

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Peradaban manusia telah sampai pada satu era yang disebut revolusi industri 4.0. Profesor Klaus Schwab merupakan orang yang pertama kali memperkenalkan konsep revolusi industri 4.0. Konsep yang diperkenalkan oleh ekonom hebat dari Jerman tersebut tertulis dalam bukunya yang berjudul *The Fourth Industrial Revolution*. Profesor Klaus Schwab menjelaskan tentang gaya hidup dan kerja manusia yang telah berubah. Munculnya sistem *cyber physical* merupakan ciri dari revolusi industri 4.0. Sistem *Cyber Physical* menjadikan jaringan internet terhubung dengan alat yang berbentuk fisik. Bahkan industri yang ada saat ini telah terkoneksi dengan manusia, data dan mesin, semuanya telah ada dimanapun. Hal tersebut dikenal dengan nama *Internet of Things (IoT)* (Junaidi, 2018)

Besarnya tantangan sebagai akibat dari era revolusi industri 4.0 harus siap dihadapi oleh mahasiswa. Apalagi adanya revolusi industri 4.0 banyak membawa dampak dalam dunia pekerjaan. Mahasiswa perlu meningkatkan kompetensi serta keterampilan secara konsisten karena pekerjaan yang tersedia sesuai pola revolusi industri 4.0. Mahasiswa diharapkan dapat menghadapi tantangan tersebut dengan baik sesuai dengan kecerdasan yang dimiliki.

Perguruan tinggi, instansi dari berbagai elemen pendidikan dan pelatihan Indonesia diharapkan menghasilkan lulusan yang memiliki keterampilan dan kompetensi yang berkarakter, cerdas, kreatif dan inovatif.

Hal tersebut tentu saja harus sesuai dengan pola perubahan revolusi industri 4.0. Di sisi lain, sebagai generasi yang hidup di era revolusi industri 4.0 harus memiliki jiwa kompetitif yang tinggi, terutama dalam bidang akademik. Tuntutan untuk memiliki daya saing tinggi di bidang akademik terarah kepada salah satu generasi yang dilahirkan era revolusi industri 4.0.

Salah satu fenomena yang dilahirkan dari era revolusi industri 4.0 adalah generasi *gadget*. Generasi *gadget* merupakan istilah yang digunakan untuk menandai munculnya generasi milenial. Generasi yang sedang hangat diperbincangkan saat ini. Generasi milenial adalah generasi yang berusia 17-36 tahun, mereka yang kini berperan sebagai mahasiswa, *early jobber*, dan orang tua muda (Walidah, 2017). *Gadget* yang kita kenal saat ini dapat diartikan sebagai peralatan canggih yang mengandung unsur teknologi informasi yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan generasi milenial.

Generasi *gadget* merupakan generasi yang tidak bisa terlepas dari internet. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia akan mencapai pengguna internet 140 juta. Indonesia akan menjadi pasar digital terbesar di Asia Tenggara tahun 2020. Berdasarkan data pada tahun 2013 pengguna internet di Indonesia mencapai 72,8 juta pengguna, tahun 2014 mencapai 83,7 juta pengguna, 2015 pengguna internet di Indonesia mencapai 93,4 juta pengguna (47,9 % dari populasi), 2016 pengguna internet di Indonesia mencapai 102,8 juta pengguna, 2017 sebesar 112,6 juta pengguna, dan 2018 sebesar 123 juta pengguna yang akan terus bertambah hingga tahun 2019, diprediksi akan mencapai 133,5 juta pengguna dan tahun 2020 mencapai 140 juta pengguna. Ini adalah pertumbuhan

fantastis yang perlu diberikan perhatian bersama. Banyaknya pengguna internet menjadikan informasi yang beredar menjadi sangat banyak dan sangat cepat. Hal ini dapat mengakibatkan perbedaan informasi yang tersebar (Purwandi L. , 2016).

Menurut riset yang dilakukan oleh *Hootsuite* dan *We Are Social* yang dipublikasikan pada Januari 2018, populasi Indonesia saat ini sebesar 265,4 juta jiwa dan ini adalah populasi terbesar di Asia Tenggara dan ke-4 di dunia. Besarnya populasi tersebut memberikan peluang kepada Indonesia untuk menguasai internet dunia. Saat ini 132,7 juta penduduk Indonesia terkoneksi internet dengan tingkat penetrasi internet sebesar 50%. Sedangkan pengguna media sosial sebesar 130 juta jiwa dengan tingkat penetrasi sebesar 49%. *Mobile users* (pengguna ponsel) sebesar 177,9 juta jiwa dengan tingkat penetrasi sebesar 67%.

Menurut rilis terbaru lembaga Riset Nielsen, orang dewasa di atas 18 tahun menghabiskan waktu untuk menggunakan media sosial dan media konvensional selama 25 jam. Pria 18 tahun ke atas menghabiskan waktu 23 jam dan perempuan 18 tahun ke atas menghabiskan waktu 26 jam. Sementara penggunaan media sosial seperti facebook, instagram, twitter, orang dewasa menghabiskan waktu selama 5 jam, pria 18 tahun ke atas menghabiskan waktu 4 jam dan perempuan menghabiskan waktu 6 jam. Tingkat berbagi informasi di media sosial paling banyak di facebook sebanyak 44,86 %, whatsapp 28,85 %, Line 21,59 %, Twitter 11,76 %, Lain-lain 13,04 %. Indonesia menjadi negara terbesar pengguna media sosial Instagram di kawasan Asia-Pasifik. Pada tahun 2018, pengguna Instagram mencapai 800 juta dalam skala global, dan 42 juta diantaranya disumbang oleh

Indonesia. Jumlah ini meningkat 22 juta dari tahun sebelumnya. Keberhasilan instagram ini terbilang sangat cepat, mengingat aplikasi instagram masih berumur 7 tahun (CNN, 2017)

Menurut survei Alvara Research Center (ARC) yang dilakukan pada tahun 2016 hingga 2017. Satu dari tiga penduduk Indonesia adalah milenial dan delapan dari sepuluh generasi milenial terkoneksi dengan internet. Selain itu pihak ARC melakukan survei secara *face to face* kepada sekitar 1.200-1.800 responden di Indonesia yang berusia 17-65 tahun. Hasilnya mereka menunjukkan adanya beberapa perilaku milenial yang timbul di Indonesia. Perilaku tersebut antara lain kecanduan internet, kerja cepat dan cerdas, mudah berpaling ke lain hati, bisa melakukan apapun, liburan kapan saja dan dimana saja, cuek dengan politik dan suka berbagi.

Pada tahun 2020, kita bisa melihat wajah Indonesia dari berbagai fenomena-fenomena yang bibitnya sudah terjadi saat ini. Ada tiga fenomena yang bisa menjelaskan wajah Indonesia di tahun 2020 yaitu pergeseran komposisi urban-rural, penduduk kelas menengah, dan komposisi penduduk muda (Purwandi H. A., 2017). Munculnya teknologi (*gadget* dan internet) mengubah perilaku dan nilai-nilai yang dianut oleh manusia akibat perubahan daya beli dan perubahan geografis. *Urban middle-class millennials* adalah masyarakat yang memiliki perilaku nilai nilai yang unik yang disebabkan oleh melekatnya nilai entitas tersebut. Masyarakat muda terbuka (*open minded*), individualis, dan masyarakat multikultur yang memunculkan budaya-budaya baru disebut masyarakat *urban middle-class millennials* (Purwandi L. , 2016).

Fenomena sosial *urban middle-class millenials* saat ini mencerminkan perubahan fenomena sosial generasi masa depan. Setiap hari kita bisa melihat karakter individualis masyarakat kedepan, seperti saat mereka berkumpul, *gadget* tidak bisa lepas dari genggam tangan, tenggelam dalam dunia mereka sendiri adalah sebuah keniscayaan masyarakat masa depan. *Gadget* bukan lagi menjadi sebatas teknologi canggih, tetapi sudah menjadi teman bahkan sudah menjadi kebutuhan pokok. Suatu kemustahilan terjadi apabila sehari tanpa *gadget*.

Peneliti juga mengamati perilaku generasi milenial dalam kehidupan nyata. Seperti ketika berada di *mall* atau di kedai kopi, bahkan di dalam ruangan kelas menunjukkan hasil yang sama. Dari pengamatan peneliti meskipun mereka berkumpul dengan teman maupun komunitas mereka bahkan berkumpul bersama keluarga, *gadget* tidak bisa lepas dari tangan dan penglihatan mereka. Mereka ngobrol sambil memegang dan melihat *gadget*.

Seiring perkembangan teknologi, *gadget* dapat mendorong munculnya budaya baru. Budaya baru yang akan muncul tersebut yaitu budaya narsis dan *selfie*. Apalagi teknologi *smartphone* yang memiliki keunggulan kamera dengan resolusi yang sangat tinggi sehingga menghasilkan gambar yang fotogenik. Selain perkembangan kamera *smartphone* perkembangan munculnya media sosial juga menjadi trigger. Media sosial yang sangat populer digunakan yaitu instagram.

Instagram menjadi tempat untuk mengunggah foto *selfie* dan narsis. Tempat-tempat menarik menjadi *spot selfie* dan narsis. Mereka tidak hanya *selfie* di tempat-tempat seperti *mall*, *café*, tempat wisata bahkan di tempat ibadah pun mereka berselfie ria. *Selfie* dan narsis secara tidak langsung memunculkan

fenomena sosial lain, yaitu membludaknya pengunjung tempat wisata. Implikasi sosial lain adalah makin pudarnya identitas budaya tradisional. Bergesernya masyarakat rural ke urban kedepan akan membawa konsekuensi tersendiri bagi nilai-nilai budaya lokal. Bergesernya masyarakat rural ke urban, berarti bergesernya masyarakat monokultur menjadi masyarakat multikultur.

Adanya pola baru di era revolusi industri 4.0, termasuk fenomena *gadget* menjadikan pola komunikasi berubah. Komunikasi yang bersifat langsung berubah menjadi komunikasi tidak langsung. Komunikasi bertransformasi melalui media digital. Segala informasi dicerna melalui media digital (Aribowo, 2017). Hal ini menandakan bahwa setiap individu harus memiliki kemampuan literasi media sebagai prasyarat untuk berkomunikasi di era digital. (Totok Suyanto, 2018).

Kemampuan literasi media dalam konteks kewarganegaraan adalah salah satu kompetensi dari literasi kewarganegaraan (*civic literacy*). Pendidikan kewarganegaraan menjadi sangat penting untuk mengembangkan kemampuan literasi media warga negara. Hal ini tentu bertujuan untuk mengembangkan komunikasi manusia, identitas, hubungan antara manusia di seluruh dunia, dan keterikatan komunitas global. Tujuan akhir dari pendidikan kewarganegaraan adalah membangun generasi muda menjadi warga negara yang cerdas dan baik (*smart and good citizen*) (Totok Suyanto, 2018).

Ciri era demokratisasi saat ini yaitu adanya kebebasan berpendapat di depan umum. Setiap warga negara berhak menyampaikan pendapat baik secara lisan maupun tertulis. Tentu dalam menyampaikan pendapat harus memperhatikan

situasi dan kondisi, karena itu kebebasan berpendapat perlu menjadi perhatian bersama. Saat ini di tengah perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat dapat menimbulkan *miss communication*. Bahkan tidak hanya itu, perbedaan informasi dapat mengakibatkan kesalahan informasi.

Kebenaran informasi menjadi hal yang perlu diperhatikan bersama. Munculnya fenomena hoaks menjadi satu hal yang harus menjadi perhatian bersama. Apalagi media sosial yang saat ini sangat digandrungi oleh setiap orang kini dipenuhi berita/ informasi palsu (hoaks), provokasi, ujaran kebencian, dan fitnah. Sangat rentan sekali menjadikan warga negara mudah untuk berkonflik dengan adanya hoaks.

Kemajuan teknologi di era revolusi industri 4.0 membuat informasi begitu cepat beredar luas. Keberadaan media sosial sebagai media online membuat informasi yang belum terverifikasi benar dan tidaknya tersebar cepat. Hanya dalam hitungan detik, suatu peristiwa sudah bisa langsung tersebar dan diakses oleh pengguna internet melalui media sosial. Melalui media sosial, ratusan bahkan ribuan informasi disebar setiap harinya. Bahkan orang terkadang belum sempat memahami materi informasi, reaksi atas informasi tersebut sudah lebih dulu terlihat (Juliswara, 2017).

Hoaks sebagai sebuah fenomena yang sedang *booming* di era informasi saat ini. Eksistensinya menyebabkan ke-chaos-an dan berdampak besar diberbagai aspek. Hoaks menurut Mursalin Basyah dapat digunakan untuk menghancurkan umat di setiap generasi. Hoaks menjadi senjata paling ampuh dan cepat untuk mempengaruhi umat. Adapun hoaks dapat dalam bentuk ide palsu (*false idea*),

prinsip yang bertentangan (*offence principle*), manipulasi media (*media manipulation*), keseimbangan (*balancing*), objektivitas (*objectivity*), melawan netralitas moral (*against moral neutrality*) (Walidah, 2017). Ide palsu dapat dibuktikan melalui hasil konkret yang merusak. Prinsip yang bertentangan antara kebebasan dan toleransi tidak pernah dapat dipertemukan. Namun ide palsu yang menimbulkan pernyataan kebencian dan dapat merusak tatanan sosial sehingga harus dikeluarkan dari kebebasan berekspresi (Totok Suyanto, 2018).

Di sisi lain, interaksi antar individu dalam media sosial akan membentuk norma-norma untuk mengatur kehidupan warga negara ketika beraktifitas. Oleh karena itu dalam kehidupan masyarakat digital dibutuhkan seperangkat karakter yang melekat pada warga negara. Karakter warga negara tersebut akan menjadi standar perilaku bagi warga negara di era digital. Standar perilaku tersebut diharapkan dapat melahirkan warga negara yang cerdas.

Istilah kewarganegaraan digital (*digital citizenship*) merupakan konsep yang mendeskripsikan bagaimana karakter warga negara digital yang cerdas dan baik. Kewarganegaraan digital menjadi isu yang aktual dalam kajian kewarganegaraan, terutama dalam hal bagaimana menanamkan karakter warga negara agar menjadi warga negara yang cerdas dan bijaksana dalam menggunakan teknologi. Generasi milenial tentu saja diharapkan memiliki peran untuk menghadapi kehidupan di era digital. Melalui satu pembelajaran di perguruan tinggi, generasi milenial dapat mewujudkan harapan tersebut.

Pendidikan Kewarganegaraan (PKn) diharapkan dapat mengambil peran yang strategis untuk mempersiapkan warga negara muda menghadapi kehidupan

digital di era milenial. Oleh karena itu program PKn, baik di sekolah, perguruan tinggi maupun masyarakat bertanggung jawab untuk menciptakan warga negara yang cerdas (*smart citizenship*). Generasi milenial diharapkan menjadi *civic learner* melalui pengembangan kecerdasan kewarganegaraan. Pengembangan kecerdasan kewarganegaraan ini tentu harus mengikuti kemajuan teknologi.

Kemajuan teknologi dan globalisasi di era revolusi industri 4.0 telah menjadi hal yang sudah tidak dapat dihindari oleh warga negara khususnya generasi milenial. Sehingga perlu pengembangan kecerdasan kewarganegaraan dari generasi milenial sebagai sebuah landasan dan pemahaman bagi generasi milenial untuk bagaimana hidup di era digital. Apalagi generasi milenial sangat mudah terpapar hoaks di media sosial. Generasi milenial harus cerdas menanggapi hoaks. Terutama mahasiswa PPKN Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Anggi Prastiwi Kumalasari pada tahun 2018 yang membahas tentang Instagram sebagai Media Peluntur Literasi dan Kosa Kata Bahasa Indonesia pada Era Revolusi Industri 4.0 di Kalangan Generasi Milenial. Anggi mengatakan bahwa instagram menjadi salah satu media sosial yang sangat besar pengaruhnya dalam berbagi informasi. Apalagi informasi hoaks yang telah menjadi fenomena di era digital. Tidak hanya itu Anggi juga mengatakan bahwa instagram menjadi media peluntur literasi.

Peneliti juga melakukan survei pada hari Jum'at, 11 Januari 2019 di kalangan mahasiswa PPKN Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta. Survei dilakukan dengan menyebarkan *google form*, survei dilakukan untuk

mengetahui mengenai sumber informasi/berita hoaks yang mereka dapatkan dari media sosial. Berdasarkan hasil survei peneliti terdapat 77 responden yang menanggapi *google form* yang disebar. Instagram menjadi media sosial terbanyak penyebaran hoaks dengan hasil survei sebesar 39 %, disusul WhatsApp sebesar 27 %, Facebook sebesar 19 %, YouTube sebesar 7 %, Line sebesar 1 %, dan pilihan lainnya sebesar 7 %. Di instagram, informasi/berita hoaks beredar dengan cepat di bagian beranda instagram. Selain data, beberapa penelitian seperti (Kumalasari, Instagram sebagai Media Peluntur Literasi dan Kosa Kata Bahasa, 2018) juga mengatakan “Tingkat penggunaan Instagram di Indonesia pada era revolusi industri 4.0 di kalangan generasi milenial mengalami perkembangan secara pesat”.

Berdasarkan fenomena, data dan fakta yang telah dipaparkan peneliti. Peneliti memiliki ketertarikan terhadap penyebaran hoaks di instagram dan ingin mendalaminya melalui penelitian dengan judul Kecerdasan Kewarganegaraan Pada Generasi Milenial Dalam Menanggapi Hoaks di Instagram.

### **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, terdapat beberapa permasalahan. Untuk mengarahkan penelitian agar lebih spesifik dan unik, maka penelitian ini difokuskan pada Kecerdasan Kewarganegaraan Pada Generasi Milenial di Instagram.

### **C. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan dalam beberapa paragraf di atas, terdapat beberapa masalah yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengetahuan kewarganegaraan (*civic knowledge*) pada generasi milenial dalam menanggapi hoaks di instagram ?
2. Bagaimana keterampilan kewarganegaraan (*civic skill*) pada generasi milenial dalam menanggapi hoaks di instagram ?
3. Bagaimana watak kewarganegaraan (*civic disposition*) pada generasi milenial dalam menanggapi hoaks di instagram ?

### **D. Kegunaan Penelitian**

#### **Teoritis :**

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan dan acuan untuk penelitian yang sejenis dan sebagai pendukung pengembangan penelitian yang sejenis lebih lanjut di masa yang akan datang.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi khazanah pengetahuan mengenai kecerdasan kewarganegaraan (*civic knowledge*) serta untuk memperkaya khazanah kepustakaan khususnya untuk Prodi PPKN, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta dalam penelitian lapangan (*field research*).

**Empiris :**

## 1. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini peneliti dapat menambah dan memperdalam wawasan tentang kecerdasan kewarganegaraan dalam menanggapi hoaks di instagram sehingga peneliti dapat memberi pengetahuan kepada masyarakat sekitar.

## 2. Bagi Mahasiswa UNJ, khususnya mahasiswa PPKN

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk pemahaman *Civic Knowledge* sehingga menjadi warga negara yang cerdas dalam menggunakan media sosial instagram.

## 3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam menggunakan media sosial instagram di era digital dan sebagai referensi pembaca untuk penelitian yang sejenis.