

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modernisasi, media sosial telah mengalami perkembangan yang signifikan dari waktu ke waktu dan kini menjadi pusat informasi serta komunikasi yang tumbuh dengan sangat pesat. Berbagai jenis informasi dan berita dapat diakses dengan mudah melalui media sosial, mencakup berita lokal hingga internasional yang tersebar dari berbagai penjuru dunia. Media sosial memegang peran yang sangat penting dalam memudahkan interaksi antar individu dan telah menjadi salah satu platform utama sebagai sumber informasi di masa kini (Kaplan & Haenlein, 2010).

Perkembangan era digital yang pesat, media sosial telah menjadi salah satu sumber utama informasi bagi masyarakat, khususnya kalangan mahasiswa. Mahasiswa saat ini semakin menggantungkan diri pada media sosial untuk memperoleh informasi dan mengikuti perkembangan terbaru (Nasrullah, 2017). Bukan lagi mengandalkan surat kabar atau portal berita formal, mereka lebih sering membuka platform media sosial sebagai sumber utama untuk mengetahui isu-isu terbaru. Salah satu platform media sosial seperti TikTok tidak lagi hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana penyebaran informasi yang cepat, mudah diakses, dan beragam.

Melihat perkembangan era digital yang semakin pesat, TikTok telah berkembang dari platform hiburan menjadi sumber informasi utama bagi generasi muda, termasuk mahasiswa. Dengan lebih dari 113 juta pengguna aktif di

Indonesia (We Are Social & Hootsuite, 2023), TikTok menjadi wadah komunikasi informatif yang menyajikan beragam konten, mulai dari edukasi hingga berita. Aplikasi ini memberikan kebebasan kepada pengguna untuk membuat video pendek dalam durasi 15 sampai 180 detik dengan berbagai fitur di dalamnya (Adawiyah, 2020). Dengan kemudahan akses informasi, mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial, rentan terpapar informasi yang belum tentu valid (Wardle & Derakhshan, 2017). Tingkat kepercayaan mereka terhadap informasi di TikTok merupakan fondasi dalam penerimaan dan penggunaan informasi.

Menurut Effendy (2011) Komunikasi informatif (*informative communication*) merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahukan sesuatu. Dalam prakteknya komunikasi informatif yang dimaksud adalah komunikasi informatif digital yang mana terdapat proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, pengetahuan, atau fakta kepada penerima pesan melalui media digital. Konten yang disampaikan secara informatif biasanya memiliki ciri-ciri seperti jelas, mudah dipahami, relevan dengan kebutuhan audiens, serta didukung oleh data atau fakta (DeLone & McLean, 2003). Ketika mahasiswa menerima informasi yang disampaikan dengan cara yang informatif, mereka cenderung lebih mudah memahami isi pesan dan menilai bahwa informasi tersebut memiliki nilai yang bermanfaat.

Komunikasi informatif berkaitan erat dengan tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap informasi yang diterima. Secara sederhana, kepercayaan muncul ketika individu merasa bahwa informasi yang diterimanya dapat

diandalkan, tidak menyesatkan, dan berasal dari sumber yang memiliki kredibilitas (McKnight et al., 2002). Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya menilai isi informasi, tetapi juga bagaimana informasi tersebut disampaikan. Penyampaian yang runtut, logis, dan transparan akan memberikan kesan bahwa informasi tersebut layak dipercaya.

Di zaman sekarang, informasi datang dari berbagai arah, dalam hitungan detik, dan sering kali sulit dipilah mana yang benar-benar penting dan mana yang menyesatkan. Dalam kondisi seperti ini, kemampuan untuk berkomunikasi secara informatif menjadi sangat penting. Sayangnya, tidak semua komunikasi saat ini memenuhi tujuan itu. Banyak pesan yang terdistorsi, terlalu rumit atau bahkan disengaja membingungkan. Akibatnya, muncul kebingungan, miskomunikasi bahkan ketidakpercayaan.

Salah satu contoh dari fenomena yang terjadi di Surabaya adalah beredarnya sebuah video di platform media sosial TikTok, yang dikaitkan dengan janji santunan seorang tokoh politik dinyatakan tidak akurat atau hoaks oleh pihak berwenang. Dilansir dari media Antara News pada tahun 2024, gubernur Jawa Timur Khofifah Indar Parawansa menegaskan bahwa video dengan durasi 29 detik terkait pernyataan akan membagikan santunan adalah video hoaks dan hasil rekayasa teknologi AI (*Artificial Intelligence*).

Kasus tersebut merupakan contoh fenomena penyebaran informasi publik di TikTok yang menunjukkan pentingnya kualitas komunikasi informatif dalam membentuk kepercayaan pengguna. Dengan demikian, penelitian ini tidak berfokus pada kasus tersebut secara khusus, melainkan pada informasi publik yang beredar

di TikTok secara umum. Video tersebut memicu beragam respons dari masyarakat, khususnya mahasiswa, karena informasi yang disampaikan diindikasikan belum memiliki tingkat kejelasan dan akurasi yang memadai.

Situasi tersebut menegaskan pentingnya memperhatikan aspek kualitas informasi, karena informasi yang kurang jelas atau tidak akurat berpotensi memengaruhi cara individu dalam memahami serta menilai informasi yang diterima (DeLone & McLean, 2003). Dalam konteks ini, mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial dihadapkan pada tantangan untuk menentukan apakah suatu informasi dapat dipercaya dan layak dijadikan rujukan.

Dalam perspektif *Elaboration Likelihood Model* (ELM), kualitas informasi menjadi salah satu faktor penting dalam proses pengolahan pesan melalui jalur sentral (*central route*). Melalui proses ini, individu cenderung mengevaluasi isi pesan secara lebih mendalam, sehingga kualitas informasi yang diterima berperan dalam memengaruhi terbentuknya kepercayaan terhadap informasi tersebut (Petty & Cacioppo, 1986).

Dalam penelitian ini, komunikasi informatif dioperasionalkan melalui konsep *Information Quality* (kualitas informasi) dalam konten media sosial TikTok, yang mencakup kejelasan, kelengkapan, akurasi, relevansi, dan kemudahan dipahami. Dimensi kualitas informasi tersebut mengacu pada model kesuksesan sistem informasi yang menekankan pentingnya kualitas informasi dalam memengaruhi persepsi dan penerimaan pengguna (DeLone & McLean, 2003).

Penelitian ini penting dilakukan karena masih sedikit studi yang mengkaji pengaruh komunikasi informatif TikTok terhadap tingkat kepercayaan pengguna,

khususnya di kalangan mahasiswa (Nasrullah, 2017). Mahasiswa Surabaya sebagai subjek penelitian akan memberikan gambaran tentang bagaimana mereka memproses dan memercayai informasi di media sosial. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Makdum Al-Kautzar dkk. (2024) terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Negeri Surabaya (UNESA), diketahui bahwa sebanyak 62,2% mahasiswa lebih memilih membuka TikTok dibandingkan aplikasi lain, dan 81,1% responden mengakui lebih sering mengakses TikTok daripada membaca buku.

Berdasarkan data dari hasil penelitian terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi di UNESA tersebut, menunjukkan adanya ketergantungan tinggi terhadap TikTok sebagai media utama dalam menerima informasi sehari-hari. Namun, tingginya intensitas penggunaan ini tidak diiringi dengan penilaian yang cukup terhadap kualitas dan kredibilitas informasi yang diterima, sehingga menimbulkan potensi masalah dalam hal kepercayaan terhadap komunikasi informatif yang disampaikan melalui platform tersebut.

Selain itu, hasil penelitian Fanny Lesmana dkk. (2024) mengenai sikap mahasiswa Surabaya terhadap konten politik Partai Solidaritas Indonesia (PSI) di TikTok menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa menunjukkan sikap yang positif secara kognitif, afektif, dan konatif, sikap tersebut lebih didasarkan pada persepsi terhadap kredibilitas konten tertentu, bukan berdasarkan analisis yang mendalam terhadap akurasi informasi secara umum. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap informasi di TikTok sangat kontekstual, bergantung pada impresi terhadap akun atau narasi tertentu, bukan pada proses

verifikasi informasi yang kritis dan sistematis. Penelitian lain yang dilakukan oleh Majid (2020) berjudul “*Analisis Resepsi Mahasiswa terhadap Pemberitaan Hoax di Media Sosial*” menunjukkan bahwa mahasiswa di Surabaya kerap terpapar informasi hoax yang disebarakan melalui media sosial.

Ketiga studi tersebut memberikan gambaran awal bahwa meskipun mahasiswa di Surabaya sangat aktif mengakses dan mengonsumsi berbagai informasi melalui TikTok, tetapi masih terdapat persoalan yang cukup serius terkait sejauh mana mereka benar-benar mempercayai informasi yang tersaji di dalamnya. Tingginya intensitas penggunaan TikTok tidak selalu diiringi dengan kemampuan literasi digital yang memadai, terutama dalam hal memverifikasi kebenaran informasi sebelum menerimanya sebagai fakta.

Kondisi ini tentu rentan menimbulkan penyebaran misinformasi, hoaks, hingga framing yang menyesatkan. Melihat realitas tersebut, maka penting dilakukan sebuah penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh komunikasi informatif di media sosial TikTok terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa di Surabaya. Tujuannya adalah untuk mendapatkan gambaran empiris mengenai bagaimana mahasiswa menilai kredibilitas informasi yang mereka terima, serta sejauh mana komunikasi informatif di TikTok mampu membentuk atau justru merusak kepercayaan mereka.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan kajian komunikasi digital, khususnya terkait hubungan antara kualitas informasi dan tingkat kepercayaan pada media sosial. Dengan demikian,

penelitian ini perlu dilakukan guna mewujudkan mahasiswa yang lebih kritis dan bertanggung jawab dalam menggunakan media sosial.

Dalam konteks penelitian ini, fokus responden diarahkan pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi. Penelitian ini dibatasi pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Surabaya yang menggunakan TikTok sebagai sumber informasi. Pembatasan ini dilakukan karena mahasiswa Ilmu Komunikasi memiliki literasi media dan kemampuan analisis pesan yang lebih baik, sehingga relevan dengan penggunaan *Elaboration Likelihood Model* dalam menjelaskan proses pemrosesan informasi dan pembentukan kepercayaan.

Dalam situasi di mana arus informasi digital semakin kompleks dan tidak selalu dapat diverifikasi dengan mudah, kemampuan untuk mengevaluasi informasi menjadi aspek yang penting. Oleh karena itu, mahasiswa Ilmu Komunikasi dinilai sebagai kelompok yang representatif untuk mengkaji bagaimana komunikasi informatif dapat memengaruhi tingkat kepercayaan terhadap informasi.

Dengan demikian, pemilihan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih tajam mengenai hubungan antara kualitas komunikasi informatif dan pembentukan kepercayaan, khususnya dalam konteks penggunaan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa di Surabaya.

Dalam penelitian ini, informasi yang menjadi objek kajian dibatasi pada informasi publik yang beredar melalui media sosial TikTok dan dapat diakses secara terbuka oleh pengguna. Penelitian ini tidak mengacu pada akun, kreator, media, maupun instansi tertentu sebagai sumber informasi. Batasan tersebut

ditetapkan karena pengguna TikTok memperoleh informasi dari berbagai sumber yang muncul secara dinamis melalui fitur *For You Page* (FYP), sehingga pengalaman setiap pengguna terhadap informasi publik dapat berbeda-beda. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana komunikasi informatif yang terdapat dalam informasi publik di TikTok memengaruhi tingkat kepercayaan mahasiswa Surabaya terhadap informasi yang mereka terima.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah terdapat pengaruh komunikasi informatif informasi publik di media sosial TikTok terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa Ilmu Komunikasi di Surabaya?.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh komunikasi informatif informasi publik di media sosial TikTok terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa Ilmu Komunikasi di Surabaya.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi digital dan media sosial. Hasil penelitian dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana platform media sosial seperti TikTok berfungsi sebagai saluran komunikasi informatif dan bagaimana hal itu memengaruhi kepercayaan pengguna.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang pentingnya literasi media dan verifikasi informasi sebelum mempercayai atau membagikan konten di TikTok. Hal ini membantu mereka menjadi pengguna media sosial yang lebih kritis dan bertanggung jawab.

2. Bagi Institusi Pendidikan

Temuan penelitian dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang program literasi media atau workshop yang bertujuan meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam menilai kredibilitas informasi di media sosial.

3. Bagi Masyarakat Umum

Hasil penelitian dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya memilah informasi yang akurat dan terpercaya, terutama di platform media sosial seperti TikTok. Hal ini dapat mengurangi penyebaran misinformasi dan disinformasi.