

# **BAB I**

## **Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang**

Di tengah kecepatan penyebaran informasi, penyebaran berita hoax tidak dapat dihindari. Hal-hal ini karena semakin lama oknum-oknum yang membuat berita hoax ini semakin ahli dalam meyakinkan para pembacanya. Ketimpangan informasi dan keakuratan informasi yang menjadi salah satu penyebab tersebarnya berita-berita hoax, bahkan fanatisme terhadap tokoh atau kelompok tertentu membuat masyarakat mudah terjerumus dalam berbagai kasus berita hoax. Adapun berita hoax di sini yang dapat dimaksudkan ialah berita yang didasari oleh kenyataan yang tidak benar, bahkan mungkin ditambah atau diselewengkan. Bahwa banyak kasus yang sebenarnya tidak benar tetapi dijadikan berita sehingga banyak khalayak yang tertarik untuk membacanya. Masyarakat mungkin sudah tidak asing lagi melihat bahkan mendengar berita bohong yang disebarluaskan melalui berbagai media, baik media cetak, media daring, maupun pesan broadcast.

Berdasarkan Kementerian Komunikasi dan Informatika atau Kominfo pada triwulan pertama pada tahun 2023 diidentifikasi terdapat isu hoax sebanyak 425 isu yang beredar di berbagai platform digital. Jumlah tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan triwulan pertama pada tahun 2022 yang sebanyak 393 isu. Pada Januari 2023 Tim AIS Ditjen Aplikasi Informatika Kominfo menemukan isu hoax sebanyak 147 isu, untuk Februari 2023 terdapat 117 isu hoax, dan bulan Maret 2023 terdapat 161 isu hoax. Sejak dibentuk dari bulan Agustus tahun 2018, Tim AIS Kementerian Kominfo sudah menemukan isu hoax sebanyak 11.357 isu.

### **Gambar 1.1 Temuan Isu Hoax Per Kategori Periode Agustus – 31 Maret 2023**



Sumber: Tim AIS Kementerian Kominfo

Berdasarkan dari gambar diatas, isu hoax paling banyak berkaitan dengan kategori Kesehatan. Tim AIS Kementerian Kominfo menemukan isu hoax sebanyak 2.256 isu dalam kategori Kesehatan. Isu hoax yang berkaitan dengan pemerintahan menempati urutan kedua dengan 2.075 isu hoax. Selanjutnya terkait isu hoax dalam kategori penipuan Tim AIS Kementerian Kominfo mengidentifikasi sebanyak 1.823 isu hoax. Sedangkan untuk kategori politik sendiri Tim AIS Kementerian Kominfo menemukan sebanyak 1.355 isu hoax.

Berdasarkan kutipan dari Kompas.com Menteri Komunikasi dan Informatika saat itu Johnny G Plate mengatakan bahwa hingga 4 Januari 2023, informasi terkait dengan hoax sudah dilakukan penutupan atau penanganan konten hoax politik sebanyak 1.321 isu. Menteri Kominfo juga mengatakan bahwa penutupan ribuan konten hoax terkait isu politik tersebut dilakukan untuk menyambut tahun politik. Hal tersebut dilakukan agar pemilu yang akan dilaksanakan pada tahun 2024 bisa berjalan berkualitas dan sukses.

Berdasarkan berita dari Kumparan.com. Grup WhatsApp keluarga dianggap sebagai pusat semua informasi. Memiliki fitur berbagi membuat informasi berpindah dari satu tempat ke tempat lain dengan begitu cepat. Oleh karena itu, penyebaran konten hoax sering terjadi karena kurangnya penyaringan oleh pengguna, terutama orang tua. Menurut data analitik Kominfo, orang tua berusia 35 tahun ke atas lebih mungkin menyebarkan hoax. Orang tua cenderung tidak memilah dan memilah informasi yang mereka konsumsi, kemudian membagikannya kepada anggota keluarga dalam suatu kelompok dan atau memperoleh informasi dari dalam kelompok keluarga tersebut. Juga, ada banyak kasus di

mana orang tua tidak membaca keseluruhan konten, mereka hanya membaca judulnya dan kemudian membagikannya.

Disinformasi atau hoax adalah penyebaran informasi palsu, baik dilakukan dengan sengaja atau tidak untuk membingungkan orang lain. Disinformasi dibuat dalam suatu masyarakat oleh orang-orang yang dengan mudah memercayai informasi yang mereka terima tanpa melihat atau meneliti kembali dari mana sumber asli informasi itu berasal. Hal tersebut dapat terjadi karena berita yang terus disebar ke berbagai platform sosial media sehingga banyak orang yang awalnya membaca secara kritis menjadi percaya.

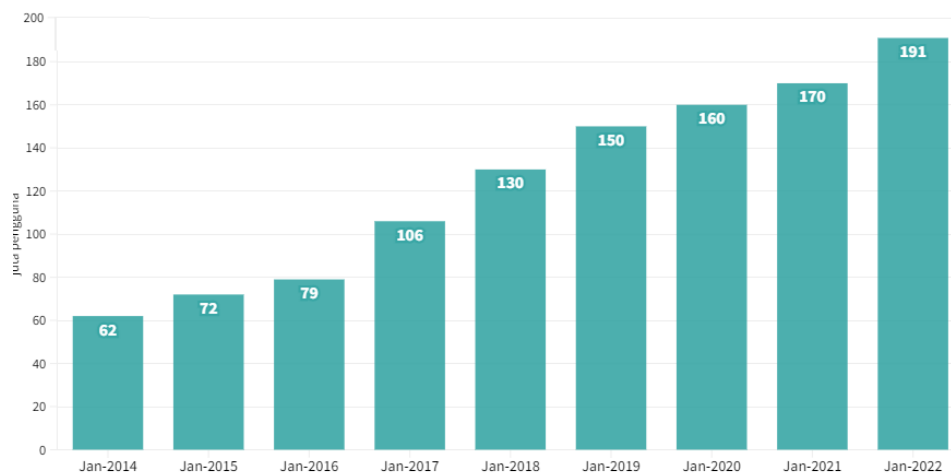
Perkembangan komunikasi digital berbasis teknologi komputer, smartphone dan internet. Saat ini, penggunaan komunikasi digital makin merata di semua sektor, mulai dari pendidikan, perawatan kesehatan, bisnis, dan administrasi. Perkembangan komunikasi digital juga memengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia. Dampaknya terhadap perilaku dan gaya hidup manusia cukup ekstrem, karena segala sesuatu yang semula sulit tiba-tiba menjadi mudah berkat teknologi digital.

Perkembangan komunikasi digital di Indonesia baru terlihat pada tahun 90-an hingga awal tahun 2000-an. Perkembangannya dimulai pada tahun 2005-2007. Perkembangan penting juga terjadi setelah tahun 2010-an. Dampak pembangunan itu sendiri bermata dua. Pada satu sisi memberikan dampak positif, namun di sisi lain juga memberikan dampak negatif. Penerapan teknologi digital telah merambah ke berbagai bidang kehidupan manusia. Topik digitalisasi yang belakangan mengemuka memunculkan upaya pemerataan adopsi teknologi digital lintas sektor dan wilayah.

Media sosial merupakan media daring yang digunakan manusia untuk kebutuhan komunikasi jarak jauh, proses tersebut menghasilkan interaksi antara user satu dengan user lain dengan jarak yang jauh, serta mendapatkan sebuah informasi melalui perangkat aplikasi khusus yang menggunakan jaringan internet. Media sosial sendiri memiliki tujuan yaitu sebagai alat komunikasi untuk menghubungkan antar pengguna dengan cakupan wilayah yang sangat luas.

Berdasarkan We Are Social, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia tercatat 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah ini meningkat 12,35 persen dari tahun

lalu 170 juta orang. Melihat trennya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia makin meningkat setiap tahunnya. Namun pertumbuhannya berbeda sejak tahun 2014 sampai tahun 2022. Jumlah pengguna media sosial tumbuh paling besar pada tahun 2017, yaitu sebesar 34,2 persen. Namun, pertumbuhan melambat menjadi 6,3 persen tahun lalu. Tahun ini jumlahnya hanya bertambah. Sementara itu, Whatsapp merupakan media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Persentasenya adalah 88,7 persen. Diikuti oleh Instagram dan Facebook dengan persentase 84,8 persen dan 81,3 persen. Sedangkan proporsi pengguna TikTok dan Telegram adalah 63,1 persen, dan proporsi pengguna Telegram adalah 62,8 persen.



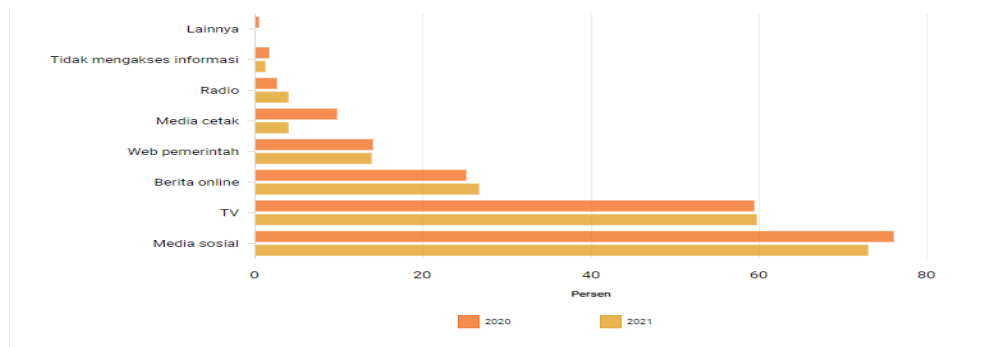
**Gambar 1.2 Media Sosial Paling Populer di Indonesia**

Sumber: We Are Social (2022)

Di era digital, internet menjadi salah satu saluran media yang dominan. Menurut hasil survei State of Digital Literacy 2021 oleh Katadata Insight Center (KIC) dan Kominfo, 73 persen masyarakat mencari informasi melalui media sosial. Hasilnya sama dengan tahun lalu, ketika 73 persen orang mencari informasi kebanyakan di jejaring sosial. Kemudian televisi adalah sarana informasi kedua yang paling banyak digunakan. Sebanyak 59,7 persen responden sebagian besar menggunakan televisi sebagai sarana komunikasi. Meskipun media sosial adalah yang paling mudah diakses, itu bukanlah media yang paling dapat diandalkan. Berdasarkan survei, hanya 22,4 persen responden yang menganggap media sosial sebagai sumber informasi paling terpercaya. Masyarakat

paling mempercayai televisi sebagai sarana penyampaian informasi dengan 47 persen responden.

**Gambar 1.3** Media Untuk Mendapat Informasi di Indonesia



Sumber: Katatada Insight Center (KIC)

Meskipun media sosial adalah yang paling mudah diakses, itu bukanlah media yang paling dapat diandalkan. Berdasarkan survei, hanya 22,4 persen responden yang menganggap media sosial sebagai sumber informasi paling terpercaya. Masyarakat paling memercayai televisi sebagai sarana penyampaian informasi dengan 47 persen responden. Model ini menunjukkan bahwa media yang paling banyak digunakan belum tentu yang paling terpercaya. Di sisi lain prinsip kehati-hatian diperlukan untuk menyaring informasi yang diterima dan mendeteksi informasi hoax, terutama di media sosial yang merupakan media informasi yang paling banyak diakses.

Dalam distribusi berdasarkan frekuensi penggunaan media informasi, berita daring menempati urutan ketiga 26,7 persen. Diikuti oleh situs resmi pemerintah 13,9 persen, media cetak 4 persen dan radio 4 persen. Selain saluran media ini, 1,2 persen penuh responden tidak menggunakan Internet sama sekali. Dibandingkan tahun lalu, proporsi masyarakat yang mencari informasi terutama dari media cetak mengalami penurunan. Penurunannya sebesar 5,7 persen dari 9,7 persen pada 2020 menjadi 4 persen pada 2021. Perkembangan era digital juga dapat menjadi penyebab perubahan hal tersebut.

Perkembangan informasi juga menyebabkan munculnya fenomena negatif yaitu masalah disinformasi. Disinformasi adalah hasil dari berita palsu yang menyebar secara masif di dunia maya. Secara umum masyarakat relatif lebih mudah menyerap informasi, karena penyebaran misinformasi sangat cepat dan mudah diserap. Meski masalah

misinformasi telah teratasi, fenomena ini masih membekas dalam perilaku sosial masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi publik untuk dapat membedakan jenis-jenis informasi yang dapat menimbulkan misinformasi dan menelaah alasan pembuatan dan penyebarannya.

Menurut analisis Political Waves, tiga faktor masyarakat Indonesia sangat mudah terpengaruh oleh berbagai konten penipuan adalah pertama, minat baca masyarakat masih sangat rendah. Kedua, mereka tidak memverifikasi kebenaran dan keaslian berita. Hal ini mengubah pandangan masyarakat Indonesia yang berbeda terhadap suatu fenomena yang banyak diperbincangkan di masyarakat. Ketiga, masyarakat Indonesia terlalu cepat menilai apa yang terjadi. Hal ini disebabkan kurangnya informasi tentang sebab akibat, dan ketika hal ini terjadi, dapat disimpulkan bahwa tidak ada niat untuk menjelaskan lebih jelas. Hal ini tentunya menjadi perhatian serius yang perlu segera diatasi. Edukasi diperlukan agar pengguna media sosial, salah satunya WhatsApp, tahu cara menggunakannya dengan bijak. Penting juga untuk meminimalkan penyebaran informasi palsu.

Dengan tingginya jumlah pengguna media sosial di Indonesia dan lamanya waktu yang dihabiskan untuk berinternet tidak menjamin bahwa masyarakat Indonesia sudah dewasa dalam berinternet. Berbagai macam upaya sudah dilakukan guna meningkatkan budaya literasi digital melalui aspek ekosistem keluarga, sekolah, dan masyarakat. Ada berbagai program yang sudah dilakukan dengan berbagai pihak, seperti perguruan tinggi, sekolah, dan pemerintah.

Kementerian Komunikasi dan Informatika meluncurkan hasil survei Indeks Literasi Digital Tahun 2022. Hal tersebut disampaikan langsung oleh Dikertur Jendral Aplikasi Informatika Samuel A. Pangerepan yang menyatakan bahwa Indeks Literasi Digital mengalami kenaikan yang dominan dalam aspek budaya digital dan etika digital. Sedangkan untuk aspek keamanan digital masih harus membutuhkan perhatian.

Mengutip hasil survei Indeks Literasi Digital Koinfo Tahun 2022, Dirjen Samuel mengatakan bahwa terdapat peningkatan 0.05 poin. Dari yang sebelumnya 3.49 menjadi 3.54. Pada aspek budaya digital dan etika digital secara keseluruhan mengalami

peningkatan dengan nilai 3.48. Untuk etika digital masih berada di sekitaran 3.52, sedangkan untuk etika digital mengalami peningkatan sebesar 3.68. Hal tersebut menurut Dirjen Samuel didapat dari hasil survei dari tahun sebelumnya. Untuk aspek keamanan menurut Dirjen Aptika Kementerian Kominfo masih perlu diperhatikan karena masih tergolong rendah dengan nilai 3.12. Menurutnya hal tersebut yang membuat banyaknya fenomena di masyarakat yang mana banyak tertipu dan terpedaya oleh niatan jahat.

Generasi milenial merupakan sumber daya bangsa yang akan menjadi agen perubahan bahkan pemimpin masa depan (Danil, 2020). Pada saat yang sama, Pyöriä dkk. (2017) mengklaim bahwa generasi milenial umumnya lebih berpendidikan dan melek teknologi dibandingkan generasi sebelumnya (Jati, 2021). Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa generasi milenial adalah sekelompok orang yang lahir dan besar di dunia digital dengan perkembangan komunikasi massa dan TIK.

Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak telah memberikan beberapa pendapat ahli tentang generasi milenial melalui BPS (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak bersama Badan Pusat Statistik Finlandia, 2018). Pertama, Berkup (2014) mengatakan bahwa generasi milenial atau Generasi Y adalah seseorang yang lahir antara tahun 1980 dan 2001. Kedua, Stafford dan Griffis (2008) berpendapat bahwa generasi milenial lahir antara tahun 1980 dan 2000. Ketiga, American is Bureau the Sensus (2015) menyatakan bahwa Generasi Milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1982 hingga 2000. Sedangkan menurut National Chamder Foundation (NCF), klasifikasi generasi yang lahir setelah tahun 1901 dan 2000 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Jenis Generasi	Lahir
GI Generation	1901-1924
Silent Generation	1925-1946
Baby Boom Generation	1947-1964
Generation X	1965-1979
<b>Millennial Generation</b>	1980-1999
Generation Z	2000-

16 | Volume 10 Nomor 1 /Juni 2021 <http://doi.org/10.31504/komunika.v9i1.3795>

© 2021 Jurnal Komunika:Jurnal Komunikasi dan Informatika. Semua hak cipta dilindungi undang-undang.

**Gambar 1.4 Pengelompokkan Generasi**  
Sumber: Jurnal Komunikasi dan Informatika (2021)

Generasi Z adalah sekelompok orang yang lahir antara tahun 1995 sampai dengan tahun 2012. Schroer (Ramadhan 2018) menjelaskan bahwa generasi ini disebut dengan Generasi Z yaitu generasi yang sangat dekat dengan teknologi atau bisa disebut dengan generasi Internet. Generasi Z sudah terbiasa dengan teknologi sejak generasi ini lahir. Smartphone, laptop, internet dan berbagai layanan yang disediakan oleh layanan daring seperti WhatsApp, Facebook, Instagram dan beberapa layanan belanja daring sudah ada sejak Gen Z lahir, sehingga sangat mudah bagi Generasi Z untuk mengakses semua yang ada di internet.

Generasi Z sangat mudah dikenali karena memiliki karakteristik yang memungkinkan banyak anggota generasi ini dengan mudah memahami dan menggunakan informasi yang mereka inginkan, karena generasi yang lahir setelah tahun 1995 atau 2000, generasi ini lahir ketika internet mulai hadir dan tumbuh. Ciri Generasi Z yang paling menonjol adalah Generasi Z cenderung tidak sabar dan berharap segala sesuatunya segera selesai. Hal ini dapat terjadi karena adanya prinsip bahwa kehadiran internet dapat membantu dalam segala bidang kehidupan, terutama dalam urusan pribadi.

Setiap individu pasti memiliki karakteristik yang berbeda tergantung dari latar belakang kehidupan, stratifikasi ekonomi, sosial kekeluargaan dan pola komunikasi yang sangat terbuka dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Selain itu, generasi milenial lebih terbuka dalam sudut pandang politik dan ekonomi, karena mereka merupakan pengguna media sosial yang fanatik dan terpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Mereka tampak sangat responsif terhadap perubahan lingkungan di sekitar mereka.

Berikut merupakan penelitian-penelitian yang terdahulu yang menjadi acuan penulis dalam membuat penelitian ini:

1. Pada penelitian Tingkat Literasi Digital Siswa Ditinjau Dari Prestasi Belajar, Jenis Kelamin, dan Motivasi Belajar (Samputri, 2019) berfokus kepada tingkat literasi digital siswa yang nyatanya tidak berbeda dengan hasil belajar, tingkat kompetensi digital siswa tidak berbeda berdasarkan jenis kelamin, begitu pula



tingkat kompetensi digital siswa berdasarkan motivasi belajar, sedangkan penulis berfokus kepada mengkomparasikan literasi digital yang dimiliki oleh Generasi Y dan Generasi Z.

2. Pengukuran Literasi Digital Pada Peserta Pembelajaran Dari di Masa Pandemi COVID-19 (Irhandayaningsih, 2020). Penelitian ini berfokus kepada pengukuran literasi digital untuk para peserta pembelajaran pada masa pandemi sedangkan penelitian saat ini berfokus kepada pengukuran pemahaman literasi digital yang dimiliki Generasi Y dan Generasi Z terhadap disinformasi berita dalam grup WhatsApp.
3. Analisis Kemampuan Literasi Digital Mahasiswa (Dinata, 2021). Penelitian ini berfokus kepada bagaimana kemampuan literasi digital yang dimiliki oleh mahasiswa sedangkan penelitian saat ini berfokus kepada pemahaman akan literasi digital yang dimiliki oleh Generasi Y dan Generasi Z.
4. Analisis Tingkat Literasi Digital Generasi Milenial Kota Surabaya dalam Menanggulangi Penyebaran Hoaks (Novianto Puji Raharjo & Bagus Winarko, 2021). Pada penelitian ini berfokus kepada tingkat literasi digital generasi Y saja, sedangkan pada penelitian saat ini berfokus kepada literasi digital dari generasi Y dan Generasi Z
5. Atribusi Kewargaan Digital Dalam Literasi Digital (Pradana, 2018). Penelitian ini berfokus pada bagaimana memahami literasi digital dalam kewargaan, sedangkan penelitian saat ini berfokus mengkomparasikan tingkat literasi digital dari dua generasi yaitu generasi y dan generasi z

Penulisan penelitian ini untuk mengidentifikasi perbedaan literasi digital antara Generasi Y dan Generasi Z terkait disinformasi berita hoax politik yang tersebar di Grup WhatsApp Keluarga.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teori yang berfokus kepada pemahaman akan literasi digital dari Generasi Z dan Generasi Milenial terkait disinformasi berita hoax tentang politik dalam aplikasi grup *WhatsApp*. Literasi digital, yang dimulai dengan literasi komputer dan literasi informasi. Perkembangan literasi komputer dan informasi tidak berkembang secara bersamaan (Bawden, 2001).

## **1.2 Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus kepada mengenai pemahaman literasi digital pada generasi Y dan generasi Z terkait disinformasi berita politik yang disebar melalui Grup WhatsApp Keluarga.

## **1.3 Identifikasi Masalah**

Bagaimana pemahaman akan literasi digital dari Generasi Y dan Generasi Z terkait disinformasi berita politik di dalam Grup WhatsApp

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Penulisan penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkomparasi pemahaman literasi digital antara Generasi Y dan Generasi Z terkait disinformasi berita politik di Grup WhatsApp keluarga.

## **1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian**

Penulisan penelitian ini dibuat tentunya diharapkan oleh peneliti. Adapun manfaat penelitian dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 hal, yaitu :

### **1.5.1 Manfaat Akademis**

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberi wawasan, informasi, dan literasi bagi masyarakat luas, khususnya terkait disinformasi berita hoax politik. Karena media sosial yang diteliti dalam penelitian ini terbukti menjadi salah satu media sosial yang menerima informasi hoax paling banyak di Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi acuan bagi penelitian lain untuk meneliti suatu fenomena yang terjadi di sosial media.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan wawasan bagi generasi Y maupun generasi Z yang tergabung dalam grup WhatsApp keluarga. Bahwa apa yang sebaiknya dilakukan jika ada salah satu anggota yang menyebarkan informasi hoax di grup WhatsApp. Dan juga pengaruh persaingan politik yang sering menyebabkan orang melakukan forward pesan tanpa mengkurasi informasi tersebut terlebih dahulu.