

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Sosial media telah hadir di era digital, sosial media sebagai wadah dalam menyebarkan berbagai informasi maupun sarana komunikasi, sosial media merupakan platform yang digunakan banyak kalangan masyarakat. Media sosial adalah sebuah media Online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual (Cahyono 2016, hlm.140). sosial media yang digunakan seperti Youtube, Instagram, Twitter, Facebook, line dan salah satu sosial media yang sedang tren saat ini yaitu Tik Tok. Aplikasi Tik Tok merupakan sebuah platform yang digunakan bagi penggunanya untuk memberikan atau mengakses sebuah video yang berdurasi 15 – 10 menit sesuai dengan kebutuhan maupun isi video tersebut. Tik Tok memiliki gaya penyebaran informasi yang kreatif, pengguna dapat melihat sebuah konten yang menarik di aplikasi Tik Tok, seperti *dance*, hiburan, *Comedy*, menyanyi, *story telling*, *review* barang, dan juga edukasi. Tik Tok didirikan oleh perusahaan asal cina pada September 2016 dimiliki oleh yang pendirinya bernama Zhang Yiming, pada awalnya Tik Tok bernama Musical.ly, teknologi *bytedance* Beijing mengakuisisi aplikasi Musical.ly pada tahun 2017 dan mengganti aplikasi tersebut menjadi Tik Tok, menurut Zhang Ti kTok memberikan solusi yang tepat mendapatkan informasi yang mudah terkait dengan Pendidikan Online, pariwisata dan *e-commerce*. (Zhang, 2020, hlm. 7). Media sosial Tik Tok menawarkan banyak konten dan informasi yang menarik, namun tidak semua informasi yang ditemukan memiliki validitas dan relevansi yang baik, seperti dalam surat Al-Quran surah ”(QS. Al-Maidah (5). 8). Allah ﷻ mengajarkan untuk adil dan mencari kebenaran, begitu juga melihat konten Tik Tok, sebaiknya tidak menelan konten-konten yang hoax dan kurang baik, selalu menyeleksi konten dengan kebenarannya.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ٱلْأَ  
تَعَدَّلُوا ٱعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selealu menegakkan (Kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum, membuatmu berlaku tidak adil. Berilaku adilah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan*” (QS. Al-Maidah (5): 8)

Menurut UNESCO (2018, p.10) literasi digital adalah kemampuan individu dalam mengakses, memahami, membuat, mengkomunikasikan, dan mengevaluasi sebuah informasi melalui teknologi digital.

Kemajuan teknologi mengharuskan umat muslim untuk berhati-hati termasuk dalam menggunakan media sosial, kemampuan berliterasi digital diperlukan sebagaimana umat islam memperhatikan informasi informasi yang ada benar adanya. Hal ini dapat dilihat dalam QS. Al-Alaq : 1-5

إِقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ۝١ خَلَقَ الْإِنسَانَ مِنْ عَلَقٍ ۝٢ اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ۝٣  
الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ۝٤ عَلَّمَ الْإِنسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ۝٥

Artinya : “1) Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan, 2) Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. 3) Bacalah, dan Tuhanmulah Yang Mahamulia, 4) Yang mengajar (manusia) dengan pena. 5) Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.” (QS. Al-Alaq (94): 1-5 ).

Ayat tersebut menjelaskan tentang pentingnya membaca, memahami, menganalisis, mengidentifikasi, dan mengkaji informasi dengan bijak. termasuk dalam mempelajari dan menggunakan media sosial untuk lebih memperhatikan sebagai upaya pengembangan literasi digital.

Berdasarkan status literasi digital di Indonesia tahun 2021 Kominfo (2021, hlm.33) masyarakat Indonesia dalam mengakses internet media sosial menjadi urutan pertama dalam mendapatkan informasi dengan persentase 73% responden, dan berdasarkan keseringan dalam mengakses internet pada media sosial menjadi urutan kedua sebesar 47% responden. Dalam tiga tahun terakhir pengguna Tik Tok menjadi perhatian masyarakat, adanya peningkatan yang signifikan terhadap persentase Tik Tok, pada tahun 2020 persentasenya hanya 17 % namun angka ini melonjak pada tahun 2022 sebesar 40% kenaikan untuk pengguna Tik Tok. (Kominfo 2022, hlm.27) Hal ini membuktikan Tik Tok mempunyai manfaat bagi penggunanya. Keberagaman konten Tik Tok memberikan kekayaan informasi, Tik Tok menjadi platform hiburan dan edukasi, Tik Tok juga dipercaya menjadi mesin pencarian informasi anak muda. Sebuah studi terbaru dari Newsguard mengelompokkan lebih dari 20% video Tik Tok yang muncul dari pencarian berita populer di aplikasi Tik Tok beberapa ada yang termasuk informasi yang salah, dikarenakan pada video Tik Tok dengan waktu yang cukup singkat, pengguna yang tidak memiliki kemampuan berliterasi akan menelan informasi yang dilihat tanpa memeriksa fakta yang sebenarnya ( Replubika n.d.,hlm.1).

Pengguna Tik Tok harus mempunyai kemampuan literasi digital. Dengan mempunyai kemampuan literasi digital, pengguna Tik Tok dapat menggunakan aplikasi tersebut dengan bijak. Penelitian yang dilakukan Reghavan yang bertanggung jawab menjalankan organisasi dan informasi Google telah memaparkan di konferensi *Fortune's Brainstrom Tech* menyatakan bahwa hampir 40% anak muda mencari informasi melalui Tik Tok alasannya Tik Tok mempunyai kata kunci yang bisa mengarahkan informasi tersebut dengan tepat dan imersif (Techcrunch Perez.July 2022, p.1). Menurut APJII adanya fenomena penyebaran informasi berita palsu karena rendahnya kualitas literasi informasi Digital (Kominfo 2017). Beberapa konten misinformasi dapat mengikis kepercayaan terhadap informasi faktual, hal ini akan membahayakan pengguna Tik Tok dalam mempercayai informasi tersebut, Tik Tok menggunakan metode penandaan (*flagging*) dengan model pembelajaran mesin (*machine learning*) untuk konten yang melanggar, hal ini untuk meningkatkan informasi otoritatif dalam pendidikan literasi digital (newsroom n.25 februari 2022 hlm.1) upaya Tik Tok dalam meningkatkan literasi digital di Indonesia dalam meluncurkan Fitur Pusat Literasi Digital yang berkerjasama dengan Yayasan Semai Jiwa Amini, kegunaan fitur ini adalah sebagai tempat belajar

untuk pengguna Tik Tok terkait dengan pemahaman bagaimana menganalisis, memahami, menanggapi konten yang viral hingga melaporkan konten yang tidak bijak dalam aturan platform (antarnews n.Februari 2022, hlm.1).

Menurut Ningsih (2016, hlm.4) Literasi digital adalah sikap dan kemampuan individu menggunakan teknologi digital maupun alat komunikasi dalam mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru dan berkomunikasi dengan orang lain literasi digital penting karena era digital saat ini memerlukan individu yang memiliki kemampuan keterampilan dalam menggunakan teknologi dan informasi secara benar dan aman melalui media sosial. Hal ini sangat penting bagi Generasi Z karena mereka lahir dan tumbuh dalam era teknologi yang memiliki akses sangat besar pada informasi melalui media sosial seperti Tik Tok. Dalam menggunakan media sosial terutama Tik Tok memerlukan kemampuan literasi digital, yang mana ketika tidak ada kemampuan dalam beraliterasi akan menimbulkan dampak negatif. (Rahardyana & Irwansyah 2021, hlm.12) Literasi digital sangat diperlukan karena bisa mengontrol informasi yang tidak akurat. Penggunaan aplikasi Tik Tok sangat disukai oleh generasi Z, jenis konten Tik Tok memberikan banyak manfaat seperti pembelajaran baru dan sarana konten edukatif, generasi Z juga menyukai konten yang menarik, kreatif dan dapat dipahami dengan mudah (Rahmana te Al, 2022, hlm.10).

Generasi Z adalah yang lahir pada tahun 1995-2010 (atika et al 2020, hlm.1) yang saat ini berarti usianya 13 – 26 tahun. Generasi Z adalah generasi yang akrab dengan era digital, Tik Tok menjadi salah satu aplikasi terhangat yang didominasi oleh Generasi Z, di Indonesia populasi Generasi Z tahun 2020 sekitar 27,94% sementara generasi Milenium atau Y sebesar 25,87% dan generasi X sebesar 21,88% (Badan Pusat Statistik 2021, hlm.1). Hal ini membuktikan bahwa Generasi Z paling banyak populasinya di Indonesia. Dalam kategori usia, responden Gen Z dan Gen Y memiliki indeks literasi digital yang lebih rendah, namun indeks literasi digital Gen Z lebih rendah 13% dibandingkan dengan Gen Y 25% (Kominfo 2022, hlm.17). Pada rangkuman hasil survei indeks Literasi digital tahun 2022 di DKI Jakarta posisi ke 8 sekitar dengan indeks 3,59. (aptika.kominfo n.d, hlm.1) Menurut Analisa Superdry dalam ,(Kompas Ramadhan.Oktobre 2021, hlm.1) perusahaan fashion itu mengatakan kota DKI Jakarta menjadi urutan ke 4 dari 193 negara, 292 kota, yang pertama adalah New York, kedua,

Seoul, ketiga Dubai dan yang ke 4 adalah Jakarta, kota Jakarta menjadi kota yang paling pertama pengguna terbanyak yang paling banyak penayangannya di Tik Tok, tayangan Tik Tok di kota Jakarta mencapai 37,1 tayangan, hal ini membuktikan besarnya pengguna Tik Tok di daerah Jakarta. Hal ini diperkuat oleh data pengguna Tik Tok terbanyak di Indonesia adalah Jakarta yang mencapai 22% dan usia pengguna Tik Tok paling banyak adalah usia 18-24 tahun dengan persentase mencapai 40% artinya Gen Z mendominasi Tik Tok (ginee n.November 2021, hlm.1). Dengan popularitas Tik-Tok yang semakin meningkat, pentingnya untuk memahami bagaimana Tik Tok dapat mempengaruhi tingkat Literasi digital pada Generasi Z, tingkat literasi yang tinggi menjadikan Generasi Z menjadi generasi yang bijak dan kompeten dalam era digital, pada penelitian terdahulu TikTok menjadi salah satu media kreativitas dan dimanfaatkan sebagai bahan edukasi (Rahmana et al, 2022, hlm.1). Literasi digital dianggap menjadi hal yang harus dimiliki oleh Gen Z karena Gen Z adalah generasi yang bergantung dengan digital (Limilia et al., 2022, p.1). Literasi digital harus dimiliki oleh pengguna media sosial Tik Tok agar terhindar dari dampak yang negatif (Rahardaya & Irwansyah, 2021). Masalah yang ditemukan dengan menggunakan data sekunder diamati lagi oleh peneliti, dan masalah yang ditemukan yaitu terkait dengan jumlah durasi Tik Tok dalam isi konten yang hanya sekitar 15 detik – 10 menit, hal ini menunjukkan bahwa video Tik Tok cukup singkat, pengguna Tik Tok yang tidak memiliki kemampuan literasi digital akan menelan informasi tanpa memeriksa fakta yang sebenarnya sama hal-nya dengan pengguna Tik Tok masih ada yang menggunakan Tik-Tok dan menelan informasi yang tidak sesuai fakta, contohnya pada bulan april 2023 saat FIFA mengumumkan bahwa Indonesia batal menjadi Tuan rumah piala dunia U-20 karena penolakan timnas Israel U-20 dan faktor keamanan, karena berita tersebut, Tik Tok menjadi rame membahas terkait dengan FIFA, salah satunya adalah beredarnya konten Tik Tok yang menyatakan bahwa disuatu wawancara Ronaldo berpendapat beliau *respect* dan mendukung Indonesia dalam penolakan terhadap timnas Israel dan kecewa terhadap tidak adilnya FIFA dalam memutuskan batalnya tuan rumah piala dunia U-20 di Indonesia, setelah diselidiki konten tersebut hanyalah Hoax, wawancara Ronaldo saat itu tidak membicarakan Indonesia, namun wawancara tersebut adalah perkenalan dirinya sebagai pemain klub An-Nassr FC asal Arab Saudi. Ginee mengatakan Gen Z menjadi pengguna Tik Tok terbanyak (ginee n.November 2021, hlm.1), dan Gen Z dikenal sebagai generasi digital, pentingnya Gen Z mempunyai kemampuan literasi digital agar terhindar dari informasi yang palsu dan

menurut Analaisa Superdry DKI Jakarta menjadi urutan ke 4 dalam 193 negara dan 292 kota Kompas Ramadhan.Oktober 2021, hlm.1). Peneliti memilih DKI Jakarta sebagai tempat penelitian, hal ini yang menjadi dasar peneliti tertarik meneliti penelitian yang berjudul : Hubungan media sosial Tik Tok terhadap tingkat literasi digital pada pengguna Tik Tok Gen Z di DKI Jakarta.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar hubungan media sosial Tik Tok terhadap tingkat Literasi digital pada pengguna Tik Tok Gen Z di DKI Jakarta?
2. Bagaimana tingkat literasi digital pada pengguna Tik Tok Gen Z di DKI Jakarta?
3. Hubungan media sosial Tik Tok terhadap tingkat literasi digital pada pengguna Tik Tok Gen Z di DKI Jakarta Menurut tinjauan islam?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Setelah perumusan maslah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengukur seberapa besar Hubungan media sosial Tik Tok terhadap tingkat literasi digital pada pengguna Tik Tok generasi Z di DKI Jakarta.
2. Untuk mengetahui bagaimana Tingkat literasi digital pada pengguna Tik Tok Gen Z di DKI Jakarta.
3. Untuk mengetahui Hubungan media sosial Tik Tok terhadap tingkat literasi digital Gen Z di DKI Jakarata berdasarkan tinjauan islam.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

### **1. Manfaat Teoritis**

Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dengan topik yang sama

### **2. Manfaat Praktis**

- a) Penelitian ini memberikan informasi bagi pengguna media sosial Tik Tok dan generasi Z pentingnya literasi digital dan cara memperoleh informasi yang bijak dalam media sosial Tik Tok.
- b) Memberikan informasi tingkat Literasi pada pengguna Tik Tok. Gen Z di DKI Jakarta.

- c) Memberikan Manfaat Pemikiran mengenai Hubungan Media Sosial Tik Tok terhadap Tingkat Literasi Digital pada pengguna Tik Tok Gen Z di DKI Jakarta.

### **1.5. Batasan Masalah**

Beberapa Batasan masalah yang akan diteliti oleh peneliti :

1. Penelitian ini hanya mencakup tingkat literasi digital pada generasi Z yang menggunakan media sosial di Tik Tok.
2. Pada populasi penelitian ini adalah generasi Z.
3. Lokasi pada penelitian ini adalah wilayah DKI Jakarta.
4. Fokus penelitian ini pada hubungan antara penggunaan Tik Tok dan tingkat literasi digital, bukan faktor lain yang mempengaruhi literasi digital.