

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, dilansir dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022 pengguna internet di Indonesia telah mencapai angka 210 juta pengguna. Dari jumlah tersebut, sekitar kurang lebih 77 persen penduduk yang ada di Indonesia sudah menggunakan internet. Berdasarkan publikasi Statistik Kesejahteraan Rakyat pada tahun 2022 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Sumbar, pada tahun 2022 pengguna internet di Sumatera Barat sudah mencapai angka 63,13 persen.¹

Hadirnya media sosial menjadi bentuk kemajuan akses informasi yang disebabkan oleh kehadiran internet. Media sosial menjadi *platform* yang paling banyak diakses oleh pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2021 hingga tahun 2022 sebanyak 89,15 persen responden telah menggunakan media sosial.

Beberapa waktu terakhir, media sosial berkembang begitu pesat dan beragam, mulai dari *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* dan lain sebagainya. Media sosial memungkinkan pengguna untuk dapat berpartisipasi dengan memberikan kontribusi dan *feedback* dalam waktu yang tidak terbatas. Hingga kini, media sosial telah mampu menggeser fungsi dari media konvensional (Atika, 2019:24). Media

¹ <https://sumbar.bps.go.id/publication/2022/12/28/a5fd46b5a6bd4f1da740f54b/statistik-kesejahteraan-rakyat-provinsi-sumatera-barat-2022.html>. Diakses pada 02/3/2023.

sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) yakni konten dihasilkan oleh para pengguna, bukan hanya editor sebagaimana instansi media massa konvensional.

Beragam kebutuhan akan adanya media sosial menjadi salah satu faktor terjadinya kenaikan jumlah pengguna di setiap tahun, terutama kebutuhan akan kecepatan informasi. Arus informasi yang begitu cepat serta kemudahan dalam menyebarkan informasi oleh siapapun melalui media sosial dapat menimbulkan masalah baru bagi para penggunanya, salah satu contohnya yakni beredarnya berita bohong atau *hoax*. *Hoax* atau 'hoaks' dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai informasi bohong (yang tidak benar). Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mencatat sebanyak 5.829 berita *hoax* seputar *Covid-19* beredar di media sosial dengan temuan isu mencapai 2.171 konten pada 17 April 2022. *Hoax* seputar *Covid-19* beredar sebanyak 5.109 unggahan pada platform *Facebook*, 577 unggahan pada platform *Twitter*, 55 unggahan pada *Youtube*, dan 36 unggahan pada *TikTok*.²

Hoax yang beredar mampu membuat publik merasa tidak aman, nyaman, bahkan kebingungan. Pada saat kebingungan, tak jarang publik mengambil keputusan lemah atau bahkan salah (Kertanegara, 2020: 113). Salah satu contoh kasus yang terjadi pada Februari 2023 silam adalah bentrok yang terjadi antara warga sipil dan aparat keamanan di Kota Wamena, Papua Pegunungan. Peristiwa tragis ini diduga berawal dari adanya berita *hoax* tentang penculikan anak di bawah umur, yang

² Leski Rizkinaswara. (2022). 5.829 Hoaks Seputar Covid-19 Beredar di Media Sosial, Simak Rinciannya. <https://aptika.kominfo.go.id/2022/04/5-829-hoaks-seputar-covid-19-beredar-di-media-sosial-simak-rinciannya/>. Diakses pada 28/1/2023.

kemudian berakhir menewaskan 10 orang warga sipil, 41 orang mengalami luka-luka, serta 15 bangunan dibakar massa.³ Pihak keamanan terkait menghimbau kepada masyarakat untuk tidak terpengaruh isu-isu provokatif yang disebar oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, terutama isu-isu yang tersebar di media sosial.

Penggunaan media sosial bersifat heterogen dan menyentuh seluruh lapisan masyarakat, mulai dari generasi *baby boomers* hingga generasi Z. Terdapat beberapa perbedaan pada audiens dalam proses penerimaan informasi yang dilatarbelakangi oleh pendidikan, geografis, hingga pengalaman historis. Generasi *baby boomers* sering dikatakan sebagai generasi yang gaptek (gagap teknologi) dan paling banyak menyebarkan berita *hoax* di media sosial (Abrar, 2020:1-1). Generasi *baby boomers* merupakan generasi yang lahir pada tahun 1946 hingga 1964, dikenal dengan generasi *baby boomers* karena pada saat itu angka kelahiran meningkat setelah berakhirnya perang dunia ke-dua.

Perkembangan teknologi yang belum secanggih sekarang menjadi salah satu faktor kenapa generasi *baby boomers* menjadi generasi yang gaptek (gagap teknologi). Selain itu, kemampuan kognitif yang mulai menurun dan juga kurangnya pengetahuan tentang pentingnya literasi media, membuat generasi ini juga kurang paham bagaimana memilah informasi yang ada di media sosial (Abrar, 2020:1-3).

Data analisis yang dilakukan oleh Kominfo pada tahun 2018 menunjukkan bahwa penyebar berita *hoax* yang paling banyak bukanlah anak muda, melainkan

³ Huyono Simbolon. (2023). *Kerusuhan Pecah di Wamena Dipicu Hoaks Penculikan Anak, 10 Meninggal Dunia*. <https://www.liputan6.com/regional/read/5216576/kerusuhan-pecah-di-wamena-dipicu-hoaks-penculikan-anak-10-meninggal-dunia>. Diakses pada 9/6/2023

orang tua yang berumur di atas 45 tahun.⁴ Hal ini sejalan dengan riset yang dilakukan oleh *New York University & Princeton University* yang menunjukkan hasil bahwa orang tua yang berumur 45 tahun ke atas banyak menyebarkan berita *hoax* di media sosial.⁵ Serta pengguna *Facebook* yang berumur 65 tahun ke atas menyebarkan berita *hoax* dua kali lebih banyak jika dibandingkan dengan pengguna media sosial yang berumur 45 hingga 65 tahun, bahkan jika dibandingkan dengan pengguna usia 18 hingga 29 tahun, orang tua yang berumur 65 tahun ke atas membagikan informasi *hoax* tujuh kali lebih banyak.

Berbeda dengan generasi *baby boomers* yang lahir sebelum adanya kemajuan akses informasi pada saat sekarang, generasi milenial tumbuh dan sangat dekat dengan dunia *digital*. Hal ini sejalan dengan pendapat Lyons (dalam Putra, 2016:129) yang mengatakan bahwa generasi milenial atau generasi Y merupakan generasi yang tumbuh pada era internet. Jika merujuk pada *Generation Theory* yang dicetuskan oleh Karl Mannheim (1923) orang-orang yang tergolong ke dalam generasi milenial adalah orang-orang yang lahir pada kisaran tahun 1980 hingga tahun 2000. Ada beberapa perbedaan penyebutan untuk generasi milenial oleh beberapa ahli, mulai dari *digital generation* oleh Tapscott, *Nexters* oleh Zemke et al, dan Gen-Y/NetGen oleh Oblinger & Oblinger (Putra, 2016:125). Beberapa penelitian menyebutkan bahwa generasi milenial lebih baik dalam mengolah informasi yang ada di media

⁴ Daon001. (2018). *Kominfo: Penyebar Hoaks Berkisar Usia 45 ke Atas*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/15381/kominfo-penyebar-hoaks-berkisar-usia-45-ke-atas/0/sorotan_media. Diakses pada 28/1/2023.

⁵ Giovanni Dio Prasasti. (2019). *Orang Usia 65 ke Atas Lebih Rentan Sebarkan Hoax*. <https://www.google.com/amp/s/www.liputan6.com/amp/3871041/orang-usia-65-ke-atas-lebih-rentan-sebarkan-hoaks>. Diakses pada 28/1/2023.

sosial dibandingkan dengan generasi *baby boomers*, hal ini terjadi karena generasi ini tumbuh bersamaan dengan berkembangnya teknologi informasi.

Berada pada era perkembangan informasi yang semakin tak terbatas, menjadikan kemampuan literasi media sangat diperlukan oleh para pengguna media sosial tak terkecuali kalangan usia berapapun. Setyaningsih, dkk (dalam Hakim, dkk, 2022:169) mengatakan bahwa literasi merupakan kemampuan menemukan, mengevaluasi, serta menggunakan sebuah informasi secara efektif. Literasi sendiri menurut KBBI merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi dan pengetahuan untuk kecakapan hidup. Literasi media di era digital merupakan seperangkat kemampuan yang harus dimiliki seseorang untuk berpikir kritis dalam menyikapi media dan informasi yang beredar di dunia digital. Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh *Katadata Insight Center* (KIC) dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) yang berjudul “Status Literasi Digital di Indonesia 2021” menunjukkan hasil bahwa generasi milenial memiliki indeks literasi digital tinggi sebanyak 54 persen. Sedangkan, generasi *baby boomers* memiliki indeks literasi digital tinggi sebanyak 28 persen.⁶

Beberapa hasil penelitian menyebutkan bahwa generasi *baby boomers* menjadi kelompok yang paling rentan terpapar berita *hoax*, sedangkan generasi milenial dinilai lebih paham dalam menyaring informasi yang beredar di media sosial. Hal ini menjelaskan bahwa terdapat perbedaan perilaku dalam menyikapi pemberitaan yang ada di sosial media oleh kedua generasi. Penelitian yang pernah

⁶ Risanti Delphia. (2022). 60 Persen Gen Z Memiliki Indeks Literasi Digital Tinggi. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/60-persen-gen-z-memiliki-indeks-literasi-digital-tinggi>. Diakses pada 22/2/2023.

dilakukan oleh Maulidina (2020) dalam jurnalnya yang berjudul “Internet dan Metamorfosa Generasi Digital: Analisa Perbandingan Perilaku Penyebarluasan Berita *Hoax* Lintas Generasi” menunjukkan bahwa milenial memiliki kecenderungan yang lebih potensial dalam menyebarkan berita *hoax*.

Xenia (dalam Haqiqi, dkk, 2022:8593) menilai bahwa untuk menentukan dan menyatakan suatu generasi telah memiliki tingkat literasi media yang baik harus ditentukan melalui riset berdasarkan segmentasi yang lebih detail, serta lingkungan menjadi salah satu faktor penentu tingkat literasi media seseorang. Oleh karena itu, peneliti mengambil Kota Padang sebagai tempat melakukan penelitian disebabkan belum banyaknya penelitian terkait literasi media di kota ini. Berdasarkan dari permasalahan tersebut, maka peneliti menarik judul penelitian **“Hubungan Tingkat Literasi Media Dengan Perilaku Dalam Menyikapi Pemberitaan di Media Sosial Pada Generasi *Baby Boomers* dan Generasi Milenial Di Kota Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka adapun rumusan masalah pada penelitian ini yakni, apakah terdapat hubungan antara tingkat literasi media dengan perilaku dalam menyikapi pemberitaan di media sosial pada generasi *baby boomers* dan generasi milenial di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui:

1. Tingkat literasi media generasi *baby boomers* di Kota Padang

2. Tingkat literasi media generasi milenial di Kota Padang.
3. Perbedaan tingkat literasi media antara generasi *baby boomers* dan generasi milenial di Kota Padang.
4. Perilaku dalam menyikapi pemberitaan di media sosial pada generasi *baby boomers* di Kota Padang.
5. Perilaku dalam menyikapi pemberitaan di media sosial pada generasi milenial di Kota Padang.
6. Perbandingan perilaku dalam menyikapi pemberitaan di media sosial pada generasi *baby boomers* dan generasi milenial di Kota Padang.
7. Hubungan tingkat literasi media generasi *baby boomers* di Kota Padang dengan perilaku dalam menyikapi pemberitaan di media sosial.
8. Hubungan tingkat literasi media generasi milenial di Kota Padang dengan perilaku dalam menyikapi pemberitaan di media sosial.
9. Hubungan tingkat literasi media generasi *baby boomers* dan milenial di Kota Padang dengan perilaku dalam menyikapi pemberitaan di media sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan media massa,

akses media sosial pada generasi *baby boomers* dan generasi milenial, serta teori literasi media.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran pada pengguna media sosial terkait pentingnya meningkatkan kemampuan literasi media, sehingga mampu meminimalisir terjadinya penyebaran berita *hoax* di media sosial.

