingkan dengan kelompok SES yang lebih rendah. SES A (SES tertinggi) yang memiliki nilai indeks di atas rata-rata sebanyak 58,9%, sementara SES D-E hanya 48,1%. (Literasi Digital 2022)



Gambar 1.4 Indeks Literasi Digital Berdasarkan kategori SES
(Literasi Digital 2022)

Sementara itu berdasarkan kategori umur maka, generasi yang lebih muda memiliki skala nilai literasi digital yang tinggi dan melampaui rata-rata. Generasi Z mempunyai skala sebesar 59,7% dan ini melampaui skala rata-rata nasional, kemudian Baby Boomer hanya sebesar 27,9% yang berada melampaui rata-rata nasional. (Literasi Digital 2022)

Dikutip dari kompas.com, generasi Z merupakan generasi yang lahir sekitar tahun 1997-2009. Generasi Y adalah generasi yang lahir sekitar tahun 1980-1995. Generasi X adalah generasi yang lahir tahun 1965-1980. Generasi Baby Boomer adalah generasi yang lahir pada tahun 1946-1964



Gambar 1. 5 Indeks Literasi Digital Berdasarkan Kateogori Usia

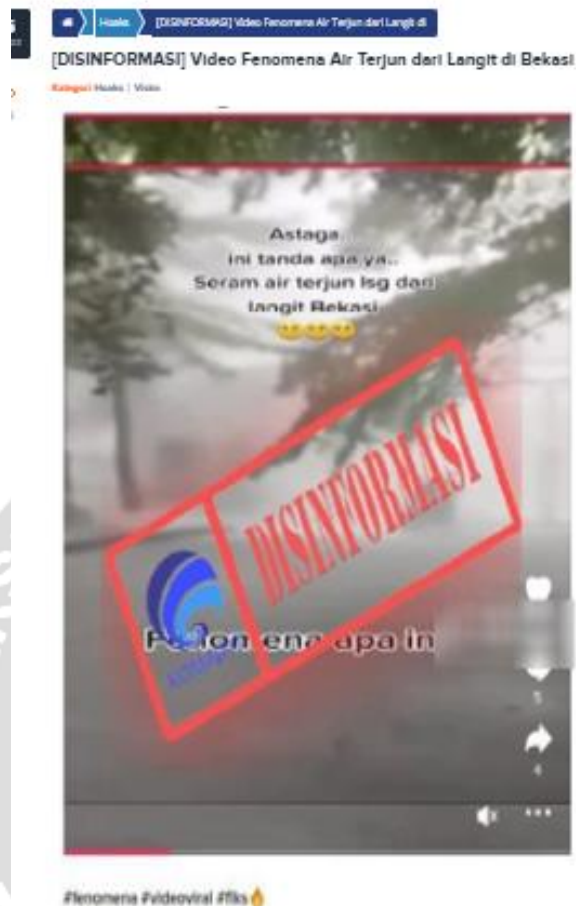
(Literasi Digital 2022)

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa salah satu faktor yang memengaruhi literasi digital adalah status ekonomi sosial. Status ekonomi sosial mempunyai makna suatu keadaan yang menunjukkan pada kemampuan finansial keluarga dan perlengkapan material yang dimiliki (Baswori & Juariyah, 2010). Soerjono Soekanto dalam (Sastrawati 2020) mengartikan status sebagai posisi dalam suatu hierarki, yang artinya status adalah tempat atau posisi seseorang dalam menjalankan hak dan kewajibannya di suatu kelompok social.

Sementara itu, status ekonomi sosial secara khusus merupakan posisi yang ditempati individu atau keluarga dan berkenaan dengan standar normatif yang umum berlaku tentang kepemilikan kultural, pendapatan efektif, kepemilikan barang dan partisipasi dalam aktifitas kelompok dari komunitasnya. Selain itu, Santrock (2007) mengartikan status ekonomi sosial bisa dilihat seumpama klasifikasi masyarakat yang memiliki persamaan dalam bidang pekerjaan, ekonomi dan pendidikan.

Status ekonomi sosial menyatakan suatu strata yang tidak setara, yang mana individu mempunyai pekerjaan yang variatif dengan bermacam-macam prestasi yang diperoleh, kemudian sebagian individu lainnya mempunyai pekerjaan dengan status yang tinggi. Selain itu tingkat pendidikan yang berbeda karena dipengaruhi oleh akses terhadap pendidikan, serta kemampuan perekonomian yang berbeda, dan kekuasaan untuk saling memengaruhi yang berbeda pula (Santrock, 2007). Perbedaan di masyarakat inilah yang menjadikan kesempatan tiap individu tidak setara dan berakibat pada strata sosial.

Status ekonomi sosial adalah sebuah pengklasifikasian kasta sosial dalam kelompok masyarakat. Kasta sosial ini didalamnya terdapat usia, jenis kelamin, agama, kelompok etnis, kelompok ras, pendidikan formal, pekerjaan dan ekonomi (Jatmiko 2017). Status ekonomi sosial mengambil alih peran dalam kehidupan interaksi sosialisasi masyarakat. Individu yang memiliki status ekonomi sosial tinggi, terkesan dapat melakukan interaksi sosial dengan baik di lingkungannya (Abdulsyani, 2007).



Gambar 1.6 Contoh Disinformasi di Tiktok
(Kominfo 2022)

Gambar 1.6 menunjukkan video disinformasi yang viral di Tiktok dan telah dikonfirmasi oleh Kominfo terkait kebenarannya. Jadi, awal video ini beredar di media sosial Tiktok, dalam video ini terlihat hujan turun di Stadion Wibawa Mukti, Kabupaten Bekasi dan seorang pria yang di dalam video itu memberi tahu kalau kejadian itu adalah air terjun yang turun langsung dari langit dan komentar di video tersebut banyak yang percaya.

Fakta dari website kominfo.go.id, bahwa nyatanya hujan deras yang turun seperti air terjun adalah ulah dari pipa paralon yang melakukan pembuangan air dan tepat berada di pintu gerbang Stadion Wibawa Mukti yang patah. Sehingga air yang jatuh terlihat sangat deras dan tidak terbendung seperti air terjun (Kominfo 2022).

Fenomenda ini memperlihatkan betapa pentingnya literasi digital dalam perilaku pengguna media sosial khususnya Tiktok, yang mana hal ini juga dipengaruhi oleh faktor SES. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti mengambil judul **“Hubungan Status Ekonomi Sosial dengan Literasi Digital Masyarakat dalam Perilaku Membagikan Konten Disinformasi di Tiktok.”**

Untuk memperkuat relevansi penelitian, maka peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan, diantaranya sebagai berikut :

Table 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama / Tahun	Judul Penelitian	Kesimpulan
1.	(Fadhilah Salsabila, 2019)	“Pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner yang Terdaftar pada Aplikasi Go Food di Pasar Segar Kota Makassar”.	“Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Literasi Ekonomi dan Literasi Digital terhadap Perilaku Berwirausaha sektor kuliner di Pasar Segar kota Makassar”.
2.	(Nila Ratna Dewi, et. al., 2023)	“Keterkaitan Antara Status Sosial Ekonomi dan Jenis Kelamin dengan Kemampuan Literasi Digital pada Siswa SMA Negeri 1 Mandor”.	“1) Kemampuan literasi digital dipengaruhi oleh status sosial ekonomi dan jenis kelamin. 2) Tidak ada pengaruh yang masif dari X1 (status keuangan) terhadap variabel dependen Y (kemampuan kecakapan lanjutan). 3) Gender berpengaruh signifikan terhadap Y (keterampilan literasi digital)”.
3.	(Kusniawati dan Kurniawan, 2016)	“Pengaruh Status Sosial Ekonomi	“Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Terdapat pengaruh

		Orang Tua dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IPS di Sma Negeri 2 Tuban”.	signifikan antara status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS di SMA Negeri 2 Tuban, (2) Terdapat pengaruh signifikan antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS di SMA Negeri 2 Tuban, (3) Secara bersama-sama status sosial ekonomi orang tua dan literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS di SMA Negeri 2 Tuban”.
--	--	---	--

1.2 Perumusan Masalah

Uraian di atas menjelaskan hubungan status ekonomi social menjadi salah satu factor seseorang memiliki literasi digital yang cukup. Seseorang yang memiliki status ekonomi social yang baik maka memiliki kemampuan untuk memperoleh literasi digital sehingga tidak langsung percaya pada konten disinformasi. Namun tentu saja hal ini tidak bisa digeneralisasi begitu saja, oleh karena itu mengenai peran sentral kompetensi literasi digital dengan status ekonomi sosial terhadap konten yang dikonsumsi dan dibuat maka timbullah pertanyaan pemantik sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan tingkat pendidikan dengan literasi digital masyarakat kecamatan Rawalumbu, Kota Bekasi dalam membagikan konten disinformasi di Tiktok?
2. Apakah terdapat hubungan tingkat penghasilan masyarakat kecamatan Rawalumbu, kota Bekasi dengan literasi digital dalam membagikan konten disinformasi di Tiktok?

3. Apakah terdapat hubungan jenis pekerjaan masyarakat kecamatan Rawalumbu, Kota Bekasi dengan literasi digital dalam membagikan konten disinformasi di TikTok?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mencari, atau menganalisis hubungan dari fenomena status ekonomi sosial dengan literasi digital pengguna Tiktok kecamatan Rawalumbu, Bekasi sehingga berperilaku membagikan atau mengabaikan konten disinformasi. Fenomena disinformasi yang marak terjadi di sosial media Tiktok serta menyadarkan masyarakat akan pentingnya mengecek ulang informasi.

Pengguna Tik Tok seringkali tidak sadar apakah informasi yang diterima benar atau keliru karena sistem Tiktok 'for your page' menjadikan penggunanya betah berlama-lama di sosial media tersebut dan algoritma Tiktok yang terus-menerus merekomendasikan video sesuai apa yang disukai dan paling sering dilihat sehingga pengguna cenderung malas untuk keluar aplikasi dan mengecek ulang informasi tersebut.

Selain itu, kurangnya literasi masyarakat Indonesia dan lebih menyukai tontonan dibanding membaca sehingga kebanyakan pengguna sosial media ini langsung percaya tanpa mengecek ulang informasinya di media berita yang telah terverifikasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dibuat bukan hanya untuk memenuhi persyaratan kelulusan sarjana. Lebih dari pada itu, penelitian ini mampu memberikan manfaat yang lebih luas kepada pembaca, baik itu secara akademis, praktis maupun sosial.

1. Manfaat akademis : Secara akademis, harapannya penelitian ini dapat memberikan gambaran sebenar-benarnya bagaimana status ekonomi sosial memengaruhi tingkat literasi seseorang dalam memahami informasi di sosial media, terutama Tiktok. Dengan demikian ke depannya para akademisi dapat menjadikan penelitian ini sebagai salah satu rujukan apabila ingi melakukan penelitian sejenis ataupun lanjutan.

2. Manfaat praktis : Secara praktis, penelitian ini ditujukan bagi platform terkait yakni TikTok. Harapannya, hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi agar TikTok meningkatkan fitur atau kebijakannya agar lebih ketat dalam menangkal dan meminimalisir penyebaran informasi yang tidak benar. Di sisi lain, pihak TikTok dapat mempertimbangkan menghapus akun-akun yang seringkali membagikan konten disinformasi.
3. Manfaat sosial : Untuk sosial, diharapkan melalui penelitian ini masyarakat sadar akan pentingnya memilah informasi dan berhenti membagikan atau memposting ulang konten disinformasi.

1.5 Sistematika Penelitian

Laporan penelitian ini ditulis dalam lima bab yang kemudian dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama ini memaparkan mengenai latar belakang masalah penelitian yang diangkat, fokus penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan penelitian terdahulu, konsep penelitian, teori penelitian yang berhubungan dengan penelitian dan kerangka berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan metode penelitian, metode pengumpulan data, penetapan key informan dan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan uraian mengenai metode dari penelitian, jenis penelitian, metode analisis data, metode pengumpulan data, teknik analisis data serta waktu dan tempat penelitian dilakukan

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan mengenai pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan penelitian yang dilakukan berupa kesimpulan dan saran.

