BAB I

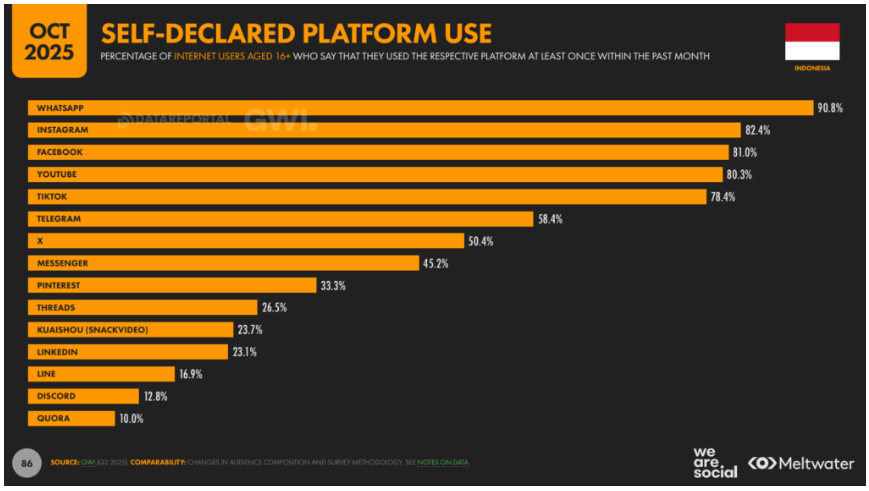
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mengubah cara masyarakat dalam mengakses dan mengonsumsi berita. Saat ini, berita tidak lagi hanya diperoleh melalui media konvensional seperti koran, radio, dan televisi, tetapi juga melalui berbagai platform digital dan media sosial. Perubahan tersebut memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh informasi secara cepat dan mudah. Kondisi ini juga memengaruhi Generasi Z, yaitu generasi yang lahir antara tahun 1997 dan 2012. Generasi Z dikenal sebagai *digital natives*, yaitu generasi yang tumbuh dan berkembang bersamaan dengan kemajuan teknologi digital dan internet (Utari, 2018). Kedekatan dengan teknologi tersebut membuat Generasi Z memiliki kebiasaan dan preferensi yang berbeda dalam memperoleh serta mengonsumsi informasi.

Media sosial kini berfungsi sebagai salah satu media bagi generasi Z untuk berinteraksi, berbagi, dan mencari informasi. Platform seperti instagram,youtube, X, dan terutama tiktok telah memengaruhi cara Generasi Z dalam memperoleh informasi. TikTok pada awalnya dikenal sebagai platform berbagi video hiburan, kini juga berkembang menjadi media informasi bagi Gen Z. Bur et al. (2023) menunjukkan bahwa TikTok dimanfaatkan oleh Generasi Z sebagai media informasi untuk memperoleh berbagai pengetahuan, wawasan, dan informasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan TikTok tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan

hiburan, tetapi juga telah berkembang sebagai sarana untuk memperoleh informasi secara cepat dan mudah.



Gambar 1.1 Pengguna Sosial Media di Indonesia

Sumber: *Top Digital And Social Media Trends In Indonesia (diakses pada 24 April 2026)*

https://wearesocial.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-social-media-trends-in-indonesia/

Di antara berbagai platform media sosial, TikTok menjadi salah satu platform yang mengalami pertumbuhan pesat dan memiliki pengaruh besar dalam penggunaan media sosial di Indonesia. Banyak pengguna memanfaatkan TikTok tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk mencari dan memperoleh berbagai informasi, termasuk informasi mengenai peristiwa dan berita terkini. Berdasarkan *Digital News Report 2025*, sebanyak 34% responden di Indonesia memperoleh berita melalui TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi salah satu platform yang digunakan masyarakat Indonesia dalam mengakses berita..

Perkembangan TikTok sebagai media informasi juga berkaitan dengan penggunaannya untuk memperoleh berita. Berdasarkan *Digital News Report 2025*, sebanyak 34% responden di Indonesia memperoleh berita melalui TikTok, menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi salah satu platform yang digunakan masyarakat dalam mengakses berita. Kondisi tersebut menunjukkan adanya perubahan dalam perilaku masyarakat dalam memperoleh berita, di mana media sosial semakin digunakan sebagai salah satu sarana untuk mengakses informasi dan berita.

TikTok menawarkan format video pendek yang menarik, interaktif, dan mudah diakses sehingga informasi dapat disampaikan secara ringkas dan visual. Menurut Prakoso et al. (2023), TikTok telah menjadi salah satu sumber informasi alternatif bagi Generasi Z karena kemampuannya menyajikan konten secara singkat, menarik, dan mudah dipahami. Format konten TikTok yang singkat, visual, dan interaktif juga sesuai dengan karakteristik Generasi Z yang cenderung menyukai informasi yang cepat dan mudah dipahami (Charla & Isyanawulan, 2023). Penggunaan video pendek, musik, teks, dan berbagai efek visual membuat penyampaian informasi menjadi lebih menarik bagi pengguna. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya digunakan untuk mencari informasi, tetapi juga memberikan pengalaman baru dalam mengonsumsi informasi melalui format yang lebih ringkas dan menarik.

Generasi Z sebagai generasi yang tumbuh di era digital memiliki karakteristik yang berbeda dalam mengonsumsi informasi. Mereka cenderung terbiasa

memperoleh informasi melalui perangkat digital dan media sosial. Hal tersebut menyebabkan media sosial, termasuk TikTok, menjadi salah satu media yang digunakan dalam memperoleh informasi. Menurut Francis dan Hoefel (2018), Generasi Z memiliki karakteristik sebagai generasi yang sangat dekat dengan teknologi dan terbiasa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi tersebut turut memengaruhi cara Generasi Z dalam mencari, menerima, dan mengonsumsi informasi..

Namun, kemudahan dalam memperoleh informasi melalui TikTok juga menimbulkan tantangan. Informasi yang tersedia di media sosial tidak selalu memiliki tingkat akurasi dan kredibilitas yang sama. Pengguna dapat menemukan berbagai informasi yang disajikan berdasarkan popularitas, jumlah tayangan, *like*, maupun daya tarik pembuat konten. Iskandar (2019) menjelaskan bahwa perilaku pengguna dalam menerima konten di media sosial dapat dipengaruhi oleh faktor visual dan popularitas. Dalam konteks konsumsi berita, kondisi tersebut menjadi penting karena pengguna perlu memiliki kemampuan untuk menilai dan memverifikasi informasi yang diterima sebelum mempercayai atau menyebarkannya. Oleh karena itu, penggunaan TikTok sebagai media untuk memperoleh berita perlu dilihat tidak hanya dari kemudahan aksesnya, tetapi juga dari bagaimana pengguna mengonsumsi berita yang mereka temukan.

Fenomena penggunaan TikTok sebagai media informasi juga relevan untuk dikaji pada kalangan siswa sekolah menengah atas yang termasuk dalam kelompok Generasi Z. Siswa SMA memiliki kemudahan dalam mengakses berbagai informasi

melalui perangkat digital dan media sosial. TikTok dapat digunakan tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk memperoleh informasi mengenai pendidikan, lingkungan sosial, maupun peristiwa yang sedang terjadi. SMA Kartika 1–5 Padang sebagai salah satu institusi pendidikan menengah atas menjadi lokasi yang relevan untuk melihat bagaimana penggunaan TikTok berkaitan dengan perilaku konsumsi berita pada siswa sebagai bagian dari Generasi Z.

Untuk memperoleh gambaran awal mengenai penggunaan TikTok dalam memperoleh informasi dan berita pada siswa SMA Kartika 1–5 Padang, peneliti melakukan pra-penelitian terhadap beberapa siswa. Pra-penelitian dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan sederhana mengenai penggunaan TikTok, kebiasaan memperoleh informasi atau berita melalui TikTok, serta kebiasaan memeriksa kembali informasi yang diperoleh. Hasil pra-penelitian tersebut digunakan sebagai data awal untuk memperkuat fenomena yang menjadi dasar penelitian. Berdasarkan hasil pra-penelitian, diketahui bahwa sebagian siswa menggunakan TikTok tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk memperoleh informasi dan berita. Temuan awal tersebut menunjukkan bahwa TikTok memiliki peran dalam aktivitas memperoleh informasi di kalangan siswa, sehingga menarik untuk diteliti lebih lanjut mengenai pengaruh penggunaan TikTok terhadap perilaku konsumsi berita Generasi Z.

Meskipun Generasi Z dikenal dekat dengan teknologi digital, penggunaan media sosial yang tinggi tidak secara otomatis menunjukkan bagaimana seseorang mengonsumsi berita yang diperolehnya. Siswa dapat memiliki kebiasaan yang

berbeda dalam mencari, menerima, memahami, dan menggunakan berita yang ditemukan melalui TikTok. Perbedaan tersebut membuat perilaku konsumsi berita melalui TikTok penting untuk dikaji secara lebih lanjut, khususnya pada siswa SMA sebagai bagian dari Generasi Z.

Berdasarkan fenomena tersebut, penggunaan TikTok sebagai media untuk memperoleh informasi dan berita menjadi hal yang menarik untuk diteliti. TikTok memberikan kemudahan bagi Generasi Z dalam memperoleh berita melalui konten yang singkat, visual, dan mudah diakses. Namun, penggunaan media tersebut juga menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana siswa mengonsumsi berita yang mereka temukan melalui TikTok. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada "Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Perilaku Konsumsi Berita Generasi Z"**,** dengan studi pada siswa SMA Kartika 1–5 Padang**.** Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah penggunaan media sosial TikTok memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi berita Generasi Z pada siswa SMA Kartika 1–5 Padang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis akan tarik rumusan masalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari penggunaan media sosial tiktok terhadap perilaku konsumsi berita Generasi Z, khususnya pada siswa SMA Kartika 1-5 Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian berdasarkan rumusan masalah untuk menganalisis seberapa signifikan pengaruh penggunaan media sosial tiktok terhadap perilaku konsumsi berita Genarasi Z pada siswa SMA Kartika 1-5 Padang.

1.4 Manfaat penelitian

1. **Manfaat Akademis**

   Manfaat akademis dari penelitian yang penulis akan teliti yaitu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, tentang hubungan media sosial tiktok dengan perilaku konusmsi berita generasi Z.

2. **Manfaat Praktis**

   penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi platform tiktok dan kreator konten untuk meningkatkan kualitas berita, memperkuat literasi media generasi z melalui fitur edukatif, serta membantu pembuat kebijakan di bidang informasi.