

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Menurut Trewinnard dan Bell dalam Ireton & Posetti (2019) kehadiran teknologi digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh dan berinteraksi dengan berita. Jika pada era media tradisional khalayak harus secara aktif mencari berita di surat kabar, televisi, atau laman berita daring, sekarang proses tersebut dimudahkan oleh mekanisme algoritma yang memungkinkan berita otomatis tampil di linimasa pengguna (Gil De Zúñiga & Cheng, 2021). Akibatnya, terjadi kelimpahan informasi di media sosial yang dapat membuat individu menjadikannya sumber informasi utama (Lee et al., 2024).

Perubahan ini melahirkan fenomena *News Find Me Perception*, yakni persepsi ketika seorang individu merasa dapat selalu tahu informasi terkini walaupun tidak mencari informasi tersebut secara mandiri. Informasi bisa mereka dapatkan dari relasi, komunitas, bahkan bisa datang sendiri lewat algoritma di media sosial (Gil De Zúñiga et al., 2017; Gil De Zúñiga & Cheng, 2021). Penelitian-penelitian sebelumnya membuktikan bahwa NFM berkorelasi positif dengan pola konsumsi berita yang lebih pasif, tingkat verifikasi yang lebih rendah, juga ketergantungan yang lebih besar pada seleksi konten berbasis algoritma daripada seleksi berbasis penilaian kritis personal (Boczkowski et al., 2018; Hargittai et al., 2020; Segado-Boj et al., 2019; Skurka et al., 2025). Dengan kata lain, semakin besar arus informasi yang tersedia secara pasif melalui media sosial, semakin besar pula peluang individu untuk mengembangkan persepsi bahwa "berita akan datang dengan sendirinya" tanpa perlu upaya pencarian aktif.

Kondisi ini semakin relevan jika dikaitkan dengan konteks Indonesia. Data terbaru menunjukkan bahwa lanskap digital di Indonesia sangat kondusif bagi berkembangnya persepsi NFM. Berdasarkan laporan Digital News Report 2026 dari Reuters Institute (Egan et al., 2026), sebanyak 64% masyarakat Indonesia melaporkan memperoleh berita dari platform media sosial seperti *WhatsApp*,

YouTube, Facebook, dan TikTok (Egan et al, 2026). Angka ini didukung oleh tingginya tingkat adopsi digital secara umum: menurut Digital 2026 Global Overview Report yang dirilis We Are Social bersama Kepios, Indonesia menempati peringkat keempat dunia dalam jumlah pengguna internet terbanyak, dengan 230,4 juta pengguna atau setara 80,5% dari total populasi (Kemp, 2026). Ironisnya, tingginya penetrasi digital ini tidak diimbangi dengan kesiapan literasi digital masyarakat. Berdasarkan Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) 2025 yang dirilis Kementerian Komunikasi dan Digital, skor pilar Literasi Digital justru mengalami penurunan dari 58,25 poin pada 2024 menjadi 49,28 poin pada 2025 (Komdigi, 2025). Kombinasi antara tingginya keterpaparan terhadap berita via media sosial dan menurunnya kapasitas literasi digital ini mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia berada dalam kondisi yang rentan terhadap persepsi NFM sekaligus rentan terhadap konsekuensi negatifnya, termasuk ketidakmampuan mengidentifikasi berita palsu.

Dalam waktu yang bersamaan, media sosial menjadi tempat yang rawan penyebaran *fake news* (Ireton & Posetti, 2019) sehingga audiens dituntut untuk memiliki *news media literacy*. Menurut Maksl et al., (2015) literasi media berita merujuk pada kompetensi audiens untuk mengakses, menganalisis secara kritis, mengevaluasi, serta menginterpretasikan isi berita. Literasi media ini dapat menolong audiens untuk memiliki aktivitas pencarian informasi yang sehat sehingga terhindar dari *fake news* (Aufderheide, 1993; Schreurs & Vandenbosch, 2021).

Di sinilah persepsi NFM dan NML saling berkaitan secara langsung. Berdasarkan penelitian Lee et al., (2024) seseorang dengan persepsi NFM terbukti memiliki literasi media yang rendah (Lee et al., 2024). Hal ini dapat terjadi karena motivasi untuk mengakses media atau *personal locus* menentukan tingkat literasi media seseorang secara aktif pada pelaku NFM rendah. Oleh karena itu, dapat dikatakan pelaku NFM memiliki literasi media yang rendah, dalam hal ini pada dimensi *personal locus*, dimensi literasi media berita yang menentukan tingkat motivasi seseorang untuk mencari dan menggali informasi pada berita (Potter,

2016), yang mana pada seseorang dengan NFM, motivasi untuk mencari informasi secara mandiri berkurang karena merasa informasi dari media sosial sudah cukup. Menurut Hargittai et al (2020) hal ini dapat terjadi karena individu dengan persepsi NFM gagal memahami bahwa algoritma tidak bisa memberikan berita dengan adil.

Keterkaitan antara NFM dan NML ini penting karena keduanya secara bersamaan diduga dapat memprediksi kemampuan seseorang dalam mengidentifikasi berita palsu. Dalam konteks penyebaran *fake news* di media sosial, kemampuan identifikasi berita palsu menjadi aspek krusial. Yarchi et al (2023) membedakan kemampuan identifikasi berita palsu menjadi dua jenis, yaitu *actual ability* dan *perceived ability*. *actual ability* adalah kemampuan identifikasi berita palsu secara objektif yang ditentukan berdasarkan pengujian. Jenis kedua adalah *perceived ability*, yang mengacu pada kemampuan identifikasi yang sifatnya subjektif berdasarkan persepsi individu terhadap kemampuannya sendiri. Dua kemampuan tersebut sangat mungkin memiliki nilai yang berbeda yang pada akhirnya menghasilkan *gap*. Ketika *perceived ability* lebih dominan maka *gap* yang terjadi didefinisikan sebagai *overconfidence*, yakni kepercayaan diri berlebihan terhadap pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki (Mahmood, 2016; Skurka et al., 2025). Dalam konteks persepsi NFM, Skurka et al (2025) membuktikan adanya korelasi positif antara NFM dan *overconfidence*. Sedangkan, *social media literacy* diasumsikan dapat mengoreksi efek negatif NFM, terutama pada *actual ability*, sementara *perceived ability* tetap rentan terhadap ilusi pengetahuan.

Namun, di sinilah letak kesenjangan penelitian (research gap) yang mendasari studi ini. Meskipun sejumlah penelitian telah mengkaji dampak persepsi NFM terhadap pola konsumsi berita serta peran literasi media dalam menghadapi misinformasi, tetapi masih minim penelitian yang menghubungkan NFM dan NML secara bersamaan sebagai prediktor terhadap kemampuan identifikasi berita palsu, terutama yang dihubungkan juga dengan kemampuan identifikasi berita palsu. Sebagian besar studi terdahulu (Lee et al., 2024; Skurka et al., 2025) masih membahas NFM dan NML secara terpisah atau hanya mengaitkannya dengan *actual ability*, sehingga pengaruh gabungan (simultan) kedua variabel tersebut

terhadap *perceived ability* belum banyak diuji secara empiris. Selain itu, kajian mengenai persepsi NFM di Indonesia masih minim. Padahal, media sosial menjadi platform yang paling banyak dijadikan sumber informasi utama di Indonesia (Annur, 2023; Egan et al., 2026) dan kondisi literasi digital masyarakatnya justru sedang menurun (Komdigi, 2025). Peningkatan arus informasi berbasis AI, serta maraknya konten berita hoaks (Rustanta & Sari, 2025; Sonni et al., 2025), turut memperkuat urgensi penelitian ini.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh persepsi *News Find Me* dan *News Media Literacy* terhadap kemampuan identifikasi *fake news*, spesifik pada *Perceived Ability* dalam konteks Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman mengenai peran faktor-faktor kognitif dalam membentuk kerentanan individu terhadap *fake news* di media sosial, sekaligus mengisi kekosongan literatur terkait interaksi NFM dan NML dalam konteks Indonesia yang selama ini belum banyak diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh Persepsi *News Find Me* dan *News Media Literacy* terhadap kemampuan identifikasi berita palsu audiens di media sosial di DKI Jakarta?

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana pengaruh persepsi *News Find Me* terhadap kemampuan identifikasi berita palsu di media sosial DKI Jakarta?
2. Bagaimana pengaruh *News Media Literacy* terhadap kemampuan identifikasi berita palsu di media sosial di DKI Jakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Persepsi *News Find Me* terhadap kemampuan identifikasi berita palsu di media sosial.

2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *News Media Literacy* terhadap kemampuan identifikasi berita palsu di media sosial.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini bertujuan untuk memperkaya literatur mengenai persepsi *News Find Me* (NFM) sebagai konstruk kognitif yang memengaruhi kemampuan individu dalam mengidentifikasi berita palsu, bukan sekadar sebagai penjelas pola konsumsi berita. Dengan demikian, penelitian ini ingin memperluas pemahaman mengenai pengaruh psikologis dan kognitif NFM dalam lingkungan informasi berbasis algoritma, khususnya dalam konteks evaluasi kebenaran informasi.

Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi akademis dengan memosisikan *News Media Literacy* sebagai variabel independen yang diuji secara empiris bersama persepsi NFM untuk menjelaskan kemampuan identifikasi berita palsu. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai fungsi literasi media sebagai faktor prediktif terhadap kemampuan evaluasi informasi, khususnya untuk membentengi masyarakat dari *fake news*.

1.5.2. Kegunaan Praktis

Bagi pemerintah dan pembuat kebijakan, penelitian ini dapat memberikan dasar empiris untuk membentuk kebijakan literasi digital bagi seluruh masyarakat supaya dapat terhindar dari *fake news*. Dengan memahami pengaruh persepsi NFM dan *News Media Literacy* terhadap kemampuan identifikasi berita palsu, praktisi dan pendidik diharapkan mampu merancang intervensi literasi digital yang tidak hanya mampu meningkatkan rasa percaya diri audiens dalam menilai informasi tetapi juga meningkatkan kemampuan evaluasi berbasis bukti.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Dalam ranah sosial, penelitian ini relevan untuk menjelaskan kerentanan masyarakat terhadap *fake news* jika tidak diimbangi dengan kemampuan literasi media yang baik. Dengan mencari tahu peran persepsi NFM dan tingkat *News Media Literacy* terhadap kemampuan identifikasi berita palsu, harapannya penelitian ini dapat memberi pemahaman bahwa merasa "cukup terinformasi" belum cukup untuk membentengi diri dari misinformasi. Kemampuan berpikir kritis dan verifikasi informasi dalam merespons informasi di media sosial penting dikuasai. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membuka wawasan audiens terkait faktor kognitif yang dapat memengaruhi ketahanan individu dalam menghadapi misinformasi.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya berusaha mengukur pengaruh persepsi NFM dan *News Media Literacy* terhadap *Perceived Ability to Identify Fake News* sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut yang juga mempertimbangkan *actual ability*. Kemudian, penelitian ini meneliti persepsi NFM pada media sosial secara luas, bukan spesifik per satu platform. Karena setiap platform media sosial punya fitur yang berbeda, akan ada kemungkinan bahwa tingkat NFM audiens tiap platform memiliki perbedaan juga. Selain itu, penelitian ini hanya berfokus di DKI Jakarta yang mungkin belum merepresentasikan Indonesia secara luas, mengingat Indonesia tidak hanya terdiri dari wilayah urban seperti DKI Jakarta, melainkan ada wilayah sub-urban dan 3T.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A