

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

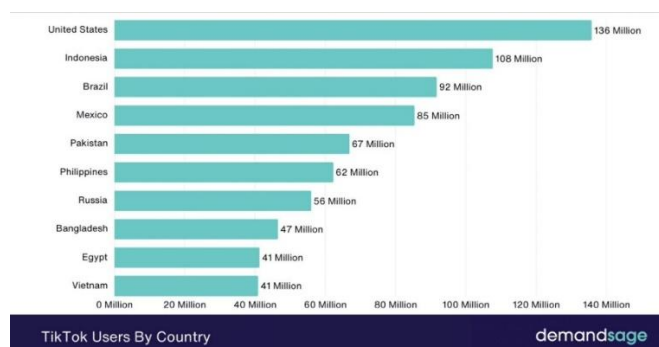
Zaman digital sering disebut sebagai Revolusi Industri 4.0. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam setiap aspek. Era digital merupakan masa teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari dan sedang mengubah cara manusia berinteraksi satu sama lain serta bertukar informasi. Menurut Putri (2023) teknologi berperan dalam menciptakan berbagai inovasi yang mempermudah kehidupan sehari-hari masyarakat serta membantu meringankan pekerjaan yang sebelumnya terasa berat dan penuh tekanan. Perkembangan ini tidak hanya memperluas akses pengetahuan, tetapi juga merevolusi pola komunikasi manusia dari bentuk tradisional ke digital yang lebih interaktif dan personal .

Media sosial telah menjadi alat utama yang mengubah cara kita mengakses informasi di era digital, terutama di Indonesia. Dampak positifnya berbagai macam, salah satunya yaitu memudahkan untuk mendapatkan pengetahuan dengan cepat dan merata. Menurut Arini (2020) salah satu dampak dari adanya media sosial adalah memudahkan dalam memperoleh informasi. Dengan adanya blog ataupun website, remaja menjadi mudah untuk memperoleh informasi yang ada di internet. Selain itu sosial media juga bisa digunakan sebagai lahan informasi untuk bidang pendidikan, kebudayaan, dan lain-lain. Media sosial juga membawa tantangan besar, seperti penyebaran misinformasi yang bisa merusak kepercayaan dan

memengaruhi keputusan orang. Media sosial yang sedang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah TikTok.

TikTok merupakan media sosial dengan video pendek yang merasa penggunaannya untuk membuat, edit, dan share video yaitu berdurasi beberapa detik hingga 60 menit untuk video yang diunggah dari perangkat, sementara video yang direkam langsung di aplikasi TikTok memiliki durasi maksimal 10 menit. Aplikasi ini dibuat oleh ByteDance, perusahaan teknologi asal China, dan pertama kali diluncurkan di negara asalnya pada tahun 2016 yaitu Douyin. Menurut Ilahin (2022) TikTok merupakan aplikasi yang menyediakan berbagai efek khusus yang unik dan menarik, sehingga memudahkan penggunaannya dalam membuat video pendek dengan hasil yang menarik untuk dibagikan kepada teman maupun pengguna lainnya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari website Demandsage, Indonesia merupakan negara dengan peringkat kedua yang terbanyak menggunakan TikTok setelah Amerika Serikat. Indonesia mencapai 108 juta pengguna TikTok per-2026. Platform TikTok memiliki rata-rata 169 juta pengguna aktif bulanan di seluruh negara di dunia.



Gambar 1. 1 Pengguna TikTok di Indonesia pada Tahun 2026
(Sumber: Demandsage)

Platform ini tidak lagi hanya untuk hiburan, melainkan menjadi alat pembelajaran alternatif yang interaktif dan mudah dijangkau, terutama bagi generasi muda yang lebih nyaman dengan konten visual pendek. TikTok membantu mengisi kekosongan dengan konten edukatif. Konten semacam ini tidak hanya meningkatkan kesadaran, tapi juga mendorong partisipasi aktif penggunanya. *Platform* TikTok memfasilitasi penyebaran konten edukatif melalui adanya *influencer*. Menurut Arianto & Risdiyanto (2021) *Influencer* adalah individu di media sosial yang memiliki peran aktif dalam menyebarkan pesan atau konten kepada pengguna lainnya, sehingga dapat memperkuat dan memperluas jangkauan pesan atau kampanye yang disampaikan. *Influencer* yang semakin populer memiliki peran yang signifikan dalam kegiatan promosi (Handayani,2023).

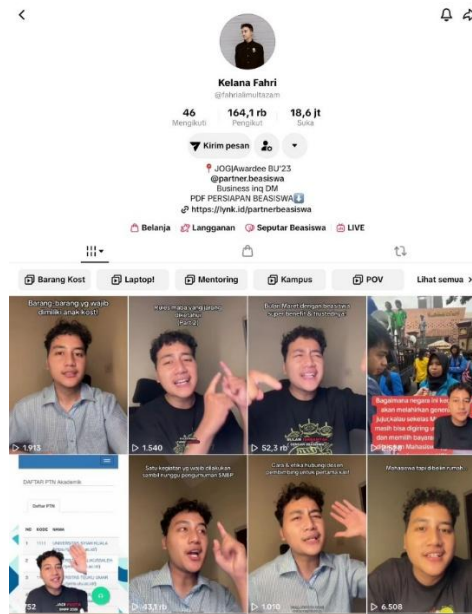
Khususnya di *niche* pendidikan, peran *influencer* krusial untuk membantu pemerataan akses pengetahuan, terutama pasca-pandemi ketika pembelajaran daring mendominasi. *Influencer* pendidikan menggunakan *Platform* seperti TikTok untuk berbagi tips belajar, motivasi, dan informasi beasiswa, yang menjangkau generasi Z dan milenial. Peran ini tidak hanya meningkatkan kesadaran, tapi juga mendorong aksi nyata. Dengan peran *influencer* yang semakin vital di *niche* pendidikan, dampak sosial dari aktivitas mereka di media sosial seperti TikTok tidak hanya terbatas pada individu, melainkan meluas ke masyarakat secara keseluruhan, memengaruhi pola perilaku, akses pengetahuan, dan dinamika sosial.

Salah satu bentuk konten edukasi yang cukup banyak diminati adalah konten mengenai beasiswa. Informasi beasiswa menjadi kebutuhan penting bagi pelajar dan mahasiswa yang ingin melanjutkan pendidikan namun memiliki

keterbatasan biaya. Di tengah banyaknya informasi yang tersebar di internet, TikTok menjadi salah satu sumber alternatif bagi audiens untuk memperoleh informasi beasiswa secara praktis dan cepat. Misalnya, konten tentang beasiswa dari *influencer* dapat menginspirasi pemuda di daerah terpencil untuk mengejar peluang studi lanjut. Menurut Firamadhina, dan Krisnani (2020) pemanfaatan TikTok sebagai sarana edukasi dan aktivisme merupakan cara yang efektif untuk memperoleh pengetahuan dan informasi baru.

Salah satu *influencer* yang membahas mengenai *niche* pendidikan dan beasiswa di TikTok adalah @fahrialimultazam yang dikenal sebagai Fahri Ali Multazam. Seorang mahasiswa berusia 21 tahun yang menjadi salah satu awardee Beasiswa Unggulan tahun 2023. Ia memulai perjalanannya di TikTok pada 2024, awalnya berbagi cerita pribadi tentang perjuangan mendapatkan beasiswa, yang kemudian berkembang menjadi konten utama berfokus pada tips aplikasi beasiswa, cerita sukses penerima, dan motivasi karir untuk pemuda Indonesia.

Dengan gaya penyampaian yang santai, humoris, dan *relatable*, ia membangun citra sebagai "kakak pembimbing" virtual. Profil TikTok @fahrialimultazam mencerminkan kesuksesan fenomena ini, dengan lebih dari 164 ribu pengikut (*followers*) per Maret 2026. Konsistensi dalam mengunggah konten dapat membentuk persepsi audiens mengenai seberapa aktif dan seberapa intens akun tersebut dalam memberikan informasi.



Gambar 1. 2 Akun TikTok @fahrialimultazam

Sebagai *influencer* asal Yogyakarta, Fahri Ali Multazam aktif membuat konten di TikTok dan Instagram. Fahri dikenal melalui konten-kontennya yang menarik serta gaya penyampaian yang kerap terasa dekat dan relevan dengan audiens. Tidak hanya menghibur, Fahri juga memberikan edukasi di bidang pendidikan bagi siswa SMA maupun mahasiswa, sehingga kontennya menjadi inspiratif dan relevan bagi berbagai kalangan. Dalam setiap unggahannya, ia sering membagikan informasi seputar beasiswa, tips wawancara, tips menulis esai, panduan pendaftaran kampus, pengalaman studi, panduan mengenai proses pendaftaran beasiswa baik di dalam maupun luar negeri, serta berbagai tips terkait dunia perkuliahan. Fahri membagikan strategi yang digunakan dalam proses pendaftaran beasiswa dan pengalaman akademiknya sebagai bentuk berbagi pengetahuan kepada audiens melalui akun TikTok-nya.

Melalui format video pendek yang komunikatif dan mudah dipahami, konten yang disajikan mampu menjangkau audiens yang luas, khususnya kalangan

pelajar dan mahasiswa yang memiliki minat untuk melanjutkan pendidikan melalui jalur beasiswa. Tingginya jumlah pengikut serta banyaknya interaksi yang terjadi pada konten yang diunggah menunjukkan bahwa informasi mengenai beasiswa yang disampaikan oleh akun tersebut memiliki daya tarik bagi audiens. Konten yang disampaikan secara ringkas dan informatif memungkinkan audiens untuk memperoleh informasi dengan cepat melalui media sosial.



Gambar 1. 3 Video TikTok @fahrialimultazam

Seiring dengan meningkatnya ketersediaan konten edukatif, muncul kebiasaan baru dalam mengakses informasi, yaitu kebiasaan menonton konten secara rutin melalui media sosial. Audiens tidak hanya menonton satu video, tetapi dapat menonton beberapa video dalam satu waktu. Frekuensi dan durasi menonton menjadi bagian dari intensitas penggunaan media. Intensitas penggunaan media merujuk pada seberapa sering dan seberapa lama seseorang menggunakan atau terpapar suatu media dalam periode tertentu. Dalam konteks TikTok, intensitas menonton konten dapat dilihat dari frekuensi membuka aplikasi, jumlah video yang ditonton, serta durasi waktu yang dihabiskan untuk mengonsumsi konten tertentu. Menurut Adinegoro et al. (2025) konsumsi media sosial oleh mahasiswa Gen Z

tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga berpotensi menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran serta pengembangan kreativitas mereka.

Intensitas menonton konten TikTok tentang beasiswa dapat dipandang sebagai bentuk paparan media yang berulang terhadap informasi edukatif. Frekuensi dan durasi menonton menjadi indikator intensitas penggunaan media yang dapat diukur. Khusus dalam konteks konten beasiswa, intensitas menonton menjadi relevan karena informasi yang disampaikan bersifat edukatif dan informatif. Audiens yang sering menonton konten beasiswa berpotensi lebih sering menerima informasi mengenai syarat pendaftaran, jadwal seleksi, tips persiapan, serta pengalaman penerima beasiswa. Paparan yang berulang terhadap informasi tersebut dapat membentuk kebiasaan konsumsi informasi yang lebih terarah. Menurut Adinegoro et al. (2025) media sosial telah menjadi sarana bagi penggunaannya untuk belajar dan berinteraksi yang dianggap lebih praktis, sehingga turut memengaruhi tingkat intensitas mereka dalam mengakses *Platform* seperti TikTok.

Kemudahan akses informasi melalui TikTok juga membawa tantangan tersendiri. Tidak semua informasi yang beredar di media sosial dapat dipastikan kebenarannya. Informasi beasiswa yang tidak valid, tidak lengkap, atau bahkan bersifat penipuan dapat menimbulkan kerugian bagi audiens. Oleh karena itu, literasi digital menjadi kemampuan yang sangat penting dalam konteks penggunaan media sosial. Literasi digital adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai format dari berbagai sumber ketika informasi tersebut disajikan melalui perangkat digital. Literasi digital tidak hanya

mencakup kemampuan teknis menggunakan perangkat, tetapi juga kemampuan berpikir kritis, mengevaluasi sumber informasi, serta memahami konteks informasi tersebut. Menurut Pitrianti et al., (2023) literasi digital diharapkan dapat membentuk masyarakat yang cerdas serta memiliki kepekaan terhadap perkembangan teknologi dan perubahan zaman.

UNESCO (2018) juga menegaskan bahwa literasi digital mencakup kemampuan mengakses, mengevaluasi, menggunakan, dan menciptakan informasi secara efektif dan bertanggung jawab. Literasi digital sangat penting agar audiens dapat membedakan antara informasi resmi dan tidak resmi, serta mampu melakukan verifikasi sebelum mempercayai atau menyebarkan informasi tersebut. Pengguna aktif media sosial seperti *influencer* sudah seharusnya memiliki kemampuan literasi digital yang baik. Literasi digital tidak hanya mencakup keterampilan teknis dalam mengoperasikan *Platform* digital, tetapi juga kemampuan berpikir kritis, memahami etika berkomunikasi daring, serta mengelola dan menyampaikan informasi yang benar dan bermanfaat. Tanpa literasi digital yang memadai, pengguna dapat dengan mudah terjebak dalam arus informasi yang menyesatkan atau bahkan berkontribusi pada penyebaran misinformasi.

Penelitian mengenai literasi digital di media sosial telah banyak dilakukan, tetapi sebagian besar berfokus pada pengaruh media sosial secara umum terhadap kemampuan literasi. Penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara intensitas menonton konten *influencer* edukasi dan literasi digital audiens masih relatif terbatas. Penelitian ini memiliki relevansi akademik untuk mengisi celah tersebut. Selain itu, penelitian ini juga memiliki relevansi praktis. Bagi *influencer*

edukasi, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi mengenai pentingnya konsistensi dalam menyajikan konten. Bagi audiens, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya literasi digital dalam menerima informasi beasiswa.

Pendekatan kuantitatif korelasional dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel tanpa memberikan perlakuan tertentu. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada audiens akun tersebut. Analisis dilakukan menggunakan uji Korelasi Spearman Rank, karena data yang diperoleh berbentuk ordinal. Hal ini menarik perhatian penulis untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara intensitas menonton konten TikTok dan literasi digital audiens pada akun @fahrialimultazam. Berdasarkan latar belakang maka penulis mengambil penelitian yang berjudul: “HUBUNGAN INTENSITAS MENONTON KONTEN TIKTOK DENGAN LITERASI DIGITAL AUDIENS (Studi Pada Akun TikTok @fahrialimultazam)”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran ilmiah mengenai hubungan antara intensitas menonton konten *influencer* beasiswa di TikTok dan literasi digital audiensnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang komunikasi digital dan literasi media.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara intensitas menonton konten TikTok dengan literasi digital audiens pada akun @fahrialimultazam?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara intensitas menonton konten TikTok dengan literasi digital audiens pada akun @fahrialimultazam.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Manfaat teoretis dari penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam pengembangan penelitian intensitas konten pada *Platform* TikTok niche edukasi dan beasiswa. Penelitian ini juga memperkaya teori literasi digital di media sosial edukasi, khususnya hubungan antara intensitas menonton konten TikTok dengan literasi digital audiens, sehingga dapat menjadi referensi penting bagi studi-studi selanjutnya yang ingin mengkaji pola konten di media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi kreator konten edukasi, audiens, dan lembaga pendidikan. Bagi kreator konten beasiswa di TikTok, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dalam menyusun strategi penyajian konten yang lebih informatif dan mendorong sikap kritis audiens. Bagi audiens, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya literasi digital dalam menerima dan memverifikasi informasi beasiswa agar tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang tidak valid. Sementara itu, bagi lembaga pendidikan, penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana edukasi yang lebih efektif dan bertanggung jawab.