

BAB I

PENDAHULUAN

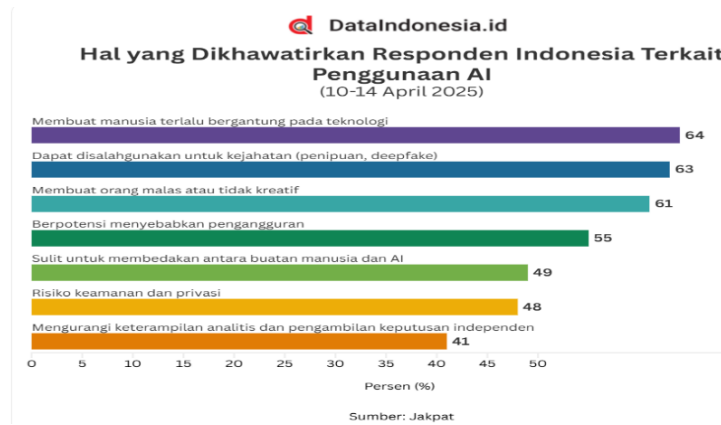
1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah mendorong *Artificial Intelligence* (AI) menjadi bagian yang semakin dekat dengan kehidupan masyarakat, khususnya dalam aktivitas komunikasi dan distribusi informasi di media sosial (Budhy & Prasetyo, 2025). Platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube memanfaatkan AI untuk mengatur algoritma konten dan menyesuaikan informasi sesuai preferensi pengguna, sehingga masyarakat dapat mengakses informasi secara lebih cepat dan personal (Wijaya & Sari, 2024). Kehadiran AI tidak hanya mempermudah berbagai aktivitas digital, tetapi juga mengubah cara masyarakat memahami dan menyebarkan informasi di ruang digital.

Kesenjangan antara tingkat adopsi teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dan kapasitas literasi masyarakat Indonesia menjadi permasalahan mendasar yang perlu mendapat perhatian. Survei yang dilakukan oleh Luminate dan Ipsos (2025) menunjukkan bahwa indeks literasi AI masyarakat Indonesia masih berada pada angka 3,5 dari skala 5. Sebanyak 75% responden menyatakan kekhawatiran terhadap potensi manipulasi informasi berbasis AI, sementara hanya sekitar 17-30% yang merasa mampu mengidentifikasi konten hasil rekayasa seperti *deepfake* (video palsu) (Bisnis.com, 2025).

Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara penggunaan teknologi AI yang semakin luas dengan kemampuan pemahaman kritis masyarakat dalam menggunakannya secara aman dan etis. Kondisi ini menempatkan masyarakat

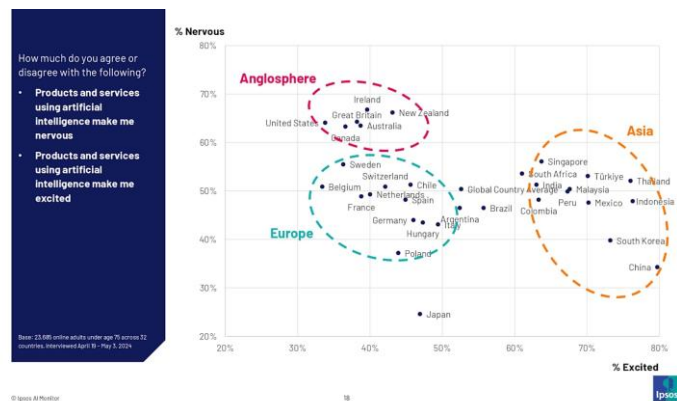
sebagai pengguna aktif teknologi, namun belum memiliki kemampuan literasi yang memadai untuk memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan AI secara kritis.



Gambar 1. 1 Tingkat Kekhawatiran Masyarakat Indonesia terhadap Penggunaan AI

Sumber: DataIndonesia.id & Jakpat (2025)

Data tersebut menunjukkan bahwa kekhawatiran masyarakat terhadap AI tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga dampak sosial dan kognitif, seperti manipulasi informasi, ketergantungan teknologi, hingga kesulitan membedakan konten asli dan buatan AI. Kondisi ini memperlihatkan pentingnya literasi AI agar masyarakat tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga mampu memahami dan mengevaluasi penggunaan AI secara kritis. Kekhawatiran terhadap penggunaan AI juga terjadi secara global. Ipsos AI Monitor (2024) menunjukkan bahwa negara-negara di kawasan Asia, termasuk Indonesia, memiliki tingkat antusiasme tinggi terhadap AI, namun di saat yang sama juga diiringi rasa khawatir terhadap dampak penggunaannya.



Gambar 1. 2 Persepsi Risiko Penggunaan Artificial Intelligence (AI) di Indonesia

Sumber: Ipsos AI Monitor (2024)

Posisi Indonesia pada kategori *excited* sekaligus *nervous* menunjukkan bahwa masyarakat memiliki ketertarikan tinggi terhadap perkembangan AI, namun belum sepenuhnya diimbangi dengan kesiapan literasi digital yang memadai. Kondisi tersebut memperlihatkan pentingnya strategi komunikasi edukatif yang mampu membantu masyarakat memahami penggunaan AI secara lebih kritis dan adaptif.

Dalam konteks tersebut, TikTok muncul sebagai platform strategis untuk menjembatani kesenjangan literasi AI. Dengan 180,11 juta pengguna di Indonesia (*We Are Social*, 2026) dan dominasi pengguna usia 18-34 tahun yang aktif mengonsumsi konten edukatif (Dataloka, 2025), TikTok tidak lagi sekadar media hiburan, melainkan ruang literasi informal. Karakteristik algoritma *For You Page* atau FYP dan format video pendek 15-60 detik memungkinkan konten edukasi menjangkau audiens luas tanpa bergantung pada jumlah pengikut, sekaligus memungkinkan penyampaian konsep AI yang kompleks menjadi lebih sederhana dan aplikatif.



Gambar 1. 3 Pertumbuhan Pengguna TikTok Global (1,99 Miliar) dan Posisi Indonesia Terbanyak (180,11 Juta Pengguna)

Sumber: We Are Social & Meltwater (2026), diolah kembali oleh GoodStats (2025).

Fenomena ini muncul di tengah pergeseran perilaku generasi muda dalam mengonsumsi informasi. Generasi Z merupakan kelompok yang mendominasi penggunaan platform media sosial aktif, termasuk TikTok, sebagai ruang untuk mengekspresikan ide dan mengembangkan potensi (Asufie & Aripkah, 2023). Namun, dominasi penggunaan tersebut tidak serta-merta diikuti dengan tingkat literasi digital yang memadai, sehingga diperlukan kajian mengenai bagaimana konten edukasi dapat disampaikan secara efektif melalui platform ini (Asufie & Aripkah, 2023).

Ditengah meningkatnya kebutuhan literasi AI tersebut, muncul sebagai kreator konten yang mulai memanfaatkan TikTok sebagai media edukasi teknologi, fenomena ini terlihat pada aktivitas akun TikTok @mattdicx, yang secara konsisten menempatkan diri sebagai komunikator digital di bidang literasi teknologi. Sebagai dasar pertimbangan utama pemilihan akun @mattdicx sebagai subjek penelitian, peneliti melakukan observasi awal terhadap beberapa akun kreator konten AI di

TikTok. Berdasarkan hasil observasi terhadap lima akun pembanding (@tan.rap, @whyusatriaaa, @ngatmayai, @mitaexplains, @zonaproduktif.ai), ditemukan bahwa @mattdicx memiliki karakteristik unik yang paling representatif untuk dianalisis strategi pengelolaannya.

Untuk menentukan objek penelitian secara purposive, peneliti melakukan observasi awal terhadap beberapa akun kreator konten AI di TikTok. Pertimbangan utama dalam seleksi ini bukan didasarkan pada jumlah pengikut atau popularitas semata, melainkan pada kesesuaian fokus konten AI, konsistensi penyampaian konten, keberadaan tutorial atau demonstrasi penggunaan, serta ketersediaan data yang dapat dianalisis melalui empat pilar The Circular Model of SoMe. Berdasarkan hasil observasi terhadap enam akun pembanding, ditemukan adanya perbedaan karakteristik dalam penyampaian konten AI, sebagaimana dirangkum pada Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1 Hasil Observasi Awal dan Perbandingan Akun Kreator Konten AI di TikTok

Akun	Pengikut	Fokus Konten	Karakteristik Konten	Kesesuaian dengan Fokus Penelitian
@tan.rap	195 Ribu	Tips dan tutorial menggunakan AI	Menampilkan tutorial AI dengan <i>saves</i> dan <i>shares</i> cukup tinggi, namun periode aktivitas yang teramati masih terbatas (aktif sejak Maret 2025)	Kurang sesuai untuk melihat konsistensi strategi jangka panjang
@whyusatriaaa	59 Ribu	Teknologi, gadget, apps,	Topik beragam dan	Kurang sesuai

Akun	Pengikut	Fokus Konten	Karakteristik Konten	Kesesuaian dengan Fokus Penelitian
		dan AI secara umum	tidak berfokus secara khusus pada literasi AI	dengan fokus spesifik literasi AI
@ngatmayai	8 Ribu	Eksplorasi penggunaan AI	Jumlah dan variasi konten yang teramati masih terbatas, dengan <i>saves</i> dan <i>shares</i> pada kisaran ratusan	Data yang dapat dianalisis secara mendalam masih terbatas
@mitaexplains	7.942 ribu	Review dan rekomendasi tools AI	Tutorial step-by-step relatif terbatas, lebih banyak menampilkan hasil akhir	Kurang sesuai dengan fokus analisis proses tutorial
@smalltalkwithgar	62,8 Ribu	Review dan rekomendasi tools AI	Tutorial step-by-step relatif terbatas, lebih banyak menampilkan hasil akhir	Kurang sesuai dengan fokus analisis proses tutorial
@zonaproduktif.ai	5.867 ribu	Review dan rekomendasi tools AI	Konten AI dan tutorial step-by-step masih relatif sedikit	Kurang sesuai dengan fokus analisis proses tutorial
@mattdicx	532 Ribu	Literasi AI dan produktivitas digital	Konsisten menampilkan tutorial dan demonstrasi tools, dengan unsur visual, narasi, teks, dan <i>Call to</i>	Paling sesuai dengan fokus dan kebutuhan analisis penelitian

Akun	Pengikut	Fokus Konten	Karakteristik Konten	Kesesuaian dengan Fokus Penelitian
			Action (CTA) yang dapat diamati	

Sumber: Hasil observasi awal peneliti melalui platform TikTok (2026)

Berdasarkan observasi awal tersebut, akun @mattdicx dipilih sebagai subjek penelitian berdasarkan pertimbangan metodologis yang kuat. Pertama, konsistensi tematik pada literasi *Artificial Intelligence* (AI), yang ditunjukkan melalui dominasi konten yang membahas penggunaan AI secara praktis dalam berbagai konteks produksi digital. Konsistensi ini tidak hanya terlihat dalam periode unggahan terkini, tetapi juga berlanjut dari periode sebelumnya, sehingga memberikan dasar yang memadai untuk menganalisis strategi pengelolaan konten secara konsisten.

Kedua, *Engagement Bermakna (Meaningful Engagement)*. Dalam konteks literasi digital, kualitas interaksi lebih penting daripada kuantitas. Merujuk pada Luttrell (2022) dan Fathul Qorib dkk. (2021), metrik *Saves* (Simpan) dan *Shares* (Bagikan) merupakan indikator *engagement* bermakna karena mencerminkan manfaat praktis konten, audiens menyimpan karena ingin mempelajari ulang, dan membagikan karena merasa konten tersebut bermanfaat. Berdasarkan observasi awal, @mattdicx menunjukkan pola *Saves* yang substansial lebih dominan dibandingkan *Likes*, mengindikasikan konten dipersepsikan sebagai referensi praktis. Pola ini berbeda dengan akun pembanding yang *engagementnya* lebih didominasi *Likes*, mencerminkan karakteristik konten yang lebih hiburan daripada edukatif.

Ketiga, Struktur Konten yang Konsisten. Pola berulang (*visual hook*, *tutorial step by step*, *call-to-action*) bukan sekadar kebetulan, melainkan implementasi strategi pilar *Manage* untuk membangun ekspektasi audiens dan pengenalan merek (Hartono, 2023). Konsistensi struktur ini memudahkan analisis pola strategi melalui pendekatan analisis isi (Krippendorff, 2018), sekaligus memberikan sinyal positif bagi algoritma TikTok untuk mengkategorikan *niche* akun secara tepat (Putri & Azeharie, 2021). Setiap video menunjukkan elemen manajerial yang jelas, baik dari segi optimasi teknis (durasi pendek sesuai standar *micro-learning*) maupun pengelolaan interaksi audiens, sehingga layak dijadikan studi kasus untuk membedah strategi pengelolaan konten literasi AI.

Dengan basis audiens mencapai lebih dari 533 ribu pengikut dan total interaksi berupa like mencapai lebih dari 17 juta (data diakses pada saat penelitian dilakukan), @mattdicx menunjukkan karakteristik yang menarik untuk dianalisis, yaitu konsistensi tematik pada ranah *Artificial Intelligence* (AI) dengan *engagement* yang bermakna. Respons tinggi audiens terhadap akun @mattdicx menarik untuk dianalisis dalam komunikasi digital. Fenomena ini menunjukkan perubahan pola penerimaan informasi, di mana materi teknologi rumit dapat disederhanakan menjadi konten mudah dijangkau. Preferensi tersebut terkait kebiasaan pengguna media sosial yang menyukai format visual ringkas dan efektif.

Penelitian penggunaan media sosial untuk pendidikan menunjukkan bahwa penyajian materi belajar digital yang menarik dapat meningkatkan motivasi dan pemahaman audiens (Fitriani, 2021). Dengan demikian, pemilihan akun @mattdicx dalam penelitian ini tidak didasarkan pada besaran jumlah pengikut, melainkan

pada kesesuaian karakteristik konten dengan fokus penelitian, yaitu konsistensi literasi AI, pola *engagement* yang bersifat edukatif, serta struktur konten tutorial yang dapat dianalisis secara sistematis melalui pendekatan The Circular Model of SoMe.



Gambar 1. 4 Akun TikTok @mattdicx

Sumber : tiktok.com

Konten pada akun TikTok @mattdicx, berdasarkan hasil pengamatan peneliti terhadap unggahan video yang membahas penggunaan *Artificial Intelligence* (AI), berisi tutorial edit video, saran produksi kreatif, serta pemanfaatan alat AI dalam pembuatan konten digital. Penyajian konten tersebut menunjukkan relevansi dengan kebutuhan para pekerja kreatif dan editor foto/video, yang diindikasikan melalui hasil pengamatan peneliti terhadap komentar audiens pada video-video tersebut. Komentar-komentar tersebut mencerminkan adanya kendala teknis dalam proses pengeditan yang memerlukan

waktu dan keterampilan tertentu, sehingga konten yang disajikan berfungsi sebagai solusi praktis bagi audiens.

Gaya komunikasi informal yang digunakan @mattdicx merupakan strategi optimasi untuk mengurangi keterbatasan audiens dalam memahami materi teknis AI, sesuai dengan prinsip micro-learning (Pratiwi dkk., 2024). Di literasi media sosial, keberhasilan pesan diukur bukan hanya *views*, tapi keterlibatan seperti *Save* (Simpan) dan *Share* (Bagikan). Studi *engagement* menyatakan *like*, *comment*, *save*, *share* jadi tolok ukur partisipasi audiens (Agusta & Santoso, 2024). Dalam perspektif literasi digital, metrik *Saves* merefleksikan nilai guna konten, audiens menyimpan untuk refrensi ulang, sementara *Shares* mengindikasikan diseminasi pengetahuan (Luttrel, 2022; Fathul Qorib dkk., 2021).

Dari sudut pandang ilmu komunikasi, fenomena @mattdicx relevan untuk diteliti karena mengungkap bagaimana pengelolaan media sosial secara sistematis mampu mendemokratisasi pengetahuan teknologi yang kompleks. Perspektif komunikasi digital saat ini menuntut pemahaman yang lebih luas dari sekadar isi pesan, ia melibatkan strategi manajerial yang komprehensif. Penggunaan model *The Circular Model of SoMe* (Regina Luttrell, 2022) menjadi relevan karena memungkinkan peneliti untuk membedah bagaimana @mattdicx melakukan siklus pengelolaan mulai dari distribusi konten hingga penciptaan interaksi yang berkelanjutan di platform TikTok yang bersifat interaktif dan partisipatif.

Meskipun urgensi literasi AI semakin tinggi, terdapat kekosongan penelitian spesifik yang menghubungkan platform *short-form video* dengan strategi manajerial literasi AI. Beberapa penelitian terdahulu telah menerapkan model

SoMe, seperti studi Hartono (2023) pada akun @momuung.official yang menunjukkan bahwa keberhasilan strategi konten terletak pada tahap *Optimize* dengan memanfaatkan tren viral dan tahap *Engage* melalui kedekatan emosional. Selain itu, kajian Qurniawati dkk. (2024) pada manajemen humas digital Universitas Islam Riau membuktikan bahwa model *SoMe* efektif digunakan untuk mengelola informasi digital secara *real-time* dan interaktif. Implementasi model *SoMe* juga telah banyak diteliti dalam ranah komersial, seperti penelitian Fathul Qorib dkk. (2021) pada akun Instagram Oksigen Cafe yang berfokus pada analisis keterlibatan (*engagement*) audiens melalui konten promosi yang konsisten.

Namun, mayoritas penelitian tersebut masih terbatas pada konteks komunikasi pemasaran dan promosi produk bisnis. Peneliti menemukan bahwa belum ada kajian yang secara spesifik menggunakan model *SoMe* untuk membedah strategi literasi teknologi (AI) pada kreator konten mandiri. Sementara itu, penelitian Putri & Azeharie (2021) menjelaskan bahwa meskipun setiap kreator memiliki cara berbeda dalam membangun *personal branding*, penggunaan tahapan *SoMe* tetap menjadi kunci utama agar konten konsisten masuk ke halaman *For You Page* (FYP) TikTok.

Penelitian ini tidak hanya berhenti pada deskripsi penerapan pilar S-O-M-E semata. Secara praktis, penelitian ini bertujuan memberikan gambaran praktis berbasis temuan lapangan, berupa pola komunikasi yang mengindikasikan pola komunikasi edukatif yang adaptif dalam menyampaikan materi teknis AI di TikTok, sehingga dapat menjadi acuan bagi kreator atau lembaga yang ingin melakukan literasi teknologi serupa.

Berdasarkan pemaparan beberapa penelitian terdahulu di atas, dapat disimpulkan bahwa TikTok telah berkembang menjadi media literasi yang efektif di berbagai bidang. Seluruh penelitian tersebut menjelaskan bahwa keberhasilan konten edukasi di TikTok sangat dipengaruhi oleh cara kreator mengelola kehadirannya di media sosial melalui tahapan *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage* yang terstruktur guna mengadaptasi karakteristik media baru yang bersifat interaktif dan partisipatif.

Oleh karena itu, penelitian ini akan diupayakan melengkapi celah tersebut dengan menganalisis strategi pengelolaan media sosial @mattdicx dalam menyampaikan literasi AI melalui tahapan *SoMe* yang lebih sistematis. Namun, hingga saat ini belum banyak penelitian yang secara spesifik menyoroti strategi pengelolaan konten edukasi mengenai *Artificial Intelligence* (AI) di TikTok, terutama dalam konteks literasi digital di kalangan generasi muda Indonesia. Sementara studi yang ada lebih banyak berfokus pada ranah pemasaran komersial atau tantangan AI di level algoritma sistem, belum ditemukan analisis mendalam mengenai bagaimana strategi manajemen media sosial yang sistematis diterapkan pada konten *micro-learning* literasi AI.

Penelitian ini tidak hanya berfokus pada identifikasi penerapan pilar *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage* dalam pengelolaan konten TikTok @mattdicx, tetapi juga diarahkan untuk memahami kecenderungan strategi komunikasi digital yang muncul dalam penyampaian literasi *Artificial Intelligence* (AI). Arah analisis tersebut disusun berdasarkan hasil observasi awal peneliti terhadap karakteristik konten yang menunjukkan adanya pola penyederhanaan pesan teknologi,

penggunaan format *micro-learning*, optimasi visual pada awal video, keterlibatan audiens yang bersifat edukatif, penyampaian solusi praktis berbasis kebutuhan audiens, serta konsistensi tema literasi AI. Pola-pola tersebut tidak diposisikan sebagai teori utama, melainkan sebagai hasil interpretasi analisis konten yang dikaji melalui perspektif *The Circular Model of SoMe* untuk memahami bagaimana strategi komunikasi digital diterapkan dalam penyampaian literasi AI di platform TikTok.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memahami model manajemen komunikasi edukatif di era digital, khususnya pada pemanfaatan platform video pendek untuk literasi teknologi. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi panduan bagi kreator konten, praktisi komunikasi, maupun lembaga pendidikan dalam menyusun strategi pengelolaan media sosial yang efektif, sekaligus mendorong inovasi dalam pendidikan informal di tengah percepatan transformasi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pengelolaan media sosial akun TikTok @mattdicx dalam menyampaikan literasi *Artificial Intelligence* (AI) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan media sosial akun TikTok @mattdicx dalam menyampaikan literasi *Artificial Intelligence* (AI) melalui penerapan pilar *The Circular Model of SoMe* yang mencakup tahapan *Share, Optimize, Manage, dan Engage*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian Ilmu Komunikasi, khususnya pada bidang komunikasi digital dan strategi pengelolaan media sosial berbasis literasi teknologi. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas penerapan The Circular Model of SoMe dalam konteks literasi *Artificial Intelligence* (AI) di media sosial, serta memperkuat penggunaan analisis isi kualitatif dalam memahami strategi komunikasi edukatif pada platform video pendek.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan strategis bagi kreator konten edukasi teknologi independen di Indonesia dalam merancang dan mengelola konten literasi AI di TikTok secara efektif. Selain itu, temuan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi praktisi komunikasi digital dalam memahami bagaimana platform video pendek dapat difungsikan sebagai medium literasi teknologi yang komunikatif dan mudah diakses audiens media sosial.