

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mengakibatkan kemajuan yang cukup besar terutama mahasiswa dalam mengonsumsi informasi. Media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi salah satu sumber utama dalam memperoleh informasi sekaligus hiburan bagi penggunanya. Kehadiran algoritma pada platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook memungkinkan pengguna memperoleh konten yang sesuai dengan minat dan kebiasaan mereka, sehingga pengalaman bermedia sosial menjadi semakin personal.

Generasi Z, merupakan kelompok yang lahir pada rentang waktu 1997 hingga 2012, merupakan generasi pertama yang mengalami masa pertumbuhan beriringan dengan kemajuan pesat dunia digital. Mereka dikenal sebagai pengguna media sosial yang sangat aktif dan cenderung bergantung pada platform digital dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Berdasarkan laporan We Are Social tahun 2023, lebih dari 95% Gen Z Indonesia tercatat menggunakan media sosial setiap hari, dengan durasi penggunaan sekitar 4,5 jam per hari. Data tersebut mengindikasikan jika media sosial memainkan peran penting dalam pola konsumsi informasi mereka (Komara & Widjaya, 2024).

Temuan tersebut semakin diperkuat oleh laporan Digital 2025 Global Overview Report yang dirilis oleh We Are Social bersama Meltwater, yang menunjukkan bahwa pengguna internet secara keseluruhan menghabiskan rata-rata 13 jam 48 menit per minggu untuk mengakses media sosial dan platform video pendek. Durasi ini menegaskan bahwa media sosial telah melampaui media tradisional sebagai ruang utama konsumsi informasi masyarakat modern (We Are Social & Meltwater, 2025).

Namun, pola konsumsi informasi Generasi Z tidak sepenuhnya ditentukan oleh pilihan individu, melainkan juga oleh algoritma platform. Sistem algoritma bekerja dengan cara memilah serta menampilkan konten yang dianggap relevan berdasarkan preferensi pengguna. Pariser (2011) melalui konsep The Filter Bubble menjelaskan bahwa sistem algoritmik dapat menguatkan kognitif dan membatasi uraian terhadap perspektif beragam. Laporan Pew Research Center (2022) juga menunjukkan bahwa dari 60% Gen Z menilai informasi pada media sosial tidak selalu akurat (Amelia Tri Andini & Yahfizham, 2023).

Di Indonesia, preferensi Generasi Z terhadap konten visual seperti video pendek di TikTok turut memengaruhi pola konsumsi informasi. Penelitian Putri et al. (2021) menemukan bahwa mayoritas Generasi Z lebih tertarik pada konten hiburan dibandingkan konten edukatif atau berita. Selain itu, *Algorithm Watch* (2022) mencatat bahwa sekitar 80% konten yang muncul di media sosial merupakan hasil rekomendasi algoritma. Hal ini menunjukkan bahwa eksposur informasi pengguna sangat dipengaruhi oleh sistem algoritmik platform. Berdasarkan Survei Indeks Literasi Digital Nasional (2023), sebanyak 73% Generasi Z menggunakan media sosial sebagai sumber utama berita, namun hanya sekitar 40% yang mampu membedakan informasi valid dan hoaks. Kondisi ini menunjukkan adanya tantangan literasi digital di tengah dominasi algoritma media sosial.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas literasi digital dan perilaku penggunaan media sosial Generasi Z, penelitian yang secara spesifik menguji pengaruh exposure algoritma TikTok terhadap pola konsumsi informasi mahasiswa dalam konteks perguruan tinggi di Indonesia masih terbatas. Padahal, mahasiswa sebagai kelompok terdidik memiliki peran strategis sebagai calon komunikator dan agen penyebar informasi di ruang digital. Kekosongan kajian ini menjadi dasar penting dilakukannya penelitian

secara kuantitatif untuk menguji pengaruh exposure algoritma TikTok terhadap pola konsumsi informasi mahasiswa.

Fenomena ini menunjukkan bahwa semakin berkembangnya teknologi digital, terutama algoritma media sosial, telah mengubah cara individu dalam mengakses dan memaknai informasi. Pengguna tidak lagi sepenuhnya berperan sebagai pencari informasi yang aktif, melainkan juga sebagai penerima informasi yang dipengaruhi oleh sistem rekomendasi. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana exposure algoritma mampu memengaruhi pola konsumsi informasi, khususnya pada Generasi Z yang memiliki tingkat keterlibatan tinggi dengan media sosial. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji hubungan antara exposure algoritma media sosial dan perilaku konsumsi informasi secara lebih mendalam.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai “Pengaruh Exposure Algoritma Media Sosial TikTok terhadap Pola Konsumsi Informasi Generasi Z” dinilai relevan untuk dilakukan pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2022. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji bagaimana exposure algoritma TikTok memengaruhi pola konsumsi informasi mahasiswa sebagai upaya memperkaya kajian komunikasi di era dominasi algoritma media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah exposure algoritma media sosial TikTok berpengaruh terhadap pola konsumsi informasi Generasi Z pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2022?
2. Seberapa besar pengaruh exposure algoritma media sosial TikTok terhadap pola konsumsi informasi Generasi Z pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2022?

1.3 Tujuan

1. Untuk menganalisis pengaruh exposure algoritma media sosial TikTok terhadap pola konsumsi informasi Generasi Z pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2022.
2. Untuk menganalisis besarnya pengaruh exposure algoritma media sosial TikTok terhadap pola konsumsi informasi Generasi Z pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2022.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Akademis

Dapat memberikan kontribusi akademis berupa penambahan wawasan mengenai peran exposure algoritma media sosial TikTok dalam memengaruhi pola konsumsi informasi Generasi Z. Mengingat Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh seiring perkembangan teknologi digital, pemahaman terhadap cara mereka dalam mengakses serta mengonsumsi informasi menjadi penting untuk dikaji secara ilmiah. Hasil studi ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan kajian di bidang literasi digital, exposure algoritma media sosial, serta perilaku konsumsi informasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Universitas

Hasil dari studi ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi akademik maupun pendukung materi pembelajaran pada program studi yang berkaitan dengan komunikasi, media digital, dan teknologi informasi, khususnya yang membahas media sosial dan perilaku audiens.

b. Bagi Peneliti

Temuan penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti dalam memperluas wawasan mengenai peran exposure

algoritma media sosial TikTok dalam memengaruhi pola konsumsi informasi Generasi Z. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi media untuk memperluas kemampuan analisis terhadap fenomena komunikasi digital serta memberikan pengalaman akademik dalam mengkaji dinamika media dan audiens di era teknologi. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi media untuk memperluas kemampuan analisis

