

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku informasi adalah bagaimana cara individu berinteraksi dengan dan memanfaatkan informasi dalam kehidupan sehari – hari. Menurut Rohmawati and Arfa (2022), perilaku informasi merupakan bagian penting dari perilaku pencarian informasi karena berawal dari sebuah kebutuhan untuk mencari informasi. Dalam pelaksanaannya, perilaku informasi dapat berlangsung secara aktif maupun pasif. Perilaku aktif terjadi ketika individu dengan sengaja mencari informasi, misalnya saat mencari materi pembelajaran atau referensi untuk tugas. Sebaliknya, perilaku pasif muncul ketika seseorang menemukan konten edukatif saat sedang menjelajahi media sosial tanpa tujuan awal.

Rasa ingin tahu, situasi terkini, dan kebutuhan untuk membuat keputusan adalah beberapa alasan utama mengapa seseorang ingin memenuhi kebutuhan informasi mereka. Dengan adanya kebutuhan pengetahuan, pengguna sering kali termotivasi untuk menemukan informasi yang sesuai dengan minat dan kebutuhannya (Faturrahman, 2016). Saat ini, cara seseorang dalam mengakses dan berbagi informasi telah sangat berubah sejak kemajuan teknologi. Banyak orang, termasuk generasi muda, menggunakan platform media sosial untuk mendapatkan informasi. Salah satunya adalah TikTok yang dapat menarik pengguna dari berbagai kalangan dengan konten yang mudah dicerna.

Pada suatu era dimana digitalisasi sudah semakin mendominasi, penyebaran arus informasi menjadi sangat cepat dan masif. Melalui bantuan dari teknologi yang canggih, informasi dapat diperoleh kapan saja dan dimana saja. Menurut Rufaidha and Irhandayaningsih (2022), hal ini membuat segala jenis informasi menjadi lebih mudah diakses di berbagai kalangan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Berdasarkan data yang diambil dari Laporan Survei Internet APJII tahun 2024, perkembangan pengguna internet di Indonesia telah melonjak hingga 79.5%, yang naik sekitar 1,31% dibanding tahun lalu sejak tahun 2019.

Tingginya angka pengguna internet ini didominasi oleh masyarakat yang menggunakan media sosial seperti Twitter, WhatsApp, Facebook, YouTube, dan TikTok. Dalam hal ini, (Sitompul, Mahmudah and Damanik, 2021) menjelaskan bahwa selain untuk mendapatkan pertukaran informasi, mereka juga menjadikan media sosial sebagai

wadah untuk melakukan interaksi dan komunikasi secara virtual tanpa adanya batasan jarak dan waktu. Selain itu, mereka juga memanfaatkan sosial media sebagai wadah untuk konten-konten hiburan. Hal ini selaras dengan teori dari Griffin yang dikutip dalam (Karunia and Ashri, 2021). Dalam teorinya, terdapat beberapa tujuan dan alasan dalam penggunaan media sosial, seperti untuk mengisi waktu senggang, memperoleh relasi baru, melarikan diri dari permasalahan di dunia nyata, mendapatkan hiburan maupun kesenangan pribadi, membangun relasi sosial yang lebih luas, menenangkan diri, serta mendapatkan informasi yang diinginkan dan diperlukan.

Salah satu media sosial yang terkenal dan memiliki banyak pengguna adalah TikTok. TikTok yang diluncurkan pertama kali pada tahun 2016, telah menjadi salah satu aplikasi video terpopuler di dunia, dengan lebih dari 1 miliar pengguna aktif setiap bulannya pada tahun 2024. Laporan digital 2024 oleh *We Are Special* dan Meltwater menunjukkan bahwa di Indonesia ada sekitar 126 juta pengguna TikTok, dari 67% pengguna menggunakan internet (*Digital 2024: 5 billion social media users - We Are Social Indonesia*, no date). Angka ini menunjukkan pengaruhnya platform digital untuk memberikan kesempatan bagi pengguna dalam membuat serta memberikan dan membagikan konten yang diinginkan dari berbagai tema, seperti konten hiburan hingga konten edukasi. Sehingga menunjukkan bahwa media sosial sangat penting bagi kehidupan sehari – hari orang Indonesia, termasuk untuk memenuhi kebutuhan hiburan pengguna.

Terdapat beberapa faktor utama yang membuat TikTok begitu diminati. Menurut Septiyani *et al.* (2024), TikTok memang menawarkan bermacam-macam fitur yang dapat membantu penggunaannya untuk lebih kreatif dan percaya diri. Konten – konten yang dibuat dan diunggah melalui TikTok bahkan dapat diedit menggunakan fitur yang sesuai dengan preferensi masing – masing. Fitur – fitur seperti efek, filter, penambahan suara, dan penambahan *subtitle* di TikTok sangat bermanfaat untuk pembuatan dan penyebaran konten hiburan. Selain itu, TikTok juga dapat menjadi wadah berkumpulnya para pengguna dengan ketertarikan dan minat yang sama, baik dari segi hobi, bisnis *online*, dan lain-lain. TikTok juga telah menjadi ruang berkreasi dan berekspresi bagi setiap pengguna. Dengan jangkauan penonton yang luas, TikTok memberikan peluang yang bagus untuk pengembangan karir dan popularitas para pengguna. Hal inilah yang membuat masyarakat, khususnya mahasiswa yang begitu tertarik dengan penggunaan TikTok. Mahasiswa yang termasuk generasi Z tumbuh beriringan dengan perkembangan

teknologi dan media sosial, sehingga tidak heran apabila mahasiswa senang menghabiskan waktu untuk menikmati konten – konten yang ada di TikTok.

Salah satu kategori yang paling diminati di antara berbagai jenis konten yang tersedia di TikTok adalah konten hiburan. Konten hiburan yang terdiri dari komedi, ulasan film, rekomendasi drama Korea (drakor), tempat kuliner (*hidden gem*) merupakan konten yang mudah menarik penonton (Andreas, 2025) karena dikemas dengan cepat, ringan, menarik, dan mudah dipahami melalui platform ini (Pardianti *et al.*, 2022). TikTok memiliki format video pendek yang memungkinkan pengguna menikmati hiburan dalam waktu singkat saat mereka terlibat dalam aktivitas lain. Dengan adanya tekanan akademik, TikTok menjadi salah satu alternatif bagi mahasiswa yang memiliki waktu terbatas. Misalnya, mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi yang menggunakan platform ini untuk mengisi waktu luang di tengah – tengah kesibukan.

Di sisi lain, mahasiswa tetap perlu mempersiapkan diri untuk lebih bijak bermedia sosial. Di tengah gempuran berbagai macam informasi dan konten hiburan, mahasiswa harus bisa menempatkan diri agar tidak terbawa arus – arus negatif. Sebagai contoh, Septiyani *et al.* (2024) menegaskan bahwa penggunaan TikTok secara berlebihan dapat membuat generasi Z kecanduan. Hal ini dapat menghambat produktivitas hingga kesehatan mental mahasiswa. Selain itu, TikTok juga berpotensi menjadi ladang untuk informasi yang tidak benar. Maraknya penyebaran berita palsu atau *hoax* perlu diwaspadai agar mahasiswa tidak langsung terpengaruh. Lebih jauh lagi, beberapa oknum juga menyebarkan konten – konten yang bersifat propaganda. Propaganda merupakan bentuk penyebaran informasi yang menyesatkan guna memengaruhi atau mengendalikan perilaku pandangan, atau sikap seseorang atas informasi yang diterima, sehingga propaganda akan sangat membahayakan apabila ditelan dan dilakukan secara mentah – mentah. Hal tersebut dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Hujurat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ لَتُدْمِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.
 “ (Al-Qur'an S. Al-Hujurat : 6 (Kementerian Agama, 2022:49))

Tidak hanya itu, penggunaan TikTok yang berlebihan dan tidak terkendali dapat berdampak buruk, terutama pada manajemen waktu. Dalam konteks akademis, terdapat

mahasiswa yang terbuai dengan konten hiburan sehingga lupa waktu dan menunda menyelesaikan tugas kuliah. Pola konsumsi ini biasanya terjadi secara pasif, mengikuti alur kerja algoritma TikTok tanpa proses pencarian informasi yang terorganisir atau kesadaran kritis terhadap konten (Bhandari and Bimo, 2022). Konsumsi konten hiburan digital yang tidak selektif dapat mengurangi kemampuan berpikir kritis seseorang dan membuat ketergantungan pada platform untuk membuat keputusan, termasuk keputusan tentang konten hiburan apa yang harus dipilih. Oleh karena itu, orang biasanya menerima informasi tanpa mempertimbangkan kemungkinan bias, ketidakakuratan, atau bahkan unsur manipulatif dalam konten.

Penelitian ini secara spesifik memilih mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (FTI) Universitas YARSI sebagai objek penelitian, tidak hanya dikarenakan kedekatan dengan teknologi digital, namun juga karena latar belakang yang mengharuskan kemampuan berpikir logis, sistematis, dan kritis dalam memperoleh informasi. Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi memiliki karakteristik literasi digital yang lebih baik dibandingkan mahasiswa dari fakultas lain, dan ini mempengaruhi cara mahasiswa mencari, menyaring, serta mengonsumsi informasi di TikTok. Selain itu, pendekatan ini juga didukung oleh hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi adalah pengguna aktif untuk konten hiburan, baik secara sadar maupun tidak, sesuai dengan kebutuhan emosional serta kognitif mahasiswa.

Dalam memahami proses tersebut, penelitian menggunakan Model Kuhlthau sebagai dasar analisis. Model Kuhlthau untuk penelitian ini adalah salah satu model pencarian informasi yang paling sesuai untuk menganalisis proses pencarian informasi di era digital. Berbeda dengan Model Ellis atau Johnson yang menekankan pada aspek rasional atau prosedural, Model Kuhlthau lebih menekankan pada aspek emosional, kognitif, dan afektif dalam proses pencarian informasi. Hal ini sejalan dengan sifat pengguna TikTok yang sering melakukan pencarian informasi secara non – linier atau dipicu oleh rasa keingintahuan, kebosanan, atau keinginan untuk hiburan sementara. Model Kuhlthau menggambarkan proses pencarian informasi dengan enam tahap, yaitu *Initiation*, *Selection*, *Exploration*, *Formulation*, *Collection*, dan *Presentation*. Dengan enam tahap tersebut model ini sesuai untuk menggambarkan bagaimana mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi melalui proses pencarian informasi hiburan secara bertahap dan dinamis di tengah banyaknya konten hiburan di TikTok. Oleh karena itu, perpaduan antara karakteristik digital mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi dan konsep berpikir

Model Kuhlthau diharapkan dapat memberikan pandangan komprehensif dan mendetail mengenai perilaku pencarian informasi konten hiburan pada platform digital.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penting untuk melakukan penelitian mengenai perilaku mahasiswa mencari informasi konten hiburan melalui aplikasi TikTok. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian ini dengan judul “Analisis Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi Universitas YARSI Terkait Konten Hiburan di Aplikasi TikTok”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana perilaku pencarian informasi mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi terkait konten hiburan di aplikasi TikTok?
2. Bagaimana tinjauan Islam mengenai perilaku pencarian informasi mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi terkait konten hiburan di aplikasi TikTok?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis perilaku pencarian informasi mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi terkait konten hiburan di TikTok;
2. Untuk mengidentifikasi tinjauan Islam mengenai perilaku pencarian informasi mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi terkait konten hiburan di TikTok.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya khazanah pengetahuan serta memperluas wawasan mahasiswa mengenai perilaku pencarian informasi melalui platform media sosial yang digunakan sebagai sumber informasi alternatif di era digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi mahasiswa dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya perilaku pencarian informasi yang lebih selektif, terstruktur, dan kritis saat mengakses konten hiburan di TikTok.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian dengan judul “Analisis Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi Universitas YARSI Terkait Konten Hiburan di Aplikasi TikTok” berfokus hanya pada mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi yang merupakan pengguna TikTok. Penelitian ini meneliti mengenai mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi terhadap perilaku pencarian informasi dalam mencari informasi konten hiburan melalui aplikasi TikTok.