

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi ini ilmu pengetahuan dan teknologi semakin berkembang mengikuti zaman. Teknologi dan informasi yang berkembang maju membuat masyarakat lebih terbuka terhadap pengetahuan dan penyampaian informasi lebih mudah diterima. Teknologi komunikasi dipandang sebagai penerapan prinsip-prinsip keilmuan komunikasi melalui penciptaan material (alat-alat teknis) agar meningkatkan kualitas dan kuantitas peranan unsur-unsur komunikasi seperti sumber, pesan, media, sasaran, dampak sesuai dengan konteks komunikasi.¹

Teknologi Komunikasi melahirkan media-media baru untuk manusia berkomunikasi seperti awal mula telepon kabel dan seluler yang hanya bisa untuk berkomunikasi dari jarak jauh namun seiring berkembangnya menjadi sebuah *smartphone* pintar dimana tidak hanya berfungsi untuk komunikasi suara atau pesan teks singkat tetapi juga menyediakan berbagai fitur tambahan yang memungkinkan interaksi lebih kompleks dan multifungsi.²

Kemunculan media memberikan dampak yang begitu besar terhadap kehidupan manusia bahkan seperti kebutuhan pokok yang tak kalah penting dengan makan, minum, dan tempat tinggal terutama media baru yang banyak

¹Daryanto Setiawan, "Dampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terhadap budaya". *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study* 4, no.1: 62-72 (2018), h. 63.

²Dwi Surjadmodjo and Hafied Cangara, "Analisis Pengaruh Teknologi Komunikasi Dan Perubahan Prilaku," *Baditi* 6, no. 1 (2024), h. 2.

menyita perhatian seluruh dunia hingga perkembangannya.³ Tak dapat dipungkiri bahwa media baru sangat mempengaruhi masyarakat dalam menjadikannya preferensi mencari informasi, karakter media baru yang sederhana dan fleksibel menjadi pilihan bagi setiap orang.⁴

Media sosial yang menjadi salah satu bagian dari media baru yang menawarkan begitu banyak platform yang mudah di akses untuk penggunanya mengekspresikan diri dan dapat berinteraksi dengan siapapun menjadikan media sosial sangat cepat digemari hal tersebut terbukti pada data dari survei *We Are Social*, sebanyak 49,9 persen atau sekitar 139 juta dari total populasi masyarakat Indonesia yang aktif menggunakan media sosial seperti *Whatsapp*, *Instagram*, *Tiktok*, *Facebook* dll.⁵ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) juga menyampaikan jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Dari hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5%. Dibandingkan dengan periode sebelumnya, maka ada peningkatan 1,4% dan tidak menutup kemungkinan akan terus meningkat tiap tahunnya.⁶

Kemudahan yang diberikan media sosial menjadikannya pisau bermata dua dimana disatu sisi menjadikan akses cepat dalam menemukan informasi di

³Fatmawati, *Model Literasi Media Pendekatan Local Wisdom Masyarakat Melayu*(Banyumas: CV Amerta Media, 2021), h. 1.

⁴Andini Hernani Utami, “Media Baru dan Anak Muda: Perubahan Bentuk Media Dalam Interaksi Keluarga”, *Jurnal Perpustakaan Univeristas Airlangga 1*, no 1 (2021), h 8

⁵Indira Lintang, “10 Media sosial dengan pengguna terbanyak di indonesia 2024”, <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>, (diakses pada tanggal 30 November 2024 pukul 23.07 WIB).

⁶<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>, (diakses tanggal 30 November 2024 pukul 23.12 WIB).

sisi lain media sosial menjadi sarang beredarnya informasi yang keliru atau hoax hal ini disebabkan oleh ketidakmampuan khalayak dalam menerima, mengadopsi, dan menyebarkan informasi dengan bijak. Oleh karena itu literasi media menjadi sangat penting untuk dilakukan agar khalayak terhindar dari pengaruh negatif dari media.⁷

Menurut Potter, literasi media ialah suatu pandangan yang dipakai secara aktif dalam menghadapi media untuk menafsirkan makna dari suatu pesan. Hal serupa juga di sampaikan oleh Fatmawati Literasi media merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan media baik dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi, memproduksi serta membagikannya kembali pesan yang diterima.⁸ Undang-undang tentang penyiaran nomor 32 tahun 2003 pasal 52 dimaknai literasi media sebagai kegiatan untuk meningkatkan sikap kritis pada masyarakat, literasi media sangat penting untuk dipelajari dan diterapkan mengingat saat ini terdapat banyak sekali media digital yang bisa digunakan untuk mengakses informasi terlebih dengan adanya media sosial. Media sosial sendiri dianggap sebagai sarana yang cukup efektif dan efisien dalam menyampaikan suatu informasi kepada pihak lain.⁹

Jauh sebelum adanya literasi media ajaran agama Islam sangat menekankan tabayun dimana suatu informasi harus di teliti akan kebenarannya

⁷Gun Gun Heryanto dkk, *Melawan Hoax Di Media Sosial Dan Media Massa*,(Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2017), h. 13

⁸Fatmawati, *Model Litarasi Media Pendekatan Local Wisdom Masyarakat Melayu*(Banyumas: CV Amerta Media, 2021), h. 8

⁹Undang-undang nomor 32 tahun 2003 pasal 52 tentang Peyelenggaraan Penyiaran Indonesia

sebelum menyampaikan suatu berita atau informasi, hal tersebut disampaikan dengan turunnya ayat Al-Alaq ayat 1-5 yang berbunyi :

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ . خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ . اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ .
الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ . عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ

Artinya:

“Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang Menciptakan, Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha pemurah, yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam, Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.”

Wahyu pertama diturunkan oleh Allah SWT kepada Nabi Muhammad SAW ialah Iqra yang artinya bacalah, kata Iqra tersebut sampai diulang dua kali oleh Jibril kepada Nabi Muhammad SAW hal tersebut dilakukan sebagai isyarat agar memahami segala sesuatu harus di telaah lebih lanjut. Iqra di ambil dari kata menghimpun yang maknanya tidak hanya membaca suatu teks tertulis saja melainkan beragam makna seperti menyampaikan, menelaah, mendalami, meneliti, dan membaca baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis. Secara tidak langsung jauh sebelum adanya kata literasi, Al-qur`an telah menyuruh kita untuk menerapkan literasi dalam kehidupan sehari-hari.¹⁰

Didukung juga dengan Qs. Al-hujurat ayat 6 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا
عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

¹⁰Lili Sudria Wenny, “Literasi Informasi Berdasarkan Surah Al-Alaq”, Maktabuna: Jurnal Kajian Kepustakawanan 3 no 1, (2021), h. 92

Artinya:

“Wahai Orang-orang yang beriman. Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu” (Q.S. AlHujurat ayat 6).

Quraish dalam tafsir al-mishbah pada Q.S Al-hujurat ayat 6 di atas merupakan salah satu dasar yang ditetapkan agama dalam kehidupan sosial dalam penerimaan dan pengamalan berita. Manusia tidak dapat menjangkau seluruh informasi maka dibutuhkan manusia lain untuk mendapatkan informasi namun tidak seluruhnya manusia memiliki kejujuran sehingga perlu penyaringan informasi.¹¹

Media sosial yang mempunyai banyak platform digital berbasis internet menjadikannya sangat populer hal tersebut disetujui oleh Gohar F. Khan dalam bukunya *Social Media for Government* yang menyatakan bahwa media sosial merupakan platform berbasis internet yang mudah diakses sehingga para pengguna dapat membuat dan berbagi konten (informasi, opini, dan minat) dalam beragam konteks baik (informatif, edukatif, sindiran, kritik dan sebagainya) kepada khalayak yang lebih banyak lagi.¹²

Media sosial menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan terutama generasi muda seperti mahasiswa contohnya. Dilansir dari laman RRI.co.id menurut databoks.katadata.co.id pengguna media sosial didominasi

¹¹M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, vol. 13, Lentera Hati, 2017, h. 236

¹²Gohar F.Khan, *Social Media For Government A Platical Guide To Understanding, Implementing And Managing Social Media Tools In The Public Sphere*, (Springer Nature 2017), h. 2

oleh usia 18-34 tahun dimana rata-rata umur mahasiswa Indonesia.¹³ Mahasiswa menggunakan media sosial untuk berbagai keperluan mulai dari pendidikan hingga hiburan. Salah satu media sosial yang sering digunakan mahasiswa ialah instagram hal tersebut disebabkan karena membuat sesama penggunanya saling berinteraksi dan berpartisipasi satu sama lain, mereka dapat berbagi foto, video, dan pesan.¹⁴ lewat berbagai fitur terbaru instagram seperti *stories*, *reels*, *post*, *live*, dan kolaborasi penggunanya bisa memasarkan produk, membangun personal branding, membagikan pandangan atau opini dan lain sebagainya, instagram juga sering digunakan untuk media berbagi berita dan informasi baik berupa infografis dan videografis.¹⁵

Media sosial instagram yang ada saat ini membuat kita tengah berada di era dimana keberadaan informasi sangat banyak atau dengan kata lain kita tengah mengalami banjir informasi, siapa saja tidak bisa terlepas dari terpaan informasi di instagram terutama mahasiswa.¹⁶ Di tengah banjir informasi yang begitu besar, mahasiswa sering terjebak dalam arus informasi yang tidak terfilter dengan baik. Setiap hari mereka dihadapkan pada berbagai macam konten yang datang dari berbagai sumber mulai dari berita, opini, iklan, hingga informasi

¹³<https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>, (diakses pada tanggal 24 Desember 2024 pukul 13.03 WIB).

¹⁴Febri Nurrahmi and Hamdani M. Syam, "Perilaku Informasi Mahasiswa Dan Hoaks Di Media Sosial," *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 2 (2020): 129–46, <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i2.9215>, h. 130

¹⁵Riani Khusna Ari Shandy & Gani Nur Pramudyo, "Literasi Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Dalam Menentukan Informasi Yang Dipercaya", *Anuva* 7, no 3 (2023) , h. 531

¹⁶Janner Simarmata dkk, *Hoaks Dan Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*, (Yayasan Kita Menulis, 2019), h. 17

yang belum jelas kebenarannya.¹⁷ Pemilihan instagram untuk penelitian ini karena banyaknya mahasiswa yang menggunakan instagram untuk berbagai keperluan sehari-hari baik untuk membangun personal branding maupun untuk sekedar mendapat informasi ditambah instagram memiliki berbagai fitur pendukung untuk menyebarkan informasi dan opini dibanding platform lainnya.

Mahasiswa selain mengikuti perkuliahan semata ada beberapa mahasiswa yang merasa perlu untuk mendapat pengalaman lebih dari hanya sekedar mengikuti mata kuliah, beberapa dari mereka ini mencoba mencari pengalaman dengan mengikuti organisasi yang mereka minati. Melalui organisasi mereka berlatih untuk berdiskusi, menyampaikan ide, aspirasi, dan pendapat, atau mengasah jiwa kepemimpinan.¹⁸

Universitas memberikan wadah kepada mahasiswa untuk membangun jiwa kepemimpinan yaitu Dewan Eksekutif Mahasiswa atau biasa disingkat DEMA dan Senat Mahasiswa yang disingkat SEMA yang biasanya ada pada tiap fakultas dan ada juga Himpunan Mahasiswa Prodi yang disingkat HMP, sebuah organisasi kemahasiswaan yang bertujuan untuk menanamkan budaya kritis dan kepekaan sosial mahasiswa dalam mengkritisi setiap kebijakan rektorat maupun kebijakan pemerintah. Sehingga dalam kepemimpinan organisasi mahasiswa seperti SEMA,

¹⁷Nagita Histimuna Aisyah, "Mahasiswa Cerdas Tangkal Berita Hoaks Di Era Disrupsi Melalui Literasi Digital", *ALSYS : Jurnal Keislaman dan Ilmu Pendidikan*, vol 1 no. 1 (November, 2021), h. 68

¹⁸Harun Gafur, *Mahasiswa & Dinamika Dunia Kampus*, (Bandung, CV. Rasi Terbit, 2015), h. 23

DEMA dan HMP perlu literasi media sosial karena merekalah tonggak dan perwakilan dari mahasiswa lainnya.¹⁹

Salah satu tantangan utama bagi mahasiswa organisasi bagaimana mereka membedakan antara informasi yang valid dan yang tidak terutama ketika informasi tersebut datang dan bersumber dari media sosial yang seringkali menyesatkan. Berita yang banyak menarik perhatian publik bahkan jika itu belum jelas kebenarannya dapat dengan cepat menyebar dan memperkuat pandangan atau opini yang salah. Hal ini semakin diperburuk dengan adanya algoritma media sosial yang cenderung memperlihatkan informasi yang sesuai dengan preferensi atau pandangan kita sebelumnya, menciptakan ruang *echo chamber* dimana seseorang hanya terpapar informasi yang mendukung kepercayaan mereka.²⁰

Seperti yang terjadi di UIN Imam Bonjol Padang pada tahun 2023, dikutip dari website tribunnews.com mahasiswanya melalui perwakilan HMP dan DEMA Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) melakukan demonstrasi terhadap makanan PBAK (Pengenalan Budaya Akademik Kampus) yang basi dianggap sebagai ketidakbecusan Universitas dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswanya.²¹ Tahun 2024 di kutip dari website dktv.uinib.ac.id beredar isu ditiadakannya makanan untuk Mahasiswa Baru (MABA) saat PBAK

¹⁹Budiman Ramadhan dkk, “Peranan Organisasi Kemahasiswaan dalam Pengembangan Soft Skills Mahasiswa Di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Makassar”, Universitas Negeri Makassar (2022), h. 3

²⁰Shiddiq Sugiono, “Polarisasi Sebagai Dampak Menguatnya Kelompok Anti-Vaksin Covid-19 (Perspektif Echo Chamber),” *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, vol 25 no. 2 (Desember, 2021), h. 168

²¹<https://padang.tribunnews.com/2023/08/26/viral-maba-uin-ib-padang-demo-rektorat-karena-dapat-nasi-basi-saat-pbak-minta-vendor-tanggung-jawab>

membuat Ketua Umum (KETUM) SEMA dan DEMA angkat bicara dan mengemukakan isu kebijakan tersebut yang baru berupa usulan.²²



Gambar 1. 1 Tanggapan Ketua SEMA dan DEMA
Sumber : akun @kaba_kampus

Tahun yang sama salah seorang gubernur Dema membuat konten di akun tiktok pribadinya tentang fasilitas kampus yang rusak dengan caption sarkas dan pada tahun 2025 ini terdapat kejadian demonstrasi yang dilakukan Ikatan Mahasiswa Daerah Sumatera Utara yang disebabkan ujaran rasis kepada suku batak yang dilakukan mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang melalui komentar di Instagram.

Media sosial seperti instagram dapat memberikan ruang untuk penyebaran hoax dan *fake news* dan menjadi persoalan bagi publik sehingga publik seperti mahasiswa misalnya dapat dengan mudah terkecoh karena bias yang luar biasa kotor dari orang yang memiliki kepentingan yang lebih dari hanya menyampaikan

²²<https://dktv.uinib.ac.id/tidak-cukup-dema-u-sema-u-angkat-bicara/>

pesan. Fenomena ini jika tidak di cegah dengan baik dapat mengarah pada peyebaran disinformasi yang merugikan individu maupun masyarakat luas. Untuk itu penting bagi mahasiswa untuk melatih kecerdasan dalam menerima dan memilih informasi dengan kemampuan literasi media sosial yang baik.²³

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Salman Shiddiq dkk pada tahun 2024 dengan judul Analisis Penggunaan Media Sosial Terhadap Tingkat Literasi Media Digital Dalam Pergerakan Aktivisme Mahasiswa menyatakan bahwa mahasiswa sering mengonsumsi informasi yang tidak terverifikasi dan menyebarkan hoax serta menggunakan kebebasan berekspresi untuk tujuan yang tidak produktif.²⁴ Sedangkan penelitian terdahulu dari Riani Khusna Ari Shandy dan Gani Nur Pramudyo pada tahun 2023 dengan judul Literasi Media Instagram Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Dalam Menentukan Informasi Yang Dipercaya menunjukkan bahwa mahasiswa menyadari bahwa informasi yang beredar di media sosial instagram tidak sepenuhnya valid. Dalam menghadapi hal tersebut mahasiswa mampu menerapkan keterampilan literasi media. Saat menerima informasi di instagram mahasiswa membaca dan mengamati secara detail isi pesan, melakukan pengecekan ulang pada *trustor*, serta melakukan pengecekan pada sumber informasi yang dilampirkan pada pesan di instagram. Mahasiswa juga melakukan perbandingan terhadap informasi di

²³Abdullah Khusairi, *Teologi informasi refleksi wacana & literasi media*, (Penerbit Jual Buku Sastra (JBS),2020)

²⁴Salman Shiddiq dkk, Analisis Penggunaan Media Sosial Terhadap Tingkat Literasi Media Digital Dalam Pergerakan Aktivisme Mahasiswa, *Jurnal ILMADIKA*, 2024, h, 1

instagram dengan platform lainnya dengan tujuan mendapatkan validasi dari informasi yang ia terima.²⁵

Berangkat dari penelitian terdahulu yang telah dipaparkan perlu dilakukan pengujian lebih lanjut dengan subjek dan fokus yang berbeda dimana pada penelitian Salman Shiddiq dkk berfokus pada penggunaan media sosial terhadap tingkat literasi media dalam pergerakan aktivisme mahasiswa sementara itu peneliti ingin berfokus menganalisis penerapan literasi media sosial instagram pengurus organisasi mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang dalam menggunakan dan memilih konten yang beredar. Penelitian terdahulu dari Riani Khusna Ari Shandy dan Gani Nur Pramudyo berfokus pada untuk mengetahui Literasi Media dan faktor-faktor antara *trustor*, *trustee*, dan produk yang mempengaruhi kepercayaan Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro dalam menentukan informasi yang beredar di instagram sementara peneliti berfokus pada penerapan literasi media sosial Instagram pengurus organisasi mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang dalam menggunakan dan memilih konten yang beredar.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan penelitian ini penting untuk diteliti dengan mengambil judul “Literasi Media Sosial Pengurus Organisasi Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang”. Dengan adanya fenomena pengurus organisasi mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang menerima informasi tanpa memfilternya terlebih dahulu membuat peneliti ingin menganalisis penerapan literasi media sosial Instagram pengurus organisasi mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang dalam menggunakan dan memilih konten yang beredar.

²⁵Riani Khusna Ari Shandy&Gani Nur Pramudyo, Literasi Media Instagram Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Dalam Menentukan Informasi Yang Dipercaya, Anuva Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan&Informasi,2023, h. 1

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi masalah penelitian yang akan diteliti adalah Bagaimana penerapan Literasi Media Sosial Pengurus Organisasi Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kemampuan pengurus organisasi dalam mengakses media sosial instagram
2. Kemampuan pengurus organisasi dalam menganalisis media sosial instagram
3. Kemampuan pengurus organisasi dalam mengevaluasi media sosial instagram
4. Kemampuan pengurus organisasi dalam membuat konten media sosial instagram

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kemampuan pengurus organisasi dalam mengakses media sosial instagram
2. Untuk mengetahui kemampuan pengurus organisasi dalam menganalisis media sosial instagram
3. Untuk mengetahui kemampuan pengurus organisasi dalam mengevaluasi media sosial instagram

4. Untuk mengetahui kemampuan pengurus organisasi dalam membuat konten media sosial instagram

E. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Dari segi akademik, penelitian ini dapat digunakan sebagai varian kajian pengetahuan terkait dengan literasi media dalam pemanfaatan media sosial. Selain itu juga dapat menambah pengetahuan terkait dengan literasi media sosial, terutama untuk mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai literasi media oleh mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bagi lembaga penyedia informasi lebih banyak menyediakan informasi yang akurat dan terkini untuk memperkaya informasi mahasiswa.

UIN IMAM BONJOL
PADANG