

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era digital saat ini, media sosial berkembang begitu sangat pesat. Perkembangan yang terjadi pada media sosial ini sangat memiliki pengaruh yang beragam dalam kehidupan bermasyarakat. Media sosial menjadi salah satu bagian terpenting dalam berkomunikasi, berbagi informasi dan interaksi sosial. Del Vicario dan Sheikh (2016) dalam Utami (2018), berpendapat bahwa media sosial memang memiliki fungsi untuk menyebarkan informasi secara luas. Kehadiran dan perkembangan media sosial ini memengaruhi cara informasi yang disebarkan dan juga yang diterima oleh masyarakat. Menurut laporan We Are Social, sebagaimana dikutip oleh detikinet.com, jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2023 mencapai angka 167 juta atau 60,4% dari total populasi (inet.detik.com, 2023). Seiring berjalannya waktu, ada sebuah fenomena yang terjadi dalam penyebaran informasi di media sosial, fenomena yang terjadi pada saat ini adalah *Post Truth*, dimana suatu kondisi keyakinan pribadi lebih berpengaruh terhadap opini publik daripada fakta objektif.

Fenomena *post-truth* yang saat ini terjadi dapat berdampak pada perilaku politik Gen Z. Paparan konten politik yang penuh dengan manipulasi emosional dan narasi bias dapat memengaruhi cara mereka memahami masalah politik, membentuk opini, dan membuat keputusan. Sebagai contoh, jika siswa terpapar konten politik yang provokatif atau mempolarisasi secara teratur, mereka dapat

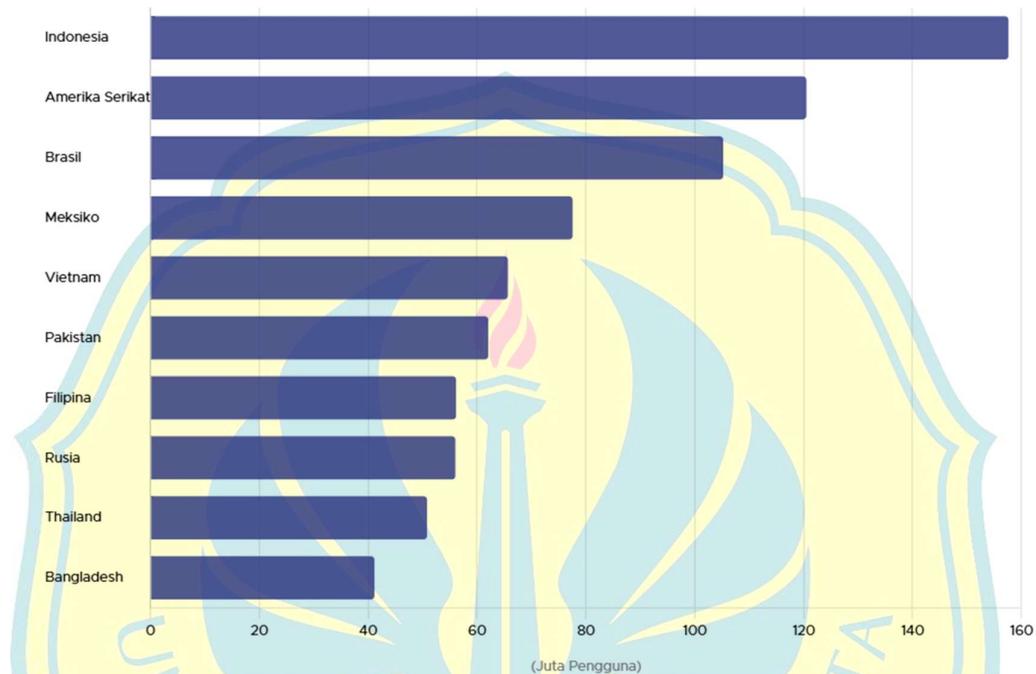
mengalami pergeseran sikap, mulai dari apatis terhadap politik hingga berpartisipasi dalam gerakan politik yang ekstrem.

Fenomena ini menjadi semakin relevan seiring dengan berkembangnya media sosial yang memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat, tanpa adanya *filter* atau verifikasi yang memadai. Dengan banyaknya informasi yang beredar di media sosial dan algoritma yang digunakan untuk mencocokkan konten dengan preferensi atau bias pengguna, orang cenderung terpapar pada informasi yang mendukung pendapat mereka sendiri tanpa mempertimbangkan fakta atau perspektif lain dan hanya dapat melihat perspektif yang sejalan dengan keyakinan mereka, yang pada akhirnya dapat membuat mereka lebih bias dan membuat mereka kurang berpikir kritis. Algoritma ini dikenal sebagai *Filter bubble* yang menyebabkan adanya kondisi *echo chambers* atau ruang gema informasi karena cenderung menampilkan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna. Hal ini membuat situasi menjadi lebih buruk. Dalam era *post-truth*, emosi dan pendapat subjektif lebih penting daripada kebenaran faktual, banyak hal telah berubah dalam kehidupan, termasuk cara informasi politik diterima dan disebarluaskan. Saat ini, narasi emosional sering kali mengungguli kebenaran, yang memungkinkan penyebaran hoaks, misinformasi, dan disinformasi. TikTok menjadi platform media sosial yang rawan terhadap fenomena ini karena popularitasnya yang viral dan visual. Media sosial telah mengubah cara orang mengakses berita dan informasi. Namun, pada saat yang sama, media sosial juga menjadi ruang di mana hoaks,

disinformasi, dan narasi yang tidak berdasarkan fakta dapat dengan mudah menyebar dan mempengaruhi persepsi bahkan perilaku politik masyarakat.

TikTok adalah aplikasi yang memberikan *special effects* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Aplikasi sosial video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya menjadi content creator (Ilahin, 2022). TikTok menjadi platform media sosial yang menyajikan video pendek dengan durasi 15 detik -10 menit. Sajian video-video yang menarik dan unik membuat aplikasi ini melonjak sangat pesat dalam beberapa periode terakhir. Salah satu kelebihan media sosial TikTok ini memberikan kemudahan penggunaan, kreativitas tanpa batas, tren yang berkembang sangat pesat dan algoritma yang sangat memanjakan pengguna. TikTok tidak hanya digunakan sebagai wadah berbagi video, melainkan menjadi sumber informasi. Banyak *influencer* yang sukses dengan membuat konten-konten video tentang apapun itu, termasuk konten politik. TikTok, menjadi satu platform media sosial terpopuler, telah berkembang menjadi tempat yang tidak hanya digunakan untuk hiburan tetapi juga untuk distribusi dan konsumsi informasi politik. Dengan format video pendek yang interaktif dan algoritma yang memungkinkan konten disesuaikan dengan preferensi pengguna, TikTok memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi

dan perilaku politik penggunanya, termasuk generasi Z. Menurut laporan We Are Social dan Meltwater, jumlah pengguna TikTok secara global mencapai 1,58 miliar di 2024. Mayoritas pengguna berusia 18-34 tahun.



Gambar 1.1 Data Pengguna Tiktok 2024

Sumber : DataReportal

Data diatas berdasarkan DataReportal, menyatakan bahwa Indonesia memiliki jumlah pengguna Tiktok terbesar di Dunia, yang mencapai 157,7 juta pengguna. Data ini melewati Amerika Serikat dengan total pengguna 120,5 juta pengguna. Selain itu, menurut data dari DataReportal, Pengguna Tiktok di Indonesia memiliki jumlah pengguna terbanyak dibanding beberapa platform media sosial lainnya. Seperti Facebook yang memiliki 117,7 juta pengguna, Youtube 139 juta pengguna, Instagram 100,9 juta pengguna, dan X (Twitter)

24,69 juta pengguna. Tingginya pengguna Tiktok di Indonesia disebabkan oleh masifnya penggunaan ponsel. Pada tahun 2024, jumlah pengguna ponsel diproyeksikan mencapai 194,26 juta yang angka tersebut bertambah 4,23 juta dari tahun sebelumnya. Selain itu, perkembangan internet yang semakin baik di Indonesia menyebabkan platform ini semakin berkembang pesat di Indonesia.

Perkembangan yang terjadi pada pengguna internet di Indonesia berjalan beriringan dengan berkembangnya penggunaan sosial media di Indonesia. Media sosial pada era saat ini memiliki peranan yang cukup besar, dan massif dalam kehidupan di masyarakat. Beberapa platform seperti Tiktok, Youtube, Facebook, Instagram dan X (Twitter) saat ini bukan hanya digunakan sebagai media komunikasi, akan tetapi menjadi sarana yang dapat dimanfaatkan kehidupan orang banyak, termasuk perihal kampanye politik serta aktivitas politik lain yang biasanya sering dilakukan. Perkembangan media sosial yang terjadi pada saat ini terjadi diberbagai kalangan, tidak terkecuali generasi z. Penggunaan dan pemanfaatan media sosial oleh gen z sangat beragam, mulai dari untuk berkomunikasi, mencari informasi, ekspresikan diri, bahkan aktivisme.

Generasi Z, sering disingkat sebagai Gen Z, adalah kelompok demografis yang mencakup individu yang lahir antara tahun 1996 hingga 2012. Mereka dikenal sebagai generasi yang tumbuh dalam era digital, dimana teknologi dan internet menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka. Dalam banyak literatur, generasi Z juga disebut iGeneration atau generasi internet (Singh dan Dangmei, 2016). Dengan adanya perkembangan teknologi yang

pesat menjadikan generasi Z tak pernah luput dari teknologi dalam kesehariaanya seperti tablet, android dan laptop, dan lain-lain (Nawawi, 2020). Bagi generasi Z informasi dan teknologi adalah hal yang sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka, karena mereka lahir di mana akses terhadap informasi, khususnya internet sudah menjadi budaya global, sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap nilai-nilai, pandangan dan tujuan hidup mereka (Putra, 2016). Generasi Z akan menjadi generasi yang akan memainkan peran penting dalam masa depan politik dan sosial. Mereka harus dibekali dengan kemampuan untuk mengidentifikasi dan menghadapi tantangan era *post-truth*. Literasi digital dan kemampuan berpikir kritis sangat penting untuk dikembangkan, terutama saat menggunakan media sosial seperti TikTok.

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu sumber utama informasi, termasuk bagi mahasiswa Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Sebagai generasi muda yang aktif dalam menggunakan media sosial, mahasiswa sering kali terpapar pada fenomena *post-truth*, di mana emosi dan opini pribadi cenderung lebih mendominasi dibandingkan fakta objektif. Fenomena ini dapat memengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku politik mahasiswa, mengingat informasi yang mereka terima dari media sosial sering kali bersifat manipulatif atau bahkan disinformasi. Mahasiswa, sebagai bagian dari kelompok intelektual dan calon pemimpin masa depan, memiliki peran penting dalam kehidupan politik dan demokrasi. Oleh karena itu, meneliti bagaimana fenomena dan dampak *post-truth* di TikTok pada perilaku politik mahasiswa Universitas Negeri Jakarta (UNJ) menjadi sangat relevan untuk

memahami bagaimana mereka membentuk pandangan politik, mengambil keputusan politik, hingga berpartisipasi dalam aktivitas politik. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan tentang sejauh mana fenomena *post-truth* memberikan dampak perilaku politik mahasiswa serta menjadi dasar untuk merancang literasi politik dan digital yang lebih efektif di lingkungan pendidikan tinggi. Dan juga memberikan pengetahuan dalam memahami bagaimana fenomena *post-truth* yang terjadi ini berdampak pada perilaku politik mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan literasi politik, digital dan kesadaran kritis generasi muda. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan berdasarkan beberapa referensi serta penelitian terdahulu. Salah satu penelitian terdahulu yang menjadi rujukan berjudul Persepsi Mahasiswa pada Berita Online *Post Truth* di Media Sosial Instagram yang dilakukan oleh Martin Saul Lumintang.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, didukung dengan penelitian sebelumnya, maka judul penelitian yang akan diangkat yaitu. “**Fenomena *Post Truth* melalui Konten Politik di Tiktok pada Perilaku Politik Generasi Z Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta**”.

B. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti menilai pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah mengenai bagaimana fenomena dan dampak *post-truth* melalui konten politik di tiktok pada perilaku politik generasi z.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembahasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana fenomena *post-truth* melalui konten politik di tiktok?
2. Bagaimana dampak *post-truth* melalui konten politik pada perilaku politik Gen Z?

D. Manfaat penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pembahasan masalah, peneliti berharap mendapatkan manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Peneliti mengharapkan hasil penelitian ini bisa memberikan pemahaman dalam memahami *post-truth* di tiktok dan dampak fenomena *post-truth* dalam konten politik di tiktok pada perilaku politik generasi z. Selain itu, temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi oleh para pembuat kebijakan, akademisi, dan praktisi media dalam menghadapi tantangan yang muncul dalam era *post-truth*.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Generasi Z

Hasil penelitian yang peneliti lakukan diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang dampak *post-truth* terhadap perilaku politik.

2) Bagi Akademisi

Hasil penelitian yang peneliti lakukan diharapkan memperkaya literatur akademik tentang literasi politik dan digital, khususnya tentang dampak media sosial di era *post-truth* terhadap kondisi demokrasi dan politik. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat untuk memperkuat peran Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dalam meningkatkan literasi digital dan berpikir kritis, serta menjadi landasan dalam pengembangan pembelajaran yang responsif terhadap tantangan era digital.

