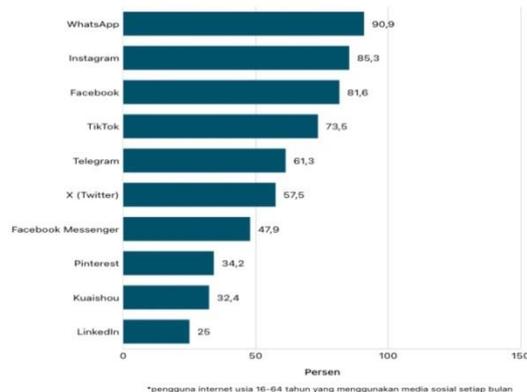


# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Data yang dimuat pada akhir tahun 2022, akan ada lebih dari 215,63 juta pengguna internet di Indonesia, menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Data yang ada saat ini menunjukkan bahwa 86,6% masyarakat Indonesia memanfaatkan internet. Data 248,9 juta orang yang tinggal di Indonesia, 56 juta di antaranya adalah pengguna aktif media sosial pada tahun 2021, peningkatan pengguna internet sebesar 28,6%. Mayoritas pengguna internet mengalokasikan waktu mereka untuk berinteraksi dengan platform media sosial. Aji dkk. (2021) menyatakan bahwa media sosial, platform yang lazim digunakan secara global, telah mendapatkan popularitas yang signifikan di Indonesia.

Gambar 1.1 Grafik Media Sosial Terfavorit di Indonesia



Sumber: katadata, Januari 2024

TikTok telah muncul sebagai pemain utama di ranah media sosial, mendapatkan daya tarik yang signifikan di Indonesia, terutama di kalangan demografi yang lebih muda yang dikenal sebagai generasi Z, sejak diluncurkan pada tahun 2017 (Tamur et al., 2023; Nadine & Junaidi, 2023). Menurut Rakhmayanti (2020), TikTok telah mengumpulkan basis pengguna global sebanyak 800 juta orang. Pada tahun 2018, aplikasi ini meraih peringkat teratas di Google Play Store di Indonesia dan muncul sebagai aplikasi dengan kategori yang paling

banyak diminati (Adawiyah, 2020). Lebih dari 60% pengguna TikTok termasuk dalam Generasi Z, yang menunjukkan individu yang lahir setelah tahun 1996. Saat ini, penggunaan TikTok di kalangan Gen Z mencapai 76%, meningkat dari 69% pada November 2023. Persentase ini melebihi 71% pengguna YouTube (turun dari 73% di bulan November), menjadikan pencapaian ini sangat luar biasa. YouTube telah muncul sebagai platform utama bagi sebagian besar Generasi Z, berfungsi sebagai penyedia konten video terkemuka dan terlibat dalam persaingan dengan layanan streaming untuk menarik perhatian pemirsa. Namun, TikTok secara fundamental mengubah preferensi konten di zaman ini, mendorong semua materi video sosial ke dalam format yang ringkas.

TikTok telah muncul sebagai aktivitas online utama bagi 4,6 miliar pengguna internet, yang merupakan 58% dari total populasi, dan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan sehari-hari mereka (Adawiyah, 2020). Platform jejaring sosial TikTok telah menjadi saksi munculnya berbagai komunitas, termasuk komunitas merek, komunitas perjalanan, komunitas influencer, dan komunitas etika. Komunitas-komunitas ini bertujuan untuk memberikan pengaruh terhadap perilaku browsing netizen, dengan fokus pada aspek-aspek seperti kesadaran merek, pemilihan tujuan wisata, keputusan belanja, dan konsumsi yang etis (Nadeem, Juntunen, Hajli, & Tajvidi, 2019). Kemajuan pesat platform media sosial, khususnya TikTok, di era digital saat ini, memiliki pengaruh besar yang memberikan konsekuensi positif dan negatif bagi beragam demografi, dengan penekanan khusus pada generasi muda. Salah satu konsekuensi tersebut berkaitan dengan domain literasi informasi.

Konsep literasi informasi biasanya ditandai sebagai kapasitas untuk secara efektif terlibat dalam kegiatan seperti mencari, memilih, mengevaluasi secara kritis, dan memanfaatkan informasi untuk mengatasi tantangan di berbagai domain, termasuk proyek-proyek pendidikan independen. Prioritas pencarian dan pemilihan sumber dalam berbagai program instruksional literasi informasi mencerminkan warisan pendidikan pemanfaatan perpustakaan yang telah berlangsung lama yang terutama berpusat pada sumber informasi, metodologi pencarian, dan prosedur evaluasi (Soleh, 2023). Platform media sosial seperti TikTok memainkan peran

penting dalam memfasilitasi akses siswa terhadap informasi, berita, pendidikan, wawasan, dan komunikasi jarak jauh. Individu memiliki kemampuan untuk terlibat dalam komunikasi dan berbagi informasi tanpa batas melalui platform media sosial, tanpa terhalang oleh faktor-faktor seperti kendala keuangan, pemisahan geografis, dan keterbatasan waktu (Suryatni, 2020).

Proporsi individu yang mendapatkan berita melalui TikTok telah mengalami peningkatan tiga kali lipat sejak tahun 2020, dengan sekitar 10% anggota Generasi Z secara konsisten mengandalkan aplikasi tersebut untuk konsumsi berita. Persentase tersebut meningkat menjadi 26% di antara individu yang berusia di bawah 30 tahun. Namun, mahasiswa di FIS UINSU menunjukkan tingkat keakraban yang lebih besar dengan berbagai bentuk konten, termasuk konten mukbang, makeup, dan perjalanan, untuk menyesuaikan diri dengan gaya interaksi sosial yang diamati di platform media sosial. Hal ini mencakup aspek-aspek seperti gaya berbicara, pakaian, dan cara berinteraksi. Ada sejumlah individu yang menggunakan TikTok sebagai sarana untuk mengakses sumber berita.

Menurut The New York Times, Gen Z menggunakan TikTok sebagai mesin pencari. TikTok semakin menyerupai aplikasi berita, tidak seperti platform lain di mana konsumsi berita tetap stagnan atau cenderung menurun. Peneliti bertujuan untuk menunjukkan kegunaan TikTok sebagai sumber berita bagi Generasi Z, khususnya mahasiswa di FIS UIN Sumatera Utara Medan. Para peneliti berusaha untuk menyelidiki efek dari pengaruh media sosial terhadap mahasiswa, dengan fokus khusus pada pemanfaatan program TikTok. Berdasarkan jajak pendapat yang dilakukan terhadap 100 mahasiswa di FIS UIN Sumatera Utara Medan, 79% dari mereka telah menggunakan TikTok dan telah mengubah pola penggunaannya. Secara khusus, mereka mulai lebih sering menggunakan aplikasi ini sebagai sumber berita. Sekitar 33% dari peserta menyatakan bahwa mereka mendapatkan berita melalui platform tersebut. (Rahman, 2023)

Penelitian ini diberi nama "*Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sumber Informasi Berita bagi Mahasiswa FIS UIN Sumatera Utara Medan*" mengingat latar belakang informasi tersebut di atas.

## **B. Rumusan Masalah**

Masalah yang ingin diteliti dirumuskan sebagai berikut, dengan memperhatikan latar belakang topik tersebut di atas:

1. Bagaimana pemanfaatan media sosial tiktok sebagai sumber informasi berita bagi mahasiswa FIS UIN Sumatera Utara Medan?
2. Apakah faktor pendorong dan penghambat pemanfaatan media sosial tiktok sebagai sumber informasi berita bagi mahasiswa FIS UIN Sumatera Utara Medan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berikut tujuan penelitian yang didasarkan pada rumusan masalah di atas:

1. Mengetahui pemanfaatan media sosial tiktok sebagai sumber informasi berita bagi mahasiswa FIS UIN Sumatera Utara Medan.
2. Mengetahui faktor pendorong dan penghambat pemanfaatan media sosial tiktok sebagai sumber informasi berita bagi mahasiswa FIS UIN Sumatera Utara Medan.

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat studi ini adalah:

1. Manfaat Teoritik

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan informasi empiris tentang bagaimana mahasiswa FIS UIN Sumatera Utara Medan memanfaatkan platform media sosial TikTok sebagai sumber berita. Penelitian ini bertujuan untuk memperluas pemahaman keilmuan dan upaya akademis di bidang ilmu politik dan ilmu sosial.

2. Manfaat Manajerial

Penelitian ini berfungsi sebagai sumber data dan referensi lebih lanjut terkait dengan variabel yang diteliti, khususnya cara mahasiswa FIS UIN Sumatera Utara Medan menggunakan platform media sosial TikTok sebagai sumber berita.

### **E. Ruang Lingkup dan Batasan**

Penulis menetapkan batasan masalah yang menentukan dimensi penelitian ini berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya. Penggunaan media sosial TikTok oleh mahasiswa FIS UIN Sumatera Utara Medan sebagai sumber berita dibatasi. Badan kemahasiswaan FIS UIN Sumatera Utara Medan menjadi subjek penelitian ini.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN