



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi mengubah aspek kehidupan masyarakat terutama dalam berkomunikasi. Adanya perkembangan teknologi menjadikan setiap orang semakin mudah menggunakannya, terutama dengan evolusi teknologi komunikasi mengantarkan kita kepada *new media* atau media baru. Media baru memiliki definisi sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama komputer digital (Creeber dan Martin, 2009, p. 2). Media baru mampu menyajikan konten atau informasi secara interaktif. Media bukan hanya sekedar media digital saja, tetapi media interaktif yang memberikan kebebasan dalam penyebaran informasi (Chun dan Keenan, 2006, p. 1). Media baru dalam hal ini telah banyak digunakan oleh masyarakat untuk memudahkan pengiriman dan penyebaran informasi dengan cepat dan mudah.

Seiring berjalannya waktu kemajuan dan perkembangan teknologi berpengaruh sebagai salah satu bentuk media baru yang sangat diminati masyarakat yaitu internet. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2017), terdapat 143,26 juta orang yang menggunakan internet. Dari jumlah pengguna internet tersebut terdapat layanan yang sering diakses masyarakat yaitu *chatting*

(89,35%), *social media* (87,13%), *search engine* (74,84%). Data ini membuktikan bahwa pemanfaatan internet di bidang gaya hidup cukup tinggi dengan diperoleh penggunaan media sosial menduduki posisi teratas sebesar (87,13%), *download* musik (71,10%), nonton film (70,23%), berita (58,01%), baca cerita (57,13%), dan berita olahraga (50,48%). Durasi penggunaan internet menurut survei tersebut menghabiskan waktu 1-3 jam dalam setiap hari. Tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang besar dalam kehidupan pribadi masyarakat.

Penggunaan media sosial mampu mengajak siapa saja berpartisipasi untuk memberikan komentar, dan membagikan informasi dalam waktu yang cepat. Media sosial memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi (Harsanto, 2014, p. 96). Media sosial menjadikan para penggunanya mudah untuk berkomunikasi saling berkirim pesan, berbagi, dan membangun jejaringan menggunakan teknologi yang saling terhubung dengan orang lain secara efektif. Media sosial membuat penggunanya dapat berkomentar secara bebas tanpa rasa khawatir.

Dalam penggunaannya media sosial menurut Indriyana dan Handayaningsih (2015, p. 331) seseorang belajar sopan santun, adab berkomunikasi, ajang mencurahkan kegelisahan, dan bertukar pikiran melalui media sosial, sehingga setiap individu di media sosial mampu menampilkan karakter diri dengan memposting gaya hidup mereka sesuai perkembangan zaman. Internet yang mudah diakses melalui ponsel pintar atau *smartphone* pada dasarnya media yang netral, maka kita sebagai pengguna dapat

menentukan tujuan media tersebut dari manfaat yang mampu diambil (Adiarsi, Stellarosa, dan Silaban, 2015, p. 472). Pendidikan media dan pemahaman akan penggunaannya adalah hal yang paling penting.

Ada beberapa jenis media sosial yang digunakan masyarakat sesuai perkembangan zaman. Berdasarkan data survei yang dilakukan oleh (Masyarakat Telematika Indonesia) Mastel (2016) yang diikuti oleh 1.020 responden di seluruh Indonesia, media sosial dikuasai oleh Instagram dengan jumlah pengguna sebesar (82,6%), Facebook (66,5%), dan Path (49,6%).

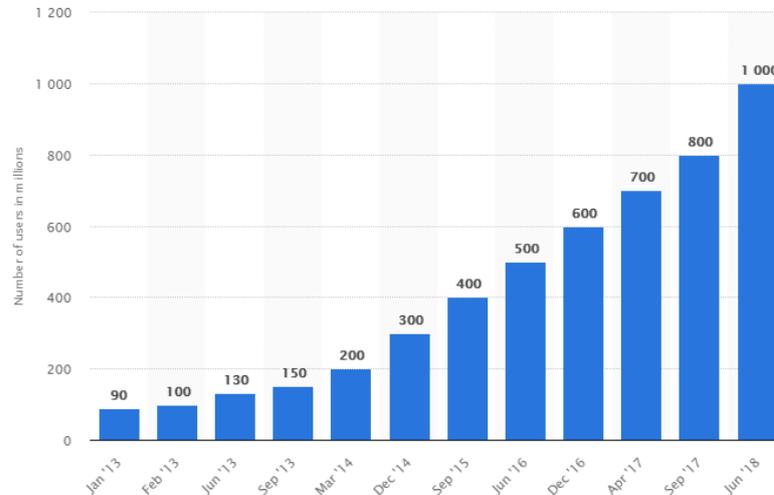
Gambar 1.1 Penggunaan sosial media Mastel



Sumber: Mastel.id

Terdapat 82% pengguna berdasarkan umur 19-36 tahun dengan pengguna lebih banyak laki-laki sebesar 62%. Sementara itu, menurut Sri Widowati Contry Director Facebook Indonesia artikel yang dimuat oleh Detik.com (Haryanto, 2017, para. 7), instagram memiliki jumlah pengguna di Indonesia sebanyak 45 juta pengguna perbulan sebagai pengguna terbesar di Asia Pasifik.

Gambar 1.2 Pertumbuhan Pengguna Instagram 5 Tahun Terakhir



Sumber: Statista.com

Menurut studi statistik yang dilakukan oleh Statista (2018), Instagram memiliki pertumbuhan mencapai 1 miliar pengguna pada bulan Juni 2018 di seluruh dunia. Selama 5 tahun terakhir, Instagram memiliki peningkatan sejak Januari 2013 hingga Juni 2018. Instagram adalah media sosial pilihan remaja di Amerika Serikat, mengalahkan Twitter dan Facebook (Statista, 2018, para. 2). Menurut studi yang dilakukan oleh locowise (Ahmed, 2017, para. 1), telah terjadi peningkatan pengguna Instagram pada bulan Februari 2017 sebesar 70% lebih tinggi dari Facebook. Selain itu, pertumbuhan pengguna Instagram juga mencapai 9% lebih tinggi dibandingkan Twitter (Ahmed, 2017, para. 4). Media sosial yang populer di kalangan remaja dalam hal ini yaitu Instagram.

Instagram memudahkan penggunanya ketagihan dalam mengakses informasi. Penyebaran informasi secara langsung membuat masyarakat semakin enggan mengulang informasi berdasarkan sumber yang terpercaya (Istiarni dan

Triningsih, 2018, p. 50). Pengguna dalam hal ini berada pada posisi yang lemah sebagai penerima informasi. Pengakses informasi di media sosial Instagram kurang mampu dalam mengedukasi dirinya untuk memanfaatkan media dengan baik. Padahal, membangun kecerdasan informasi menjadikan masyarakat tumbuh menjadi rasional dan terdidik (Rachmiate, 2016, p. 119). Pengguna belum sepenuhnya menanamkan sikap kritis dalam menanggapi pesan media sebagai pembelajaran untuk berperan aktif menanggapi pesan media.

Informasi yang beredar di media sosial Instagram menimbulkan keresahan yang tidak diiringi kemampuan melakukan literasi media atau mengkritisi pesan oleh media dengan baik. Literasi media menurut Potter (2008, p. 19) merupakan suatu cara untuk mencerdaskan masyarakat terhadap terpaan media. Berkat literasi media yang kita gunakan sebagai seperangkat perspektif aktif dalam membuka diri kepada media terutama media sosial Instagram, sehingga masyarakat bisa bebas berinteraksi dengan pemberitaan di media tanpa memiliki kesulitan membedakan mana pesan yang benar atau tidak. Kemudian, terdapat perbedaan antara literasi media, literasi digital, dan literasi media sosial. literasi digital merupakan kemampuan untuk mengakses, memahami, dan mengelola semua informasi yang disediakan oleh media digital (Information Resources Management Association, 2018, p. 92). Literasi media digital menekankan pada kemampuan seseorang menggunakan alat digital untuk mengekspresikan diri dan berkomunikasi dengan orang lain. Sedangkan, literasi media sosial merupakan sebuah kualifikasi yang saling berhubungan dan interaksi di antara orang-orang melalui komunikasi dan berbagi informasi (Information Resources

Management Association, 2018, p. 1046). Literasi media sosial menekankan kepada membentuk kerja sama dan berperan aktif, memberi, menerima dalam lingkungan sosial komunikasi, dan berbagi konten.

Menurut Presiden Institut Jurnalisme dan Komunikasi Asia, Ramon Tuazon (Putranto, 2018, para. 17), literasi media sosial tidak hanya belajar melek media, tetapi belajar menggunakan media sosial untuk proses penyebaran informasi. Kemampuan literasi media sosial masyarakat rendah yang menyebabkan penyebaran *hoax* ke pengguna lainnya (Maulida, 2017, para. 6). Kemampuan literasi media sosial akan mengurangi efek buruk dari penggunaan media sosial dalam mengakses informasi digital.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat generasi Z. Berdasarkan Survei yang dilakukan APJII berdasarkan usia (2017), pengguna internet di Indonesia umur 13-18 tahun sebesar (75,50%), 19-34 tahun (74,23%), 35-54 tahun (44,06%), lebih dari 54 tahun (15,72%). Dari data tersebut menggambarkan bagaimana pengguna internet di Indonesia khususnya generasi Z menempati urutan teratas. Generasi Z lahir pada kisaran tahun 1995 hingga 2010 (Gregorius dan Sumardianta, 2017, p. 219). Generasi Z termuda 10 tahun dengan rentang umur tertua menduduki usia 23 tahun. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) berdasarkan dari usia, kota Tangerang memiliki rentang kelahiran 10 hingga 23 tahun yang berjumlah 511.632 orang (Badan Pusat Statistik, 2016).

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang hidup berdampingan dengan internet dan teknologi canggih yang banyak berinteraksi dan mengakses informasi dan berita dari media sosial. Generasi Z tidak lagi membaca media massa konvensional seperti halnya koran dan majalah melainkan melalui teknologi genggam (Macnamara, 2005, p. 6). Permasalahan dihadapi bagaimana media sosial saat ini digunakan sebagai media untuk penyebaran isu dan informasi bohong.

Dalam upaya meningkatkan kemampuan literasi media sosial di kota Tangerang, artikel yang dimuat dalam Tribunjakarta.com (Kesuma, 2018, para. 2) Polda Banten bersama Polresta Tangerang mengadakan gerakan literasi media sosial dengan bertema Generasi Milenial Garda Terdepan Anti Hoax. Dalam hal ini kota Tangerang menjadi salah satu daerah yang sadar dalam mengoptimalkan kemampuan literasi media sosial. Selain itu, Pejabat sementara (PJS) Walikota Tangerang M.Yusuf dan Wakapolresta AKBP Harles Silalahi mengadakan deklarasi anti hoax yang bertujuan untuk bersama-sama menolak penyebaran berita bohong yang ditujukan kepada seluruh masyarakat kota Tangerang (Situmorang, 2018, para. 1). Walikota Tangerang, M. Yusuf (Situmorang, 2018, para. 3), mengimbau seluruh warga Kota Tangerang pada penggunaan media sosial supaya selektif dalam menerima berita yang belum diketahui kebenarannya.

Menurut hasil riset yang dilakukan oleh Tirto.id (2017) kepada 1.201 responden mulai Maret hingga Juni 2017 di Jakarta, Tangerang, Bandung, Yogyakarta, dan Denpasar, generasi Z di Indonesia memiliki berbagai

karakteristik yaitu hemat, berpikir terbuka, suka pada bentuk kampanye kekinian, menghendaki perubahan sosial, asyik dengan teknologi, dan sanggup berkompromi. Berdasarkan riset tersebut generasi Z menggunakan aplikasi atau perangkat Instagram dalam memperoleh informasi dibandingkan Line dan Google. Sementara itu, pendidikan nonformal pada generasi Z juga membantu melakukan literasi media sosial dan menanggapi pesan media yang diperoleh masyarakat, sehingga membentuk moral dan kekritisian masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan karena generasi Z di kota Tangerang perlu terhindar dari dampak negatif penggunaan media sosial.

1.2 Perumusan Masalah

Kemampuan dalam bersikap kritis mengajarkan pengguna media sosial untuk cerdas dalam melakukan literasi media sosial. Penggunaan media sosial Instagram menjadi ranah yang tepat dipergunakan sebagai penyebaran informasi, terutama masyarakat generasi Z yang menggunakan media sosial Instagram dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Seberapa besar pengaruh terpaan media sosial Instagram terhadap literasi media sosial pada generasi Z?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Adakah pengaruh penggunaan Instagram terhadap kemampuan literasi media sosial pada generasi Z?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, tujuan dari dilakukan penelitian ini yaitu:

1. Adakah pengaruh penggunaan Instagram terhadap literasi media sosial pada generasi Z.
2. Untuk mengetahui kemampuan literasi media sosial di kota Tangerang.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat yaitu :

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan memperkaya studi penelitian tentang penggunaan media sosial. Kemunculan media sosial diranah publik dikarenakan dengan semakin berkembangnya teknologi komunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin maju dan canggih memungkinkan adanya literasi media sosial untuk menyaring informasi yang terdapat di media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian berikutnya dalam mempelajari tentang penggunaan media sosial tertentu.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah wawasan terutama informasi dan berita yang disajikan kepada pengguna media sosial Instagram. Berkat perkembangan arus

informasi menjadikan literasi media sosial penting untuk digunakan. Terutama pada penggunanya yaitu generasi Z yang mengakses media sosial.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap literasi media sosial. Dengan perkembangan informasi yang cepat di masyarakat terutama di media sosial untuk melibatkan ‘melek media’ pada setiap informasi yang diterima, sehingga kesadaran masyarakat untuk melakukan literasi media sosial berguna dalam menghindari kemungkinan informasi palsu dan tidak akurat.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini belum dikatakan sempurna, sebab itu keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti tidak bisa melakukan survei pada seluruh pengguna Instagram dikarenakan keterbatasan waktu dan biaya. Hal tersebut dikarenakan banyaknya pengguna Instagram dan peneliti melakukan penelitian ini secara sendirian.

Keterbatasan yang kedua adalah sikap pengguna media sosial di dalam penggunaan media sosial Instagram beraneka ragam, peneliti hanya berfokus kepada sikap pengguna dalam melakukan literasi media sosial.

Keterbatasan lainnya dalam penelitian ini yaitu menggunakan *accidental sampling*. Teknik *accidental sampling* dilakukan peneliti untuk observasi

secara mandiri ke tempat yang memenuhi syarat sebagai sampel yang dikehendaki.