

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**Literasi Media Sosial di Tiktok  
( Studi Deskriptif Pada Remaja Dalam Menentukan  
Validitas Informasi )**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Riau



**LEDIESTA WIRYANADA**

**NPM : 189110298**

**PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU**

**2021**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**LEMBAR**  
**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Nama : Lediesta Wiryanada  
NPM : 189110298  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang Pendidikan : Strata-Satu (S-1)  
Hari/Tanggal Ujian Skripsi : 08 Juni 2022  
Judul Penelitian : Literasi Media Sosial di Tiktok (Studi deskriptif pada remaja dalam menentukan validitas informasi)

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian Komprehensif.

Pekanbaru, 17 Mei 2022

Menyetujui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Pembimbing

  
(Dr. Fatmawati, S. IP., MM)

  
(Dr. Fatmawati, S. IP., MM)

UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

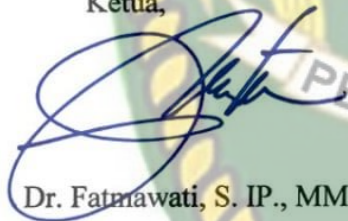
LEMBAR  
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Lediesta Wiryanada  
NPM : 18910298  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Hari/Tanggal Komprehensif : Rabu / 08 Juni 2022  
Judul Skripsi : Literasi Media Sosial di Tiktok (Studi deskriptif pada remaja dalam menentukan validitas informasi)

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru 04 Juli 2022  
Tim Penguji

Ketua,



Dr. Fatmawati, S. IP., MM

Anggota,



Benni Handayani, M.I.Kom

Mengetahui,

Wakil Dekan I



Cutra Aslinda, M. I. Kom

Anggota



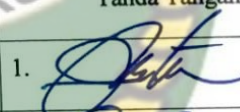
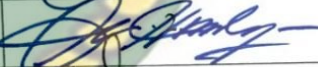

Yudi Daherman, M.I.Kom

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

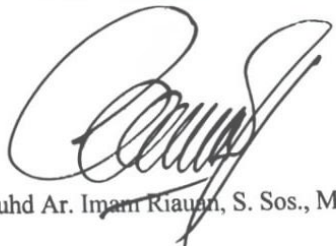
**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor : 1083/A-UIR/3-fikom/2022 Tanggal 2 Juni 2022 maka dihadapan Tim Penguji hari ini **Rabu Tanggal 08 Juni 2022 Jam : 08:00 – 09:00 WIB** bertempat di ruang **Rapat Dekan** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa atas :

Nama : Lediesta Wiryana  
 NPM : 18910298  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
 Judul Skripsi : "Literasi Media Sosial di Tiktok (Studi deskriptif pada remaja dalam menentukan validitas informasi)"  
 Nilai Ujian : Angka : "85,6" ; Huruf : "A"  
 Keputusan Hasil Ujian : Lulus  
 Tim Penguji :

NO	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Fatmawati, S, IP., MM	Ketua	1. 
2.	Benni Handayani, M.I.Kom	Penguji	2. 
3.	Yudi Daherman, M.I.Kom	Penguji	3. 

Pekanbaru, 06 Juli 2022  
 Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

  
 Dr. Muhd Ar. Imam Riauan, S. Sos., M. I. Kom

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Literasi Media Sosial di Tiktok  
( Studi Deskriptif Pada Remaja Dalam Menentukan Validitas Informasi )

Yang Diajukan Oleh :  
Lediesta Wiryanada  
189110298

Pada Tanggal :  
06 Juli 2022

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

  
Dr. Muhd Ar Imam Riawan, S. Sos., M. I. Kom

Tim Penguji

Dr. Fatmawati, S. IP., MM

Benni Handayani, M.I.Kom

Yudi Daherman, M.I.Kom

Tanda Tangan,

  
\_\_\_\_\_

  
\_\_\_\_\_

  
\_\_\_\_\_

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lediesta Wiryanada  
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 31 Desember 2000  
NPM : 189110298  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
FAKULTAS : Ilmu Komunikasi  
Alamat/No Tlp : Jl. Taman Karya / 087738394482  
Judul Proposal/Skripsi : Literasi Media Sosial di Tiktok (Studi deskriptif pada remaja dalam menentukan validitas informasi)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya (Skripsi) adalah asli belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akedemik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar Pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya di Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (point 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai proposal dan atau pencabutan gelar akademik keserjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 04 Juni 2022

Yang Menyatakan,



Lediesta Wiryanada

## PERSEMBAHAN



**Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang.**

Saya persembahkan skripsi ini untuk Bapak Encep Suryana dan Widya Oktafia semoga Allah selalu memberikan kasih sayang yang berlimpah kepada Bapak dan Ibu.

Seluruh perjuangan saya hingga saat ini saya persembahkan kepada dua orang paling berharga dalam hidup saya. Hidup menjadi begitu mudah dan lancar ketika memiliki orang tua yang lebih memahami kita daripada diri kita sendiri. Terima kasih telah menjadi orang tua yang sempurna.

Waktu ialah salah satu hal yang sangat berharga dalam hidup kita dan orang orang yang rela mengorbankan waktu untuk orang lain layak mendapat rasa hormat dan terimakasih. Terimakasih kepada keluarga, saudara, dan orang orang terdekat di hidup saya atas keterlibatan dan waktunya. Skripsi ini adalah persembahan saya..

## MOTTO

“Hiduplah seakan-akan kamu akan mati hari esok dan belajarlh seolah kamu akan hidup selamanya.”

(Mahatma Gandhi)

“Jangan menilai saya dari kesuksesan, tetapi nilai saya dari seberapa sering saya jatuh dan berhasil bangkit kembali.”

(Nelson Mandela)

“Tetaplah diam sampai orang lain tahu sendiri mengenai keberhasilan apa yang sudah kita buat”

(Lediesta Wiryanada)



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala puji bagi Allah SWT, sang maha pencipta dan pengatur alam semesta. Berkat rahmat-Nya, penulis akhirnya mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Literasi Media Sosial di Tiktok (Studi deskriptif pada remaja dalam menentukan validitas informasi)”. Penelitian ini diajukan untuk memenuhi syarat agar mendapatkan gelar S-1 pada bidang ilmu komunikasi.

Dalam penulisan skripsi ini, tidak sedikit pula hambatan dan kesulitan yang penulis alami, namun berkat dukungan dan semangat dari orang terdekat sehingga penulis mampu menyelesaikannya. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Dr. Muhd. AR Imam Riau, M.I.Kom.
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Dr. Fatmawati, S.Ip.,MM yang sudah memberikan arahan, motivasi, ide, dan pemikiran serta menyediakan waktu saat proses penyelesaian skripsi usulan penelitian ini.
3. Kedua orang tua yang telah ikhlas menjadi penyemangat dan memberikan nasihat yang sudah diberikan untuk penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi usulan penelitian ini.
4. Seluruh dosen dan karyawan FIKOM UIR yang telah membantu dan memberikan pembelajaran kepada penulis selama berkuliah

5. Terimakasih atas dukungan, dorongan, dan semangat dari Azhar Zulkifli yang telah diberikan selama menyelesaikan proses skripsi ini.
6. Terimakasih kepada Aprilia, Cindi, Habibah, Mifta, Tesa, Ce, Yoga, dan Pardi yang telah memberikan kebersamaan selama proses penelitian ini
7. Terimakasih kepada Meilina Wiryanada & Meri Oktavia yang telah ikut serta, memberi semangat dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
8. Dan Terimakasih kepada teman-teman FIKOM UIR angkatan 2018, serta seluruh pihak yang terkait dalam menyelesaikan skripsi ini yang dengan sengaja ataupun dengan tidak sengaja telah membantu penulis, dengan ini penulis ucapkan terimakasih.

Penulis sangat sadar bahwa masih adanya kekurangan dari penyusunan skripsi ini. Karena hal tersebut kritik dan saran yang dapat mendorong penulis sangat diperlukan sebagai motivasi bagi penulis agar dapat menjadi berkembang dan lebih baik lagi kedepannya.

Pekanbaru, 02 Juni 2022

Penulis

Ledieta Wiryanada

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI</b> .....	ii
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Fokus Penelitian .....	8
D. Rumusan Masalah .....	8

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. KAJIAN LITERATUR.....	11
1. Media Baru (New Media).....	11
2. Media Sosial .....	15
3. Remaja.....	19
4. Literasi Media.....	22
5. Tiktok.....	27
B. Defenisi Oprasional .....	30
C. Penelitian Terdahulu.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	34
B. Subjek dan Objek Penelitian .....	35
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
D. Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	40
G. Teknik Analisis Data .....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	44
1. Profil Content Creator .....	44
2. Profil Informan .....	55

B. Hasil Penelitian.....	80
a. Pentingnya validitas informasi pada media sosial tiktok .....	81
b. Tahapan Literasi media yang dilakukan oleh informan dalam menentukan validitas informasi media sosial tiktok.....	85
c. Menentukan validitas informasi dari 3 akun content creator @putrabrahms, @cheryantoinette, dan @rizky_aul.....	91
C. Pembahasan Penelitian.....	101
a. Pentingnya Validitas Informasi .....	101
b. Tahapan literasi media oleh remaja pekanbaru .....	102
c. Remaja Pekanbaru menentukan validitas informasi.....	109
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>111</b>
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>114</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>117</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Screenshoot Informasi dari Tiktok.....	3
Gambar 2 Logo Media Sosial Tiktok.....	27
Gambar 3 <i>Rating review</i> pengguna media tiktok.....	28
Gambar 4.1.1. 1 <i>Screenshoot home page</i> tiktok/fyp.....	44
Gambar 4.1.1. 2 <i>Screenshoot</i> akun tiktok Putra.....	46
Gambar 4.1.1. 3 <i>Screenshoot</i> sebagian konten video Putra.....	47
Gambar 4.1.1. 4 <i>Screenshoot</i> akun Instagram milik Putra.....	48
Gambar 4.1.1. 5 <i>Screenshoot</i> akun Youtube putra.....	48
Gambar 4.1.1. 6 <i>Screenshoot</i> akun tiktok Cheryl.....	49
Gambar 4.1.1. 7 <i>Screenshoot</i> sebagian konten Cheryl.....	50
Gambar 4.1.1. 8 <i>screenshoot</i> akun Instagram Cheryl.....	51
Gambar 4.1.1. 9 <i>screenshoot</i> akun Youtube Cheryl.....	51
Gambar 4.1.1. 10 <i>Screenshoot</i> akun Tiktok milik Rizky.....	52
Gambar 4.1.1. 11 <i>screenshoot</i> Sebagian konten milik Rizky.....	53
Gambar 4.1.2. 1 <i>Survey</i> oleh ginee.com.....	56
Gambar 4.1.2. 2 <i>Screenshoot</i> Akun Tiktok Meri.....	58
Gambar 4.1.1. 3 <i>Screenshoot</i> Akun Tiktok Mila.....	61
Gambar 4.1.2. 4 <i>Screenshoot</i> akun tiktok Tesa.....	64
Gambar 4.1.2. 5 <i>Screenshoot</i> akun tiktok Livia.....	66
Gambar 4.1.2. 6 <i>Screenshoot</i> akun Tiktok Nada.....	69
Gambar 4.1.2. 7 <i>Screenshoot</i> akun Tiktok Dinna.....	71
Gambar 4.2.1. 1 Contoh Tampilan FYP.....	89
Gambar 4.2.1. 2 <i>Screenshoot</i> komentar video @putrabrahms.....	96

Gambar 4.2.1. 3 Screenshot komentar video @putrabrahms .....	96
Gambar 4.2.1. 4 Screenshot komentar video @cheryantoinette .....	97
Gambar 4.2.1. 5 Screenshot komentar video @cheryantoinette .....	98
Gambar 4.2.1. 6 Screenshot komentar video @rizky_aul .....	99
Gambar 4.2.1.7 Screenshot komentar video @rizky_Aul .....	100



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 3. 1 Data Informan.....	36
Tabel 3. 2 Tabel waktu penelitian.....	37
Tabel 4.1.2.1 Tabel Rekapitulasi seluruh Informan.....	79
Tabel 4.1.2.2 Tabel Rekapitulasi Media Sosial dalam menerima informasi .....	79
Tabel 4.3.1.1 Model Literasi.....	107
Tabel 4.3.1.2 Tabel Rekapitulasi Tingkatan Literasi Media.....	108
Tabel 4.3.1.3 Model yang merupakan rekapitulasi hasil penelitian.....	1108





## ABSTRAK

### Literasi Media Sosial di Tiktok

( Studi Deskriptif Pada Remaja Dalam Menentukan Validitas Informasi )

Lediesta Wiryanada

189110298

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta melihat literasi media remaja pekanbaru dalam menentukan validitas informasi yang berasal dari media sosial Tiktok. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara secara mendalam bersama delapan orang informan, serta melakukan observasi langsung. Hasil penelitian ini ialah banyak informasi yang berasal dari tiktok yang masih simpang siur dan banyak pengguna yang tidak sengaja terbawa oleh arus informasi yang begitu cepat. Untuk menanggapi hal tersebut remaja pekanbaru diperlukan penerapan literasi media sehingga bisa menentukan validitas dari sebuah informasi yang didapat. Menurut hasil penelitian ini, remaja di Pekanbaru berada pada tingkatan menengah / *medium* dalam tingkatan literasi media

Kata Kunci : Literasi Media, Validitas Informasi, Tiktok

## ABSTRACT

### Social Media Literacy on Tiktok

( Descriptvie study teenager in determining the Validity of information )

Lediesta Wiryanada

189110298

This study aims to determine and see the media literacy of Pekanbaru youth in determining the validity of information originating from Tiktok social media. In this study, the researcher used descriptive qualitative methods by conducting in-depth interviews with 8 informants, and conducting direct observations. The results of this study are that a lot of information from Tiktok is still confusing and many users are not intentionally carried away by the rapid flow of information. To respond to this, it is necessary for Pekanbaru youth to apply media literacy so that they can determine the validity of the information obtained. According to the results of this study, adolescents in Pekanbaru are in the middle / medium level in the level of media literacy

Keywords: Media Literacy, Information Validity, Tiktok

## خلاصة

محو الأمية على وسائل التواصل الاجتماعي على Tiktok  
(وصف دراسة المراهق في تحديد صحة المعلومات)

Lediesta Wiryanada

189110298

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد ورؤية الثقافة الإعلامية لشباب بيجانبارو في تحديد صحة المعلومات الناشئة . استخدم الباحث في هذه الدراسة الأساليب الوصفية النوعية من Tiktok من وسائل التواصل الاجتماعي في خلال إجراء مقابلات معمقة مع ثمانية من المخبرين وإجراء الملاحظات المباشرة. تشير نتائج هذه الدراسة لا تزال مربكة وأن العديد من المستخدمين لا يتم نقلهم عن قصد Tiktok إلى أن الكثير من المعلومات من خلال التدفق السريع للمعلومات. للرد على ذلك ، من الضروري لشباب بيجانبارو تطبيق محو الأمية الإعلامية حتى يتمكنوا من تحديد صحة المعلومات التي تم الحصول عليها. وفقاً لنتائج هذه الدراسة ، فإن المراهقين في بيجانبارو هم في المستوى المتوسط / المتوسط في مستوى محو الأمية الإعلامية.

Tiktok الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية ، صحة المعلومات ،

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada masa ini media sosial menjadi tempat penyampaian informasi yang bisa datang dengan sangat cepat dari mana saja dan kapan saja melalui telepon genggam. maka tidak menjadi hal yang membingungkan jika orang sangat selektif dalam menerima informasi. dalam penyampaian informasi tentu saja memiliki dampak yang positif dalam kehidupan sehari-hari. Selain mendapat dampak yang positif dalam proses menerima informasi dari media sosial tentu saja ada dampak negatif karena ada banyak informasi yang hanya dibuat berdasarkan opini para content creator di berbagai macam platform yang ada di media sosial bahkan bisa saja informasi yang disampaikan hanya dibuat – buat agar mendapatkan keuntungan bagi content creator.

Media sosial saat ini merupakan sarana yang efektif dan efisien dalam menyampaikan sebuah informasi kepada berbagai pihak. media sosial sebagai media dengan dinamika sosial yang sangat tinggi dan memungkinkan komunikasi terbuka kepada berbagai pihak dengan beragam latar belakang (Rahadi, 2017 : 59-60).

Perkembangan media sosial saat ini sudah banyak dan beragam dalam kehidupan sosial masyarakat karena semakin meluasnya penggunaan internet dan handphone. awal mula nya teknologi diciptakan untuk

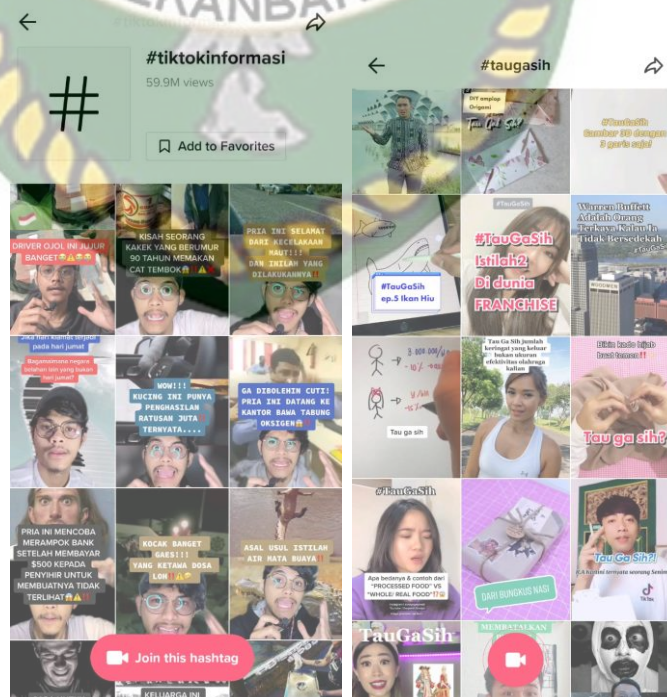
mempermudah manusia dalam melakukan berbagai hal dimanapun dan kapanpun.

Salah satu media sosial yang saat ini sedang menarik perhatian dan digandrungi oleh masyarakat yaitu tiktok. Media sosial tiktok merupakan platform media sosial yang perkembangannya sangat cepat. Aplikasi tiktok saat ini sangat digemari oleh berbagai kalangan, terutama pada kalangan remaja. Saat ini media sosial dimanfaatkan oleh berbagai pihak untuk menyebarluaskan informasi bahkan mendapatkan informasi pengetahuan melalui aplikasi tiktok. Pada platform tiktok ada banyak konten informasi yang dibuat semenarik mungkin sehingga informasi dapat diterima oleh penonton.

Ditahun 2017, aplikasi tiktok tidak begitu diminati bahkan kurang diminati oleh masyarakat bahkan, ada satu content creator bernama Bowo Apeliebe, anak remaja yang pernah viral karena bermain tiktok sempat menjadi buah bibir karea konten yang ia buat dikatakan norak dan alay. Namun, semua pandangan berubah saat berada di penghujung akhir tahun dimana platform media sosial tiktok menjadi populer dan banyak digunakan oleh semua kalangan termasuk para artis. Terlihat jelas penggunaan tiktok di penghujung tahun 2019 dan tahun sebelumnya sangat berbeda drastis. Manfaat yang diperoleh dari adanya perkembangan media baru ialah untuk melepas penat, mencari hiburan, dan bahkan menjadi tempat untuk memperoleh informasi (Arventine & Yuliarti, 2021 : 2-3).

Bagi masyarakat Indonesia, Media sosial sudah bukan hal yang asing lagi, terutama media sosial tiktok. Tiktok merupakan platform media sosial yang memungkinkan para creator membuat video berdurasi 15 detik – 3 menit dengan disertai berbagai macam filter, stiker, bahkan musik. Tiktok sempat di Blokir di beberapa negara karena banyak konten creator yang menyebarkan konten negatif namun dalam menanggapi hal tersebut, pihak tiktok langsung mengumumkan mengenai campaign yang bertujuan untuk mendukung meningkatkan literasi digital dan menghentikan penyebaran berita sekaligus informasi yang menyesatkan. campaign ini digunakan untuk membantu memberi bekal kepada para pengguna agar dapat terlibat secara kritis dengan konten yang ada dan tidak menerima informasi sembarangan dari konten yang disebar oleh kreator.

Gambar 1.1 Screenshoot Informasi dari Tiktok



Sumber : Media Sosial Tiktok (ScreenShoot : 2021)

Pada platform tiktok terdapat akun besar dan yang sudah terkenal yang memiliki banyak pengikut sehingga banyak dari content creator menyebarkan informasi. Selain itu banyak juga individu-individu yang tidak bisa ditebak bagaimana latar belakangnya bahkan apa sebenarnya pekerjaan yang dilakukannya sehingga dapat ikut serta dalam menyebarkan informasi di tiktok melalui video yang dibuat. Informasi yang didapat dari video yang disebarkan melalui tiktok tidak bisa dijamin benar 100% kebenarannya. Sayangnya saat ini banyak orang yang dengan mudah menerima informasi dan mempercayai informasi hanya berdasarkan statement penyebar informasi.

Adanya media sosial di kalangan remaja, membentuk ruang tersendiri yang melebur dengan ruang publik. Terjadi perubahan budaya pada kalangan remaja sehingga para remaja tidak ragu-ragu mengupload kegiatan pribadi dan informasi untuk disampaikan kepada teman-temannya melalui akun media sosial mereka (Afriluyanto, 2018 : 2).

Dalam menggunakan media sosial tentu saja diperlukan kemampuan literasi, terutama pada saat memasuki masa remaja dimana remaja sangat rentan terhadap informasi yang mereka dapat. Bisa saja mereka percaya dan menerima segala informasi secara mentah-mentah tanpa mencari tahu kebenaran informasi tersebut. Remaja sangat mudah terbawa arus media sosial.

Maka dari itu kemampuan literasi media sangat diperlukan, Literasi media ialah “ability to access, analyze, evaluate and communicate the content of media messages”. Maksudnya kemampuan dalam memahami, menganalisis, dan menerima informasi dari media agar individu menjadi sadar atau paham mengenai cara media dibuat dan diakses (Hidayat & Ginting, 2018 : 2).

Selama ini yang terjadi di media sosial termasuk arus informasi, beredar seakan tanpa kendali, asal ada akses internet maka informasi langsung dapat tersebarluaskan tanpa dilakukan konfirmasi ataupun pengecekan kembali apakah informasi yang tersebar memang benar atau mengandung unsur hoax. Sebenarnya arus informasi dari media sosial di era digital ini bisa dikendalikan melalui literasi media yang baik dari masyarakat digital khususnya generasi milenial informasi di media sosial memang membuat kita seakan lupa untuk melakukan pengecekan kembali (Sari, 2019 :31).

Kemampuan literasi media bukan kemampuan untuk menolak informasi di media sosial. Namun literasi media ialah kemampuan dalam memahami penggunaan media dalam menerima pesan yang disampaikan. Ketidakpedulian masyarakat terhadap filterisasi penggunaan media sosial pada tiktok membuat adanya kesalahan dalam penggunaan yang dapat membawa dampak buruk dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Dalam beberapa tahun terakhir, penyebaran informasi negatif di media sosial sering tidak terkendali.



Semenjak adanya internet yang digunakan sebagai media online dimana membuat informasi yang belum terverifikasi kebenarannya dan dengan cepat tersebar hanya dalam hitungan detik, sebuah peristiwa sudah dapat diakses oleh pengguna internet melalui media sosial. Ratusan bahkan hingga ribuan informasi disebar setiap harinya bahkan setiap detik. Bisa jadi masyarakat belum sempat memahami maksud dari informasi, namun masyarakat sudah mengeluarkan reaksi terhadap sebuah informasi (Juliswara, 2017 :143).

Hal tersebutlah yang dapat menyebabkan dengan mudahnya tersebar luas berita palsu ataupun informasi yang tidak benar. Saat satu orang mengeluarkan statement melalui video maka dengan mudah akun pengguna tiktok lain melakukan copy link atau download video dan disebarkan lagi melalui platform lainya seperti status whatsapp, twitter, Instagram, facebook, dan media sosial lainnya.

Informasi merupakan hal yang penting di kehidupan sehingga orang orang berupaya untuk bisa mendapatkan informasi dengan cepat. Dengan munculnya perkembangan teknologi yaitu internet mejadi suatu kebutuhan dalam menyebarkan dan mendapatkan informasi dari mana saja, dimanapun, dan kapan saja. Media sosial saat ini tidak hanya sekedar untuk berkomunikasi bersama orang-orang melainkan juga sebagai sumber penyebaran informasi. berkembangnya penggunaan internet yang sangat pesat maka menyebabkan informasi dapat tersebar dalam hitungan detik

salah satunya melalui inovasi sosial yaitu melalui media sosial digunakan sebagai sarana penyebaran informasi disemua bidang.

Oleh karena itu, Media sosial tiktok ini sangat menarik untuk dibahas karena ada banyak informasi yang bisa menjadi pro dan kontra pada paltform ini. tidak sedikit masyarakat yang telah mengakses situs ini, terlebih lagi banyak remaja dari kalangan sekolah hingga mahasiswa sering mengakses situs ini, selain remaja sekolah dan mahasiswa, bahkan sekarang juga banyak anak anak yang terlihat sering menggunakan media sosial tiktok.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memilih untuk mengklasifikasikan informasi yang jenisnya merangkup education dan funfact karena dimasing masing akun tiktok yang telah ditentukan yaitu, creator sering menyebarkan informasi jenis education dan funfact yang tentu saja informasi tersebut belum tentu valid hanya berdasarkan opini atau pendapat creator tersebut sehingga dibutuhkannya penerapan literasi media apalagi rata rata pengguna tiktok paling banyak yaitu remaja.

Fokus penelitian ini mengenai bagaimana sebagai pengguna media sosial kita dapat menganalisis apakah informasi yang disebarakan oleh akun yang ada pada tiktok ini cukup valid ataupun sesuai dengan kehidupan nyata dan pantas untuk di publikasi. Pada penelitian ini juga akan menganalisis apa saja hal yang bisa menentukan apakah akun yang

menyebarkan informasi dapat dinilai akun yang valid sehingga dapat dipercaya.

## **B. Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah, antara lain :

1. Postingan-postingan video di tiktok sebagai sumber informasi.
2. Faktor-faktor yang menentukan validitas sebuah informasi
3. Komponen-komponen yang dapat menentukan apakah sebuah akun di media sosial tiktok bisa dipercaya
4. Minimnya literasi media oleh remaja dalam menggunakan media sosial tiktok sebagai sumber informasi.

## **C. Fokus Penelitian**

Berdasarkan masalah yang sudah dijabarkan diatas maka peneliti akan memfokuskan penelitian pada bagaimana pegalaman literasi media oleh remaja dalam menentukan validitas atau kebenaran informasi yang mereka dapatkan melalui media sosial.

## **D. Rumusan Masalah**

Bagaimana literasi media yang dilakukan oleh remaja dalam menggunakan tikok dalam menentukan validitas informasi.

## E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan, ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini, yaitu :

- a. Mengeksplorasi pengalaman literasi media remaja di pekanbaru dalam menentukan validitas dan kebenaran sebuah informasi di media sosial tiktok sehingga remaja memilih mendapatkan sebuah informasi melalui *platform* media sosial tiktok.

### 2. Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini ada terdapat dua manfaat, yaitu :

- a. Manfaat Praktis

Dalam melakukan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan informasi dan membuka pandangan masyarakat terkhusus kepada remaja di pekanbaru dalam menentukan validitas sebuah informasi yang didapat melalu media sosial terkhusus pada *platform* media social tiktok. Dan diharapkan mayarakat juga dapat mencegah peyebaran informasi palsu.

b. Manfaat Teoritis

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka diharapkan dapat menambah wawasan, pemikiran atau informasi yang ada di diruang lingkup literasi media dan penggunaan media sosial sebagai sumber informasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai literasi media digital pada media sosial.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Literatur

##### 1. Media Baru ( New Media )

###### a. Pengertian Media Baru

Media Baru (*New Media*) ialah sebuah terminologi yang menjelaskan bahwa konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi bahkan terhubung pada jaringan yang ada. Media baru adalah sesuatu yang dapat menyalurkan informasi (perantara) yang berasal dari sumber informasi kepada penerima informasi (Sugiyono, 2020 : 10).

Menurut Mc Quail “Media baru atau new media ialah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagai ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi”.

Media baru merupakan media yang segala hal sudah terpengaruh oleh perkembangan teknologi. Di zaman ini, media sudah memberikan dan menyediakan platform secara langsung, interaktif, informatif, serta cerdas agar mendapatkan ruang diskusi. Adanya teori media menyebabkan adanya perubahan di sebagian besar media digital sebagai ciri khas yang menggantikan media di abad kedua.

Media baru kini menjadi bagian yang tidak akan terpisahkan di kehidupan dan kegiatan sehari-hari. Tentunya pengguna media sosial usia muda jauh lebih banyak digunakan karena memudahkan akses dan sudah menjadi gaya hidup (Lifestyle). Tidak seperti media tradisional, media baru sama dengan internet yaitu sama-sama menyediakan karakteristik selektivitas yang dapat memungkinkan seseorang menyesuaikan pesan di setiap kebutuhannya (Norhabiba & Ragil, 2018 : 9 ).

Mc Quail menjelaskan bahwa internet merupakan gabungan antara radio, televisi, film dan tersebar melalui teknologi tekan. Living Stone mengatakan bahwa apa yang baru mengenai internet barangkali merupakan kombinasi dari interaktivitas dengan ciri inovatif bagi komunikasi massa dengan jenis konten yang tidak terbatas, jangkauan khalayak, sifat global dari komunikasi. Mc Quail juga menjelaskan klaim status paling utama sebagai media baru dan mungkin sebagai media massa ialah internet.

Kehadiran media baru membuat khalayak mengembangkan bisnis ataupun informasi melalui media berteknologi canggih. Komunikasi massa adalah komunikasi kepada khalayak dengan menggunakan saluran komunikasi. baru sendiri merupakan sebuah media dengan seala karakteristiknya yang memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan image.

## b. Karakteristik Media Baru

Menurut Mc Quail, ada Karakteristik yang dimiliki oleh Media Baru (*New Media*), yaitu :

### 1. Interaktivitas

Para pengguna media baru (*new media*) bisa melakukan interaksi bersama pengguna lainnya tanpa harus bertemu secara langsung.

### 2. Sosiabilitas

Para pengguna media baru dapat melakukan komunikasi dan berinteraksi dengan media sosial.

### 3. Media *Richness*

Media mampu melibatkan banyak individu dalam berinteraksi.

### 4. *Otonomi*

Para pengguna media baru dapat memilih konten apa yang ingin mereka bagikan tanpa dikendalikan.

### 5. Unsur bermain-main

Tentunya hal hal yang terdapat di media baru memiliki unsur untuk menghibur para penggunanya.

### 6. *Privacy*

Media baru bersifat pribadi dan *private*.



## 7. Personalisasi

Media baru terdapat konten yang bersifat personal dan unik.

Menurut Mc Quail pada buku Teori Komunikasi Massa (2011:43) ciri media baru ialah adanya saling keterhubungan, akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang yang terbuka dan sifatnya ada dimana-mana.

Bagian lain dari *new media* ialah “*network society*” yang merupakan formasi sosial berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang dapat menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, kelompok organisasi dan kelompok sosial) (Norhabiba & Ragil, 2018 : 11).

Pada saat ini, terdapat begitu banyak aplikasi yang dapat dengan mudah kita unduh menggunakan *smartphone*. Aplikasi-aplikasi tersebut menawarkan berbagai kemudahan dan akses informasi serta hiburan bagi penggunanya. Saat ini kehadiran *new media* dengan perkembangan teknologi menawarkan begitu banyak kemudahan. Segala sesuatunya menjadi lebih mudah dengan *media online*, mulai dari transaksi perbankan, membayar tagihan telepon, membayar tagihan listrik dan air, membayar pajak dan akses

pendidikan serta masih banyak lainnya. Semua kegiatan tersebut dilakukan dengan mudah tanpa harus bertatap muka.

## 2. Media Sosial

### a. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan media *online* yang termasuk kedalam interaksi sosial. Media sosial tentunya memakai teknologi berbasis web yang dapat mengubah komunikasi menjadi sebuah dialog yang interaktif. Ada beberapa jenis *platform* media sosial saat ini yang sering digunakan oleh masyarakat antara lain instagram, twitter, facebook, tiktok, snack video, pinterest, hingga youtube.

Secara umum, media sosial adalah media berbasis daring yang dapat digunakan untuk berinteraksi, berpartisipasi dalam berbagai kegiatan, berbagi dan menciptakan banyak konten. Media sosial mempunyai dampak yang signifikan dalam kehidupan saat ini. Contohnya seseorang yang awalnya biasa saja bisa menjadi orang yang dikenal banyak masyarakat begitupun sebaliknya.

Media sosial merupakan sarana untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun jaringan melalui media komunikasi secara *online*. Pada hakikatnya, media sosial merupakan perkembangan mutakhir yang berasal dari teknologi-teknologi web berbasis internet yang dapat memudahkan penggunanya melakukan kegiatan berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan

membentuk jaringan secara online sehingga dapat menyebarluaskan konten milik mereka (Fitriani, 2017 : 149 ).

Seiring merajanya era digital yang ditandai munculnya berbagai *platform* aplikasi yang menyediakan dukungan pembuatan video dengan hal-hal yang menarik pada pengguna *smartphone*. Kini konten video sudah banyak tersebar di media sosial di berbagai negara dan juga di Indonesia. Pertumbuhan konten video sendiri dapat dengan mudah diunggah ke internet hal ini di dukung dengan kemajuan kecepatan internet. Banyak *platform* maupun aplikasi yang menyediakan dukungan pembuatan video dan dengan hal menarik pada pengguna *smartphone*, salah satunya ialah aplikasi tiktok.

#### b. Fungsi Media Sosial

Terdapat fungsi media sosial menurut kietzmann, etl (2011) yang mendefinisikan media sosial dengan menggunakan tujuh kotak bangunan fungsi yaitu :

##### 1. *Identitiy*

Mendefinisikan bahwa identitas para pengguna dalam sebuah media sosial menyangkut nama, jenis kelamin, usia, pekerjaan, lokasi keberadaan, serta foto.

##### 2. *Conversation*

Menggambarkan pengaturan para pengguna dalam berkomunikasi bersama pengguna lainnya di media sosial

### 3. *Sharing*

Menggambarkan pembagian, pertukaran serta penerimaan konten berupa teks, gambar, atau video yang dilakukan para pengguna.

### 4. *Prescene*

Memantau apakah para pengguna dapat mengakses pengguna lainnya.

### 5. *Relationship*

Melihat apakah para pengguna dapat terhubung ataupun saling terkait dengan pengguna lainnya.

### 6. *Reputation*

Menggambarkan bahwa para pengguna dapat mengidentifikasi orang lain serta diri sendiri.

### 7. *Groups*

Menggambarkan pengguna dapat membentuk komunitas.

## c. Manfaat Media Sosial

Media sosial memiliki manfaat yang sangat penting. Ada beberapa manfaat media sosial menurut Putoadi (2011) yaitu :

- a. *Personal branding is not only figue, it's for everyone.* Media sosial seperti facebook, twitter, youtube merupakan media orang melakukan komunikasi, berinteraksi, berdiskusi, mendapatkan informasi dan bahkan mencari popularitas di media sosial.

- b. *Fantastic marketing result throught social media. People don't watch TV'S anymore, They watch their mobile phones.*

Fenomena dimana gaya hidup (*Lifestyle*) masyarakat saat ini lebih memanfaatkan telepon genggam untuk mendapatkan Informasi.

- c. Media sosial memberi kesempatan untuk melakukan interaksi lebih dekat kepada siapapun. Media sosial membuat komunikasi yang lebih individual, dua arah, dan personal.

Media sosial memiliki sifat viral yang sama halnya seperti virus yaitu menyebar dengan cepat.

- a. Jenis Media Sosial

1. *Social Network* media sosial yang memberikan fasilitas jaringan sosial secara virtual.
2. *Discuss* media sosial yang memberikan fasilitas saling mengobrol kepada pengguna.
3. *Share* media sosial yang menawarkan fasilitas untuk berbagi file audio, visual dan audio visual.
4. *Social Game* media sosial yang memberikan fasilitas *game* untuk dimainkan bersama.
5. *Livestream* media sosial yang memberikan fasilitas berupa tayangan langsung.
6. *Microblog* media sosial yang memberikan fasilitas dengan pesan berkapasitas terbatas.

### 3. Remaja

#### a. Pengertian Remaja

Remaja berasal dari bahasa latin yaitu *adolescence* yang berarti tubuh ataupun tumbuh menjadi dewasa, istilah *adolescence* memiliki arti yang luas mencakup kematangan mental, emosional sosial dan fisik (Hurlock, 1992 : 112).

Masa remaja ialah masa transisi, karena pada saat itu, seseorang telah meninggalkan masa kanak-kanaknya namun ia juga mulai memasuki fase masa dewasa. Kalangan remaja biasanya menjadi hiperaktif di media sosial bahkan sampai memposting kegiatan sehari-hari. Setiap individu menampilkan karakter yang berbeda-beda. (Putri, 2016 : 48)

Rentang usia remaja ialah 10 – 21 tahun. Fase remaja merupakan fase peralihan dari fase anak-anak menuju masa dewasa. dalam segi karakteristik terlihat adanya perubahan yang terjadi baik itu perubahan fisik maupun psikis. Perubahan fisik yang bisa dilihat ialah perubahan pada karakteristik seksual. Perubahan mental pun mengalami perkembangan, pada fase ini pencapaian identitas diri sangat menonjol, pemikiran yang semakin logis, berpikir abstrak dan bahkan mulai berpikir idealis (Diananda, 2019 : 117-118).

Berdasarkan karakteristiknya, remaja secara umum memiliki kondisi emosional yang stabil. Terlihat dari bagaimana remaja sering

meluapkan emosi dan mengungkapkan segala keluh kesah di media sosial. Namun remaja memiliki sifat kritis dan mampu menentukan tindakannya dalam menggunakan media sosial. Dalam membangun identitas diri, remaja memiliki pemikiran yang jauh kedepan, mereka memilah dan memilik secara kritis mengenai gambaran yang akan mereka bentuk di media sosial (Sakti & Yulianto, 2018 : 2).

#### b. Tahapan Perkembangan Remaja

Masa remaja ialah masa peralihan atau masa transisi dari anak-anak menuju dewasa. Pada masa ini banyak pertumbuhan dan perkembangan baik secara fisik maupun mental (Diananda, 2019 : 117-118) sehingga dikelompokkan remaja dalam tahapan berikut ini

##### i. Pra Remaja (11 atau 12-12 atau 14 tahun)

Pra remaja ini merupakan masa yang pendek, lebih kurang hanya satu tahun. untuk laki-laki usia 12 atau 13 tahun – 13 atau 14 tahun. Fase ini merupakan fase negatif karena terlihat dari tingkah laku. Remaja mulai melihatkan *refletivnes* mengenai diri mereka yang berubah dan semakin meningkat mengenai apa yang orang pikirkan tentang mereka

##### ii. Remaja Awal (13 atau 14 tahun – 17 tahun)

Pada fase ini, perubahan terjadi sangat pesat dan sampai pada puncaknya. Tidak terkontrolnya emosional dan tidak

stabil dalam banyak hal terjadi pada usia ini. Pola hubungan sosial mulai berubah menyerupai orang dewasa muda hingga sering merasa sudah pantas untuk mengambil keputusan sendiri. Pemikiran semakin logis, abstrak dan idealistis dan semakin banyak mengurangi waktu dalam kegiatan bersama keluarga.

### iii. Remaja Lanjut (17-20 atau 21 tahun)

Pada fase ini, remaja menjadi pusat perhatian. ia ingin menonjolkan dirinya. sudah mulai idealis, mempunyai citacita yang tinggi, mulai bersemangat dan memiliki energi dan tenaga yang besar. Ia berusaha menetapkan identitas diri, dan ingin mencapai emosional yang tidak ketergantungan.

Generasi milenial saat ini adalah mereka yang tumbuh, hidup dan berkembang pada iklim komunikasi dengan karakteristik media baru. Pemanfaatan media baru oleh generasi milenial digunakan untuk menunjang berbagai kebutuhan. Pengaruh teknologi komunikasi pada era media baru yang mewujudkan berbagai kemudahan untuk mengakses apa saja yang ikut membentuk karakter remaja menjadi ingin tahu. Hal tersebut menjadi penyebab generasi milenial lebih cenderung mempertanyakan sesuatu (Iswandi, 2019 : 25). Hal tersebut menunjukkan betapa dekatnya remaja sebagai generasi milenial dengan teknologi seperti new media.



#### 4. Literasi Media

##### a. Pengertian Literasi Media

*Media literacy* / literasi media berasal dari dua kata, yaitu literasi dan media. literasi diartikan sebagai kemampuan membaca serta menulis dengan sebutan lain melek media. Sedangkan media ialah suatu perantara yang bisa dalam wujud benda, manusia, peristiwa. Maka literasi media adalah kemampuan mencari, mempelajari, dan memanfaatkan berbagai sumber media dalam berbagai bentuk (Kurniawati & Baroroh, 2016 : 53).

Literasi media sosial merupakan keterampilan pengguna media sosial dalam memilah, mencari, dan mengaplikasikan sumber informasi yang berasal dari media sosial. Masyarakat yang melek informasi di media sosial akan menjadi orang yang kritis saat mendapatkan informasi dan masyarakat yang peka terhadap informasi di media sosial akan sulit untuk diadu domba perihal kepetingan tertentu (Ganggi, 2018 : 340-341).

Mengikuti perkembangan zaman, literasi media mengalami perubahan menyesuaikan waktu. Bersamaan dengan terjadinya perkembangan teknologi di media yang menjadi sarana komunikasi. perkembangan itu dimulai dari literasi media di era media cetak, literasi media pada saat masa media elektronik dan literasi media pada era media baru ataupun media digital yang

menggabungkan dan menggunakan format audio, visual, dan format lainnya (Moekahar & Handayani, 2019 : 13).

Literasi media keterampilan yang sudah pasti kita dapatkan secara alamiah. Maka dari itu kemampuan literasi media ini ada baiknya di tingkatkan karena dilihat dari lajunya arus informasi di media sosial yang dapat membuat masyarakat akan salah paham mengenai informasi yang sangat cepat mengalir.

Selain literasi media, terdapat juga literasi digital yang dimana literasi digital ini merupakan rasa ketertarikan dan kemampuan individu saat menggunakan teknologi dan alat komunikasi dalam mengakses, mengintegrasikan, menganalisis, mengelola dan mengevaluasi informasi dan berkomunikasi dengan orang lain (Kurniawati & Baroroh, 2016 : 54).

Memahami literasi media berkaitan dengan peningkatan kemampuan pengguna media sosial dalam menganalisis dan memfilterisasi media. Terdapat beberapa elemen literasi menurut Silverblatt (1995), yaitu :

1. Kesadaran akan pengaruh media terhadap individu dan sosial.
2. Pemahaman akan proses komunikasi massa.
3. Pengembangan strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan media.
4. Kesadaran bahwa isi media ialah tulisan yang menggambarkan kebudayaan dan diri kita pada saat ini.

5. Mengembangkan kesenangan, pemahaman, dan penghargaan terhadap isi media.

b. Tujuan Literasi Media

Literasi media memiliki dua tujuan utama yaitu bagi individu dan tujuan bagi komunitas sosial. Berikut tujuan literasi media sosial :

1. Tujuan bagi Individu

Literasi media membantu individu untuk bisa menerjemahkan pesan yang kompleks yang mereka dapat melalui media internet. Mereka tidak hanya memahami pesan media pada permukaan teks atau video tetapi juga mampu memahami pesan yang lebih penting, yaitu pesan yang tersirat pada teks maupun video. Pengguna media sosial yang *media literate* pastinya akan memahami cara memproduksi media milik mereka sendiri dan menjadi partisipan yang aktif dalam kegiatan bermasyarakat di dunia nyata dan lebih luas (Adiputra, 2008 :8).

2. Tujuan Bagi Komunitas Sosial

Tujuan sosial literasi media bagi komunitas sosial ialah mentransformasi konsumsi media menjadi aktif dan kritis. Membantu masyarakat mencapai pemahaman yang lebih luas dari potensi misrepresentasi dan manipulasi. Untuk

membantu masyarakat memahami peran media massa dalam membangun realita ( Adiputra, 2008 : 9).

c. Pentingnya Peran Literasi Media

Pada masa ini, peran literasi media menjadi lebih sentral. jika memiliki dan mengelola media tidak bisa dilakukan oleh beberapa kelompok masyarakat maka literasi media ialah sebuah jalan keluarnya. Adanya literasi media dapat membantu pengguna media sosial menguasai pemaknaan hingga kritis, tidak hanya menjadi orang yang pasif dalam menerima pesan dan menerima informasi dari media sosial.

Adanya literasi media tentu saja memudahkan masyarakat mengenali bagaimana media dapat mempengaruhi mereka dalam menentukan persepsi dan kepercayaan membentuk budaya yang populer dan dapat berpengaruh pada pillihan personal. Literasi tentu saja membantu pengguna media sosial dengan kecakapan untuk berpikir secara kritis dan aktif dalam menerima ataupun menyebarluaskan informasi di media sosial (Adiputra, 2008 : 9).

Media merupakan dasar bagi masyarakat, bahkan untuk semua negara di dunia tak hanya di indonesia saja untuk dapat memberikan kebebasan dalam berekspresi dan memperoleh informasi. Pada tahap ini literasi media menjadi instrumen penting dalam membantu masyarakat dalam mengontrol penggunaan media sosial sebagai media informasi.

#### d. Tingkatan Literasi Media

Tingkat Kemampuan Literasi media yang dimiliki setiap orang menurut *European commission* (2009) dibagi menjadi tiga yaitu, tingkat dasar (*basic*), tingkat medium dan tingkat lanjutan (*advanced*).

##### a. Tingkat dasar (*basic*)

Kemampuan literasi media dari individu yang paling dasar, individu memiliki kemampuan dalam menggunakan internet dan mengetahui fungsi dari media internet dan mampu menerjemahkan kegunaan dari media social namun mereka belum mampu mengkritisi media dengan baik atau masih terbatas

##### b. Tingkat Medium

Kemampuan Literasi dimana individu sudah mengetahui secara mendalam fungsi dan mampu mengoperasikan media secara baik dan kompleks. Individu mengetahui bagaimana cara mendapatkan dan mengevaluasi informasi yang dibutuhkan dari konten internet.

##### c. Tingkat Lanjutan (*Advanced*)

Tingkatan ini merupakan tingkat tertinggi dalam penggolongan tingkatan literasi media. Pada tingkatan ini individu dianggap mampu dan sudah ahli dalam menggunakan media social, menyadari dan tertarik dengan

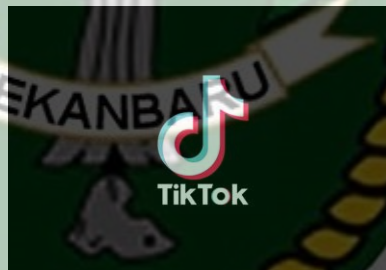
penggunaan berbagai konten dari media sosial. Individu mampu menciptakan atau membuat pesan berupa informasi yang disebarakan melalui media social.

## 5. Tiktok

### a. Pengertian Tiktok

Tiktok merupakan salah satu *platform* media sosial yang perkembangannya paling cepat di dunia. Tiktok kini menjadi aplikasi media sosial yang terpopuler sejak 2020. TikTok merupakan aplikasi yang ditemukan oleh Zhang Yimin pada September tahun 2016 lalu. TikTok merupakan layanan yang dikembangkan oleh perusahaan ByteDance milik Zhang Yimin.

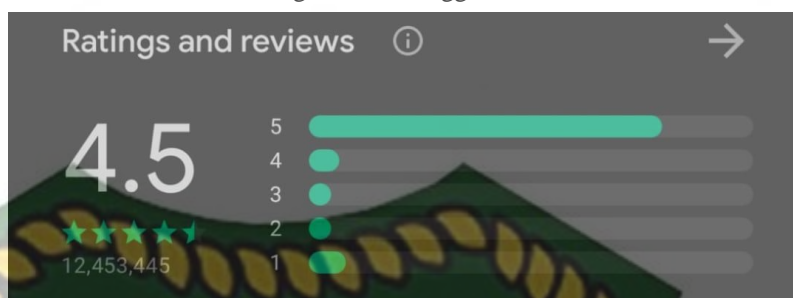
Gambar 2.1 Logo Media sosial tiktok



Sumber : Google

Tiktok merupakan salah satu media sosial baru dimana setiap pengguna bisa membuat berbagai macam video dan berinteraksi secara langsung melalui komentar maupun chat secara pribadi. Saat ini tiktok sedang menjadi media yang populer disemua kalangan. Terbukti dengan rating yang dapat dilihat melalui aplikasi playstore dengan bintang sebanyak 4.5M dan reviews sebanyak 12,453,445 pengguna dari seluruh dunia.

Gambar 2.2 Rating Review Pengguna Media Sosial Tiktok



Sumber : Google Playstore

Di Indonesia, pengguna tiktok menempati peringkat kedua setelah youtube. tiktok memiliki peringkat yang jauh lebih tinggi di atas dibandingkan dengan pengguna instagram. tiktok merupakan platform media sosial yang dapat membuat atau bahkan membagikan video dengan menggunakan background music yang populer dan dapat berisi video klip dan video-video lainnya (Rahardaya & Irwansyah, 2021 : 316).

Di platform tiktok terdapat konten-konten yang di buat oleh para kreator dengan tema yang bermacam-macam, dengan tema seperti konten dance, masak, tutorial make up, menyebar informasi, challenge dan masih banyak lagi konten lainnya.

Aplikasi ini diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok, China, ByteDance pertama kali meluncurkan aplikasi yang memiliki durasi pendek yang bernama Douyin. Hanya dalam waktu 1 tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap hari. Popularitas Douyin yang tinggi membuatnya melakukan perluasan ke luar China dengan nama Tik Tok. Menurut laporan dari sensor tower, aplikasi ini diunduh 700 juta kali

sepanjang tahun 2019. Hal ini membuat tiktok dapat mengungguli sebagian aplikasi yang berada dibawah naungan facebook inc. (Kusuma, 2020 : 45).

Aplikasi ini banyak digunakan oleh berbagai macam orang dari segala umur tidak menutup kemungkinan terdapat konten-konten yang mengandung unsur negatif di dalamnya. Adanya konten-konten negatif tersebut tentunya dapat membahayakan untuk perkembangan mental penggunanya yang rata-rata remaja yang berusia di bawah 18 tahun karena belum stabilnya dari segi pendirian maupun pemikiran. Masa remaja merupakan masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa dalam hal ini terdapat perkembangan baik itu secara fisik maupun mental.

Hal yang membuat tiktok menonjol dibandingkan dengan aplikasi pesaing lainnya ialah aplikasi ini memungkinkan semua orang untuk menjadi content creator dengan segala kemudahan dan kesederhanaannya. Aplikasi tiktok memungkinkan setiap orang untuk menjadi content creator dan mendorong pengguna untuk membagikan ekspresi kreatif. Layanan aplikasi ini memungkinkan penggunanya untuk membuat video pendek berdurasi 15 hingga 60 detik yang disertai dengan musik, filter dan fitur kreatif lainnya. Durasi yang cukup singkat ini merupakan strategi pemasaran yang digunakan untuk menarik perhatian pengguna karena tidak



menggunakan banyak waktu dan pengguna dapat mengidentifikasi konten pilihan dan beralih ke video lainnya jika tidak tertarik.

## B. Definisi Operasional

Berdasarkan judul penelitian yang akan dilakukan yaitu “literasi media sosial tiktok (studi deskriptif pada remaja dalam menentukan validitas informasi). Maka variabel dari penelitian ini yaitu :

1. Literasi media adalah keterampilan pengguna media sosial dalam memilah, mencari, dan mengaplikasikan sumber informasi yang berasal dari media sosial. Dalam penelitian ini, literasi media yang dimaksud adalah kemampuan atau keterampilan pengguna media (Media sosial tiktok).
2. Media baru (*New Media*) adalah media yang isinya terdapat segala hal yang sudah terpengaruh oleh perkembangan teknologi baik pesan maupun informasi yang berasal dari internet.
3. Media sosial sarana untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun jaringan melalui media komunikasi secara online.
4. Remaja adalah masa transisi, karena pada saat itu, seseorang telah meninggalkan masa kanak-kanaknya namun ia juga mulai memasuki fase masa dewasa.
5. Tiktok adalah jenis media sosial berbentuk mikroblog yang dapat digunakan untuk membagikan pesan, cerita, atau informasi kepada pengguna lainnya dalam bentuk Video 15 detik – 3 Menit.

### C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Astrid Kusuma Rahardya, Mahasiswa Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia dan Irwansyah, Staf Pengajar Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia	Studi literatur penggunaan media sosial tiktok sebagai sarana literasi digital pada masa pandemi covid-19	Hasilnya menunjukkan bahwa literasi digital diperlukan dalam penggunaan media sosial, salah satunya tiktok yang mana jika tidak dilakukan akan menimbulkan dampak negatif. Literasi digital juga sangat diperlukan di berbagai bidang dan sektor karena keberadaannya yang mampu mengontrol masyarakat agar terhindar dari informasi yang kurang akurat dan tindak kejahatan <i>cybercrime</i> .
2	Velantin Valiant, Fikom UPI Y.A.I	Pengelolaan konten tiktok sebagai media informasi (Studi deskriptif kualitatif mengenai pengelolaan konten tiktok pada akun @iben_ma )	unsur-unsur komunikasi seperti sumber, pesan, media, penerimaan, efek, dan umpan balik sangat penting dibutuhkan pada pengelolaan konten tiktok sebagai media informasi yang edukatif (studi deskriptif pengelolaan konten pada akun @iben_ma) karena unsur komunikasi sangat bermanfaat pada saat penyampaian isi konten , agar terciptanya komunikasi yang efektif.
3	Sapta Sari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Dehasen Bengkulu	Literasi media pada generasi milenial di era digital	Perkembangan literasi media pada generasi milenial di era digital ini masih belum sesuai harapan. Generasi milenial belum mendapatkan pengetahuan yang baik mengenai literasi media, sehingga masih banyak ditemui pelanggaran dalam bermedia sosial khususnya dalam hal menyaring dan menyebarkan informasi kepada publik.

Berikut peneliti memaparkan perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti, antara lain :

### **1. Astrid Kusuma Rahardya dan Irwansyah**

Persamaan dengan penelitian peneliti ialah kedua penelitian membahas media sosial tiktok yang menjadi saran literasi digital. media yang digunakan sesama media sosial tiktok dan terfokus kepada mengenai literasi media / literasi digital. Perbedaan pada penelitian ini dengan peneliti ialah penelitian terdahulu dibuat untuk melihat literasi digital di masa pandemi covid-19. Perbedaan lainnya ditemukan ialah penelitian terdahulu tidak hanya fokus kepada golongan remaja saja melainkan seluruh golongan secara umum. Perbedaan lain yang ditemukan pada penelitian terdahulu ialah menggunakan metode penelitian kualitatif (Studi meta-analisis).

### **2. Velantin Valiant**

Persamaan dengan penelitian peneliti ialah kedua penelitian sama sama menjadikan media sosial tiktok sebagai media informasi. Persamaan lain yang ditemukan pada penelitian terdahulu ialah sama sama menggunakan metode kualitatif (studi deskriptif) perbedaan penelitian ini dengan peneliti ialah penelitian terdahulu hanya mencakup satu akun tiktok sebagai sumber informasi.

### 3. Sapta Sari

Persaman dengan penelitian peneliti ialah kedua penelitian sama sama membahas literasi media di kalangan generasi milenial yang mana remaja saat ini merupakan generasi milenial. Persaman lain yang ditemukan pada penelitian terdahulu ialah sama samamenggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penliti ialah penelitian terdahulu mencakup seluruh media terkhusus internet sebagai penerapan literasi media digital.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan masalah dan tujuan yang sudah dijelaskan, maka peneliti memilih menggunakan pendekatan kualitatif dimana peneliti melakukan kegiatan penelitian melalui wawancara secara mendalam. Artinya data yang dikumpulkan bukan dalam bentuk angka, melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, dokumen pribadi, catatan dan dokumentasi resmi lainnya. Sehingga yang menjadi tujuan dari metode penelitian kualitatif ialah mendapatkan realita mengenai penerapan literasi media bagi pengguna media sosial.

Metode penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Pendekatan kualitatif merupakan satu tradisi tertentu dalam pengetahuan sosial yang secara fundamental dan bergabung dari pengamatan oleh manusia, didalam kawasannya ataupun dalam mengistilalkannya (Juliswara, 2017 : 145).

Metode penelitian kualitatif merupakan tradisi ilmiah yang digunakan dalam kegiatan penelitian di bidang keilmuan khususnya ilmu-ilmu sosial, budaya, pendidikan, dan psikologi. Dalam tradisi penelitian terapan, metode ini sudah banyak diminati karena manfaatnya lebih bisa dipahami dan langsung menuju kepada tindakan kebijakan jika dibanding dengan penelitian kuantitatif. Istilah lain dari penelitian kualitatif ialah penelitian

*naturalistik, pasca-positivistik, fenomenologis, etnografik, studi kasus, dan humanistik* ( Subadi, 2006 : 10).

Sasaran penelitian ini khusus remaja pekanbaru yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti dalam proses penerapan literasi media pada media sosial tiktok sehingga dikategorikan sebagai penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat membuat deskripsi atau keterangan secara sistematis mengenai penerapan literasi media dalam menggunakan media sosial tiktok oleh remaja di kota pekanbaru.

## **B. Subjek dan Objek Penelitian**

### **1. Subjek Penelitian**

Dalam menentukan subjek penelitian, peneliti memilih menggunakan metode *purposive sample* yang mana menyertakan *sample* yang khusus. Peneliti akan membuat kriteria dalam menyeleksi *sample* sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian ini. *Purposive sample* berarti teknik penarikan *sample* yang digunakan sesuai dengan tujuan peneliti, dimana *sample* yang digunakan sesuai dengan kriteria tertentu yang telah disusun oleh peneliti.

Yang menjadi subjek penelitian ini ialah remaja di Pekanbaru yang berjumlah 5 orang yang menggunakan tiktok sebagai salah satu media informasi dengan kriteria sebagai berikut :

1. Remaja berusia 18 – 21 tahun.
2. Remaja yang menggunakan media sosial tiktok sebagai media informasi.
3. Remaja yang berdomisili di Pekanbaru.
4. Remaja yang paham dalam menggunakan media sosial di kehidupan sehari-hari.
5. Remaja yang memiliki akun tiktok dan kecakapan digital terutama pada media sosial tiktok.
6. Remaja yang menerima dan menikmati informasi dari akun @putrabrahms, @cheryantoinette, dan @rizky\_aul

Tabel 3. 1 Data Informan

No	Nama	Umur	Status
1	Meri Oktavia	21 Tahun	Mahasiswa
2	Mila Amelia	21 Tahun	Mahasiswa & Karyawan
3	Tesa Gita Rinanada	21 Tahun	Mahasiswa
4	Livia Septiani Rioza	18 Tahun	Siswa / Pelajar
5	Nada Dava Salsabila	21 Tahun	Mahasiswa & Karyawan
6	Dinna Nathalia	19 Tahun	Siswa / Pelajar
7	Fazila Arista	21 Tahun	Mahasiswa & Karyawan
8	Annisya Bella Santiera	20 Tahun	Mahasiswa

Informan yang dipilih untuk diteliti merupakan informan yang menggunakan media sosial tiktok hanya sebagai media informasi dan media hiburan saja. Informan yang dipilih tidak harus memiliki banyak *followers* atau sering mengupload video di media sosial tiktok. Dipilih berdasarkan apakah mereka sering membuka aplikasi tiktok dan menerima banyak informasi di media sosial tiktok.

## 2. Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah penerapan dan penggunaan literasi media oleh remaja di media sosial tiktok dalam menentukan validitas informasi

## C. Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian akan dilakukan di akun tiktok milik *content creator* @putrabrahms, @cheryantoinette, dan @rizky\_aul.

### 2. Waktu Penelitian

Tabel 3. 2 Tabel waktu penelitian

NO	JENIS KEGIATAN	BULAN DAN MINGGU KE																			
		Novemb er				Desember				Jan-Feb				Mar-Apr				Mei-Jun			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan dan Penyusunan UP	x	x	x	x																
2	Seminar UP							x													
3	Riset									x	x	x	x	x	x	x	x				
4	Pengolahan dan Analisis Data														x	x	x				
5	Konsultasi Bimbingan Skripsi																				
5	Ujian Skripsi									x	x	x	x	x	x	x	x	x			
6	Revisi dan Pengesahan Skripsi																				x
7	Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi																				x
																					x



#### D. Sumber Data

Sumber data pada penelitian kualitatif berupa kata / kalimat dan tindakan, selebihnya merupakan data tambahan seperti dokumen ataupun data tertulis, foto, dan statistik. kata / kalimat dan tindakan orang yang dapat diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama (Rijali, 2019 : 86).

Sumber data merupakan sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data yang bersangkutan, berdasarkan data yang ada dapat dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

##### 1. Data Primer

Data primer ialah data yang dibuat oleh peneliti dengan tujuan khusus agar menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi dan ditangani. Data dikumpul oleh peneliti langsung dari sumber data maupun tempat objek penelitian dilaksanakan. Data primer merupakan data yang memuat data utama yakni data yang didapatkan secara langsung di tempat penelitian (Nugrahani, 2014 : 16). Data primer pada penelitian ini yaitu wawancara dengan narasumber, foto dokumentasi ketika melakukan penelitian.

##### 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data tambahan yang diperoleh secara tidak langsung di lapangan, melainkan dari sumber yang telah dibuat oleh orang lain, contoh : buku, dokumen, foto dan statistik. Sumber data sekunder pada penelitian fungsinya sebagai sumber

data pelengkap ataupun yang utama jika tidak ada narasumber dalam fungsinya sebagai sumber data primer (Nugrahani, 2014 : 63)

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Observasi

Teknik pengumpulan data observasi tidak hanya dilakukan terhadap realitas atau kenyataan yang terjadi di tempat penelitian, tetapi juga dari yang terdengar. Berbagai macam ungkapan ataupun pertanyaan yang terlontar saat melakukan percakapan dalam kehidupan sehari-hari juga termasuk bagian dari kenyataan yang di observasi melalui indera pendengaran. Bahkan sejumlah suasana terasakan, seperti rasa tercekam, rasa senang dan semacamnya juga termasuk bagian dari kenyataan yang dapat di observasi (Fasial, 2010:66) dalam (Rijali, 2019 : 90). Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan cara membaca komentar dan tanggapan dari pengguna media sosial tiktok pada kolom komentar yang terdapat disetiap video yang dipilih untuk diteliti.

### 2. Dokumen

Teknik pengumpulan data dokumen, merupakan pengumpulan yang berisikan sumber data digunakan untuk melengkapi kegiatan penelitian, berupa sumber tertulis, film, gambar (foto), dan karya monumental, yang seluruh datanya memberikan informasi dalam melaksanakan penelitian (Augina, 2020 : 151).

### 3. Wawancara

Wawancara merupakan proses mengumpulkan keterangan untuk tujuan penelitian dengan melakukan tanya jawab antara pewawancara dengan responden yang menjawab sesuai dengan panduan wawancara.

Proses wawancara pada penelitian ini ialah wawancara mendalam (*indepth interview*) yang mana sebagian besar data dari penelitian kualitatif didasarkan pada wawancara secara mendalam, teknik ini menggunakan pertanyaan *open-ended* yang mengutamakan sikap etis kepada informan. data yang didapat yaitu pendapat, persepsi, pandangan, perasaan, dan pengetahuan informan (Augina, 2020 : 151).

#### F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data tidak sekedar digunakan untuk menyanggah apa yang telah ada di konsep penelitian kualitatif, yang menyatakan bahwa penelitian ini tidak bersifat ilmiah, tapi teknik pemeriksaan keabsahan data sebagai tahapan yang tidak bisa dipisahkan dari tubuh pengetahuan pada penelitian kualitatif (Augina, 2020 : 147).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan data yaitu triangulasi data. Triangulasi merupakan pendekatan analisis data yang mensitesa data dari berbagai sumber. triangulasi bukan bertujuan mencari kebenaran, tetapi meningkatkan pemahaman peneliti terhadap data dan fakta yang dimiliki (Bachri, 2010 : 55).

Pada prinsipnya, triangulasi merupakan model pengecekan data yang digunakan untuk menentukan apakah sebuah data tepat dan sesuai dalam menggambarkan fenomena pada sebuah penelitian. Maka dari itu, ada banyak cara yang dilakukan dalam sebuah penelitian (Bachri, 2010 : 57). Triangulasi atau biasa disebut *check* dan *crosscheck* yang berasal dari sumber lain terhadap perolehan data yang terkumpul yang diharapkan dapat memperkuat validitas dari hasil penelitian.

Melalui triangulasi, peneliti melakukan pengecekan keabsahan data yang diperoleh melalui *crosscheck* dengan membandingkan data yang didapat dari hasil melakukan wawancara dengan data pengamatan maka dapat disimpulkan bahwa ada permasalahan yang harus kembali di cek maupun ditinjau kembali.

#### **G. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan hal yang harus dilakukan setelah melakukan proses pengumpulan data. Analisis data ialah bagian terpenting dalam metode ilmiah, karena analisis data berguna untuk menyelesaikan masalah penelitian. Data yang masih mentah tidak akan berguna jika tidak dianalisis. Data mentah harus ditipologikan menjadi kelompok kemudian dianalisis untuk menjawab masalah / menguji hipotesis (Nugrahani, 2014 : 176).

Selama kegiatan analisis data dilakukan pada proses siklus, secara tidak langsung sudah dilakukan triangulasi data untuk kepentingan penatikan simpulan pada akhir penelitian. Ketiga langkah pada komponen analisis interaktif ialah sebagai berikut (Nugrahani, 2014 : 178-179) :

a. Reduksi Data

Komponen pertama dalam kegiatan analisis data kualitatif ialah reduksi data dimana peneliti melakukan proses pemilihan atau seleksi, pemusatan perhatian atau pemfokusan, penyederhanaan dan pengabstrakan dari seluruh jenis informasi yang dapat mendukung data penelitian yang diperoleh dan dibuat selama proses penggalian data di tempat penelitian dilaksanakan. Ketika berlangsungnya proses pengumpulan data, reduksi data dilakukan dengan membuat catatan secara ringkas mengenai isi dari catatan data yang sudah didapat selama melakukan penelitian di tempat penelitian.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kumpulan informasi yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan kesimpulan dan mengambil tindakan. Sajian data ini merupakan rakitan dari sebuah informasi dalam bentuk deskripsi dan narasi yang lengkap disusun berdasarkan pokok temuan yang ada dalam reduksi data dan disajikan melalui bahasa peneliti yang logis.

c. Menarik Kesimpulan

Penarikan simpulan ialah kegiatan penafsiran terhadap hasil dari menganalisis dan menginterpretasikan data. Menarik kesimpulan hanya salah satu kegiatan pada konfigurasi yang utuh. simpulan perlu diverifikasi selama penelitian berlangsung agar dapat dipertanggung jawabkan.



## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Profil Content Creator

*Content creator* adalah pekerjaan di media sosial membuat konten di media berupa gambar, suara, video, tulisan, ataupun gabungan dari materi. Semakin menarik konten yang disajikan maka semakin besar ketertarikan masyarakat untuk melihat konten yang disajikan.

Gambar 4.1.1. 1 Screenshoot home page



Sumber : Fyp / Home page tiktok  
Diakses pada 04 Februari 2022

Tentunya setiap konten yang disajikan oleh *content creator* akan dilihat oleh pengguna tiktok lainnya terlebih jika video yang di upload termasuk kedalam kategori *for your page*. *For your page* (FYP) merupakan bagian tab yang isinya kumupulan video yang sesuai dengan algoritma tiktok sehingga dapat muncul di timeline tiktok.

FYP bisa disebut sebagai *Home page* dari media sosial tiktok karena terletak pada awal ketika media sosial tiktok dibuka. Jenis video yang akan tampil di FYP biasanya mengikuti apa yang sedang menjadi *trend* saat ini dan juga tergantung video apa yang pernah bahkan sering dicari oleh pengguna tiktok.

Dalam media sosial tiktok terdapat banyak *content creator* yang menyajikan konten mulai dari konten yang positif, menghibur, menarik, memberikan informasi, dan tips serta ada konten yang bisa dinilai sebagai konten negatif. Positif atau negatifnya sebuah konten yang disajikan tergantung penilaian dari penikmat konten atau pengguna tiktok lainnya seperti *followers* atau hanya orang-orang yang melihat informasi tersebut melalui FYP.

Menjadi *content creator* di media sosial tiktok tentunya akan mendapatkan benefit dari setiap video yang mereka tayangkan. Untuk menjadi *content creator* tentunya diperlukan sebuah konsistensi dalam membuat sebuah konten setiap harinya agar bisa mendapatkan *algoritma* tiktok yang sesuai. Selain konsisten tentunya sebagai *content creator* juga harus mengikuti apa saja trend yang sedang ramai sehingga bisa menyesuaikan informasi apa yang akan disebar. Kemudian *content creator* juga harus sebisa mungkin membuat informasi menjadi menarik disajikan dengan cara yang khas dan tentunya informasi juga harus bermanfaat tidak hanya informasi abal-abalan saja.

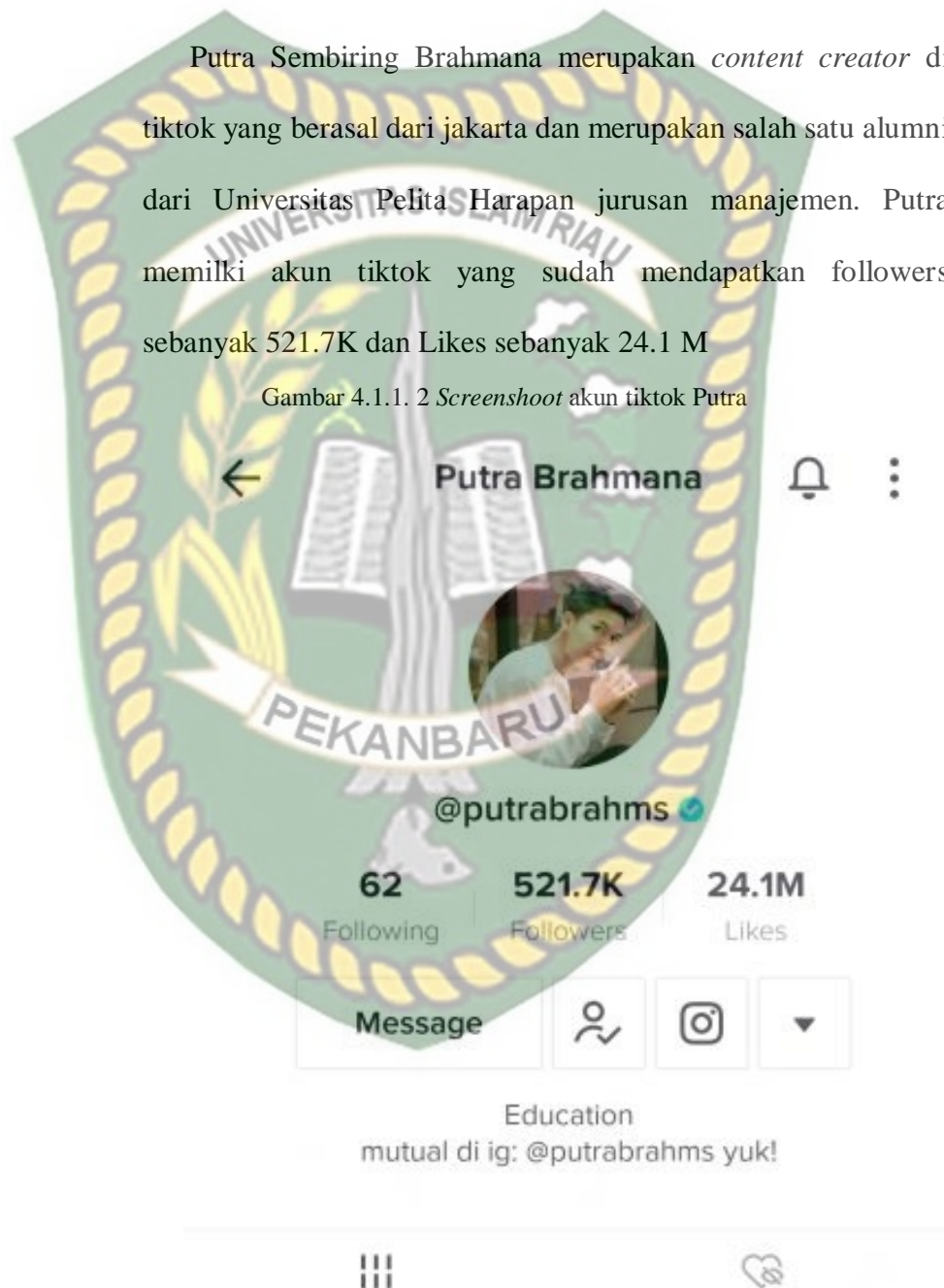


Penulis akan menjabarkan 3 akun *content creator* yang akan diteliti, yaitu :

i. @Putrabrahms

Putra Sembiring Brahmana merupakan *content creator* di tiktok yang berasal dari jakarta dan merupakan salah satu alumni dari Universitas Pelita Harapan jurusan manajemen. Putra memiliki akun tiktok yang sudah mendapatkan followers sebanyak 521.7K dan Likes sebanyak 24.1 M

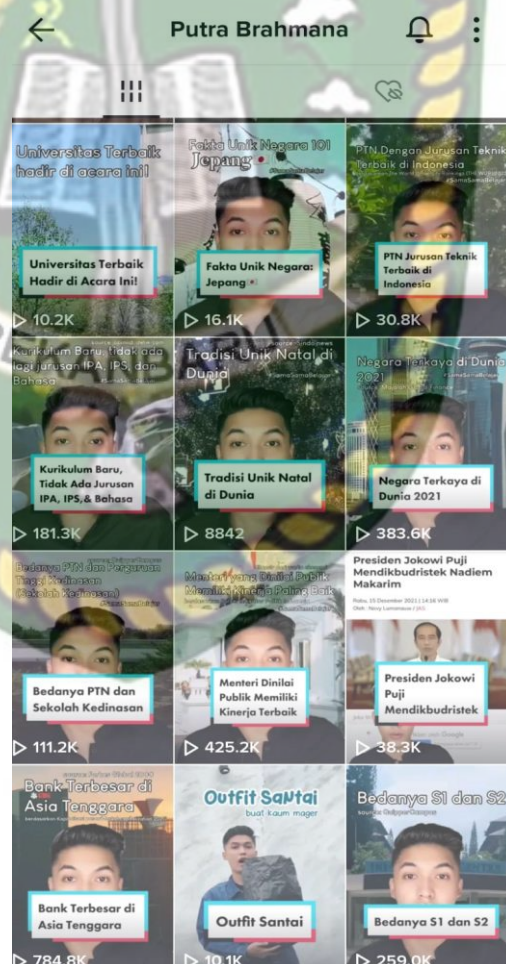
Gambar 4.1.1. 2 Screenshoot akun tiktok Putra



Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSd8jbgoe/>  
Diakses pada 20 Februari 2022

Putra brahmana aktif menggunakan tiktok sejak tanggal 24 Agustus 2020, pada saat itu video yang ia upload mencapai 102.3K. Hingga saat ini putrabrahms aktif di tiktok dengan menyajikan konten informasi yang bersifat edukasi. Biasanya konten yang ia berikan seperti informasi jurusan kuliah, informasi universitas, dan informasi lainnya yang bersifat edukasi.

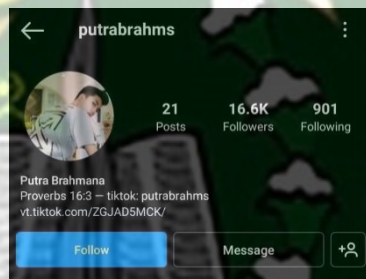
Gambar 4.1.1. 3 Screenshoot sebagian konten video Putra



Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSd8jbgoe/>  
Diakses pada 20 Februari 2022

Putra Sembiring brahmana juga memiliki akun instagram dengan username @putrabrahms dengan jumlah followers 16.6 K. Di akun instagram putra hanya menggunakan instagram sebagai media sosial pribadi saja tidak menggunakan untuk berkarya menyebarkan konten. Namun di instagram, putra tetap mencantumkan link akun tiktok miliknya pada bagian bio *profile*.

Gambar 4.1.1. 4 Screenshoot akun Instagram milik Putra



Sumber : [https://instagram.com/putrabrahms?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/putrabrahms?utm_medium=copy_link)

Diakses pada 20 Februari 2022

Putra juga memiliki Channel Youtube, di youtube ia hanya menyebarkan informasi melalui fitur *shorts video* saja dan tidak begitu aktif menyebarkan konten informasi. Akun youtube putra hanya memiliki 27 Subscribers dan 9 videos.

Gambar 4.1.1. 5 Screenshoot akun Youtube putra



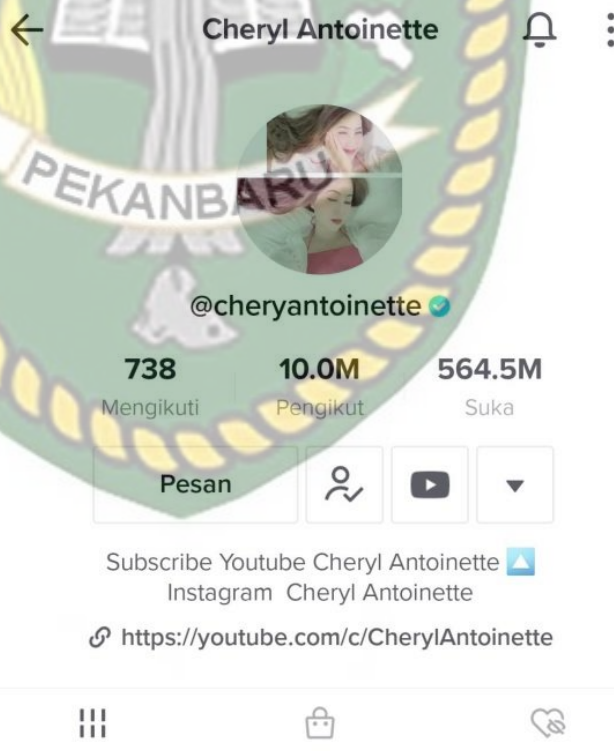
Sumber : <https://youtube.com/channel/UC9JJbo2NITz9oZka2Kqo2Hw>

Diakses pada 20 Februari 2022

## ii. @cheryantoinette

Pemilik akun tiktok @cheryantoinette yang memiliki nama lengkap Cheryl Antoinette ialah seorang tiktoker yang berasal dari Tangerang, Banten. Selain aktif di media sosial tiktok, Cheryl juga aktif pada situs youtube miliknya yang sudah mempunyai 2,1 M *subscribers*. Cheryl memiliki akun tiktok yang sudah mendapatkan 10.0 M *followers* dan *Likes* yang sudah mencapai 564.5 M. Tentunya Cheryl lebih aktif menggunakan media sosial tiktok.

Gambar 4.1.1. 6 Screenshoot akun tiktok Cheryl



Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSd8jb12Q/>

Dikases pada 20 Februari 2022

Cheryl Antoinette mulai aktif menggunakan tiktok sejak 26 Agustus 2020. Dan mulai rutin menyebarkan konten *story telling* informasi mulai 07 Mei 2020 hingga saat ini Cheryl aktif menyebarkan konten *story telling*. Postingan pertama cheryl mengenai *story telling* mencapai 34.4K *viewers*. Konten *story telling* yang disampaikan oleh Cheryl melalui video biasanya mengambil kutipan dari film maupun potongan video menarik lainnya dan dijabarkan kembali dalam bentuk informasi oleh Cheryl. Saat ini *viewers* terbanyak Cheryl mencapai 12.1 M penonton.

Gambar 4.1.1. 7 Screenshoot sebagian konten Cheryl

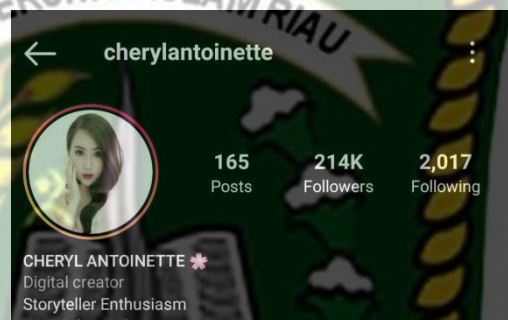


Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSd8jb12Q/>

Diakses pada 20 Februari 2022

Cheryl tentunya memiliki akun instagram username miliknya ialah @cherylantoINETTE dengan jumlah *followers* 214K. Di instagram, cheryl tidak begitu aktif membuat konten informatif. Bebrda dengan tiktok ia lebih sering menggunakan instagram untuk posting kepentingan *endorsement* nya.

Gambar 4.1.1. 8 *screenshoot* akun Instagram Cheryl

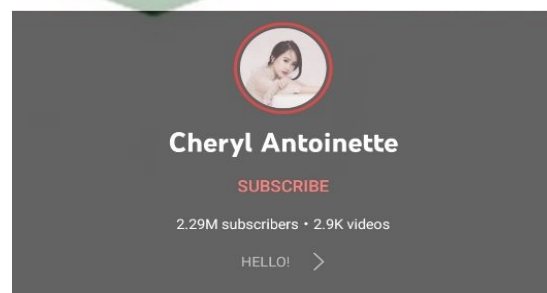


Sumber : [https://instagram.com/cherylantoINETTE?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/cherylantoINETTE?utm_medium=copy_link)

Diakses pada 20 Februari 2022

Di youtube *subscribers* cheryl sudah mencapai 2.29 M dan cheryl juga terbilang aktif dalam menyebarkan video informatif yang *genre* nya sama dengan video di akun tiktok nya, namun *update* konten di cheryl di youtube tidak sesering di tiktok.

Gambar 4.1.1. 9 *screenshoot* akun Youtube Cheryl



Sumber : <https://youtube.com/c/CherylAntoine>

Diakses pada 20 Februari 2022

## iii. @rizky\_aul

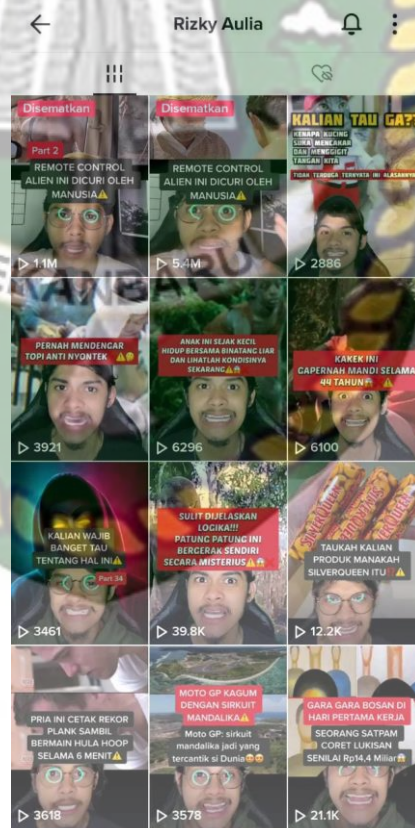
Pemilik akun tiktok @rizky\_aul yang memiliki nama lengkap Rizky Aulia ialah seorang tiktoker yang berasal dari Jakarta, Indonesia. Selain aktif di media sosial tiktok, Rizky juga aktif pada situs youtube miliknya yang sudah mempunyai 543K *subscribers*. Rizky memiliki akun tiktok yang sudah mendapatkan 2.8 M *followers* dan *Likes* yang sudah mencapai 80.7 M. Tentunya Rizky lebih aktif menggunakan media sosial tiktok, karena hampir setiap hari Rizky mengupload video di tiktok.

Gambar 4.1.1. 10 *Screenshot* akun Tiktok milik

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSd8jwNYX/>  
Diakses pada 20 Februari 2022

Rizky Aulia mulai aktif menggunakan tiktok sejak 04 November 2020. Saat ini Rizky aktif menyebarkan konten story telling dan informasi ringan. Postingan pertama rizky mengenai informasi ringan mencapai 10.2 K *viewers*. Konten informasi ringan yang disampaikan oleh Rizky melalui video biasanya mengambil Informasi dari film maupun potongan video menarik lainnya dan dijabarkan kembali dalam bentuk informasi oleh Rizky. Saat ini *viewers* terbanyak Rizky mencapai 21.4 *viewers*.

Gambar 4.1.1. 11 *screenshot* Sebagian konten milik Rizky



Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSd8jwNYX/>

Diakses pada 2022



Rizky aulia memiliki akun instagram dengan username @callmekyosz memiliki *followers* 56.5K. Instagram milik rizky tidak hanya digunakan untuk kepentingan pribadi. Melainkan rizky juga menggunakan akun instagramnya sebagai ladang bisnis *endorment* dan menyebarkan informasi melalui konten yang ia buat.

Di instagram, rizky juga sering menyebarkan konten informatif seperti di tiktok. rizky menggunakan fitur yang tersedia untuk menyebarkan video. Tampilan fitur instagram hampir mirip dengan tiktok yaitu instagram *reels*. Semua video yang rizky sebar di tiktok disebar ulang menggunakan fitur tersebut.

Gambar 4.1.1.12 *screenshoot* Sebagian konten di reels Instagram milik rizky



Sumber : [https://instagram.com/callmekyosz?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/callmekyosz?utm_medium=copy_link)

Diakses pada 20 Februari 2022

## 2. Profil Informan

Dalam penelitian ini fokus sumber informasi terdapat pada remaja yang menggunakan media sosial sebagai sumber informasi. Selain menggunakan media sosial sebagai sumber informasi, juga merupakan remaja yang melek akan literasi media dan paham bagaimana menentukan validitas dari informasi yang terdapat pada media sosial.

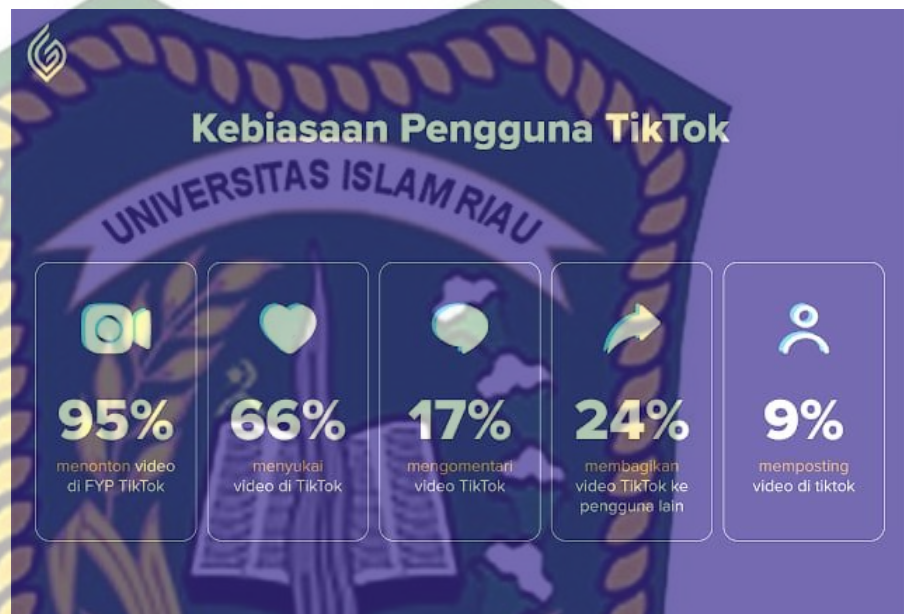
Dikutip dari website Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia Jumlah remaja yang terdapat di Indonesia sebanyak  $\pm 22,200,3$  remaja. Sedangkan di Pekanbaru terdapat  $\pm 78,412$  remaja yang dikutip dari Laporan Data Sektorl BPS kota Pekanbaru.

Informan maupun narasumber yang akan dijadikan sebagai sumber informasi ialah golongan remaja Pekanbaru yang berumur 18-21 tahun. Tentunya informan yang akan di wawancara merupakan 2 siswa sma dan 6 mahasiswa.

Untuk penentuan informan, tidak terfokus kepada jumlah *followers* tiktok informan. Karena kebanyakan orang orang yang menggunakan tiktok tidak peduli akan jumlah *followers* karena di tiktok, untuk mendapatkan informasi secara cepat tidak perlu melakukan saling *follow* satu sama lain dikarenakan di tiktok sudah terdapat bagian *homepage* tersendiri untuk memudahkan penggunaanya mendapatkan berbagai macam informasi yang muncul di bagian *homepage* atau biasa disebut sebagai *for you page* (FYP). Kebanyakan

pengguna tiktok terlihat seperti tidak aktif, akun mereka hanya digunakan untuk mencari informasi dan mendapatkan informasi saja.

Gambar 4.1.2.1 *Survey* oleh ginee.com



Sumber : <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>

Diakses pada 28 Februari 2022

Seperti survey yang pernah dilakukan oleh ginee.com terlihat bahwa pengguna tiktok lebih banyak aktif hanya sekedar menonton video saja. Dengan menonton video, pengguna tiktok bisa mendapatkan informasi. kemudian, aktifitas seperti memberi respon suka, mengomentari, dan menyebarkan tidak begitu banyak. terlebih dalam hal memposting video yang merupakan aktifitas pribadi jauh lebih sedikit, kebanyakan pengguna tiktok jika mereka bukan konten kreator mereka tidak peduli dengan hal itu.

Berikut profil informan yang dipilih menjadi target penelitian mengenai literasi media Sosial di Tiktok (Studi Deskriptif Pada Remaja Dalam Menentukan Validitas Informasi).

**a. Meri Oktavia**

Informan pertama yaitu Meri Oktavia berumur 21 tahun yang merupakan salah satu Mahasiswa dari Universitas Riau, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP), Jurusan Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD). Meri merupakan salah satu mahasiswa akhir semester 8 yang sedang menyusun skripsi.

Dalam kegiatan sehari-harinya Meri selalu menggunakan media sosial. Meri mulai menggunakan media sosial sejak ia duduk di bangku SD, media sosial pertama miliknya ialah media sosial Facebook. Namun saat ini Facebook tidak lagi ia mainkan atau ia gunakan, saat ini Meri jauh lebih aktif menggunakan media sosial Instagram dan Tiktok. Meri juga memiliki media sosial Twitter tetapi media sosial Twitter hanya ia gunakan untuk melakukan stalking terhadap idola-nya saja atau bisa disebut hanya sekedar mencari informasi seseorang yang ia idolakan.

Setiap hari Meri selalu aktif di media sosial Instagram dan Tiktok, baik itu hanya sekedar mencari informasi terbaru atau juga melakukan update mengenai kegiatan yang ia lakukan. Untuk mencari informasi Meri lebih sering menggunakan media sosial Tiktok karena menurutnya media sosial Tiktok ini arus informasi

nya cukup cepat dalam hitungan detik dan hanya sekedar melakukan *swipe up* saja meri bisa mendapatkan informasi terbaru yang disajikan dalam bentuk video yang menarik.

Gambar 4.1.2. 1 Screenshot Akun Tiktok Meri



Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSd8jWT8Q/>

Diakses pada 28 Februari 2022

Gambar 4.1.2.2 merupakan akun media sosial tiktok milik meri, Meri mulai aktif menggunakan media sosial tiktok sejak tahun 2020 hingga saat ini. Dalam menggunakan media sosial tiktok ia hanya sebagai penikmat atau sebagai penonton video yang disajikan oleh content creator di tiktok dan sesekali mengupload video random.

Meri menggunakan media sosial tiktok dalam sehari bisa mencapai 30 menit – 60 menit lamanya untuk scroll fyp tiktok. Pada awalnya ia juga sama dengan oranglain tidak menyukai aplikasi tiktok, namun semenjak terjadinya pandemic dan terbawa

oleh trend saat ini ia menjadi sering membuka tiktok dan menerima informasi dari tiktok.

Menurut meri, tiktok juga merupakan aplikasi yang menarik dan tentunya tidak membosankan seperti media sosial lainnya. Karena tiktok tidak melulu memberi informasi yang berat.

Selain tiktok meri juga menggunakan Instagram yang digunakan meri hanya untuk melihat aktivitas teman saja karena di instagram ada fitur *Insta Story* yang memungkinkan penggunaannya setiap hari melakukan *update* terhadap aktivitas mereka.

Selain menggunakan media sosial tiktok, meri juga memiliki memiliki akun twitter yang twitter hanya digunakan sesekali oleh meri untuk membaca info yang ada di *timeline* ataupun melihat apa yang sedang *trending*. Twitter merupakan salah satu media sosial yang paling jarang digunakan oleh meri.

#### **b. Mila Amelia**

Informan kedua yaitu Mila Amelia yang merupakan salah satu Mahasiswa dari Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI), Fakultas Ilmu Komunikasi (ILKOM), Jurusan Ilmu Komunikasi (ILKOM) dan karyawan di CV Surya Agung. Kegiatan yang dilakukan mila sehari hari ialah ketika pagi hingga sore ia bekerja sebagai salah satu karyawan dibagian administrasi di CV.

Surya Agung. Ketika malam hari mila mengisi waktu dengan berkuliah sebagai mahasiswa UMRI.

Dalam kegiatan sehari-harinya mila selalu menggunakan media sosial. Baik digunakan untuk kepentingan kuliah, mencari informasi, maupun sebagai media hiburan saja. Mila aktif menggunakan media sosial sejak ia masih kecil. Media sosial pertama yang ia miliki ialah facebook. Tetapi sekarang akun facebook mila sudah di hapus dan tidak ada lagi karena mila tidak menggunakan facebook lagi.

Saat ini mila lebih sering menggunakan media sosial instagram dan tiktok untuk melihat berbagai macam konten yang terdapat didalamnya. Di instagram mila hanya sering *update* kegiatan sehari-harinya melalui fitur *instastory*. Untuk mencari atau mendapatkan informasi mila sering menggunakan media sosial tiktok karena di tiktok terdapat sebuah *Homepage* yang memudahkan mila mendapatkan informasi secara cepat.

Gambar 4.1.1.2. 3 Screenshot Tiktok Mila



Gambar 4.1.2.5 merupakan akun media sosial tiktok milik mila. Mila mulai aktif menggunakan media sosial tiktok sejak tahun 2020 hingga saat ini. Mila hanya menggunakan tiktok sebagai media hiburan dan informasi meskipun kadang ia mengupload video random hanya sesekali tidak rutin. Video yang ia upload biasanya video kesehariannya dan video tutorial memasak.

Mila menggunakan media sosial tiktok dalam sehari bisa mencapai 1 jam – 2 jam lamanya untuk scroll fyp tiktok. Menurutnya tiktok saat ini lebih menarik daripada sebelumnya oleh karena itu mila sering menggunakan tiktok sebagai sumber informasi yang sengaja ia butuhkan ataupun informasi yang



secara tidak langsung ia dapatkan melalui video yang lewat di fyp atau melalui akun yang ia *follow*.

Selain menggunakan media sosial tiktok, mila juga salah satu remaja memiliki akun istagram yaitu dengan 1,111 pengikut dan 664 akun yang ia ikuti. instagram digunakan Mila hanya untuk melihat aktivitas teman saja karena di instagram ada fitur *Insta Story* yang memungkinkan penggunaanya setiap hari melakukan *update* terhadap aktivitas mereka.

Di instagram mila juga jarang bahkan sengaja tidak *upload* foto di *feeds* miliknya. Mila cukup aktif menggunakan instagram pada fitur *insta story* karena pada fitur *instastory* gambar atau vidio yang disebarakan hanya bertahan dalam 1 hari kemudia disimpan pada fitur *archive* yang hanya bisa diakses oleh pemilik akun saja sebagai *moments*.

Dalam kegiatan sehari harinya menggunakan media sosial mila hanya bermain instagram dan tiktok saja namun untuk berkomunikasi ia menggunakan whatsapp dan line untuk saling terhubung dengan kerabat.

### c. Tesa Gita Rinanda

Informan ketiga yaitu Tesa Gita Rinanda berumur 21 tahun yang merupakan salah satu Mahasiswa dari Universitas Islam Riau. Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM) Jurusan Ilmu

Komunikasi. Saat ini tesa merupakan salah satu mahasiswa semester 8 yang mengisi kegiatan sehari harinya dengan menyelesaikan skripsi.

Dalam kegiatan sehari harinya, media sosial menjadi hal yang penting bagi tesa demi mendapatkan dan mengakses sebuah informasi baik itu penting atau tidaknya sebuah informasi. tesa mulai menggunakan media sosial sejak saat masih smp. Media sosial pertama yang ia miliki ialah media sosial facebook. Tetapi saat ini facebook sudah hampir tidak pernah ia gunakan lagi.

Saat ini tesa lebih sering mengakses media sosial instagram untuk membagikan foto miliknya serta mendapatkan informasi melalui aktivitas yang disebar oleh temannya, kemudian tesa juga menggunakan media sosial twitter sebagai media sosial untuk ia berkeluh kesah atau hanya sekedar bercerita saja tentunya media sosial twitter juga terdapat informasi didalamnya, dan tesa juga menggunakan media sosial tiktok untuk melihat video yang disajikan serta mendapatkan informasi dengan cepat secara tidak langsung melalui video yang disebar oleh *content creator*.

Gambar 4.1.2. 4 Screenshot akun tiktok Tesa



Gambar 4.1.2.3 merupakan akun tiktok milik Tesa, Tesa sudah memainkan media sosial tiktok sejak saat ia SMA namun memilih untuk di uninstall dan saat ini sejak pandemi covid ia menginstall kembali aplikasi tersebut. Ia hanya menggunakan tiktok sebagai media hiburan dan informasi tidak untuk aktif upload video.

Tesa menggunakan media sosial tiktok dalam satu hari bisa mencapai 5 jam – 6 jam. Menurut tesa media sosial tiktok saat ini sudah mulai menyajikan konten yang menarik karena tidak hanya sebagai media hiburan saja melainkan banyak konten informasi yang disajikan oleh beberapa konten kreator baik informasi yang bersifat edukasi, politik, entertaint, *lifestyle*, dan lain-lain.

Tesa tentu saja memiliki media sosial selain tiktok yaitu instagram. Di instagram, tesa sering berbagi aktivitasnya melalui fitur *instastory* dan sesekali membagikan fotonya melalui *feeds* instagramnya. Tesa menggunakan instagram sejak SMA hingga saat ini masih menjadi salah satu media sosial pilihannya selain media sosial tiktok.

Selain memiliki akun tiktok dan instagram tesa juga menggunakan twitter sejak tahun 2020. Twitter juga merupakan aplikasi media sosial pilihan tesa dalam menerima informasi dan sebagai tempat berkeluh kesah.

#### **d. Livia Septiani Rioza**

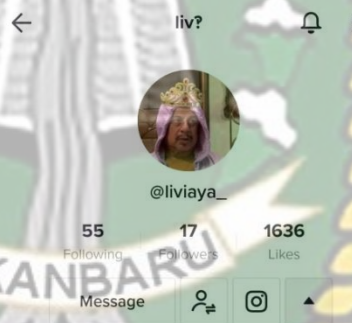
Informan keempat yaitu Livia Septiani Rioza berumur 18 tahun yang merupakan salah satu siswa SMAN 7 Pekanbaru. Saat ini livia duduk di kelas 2 SMA. Kegiatan sehari-hari livia ialah bersekolah, terkadang sekolah dilakukan secara *offline* dan sesekali *online*. Selain bersekolah livia juga mengisi waktu kosongnya dengan mengikuti ekstrakurikuler dari sekolah.

Dalam kegiatan sehari-harinya, livia menggunakan media sosial sebagai salah satu akses untuk menerima informasi. livia mulai aktif menggunakan media sosial sejak SD, media sosial pertama kali yang ia miliki ialah media sosial facebook. Sekarang media sosial facebook tidak lagi ia gunakan sebagai tempat membagikan aktivitas hanya digunakan sebagai salah satu akses

akun ketika menggunakan sebuah *platform* misalnya spotify, joox, *games*, wamppad, dan lain-lain.

Media sosial yang digunakan oleh livia saat ini ialah instagram, twitter, dan tiktok. Ketiga media sosial tersebut sekarang merupakan media sosial yang paling pokok dalam mengakses informasi. Selain mengakses informasi, ketiga media sosial tersebut juga merupakan tempat berbagi konten hiburan dan entertaint.

Gambar 4.1.2. 5 *Screenshot* akun tiktok Livia



Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSd8jpmrh/>

Diakses pada 28 Februari 2022

Gambar 4.1.2.4 merupakan akun tiktok milik livia, livia memiliki 17 pengikut , 55 akun yang ia ikuti dan 1636 *likes* terhadap video yang ia bikin. Livia aktif menggunakan tiktok sejak 2020. Dalam menggunakan media sosial tiktok, livia tidak hanya menggunakan sebagai penikmat konten yang diberikan tetapi ia juga sering mengupload video random di akun tiktok miliknya.

Livia memainkan media sosial tiktok dalam satu hari bisa mencapai 3 jam – 4 jam. Menurut livia kini tiktok sudah menjadi salah satu aplikasi yang sering ia buka karena di media sosial tiktok banyak disajikan konten yang menandung informasi baik dari segi edukasi, entertain dan banyak lagi. Apalagi ia saat ini hanya melakukan sekolah Pertemuan Jarak Jauh (PJJ) sehingga banyak waktu luang yang ia isi untuk membuka tiktok mencari informasi.

Selain menggunakan media sosial tiktok, livia juga salah satu remaja memiliki akun instagram yaitu dengan memiliki 773 pengikut dan mengikuti sebanyak 457 pengikut. Livia menggunakan instagram hanya sebagai media sosial untuk melihat lihat aktivitas temannya saja. Livia juga beberapa kali membagikan aktivitas nya melalui fitur *instastory*.

Livia juga memiliki akun twitter dengan 297 pengikut dan mengikuti 297 akun. Livia cukup aktif di twitter, ia sering bercuit di twitter mengenai dirinya. Selain itu livia juga menggunakan twitter sebagai acuan ia melihat apa yang sedang menjadi *trend* di saat saat tertentu.

#### e. Nada Dwi Dava Salsabila

Informan kelima yaitu Nada Dwi Dava Salsabila yang merupakan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI), Fakultas Ilmu Komunikasi (FILKOM) jurusan Ilmu Komunikasi (ILKOM). Saat ini nada merupakan mahasiswa semester 6 yang sedang disibukan dengan beberapa kegiatan dan tugas-tugas kampus. Selain menjadi mahasiswa, nada juga bekerja di salah satu toko buku besar di Pekanbaru yaitu Gramedia Mall SKA sebagai Customer Service. Jam kerja nada berganti ganti kadang ia mendapat jam pagi dan kadang ia mendapat jam siang, malam hari nya nada berkuliah.

Kegiatan sehari-hari nada ialah bekerja dan berkuliah sehingga media sosial sudah menjadi satu hal yang penting bagi nada karena melalui media sosial ia bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Melalui media sosial juga nada bisa mencari tahu apa yang sedang diperbincangkan saat ini apalagi nada memiliki kegiatan sehari hari yang cukup padat kuliah sambil bekerja maka *smartphone* yang ia miliki sebagai salah satu alat untuk ia mencari informasi agar tidak ketinggalan informasi. media sosial pertama nada ialah facebook sejak ia duduk dibangku smp ia sudah memiliki akun facebook. Tetapi sekarang media sosial yang ia gunakan hanya 2 yaitu instagram dan tiktok

yang nada jadikan sebagai tempat mencari, mengakses, maupun menerima berbagai informasi.

Gambar 4.1.2.6 Screenshot akun Tiktok Nada



Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSd86eBhv/>

Diakses pada 28 Februari 2022

Gambar 4.1.2.5 merupakan akun tiktok milik nada, nada memiliki 8 *followers*, 50 *following*, dan 70 *likes* terhadap video yang nada bikin. Nada aktif menggunakan tiktok sejak tahun 2021. Dalam menggunakan media sosial tiktok, nada suka mengupload beberapa video tetapi hanya sesekali tidak rutin.

Durasi Nada menggunakan aplikasi tiktok dalam satu hari yaitu 30 menit – 1 jam. Menurut nada, tiktok saat ini sudah menjadi aplikasi yang sering menjadi trend. Tiktok sangat berguna dalam mencari informasi terbaru terlebih lagi nada setiap membuka tiktok sering mendapatkan informasi yang belum pernah ia lihat sebelumnya.

Selain memiliki akun tiktok nada juga memiliki akun isntagram dengan 1,344 pengikut dan 742 akun yang ia ikuti.



Media sosial instagram digunakan nada untuk berbagi foto yang ia miliki. Ia sering membagikan kegiatannya di instagram baik melalui fitur *instastory* dan juga melalui *feeds* instagram milik nada.

Nada merupakan salah satu kenalan dari teman peneliti. Peneliti melakukan wawancara bersama nada pada tanggal 10 maret 2022, peneliti langsung mengunjungi nada ke tempat kerja nada yaitu di PT Gramedia di mall SKA.

Akses antara peneliti dengan Nada dapat dikatakan cukup sulit dan canggung karena peneliti tidak mengenal langsung Nada. Tetapi, dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang peneliti ajukan kepada Nada terbilang cukup baik. Meskipun ada beberapa pertanyaan yang harus peneliti jelaskan lebih rinci tapi Nada tetap dapat memberikan jawaban yang baik, jelas, dan sesuai dengan kebutuhan jawaban untuk peneliti.

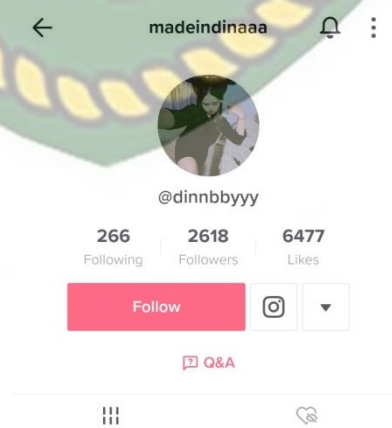
**f. Dinna Nathalia**

Informan Keenam yaitu Dinna Nathalia berumur 19 tahun yang merupakan salah satu siswa SMKN 4 Pekanbaru jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV). Saat ini dina masih menjadi siswa SMK yang sedang menunggu hasil kelulusannya. Kegiatan sehari hari dina ialah masih harus bolak balik sekolah melengkapi tugas-tugas yang diberikan oleh gurunya aktivitas tersebut dilakukan 3 kali dalam seminggu harilainnya dina hanya dirumah.

Dalam melakukan kegiatan sehari-harinya dina menggunakan media sosial sebagai tempat menerima informasi. Dina sudah menggunakan media sosial sejak saat ia masih SD. Media sosial pertama yang dimiliki oleh Dina ialah media sosial Facebook. Tetapi saat ini, Dina tidak lagi aktif menggunakan Facebook.

Media sosial yang digunakan Dina saat ini ialah Instagram dan TikTok. Di kedua media sosial tersebut Dina bisa dibilang cukup aktif mengikuti *trend-trend* yang ada. Selain mengikuti *trend* yang ada, Dina juga menggunakan Instagram dan TikTok sebagai media sosial yang didalamnya terdapat informasi penting atau tidak penting. Dina memilih kedua media sosial tersebut karena menurut Dina cara penyajian kedua media sosial tersebut terbilang mudah diakses dan tidak ribet untuk mencari informasi yang dibutuhkan.

Gambar 4.1.2. 7 Screenshot akun TikTok Dina



Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSd8jQTur/>

Diakses pada 28 Februari 2022

Gambar 4.1.2.6 merupakan akun tiktok milik dina, dine memiliki 2618 *followers* , 644 *following*, dan 6477 *likes* terhadap video yang ia buat. Dina aktif menggunakan media sosial tiktok sejak tahun 2020. Saat menggunakan media sosial tiktok, dinna suka mengupload video, walaupun tidak rutin setiap hari.

Dinna menggunakan media sosial tiktok dalam sehari bisa mencapai 1-3 jam. Menurut dina, media sosial tiktok ini bisa menghibur ia, dan secara tidak langsung, dari media sosial tiktok, dina bisa mendapatkan informasi. tiktok bagi dinasudah sudah menjadi aplikasi *favorit* dina dan menjadi aplikasi yang lebih sering dibuka daripada aplikasi lainnya.

Selain menggunakan media sosial tiktok, Dina juga salah satu remaja memiliki akun instagram yaitu dengan 1419 *followers* dan mengikuti 448 akun. Dina menggunakan instagram cukup sering tetapi tidak sesering menggunakan tiktok. Saat menggunakan instagram dina lebih sering menggunakan fitur instastory dan tidak mengupload foto di *feeds* instagram miliknya.

Penggunaan media instagram hanya dijadikan media hiburan bagi dina, karena dina jarang menerima informasi melalui media instagram ia lebih sering mencari dan media informasi melalui media sosial tiktok menurut dina media sosial instagram terbilang cukup membosankan karena instagram sudahmulai mengikuti fitur yang ada di aplikasi lain.

Dinna merupakan Teman dari adik peneliti. Akses berjumpa dina cukup mudah karena dinna sering berkunjung kerumah peneliti untuk bermain bersama adik peneliti. Akses wawancara bersama dinna juga mudah karena dinna memahami secara langsung dan cepat menanggapi beberapa pertanyaan yang diberikan oleh peneliti.

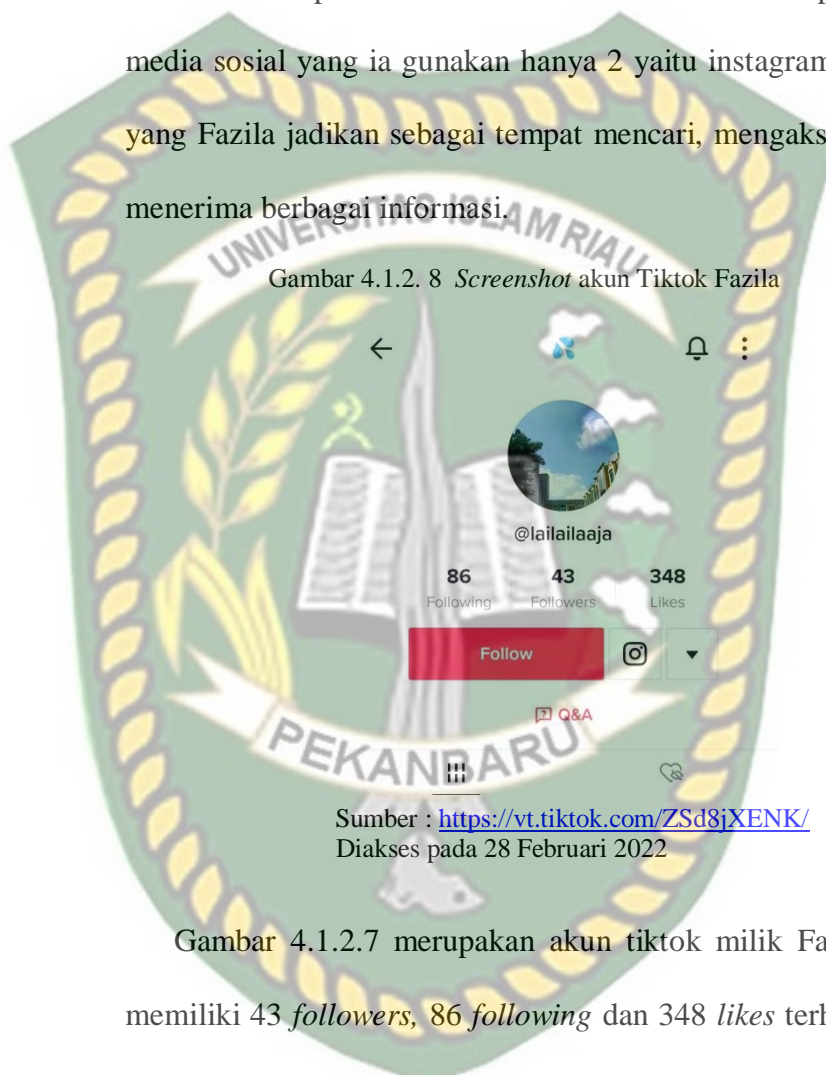
**g. Fazila Arista**

Informan ketujuh yaitu Fazila Arista yang merupakan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) Fakultas Ilmi Komunikasi (FILKOM) jurusan Ilmu Komunikasi (ILKOM). Saat ini Fazila merupakan mahasiswa semester 6 yang sedang disibukan dengan beberapa kegiatan dan tugas-tugas kampus. Selain menjadi mahasiswa, Fazila juga bekerja di salah satu toko buku besar di Pekanbaru yaitu Gramedia Mall SKA sebagai Customer Service. Jam kerja Fazila berganti ganti kadang ia mendapat jam pagi dan kadang ia mendapat jam siang, malam hari nya nada berkuliah.

Kegiatan sehari-hari Fazila ialah bekerja dan berkuliah sehingga media sosial sudah menjadi satu hal yang penting bagi Fazila karena melalui media sosial ia bisamendapatkan informasi yang dibutuhkan. Melalui media sosial juga Fazila bisa mencari tahu apa yang sedang diperbincangkan saat ini apalagi nada memiliki kegiatan sehari hari yang cukup padat kuliah sambil

bekerja maka *smartphone* yang ia miliki sebagai salah satu alat untuk ia mencari informasi agar tidak ketinggalan informasi. media sosial pertama Fazila ialah facebook. Tetapi sekarang media sosial yang ia gunakan hanya 2 yaitu instagram dan tiktok yang Fazila jadikan sebagai tempat mencari, mengakses, maupun menerima berbagai informasi.

Gambar 4.1.2. 8 *Screenshot* akun Tiktok Fazila



Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSd8jXENK/>  
Diakses pada 28 Februari 2022

Gambar 4.1.2.7 merupakan akun tiktok milik Fazila, Fazila memiliki 43 *followers*, 86 *following* dan 348 *likes* terhadap video yang ia buat di tiktok. Fazila mulai aktif menggunakan tiktok sejak akhir tahun 2020. Dalam menggunakan media sosial tiktok, Fazila jarang mengupload video, ia lebih sering menonton video saja dan menerima informasi dari media sosial tiktok.

Durasi Fazila menggunakan media sosial tiktok dalam sehari bisa 3-4 jam. Menurut fazila, media sosial tiktok sangat

memudahkan ia mendapatkan informasi. Terlebih Fazila merupakan mahasiswa yang sekaligus sambil bekerja setiap harinya, hanya dengan membuka aplikasi tiktok ia bisa dengan cepat mendapatkan informasi terbaru yang sedang hangat diperbincangkan.

Selain memiliki tiktok Fazila memiliki instagram dengan 1476 pengikut dan 913 akun yang diikutinya. Fazila di instagram tidak begitu aktif, ia hanya sesekali membuat *instastory* dan hanya sedikit mengupload foto di instagram *feeds* nya.

Fazila merupakan salah satu kenalan dari teman peneliti. Saat peneliti membutuhkan informan salah satu teman peneliti menyebutkan bahwa fazila cocok dengan kriteria yang peneliti butuhkan maka disarankan oleh teman peneliti secara langsung.

Tidak lama itu, peneliti mengatur jadwal untuk melakukan wawancara bersama Fazila karena Fazila merupakan pekerja maka peneliti harus menyesuaikan dengan jadwal Fazila. Pada tanggal 12 maret, peneliti melakukan wawancara secara langsung bersama fazila dan bersifat mendalam di PT Gramedia mall SKA. Selama melakukan wawancara,peneliti tidak merasakan kendala yang berlebihan karena fazila dapat menjawab pertanyaan dengan jawaban yang spesifik dan jelas sehingga akses wawancara bersama fazila terbilang mudah.

#### **h. Annisya Bella Santiera**

Informan kedelapan yaitu Annisya Bella Santiera berumur 20 tahun yang merupakan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) Fakultas Ilmu Komunikasi (FILKOM) jurusan Ilmu Komunikasi (ILKOM). Annisya atau biasa disebut eca mengisi waktu luangnya dengan mengerjakan tugas kuliah yang ia miliki karena eca sekarang sudah menduduki semester 6.

Dalam kegiatan sehari-harinya, media sosial menjadi hal yang penting bagi eca demi mendapatkan dan mengakses sebuah informasi baik itu penting atau tidaknya sebuah informasi. Eca mulai menggunakan media sosial sejak saat masih SMP. Media sosial pertama yang ia miliki ialah media sosial Facebook. Tetapi saat ini Facebook sudah hampir tidak pernah ia gunakan lagi.

Saat ini eca lebih sering mengakses media sosial Instagram untuk membagikan foto miliknya melalui fitur Instagram Story tidak menyebarkan melalui *feed* Instagram serta mendapatkan informasi melalui aktivitas yang disebar oleh temannya, dan eca juga menggunakan media sosial TikTok untuk melihat video yang disajikan serta mendapatkan informasi dengan cepat secara tidak langsung melalui video yang disebar oleh *content creator*.

Gambar 4.1.2. 9 Screenshot akun Tiktok Annisya



Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSd8jb43K/>

Diakses pada 28 Februari 2022

Gambar 4.1.2.8 merupakan akun tiktok milik Annisya atau Eca, Eca memiliki 26 *followers*, 90 *following*, dan 41 *likes*. Annisya suka mengupload beberapa video secara random namun tidak rutin ia sering menonton dan menerima informasi dari media sosial tiktok.

Durasi Annisya menggunakan media sosial tiktok dalam sehari bisa 5 – 7 jam. Bagi Annisya, tiktok saat ini sudah menjadi aplikasi yang sering ia disaat ia memegang *smartphone* miliknya. tiktok sangat berguna dan cukup menghibur untuk mengurangi kebiasaan *overthinking* sekaligus bisa mengisi waktu luang saat fazila merasa bosan ataupun gabut. Kemudian banyak konten yang bisa memberikan informasi baru untuk Annisya.



Selain menggunakan tiktok eca memiliki akun instagram dengan 591 pengikut dan mengikuti sebanyak 547 akun. Eca di instagram tidak begitu aktif, ia hanya sesekali membuat *instastory* dan hanya sedikit mengupload foto di instagram *feeds* nya.

Eca merupakan salah satu kenalan dari teman peneliti. Saat peneliti membutuhkan informan salah satu teman peneliti menyebutkan bawa Eca cocok dengan kriteria yang peneliti butuhkan maka disarankan oleh teman peneliti secara langsung.

Kemudian peneliti menentukan tanggal wawancara bersama eca karena eca termasuk salah satu informan yang cukup mudah dikunjungi untuk wawancara dan memiliki waktu yang *fleksibel* untuk bertemu. Pada tanggal 12 maret setelah mengunjungi fazila, peneliti langsung bergegas mengunjungi eca untuk melakukan wawancara secara mendalam. Eca termasuk akses yang mudah saat melakukan wawancara karena tanpa harus menjelaskan panjang lebar mengenai jawaban yang diperlukan peneliti eca sudah menjawab secara jelas.

Tabel 4.1.2. 1 Tabel Rekapitulasi seluruh Informan

No	Nama	Media Sosial	Umur	Status	Akses
1	Meri Oktavia	Tiktok, Instagram, Twitter, dan Facebook	21 Tahun	Mahasiswa	mudah
2	Mila Amelia	Tiktok, Instagram, dan Facebook	21 Tahun	Mahasiswa & Karyawan	mudah
3	Tesa Gita Rinanada	Tiktok, Instagram, Twitter, dan Facebook	21 Tahun	Mahasiswa	mudah
4	Livia Septiani Rioza	Tiktok, Instagram, Twitter, dan Facebook	18 Tahun	Siswa / Pelajar	sulit
5	Nada Dava Salsabila	Tiktok, Instagram, dan Facebook	21 Tahun	Mahasiswa & Karyawan	sulit
6	Dinna Nathalia	Tiktok, Instagram, dan Facebook	19 Tahun	Siswa / Pelajar	mudah
7	Fazila Arista	Tiktok, Instagram, dan Facebook	21 Tahun	Mahasiswa & Karyawan	mudah
8	Annisya Bella Santiera	Tiktok, Instagram, dan Facebook	20 Tahun	Mahasiswa	mudah

Tabel 4.1.2. 2 Tabel Rekapitulasi Media Sosial dalam menerima informasi

No	Nama Informan	Tiktok	Twitter	Instagram	Facebook
1	Meri Oktavia	✓	-	✓	-
2	Mila Amelia	✓	-	✓	-
3	Tesa Gita Rinanada	✓	✓	✓	-
4	Livia Septiani Rioza	✓	✓	✓	-
5	Nada Dava Salsabila	✓	-	✓	-
6	Dinna Nathalia	✓	-	-	-
7	Fazila Arista	✓	-	✓	-
8	Annisya Bella Santiera	✓	-	✓	-

Tabel diatas merupakan tabel yang merangkum atau merekap penggunaan media sosial oleh informan dimana masing masing informan menggunakan media sosial bertujuan untuk mencari informasi atau hanya sekedar menggunakan sebagai media hiburan saja. Informan lebih banyak menggunakan tiktok untuk menerima informasi meskipun ada twitter, instagram, dan facebook namun informan tidak menggunakan media sosial tersebut untuk mencari atau menerima informasi yang dibutuhkan oleh informan.

Meskipun kebanyakan akun tiktok informan terlihat seperti tidak aktif, tetapi informan selalu membuka aplikasi tiktok setiap harinya. Informan merasa media sosial tiktok dalam memeberikan informasi terlihat lebih mudah diterima dan dipahami karena disajika dalam bentuk video yang menarik dan singkat.

## **B. Hasil Penelitian**

Pada bagian ini peneliti menyajikan hasil data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dan observasi mengenai bagaimana literasi media yang dilakukan oleh informan melalui media sosial tiktok dalam menentukan validitas. Adapun masalah yang dikaji pada penelitian ini yakni mengenai apakah validitas informasi di media sosial tiktok merupakan suatu hal yang penting, dan tahapan literasi media yang dilakukan informan dalam mentukan validitas informasi pada media sosial tiktok.

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, peneliti melakukan wawancara mendalam kepada informan. Selain itu, peneliti juga tentunya melakukan observasi yang dilakukan dengan cara mengamati komentar yang terdapat di masing masing video informasi yang disajikan pada konten tiktok.

**a. Pentingnya validitas informasi pada media sosial tiktok.**

Dalam menggunakan media sosial tiktok sangat banyak dan beragam informasi yang bisa didapat dalam hitungan detik sehingga banyak informasi harus dicari tahu kebenarannya. apakah setiap kita menonton video yang terdapat dari tiktok baik itu informasi penting ataupun informasi tidak penting kita tetap melakukan dan mencari tahu validitas iformasi.

Meri Oktavia yang merupakan mahasiswa UNRI berumur 21 tahun mengatakan bahwa :

“Tentu saja mencari validitas informasi itu sangat penting, karena kita sebagai manusia pasti sangat mudah terpengaruh oleh informasi informasi yang terdapat di media sosial tiktok. Apalagi tiktok sekarang bagi saya udah menjadi media sosial *favorite* saya. Hampir semua informasi saya cari tahu dari tiktok. Banyak bahkan informasi simpang siur yang saya dapat, tapi karena adanya penentuan informasi benar atau tidak jadi saya tahu informasi apa yang bisa saya terima dan infromasi apa yang tidak perlu saya gubris”

Mila Amelia yang juga merupakan Mahasiswa UMRI berumur 21 tahun berpendapat bahwa

“Menurut saya menentukan validitas itu penting demi mencari kebenaran dari sebuah informasi yang saya peroleh. Tapi saya sendiri kalau mencari validitas itu tidak terhadap semua informasi hanya pada informasi tertentu yang sesuai sama saya dan penting untuk saya”

Livia Septiani Rioza sebagai Siswa SMA yang hampir setiap saat mengisi waktu luang dengan membuka tiktok juga mengatakan bahwa :

“Saya rasa mencari validitas itu penting, karena banyak tuh di tiktok informasi *hoax* yang merugikan kita. Setiap saya dapat informasi di tiktok saya pasti cari cari tahu lagi benar atau tidak informasi tersebut. Kalau saya tidak mencari validitas dari sebuah informasi, bisa saja saya yang terbawa oleh arus informasi yang *hoax*, jadi ketipu deh”

Tesa Gita Rinanda sebagai mahasiswa Universitas Islam Riau (UIR) yang menganggap mencari validitas di media sosial tiktok itu penting mengatakan bahwa :

“Tentu saja harus dilakukan dan penting. Walaupun kita tidak akan menyebarkan nya tapi informasi yang kita terima pasti suatu saat akan berpengaruh ke hidup kita. Misalnya nih kita liat sebuah informasi terus kita cuma baca aja tanpa di uji validitas nya tapi kita juga ga nyebarin nah beberapa bulan kemudian ada peristiwa yang terjadi seperti yang ada di vidio yang kemarin kita lihat karena kita pernah melihat informasi tentang situasi itu kita secara sadar maupun tidak sadar akan menerapkan informasi tersebut padahal kita belum tau informasi tersebut valid atau tidak, apalgi kalau keadaannya mendesak tanpa fikir panjang kita akan mengikuti informasi tersebut. Kalau ternyata informasi tersebut salah bagaimana? Jadi lebih baik kita pastikan dulu informasi yang kita terima benar atau tidak. Seperti yang sudah saya katakan sebelumnya setidaknya kita buka kolom komentar untuk melihat respon orang lain terhadap video tersebut. Apakah banyak yg juga menyetujui nya atau banyak yang membantah”.

Nada Dwi Dava Salsabila Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) juga memiliki pendapat betapa pentingnya mencari validitas informasi di media sosial tiktok, Nada mengatakan bahwa :

“Tentunya penting banget ya, saya sering membagikan video yang terdapat informasi kepada teman saya melalui *direct messages* tiktok. Setiap saya menemukan infromasi yang menarik saya selalu mengirim video tersebut ke *direct messages* teman saya, namun jika itu informasi yang penting saya mencari tahu dulu benar atau tidaknya

baru saya sebar. Kalau saya sembarangan sebar kepada teman saya yang ada nanti saya yang disalahkan kalau ternyata informasi tersebut tidak sesuai dengan keadaan dan kenyataan. Jadi menurut saya penting banget mencari validitas biar kita ga keliatan bodoh juga dalam menyebarkan informasi maksudnya tidak dianggap sebagai orang yang asal-asalan”.

Menurut Dinna, salah satu siswa SMKN 4 Pekanbaru juga mengatakan validitas itu termasuk satu hal yang wajib. Ia mengatakan bahwa :

“Saya rasa mencari validitas itu udah seperti satu hal yang wajib dilakukan oleh kita yang hari harinya bermain media sosial. Soalnya di media sosial itu banyak informasi yang bisa didapat, ntah itu informasi penting, edukasi, *entertain*, ataupun hiburan. Mencari validitas itu tidak digolongkan kepada informasi tertentu saja harus terhadap semua informasi yang kita dapat. Mau tidka mau, sengaja ataupun tidak sengaja dapat informasi, kalau kita udh terlanjur tau dan termakanoleh informasi tersebut tentunya haru cari kebenarannya kalau ngga dicari ya kita juga yang rugi mau aja dikicuh sama mereka para *content creator*”.

Fazila, yang juga merupakan Mahasiswa UMRI menganggap mencari validitas itu sesuai kebutuhan kita saja. ia berpendapat bahwa:

“Kayaknya gak semua informasi perlu kita cari tahu validitasnya, mana informasi yang penting untuk kita aja dan kira kira informasi itu akan kita sebar lagi ke orang lain. Kalau saya sendiri kadang kadang aja menentukan validitas, soalnya saya juga jarang menyebarkan informasi ke teman saya biasanya saya hanya menerima, menonton dan saya simpan sendiri saja informasi itu. Kalau kira kira saya mau cari tahu lebih dalam pasti akan saya cari tahu dulu kebenarannya”.

Annisya, yang juga merupakan Mahasiswa UMRI dan sebagai karyawan toko buku Gramedia, menganggap mencari validitas itu sangat penting melalui media sosial manapun dan terhadap informasi apapun. ia berpendapat bahwa:

“Dalam bermedia sosial, tentunya kita tidak hanya menggunakan sebagai media hiburan. Di media sosial saat ini, terdapat banyak informasi yang bisa kita dapatkan tanpa kita cari dengan sengaja, apalagi media sosial tiktok. Saat kita membuka aplikasi tiktok, belum melakukan *scrolling* ataupun *searching* kita bisa langsung dapat informasi di *homepage / for you page* milik kita. Kalau sudah seperti itu mau tidak mau kita pasti menonton dan pasti mendengarkan. Untuk menggunakan media sosial tiktok tentunya harus bijak dan tahu langkah apa yang harus kita lakukan dalam menerima informasi ya menentukan validitas. Kalau kita tidak mencari tahu kebenaran suatu informasi yang kita dapat bisa saja kita tergiring oleh opini orang lain. Selain tergiring begitu saja, kita juga bisa termakan hoax. Udah termakan hoax lalu kita sebarkan kepada orang lain ternyata informasinya salah kan jadi kita juga yang malu”.

Menurut hasil observasi peneliti terhadap informan, menentukan validitas informasi sangat penting. Dalam menerima informasi, kita bisa dengan mudah percaya baik itu informasi penting atau tidak penting. Apalagi di media sosial tiktok terdapat fitur *share* yang pastinya akan kita klik ketika melihat informasi menarik dan tidak mau menikmati informasi tersebut sendirian. Sebelum di *share* ke oranglain tentunya harus di cari tahu dulu benar atau tidaknya sebuah informasi tersebut. Ada banyak cara yang di lakukan informan untuk menentukan validitas. Kita bisa membaca komentar dari pengguna tiktok lainnya dikolom komentar, bisa kita lihat apakah orang yang menyebarkan informasi tersebut mencantumkan sumbernya, dan yang terpenting setiap menerima informasi yang kira kira akan disebarkan ke orang lain kita harus melakukan *crosscheck* melalui google.

Komentar yang diberikan oleh pengguna tiktok lainnya yang bisa dijadikan tambahan informasi dan melalui komentar yang terdapat di kolom komentar dapat menentukan validitas melalui respon yang ada.

Jika respon pengguna sesuai dan ada yang mengatakan bahwa info tersebut valid, maka informasi tersebut dapat dipercaya validitasnya. Selain itu juga ada beberapa pengguna yang berkomentar bahwa mereka juga memiliki pendapat yang sama. Melalui pendapat yang sama, maka informasi tersebut sudah bisa dikatakan valid dan *relate* dengan fakta yang ada.

**b. Tahapan Literasi media yang dilakukan oleh informan dalam menentukan validitas informasi pada media sosial tiktok.**

Dalam menggunakan media sosial tiktok, agar tidak terjerumus kearah yang negatif maka sangat dibutuhkan tahapan penerapan literasi media. Arus informasi pada media sosial sangatlah cepat bahkan kejadian yang baru saja terjadi beberapa detik yang lalu sudah disebarkan melalui postingan. Apalagi saat ini tiktok selalu menjadi aplikasi yang sangat sering digunakan oleh masyarakat.

Untuk memperoleh data yang mendukung pada penelitian ini, maka peneliti tentunya melakukan wawancara dengan 8 informan yang merupakan remaja pekanbaru yang menjadikan tiktok sebagai media informasi kemudian menerapkan literasi media untuk menentukan validitas dari sebuah informasi yang didapat. Beberapa remaja di pekanbaru sudah mulai menerapkan literasi media dalam menggunakan media sosial tiktok. Meri Oktavia yang merupakan mahasiswa UNRI berumur 21 tahun mengatakan bahwa :



“Penerapan Literasi Media sangat penting karena pada aplikasi tiktok kita menerima informasi sangat cepat dari hal positif hingga hal negatif. Dengan adanya literasi kita bisa menyaring informasi apa yang layak untuk diterima dan bahkan bisa di share lagi kepada oranglain. Tapi kalau kita ga hati hati saat menerapkan literasi media bisa jadi ibarat ujung pisau yang tajam jadinya kita dapat efek negatif dari informasi. nah karena itu walaupun literasi media ini udah ada sejak kita lahir kita juga harus tetap bisa mengasah kemampuan literasi media apalagi di zaman sekarang yang gampang banget dapat informasi dari mana aja. Biasanya kalau menerapkan literasi itu saya mendengarkan dan menonton dulu video yang disajikan, kemudian saya baca lagi komentar komentar yang ada di kolom komentar, lalu ketika informasi tersebut layak ya saya sebarkan kepada teman teman saya”.

Mila Amelia yang juga merupakan Mahasiswa UMRI berumur 21 tahun berpendapat bahwa :

“Terkadang kita dalam menggunakan aplikasi tiktok suka lupa menerapkan literasi media, suka terlena dengan informasi yang kita dapat ntah itu benar atau tidak tapi kita udah terlanjur mengkonsumsi informasi yang kita lihat maka dari itu penerapan literasi media sangat penting karena yang bisa menentukan informasi tersebut layak atau tidaknya diterima adalah kita sendiri dan dengan kita menerapkan literasi media kita bisa tau apa yang harus kita percaya dan apa yang harus kita acuhkan begitu saja. Biasanya saya sendiri melakukan literasi media sama seperti pada umumnya, saya akses dulu media sosialnya, kemudian saya tonton dulu video yang mengandung informasi, terus saya *filterisasi* informasinya dan kemudian kalau itu bisa disebarkepada teman saya dan sesuai dengan apa yang dicari saya lakukan *sharing video* melalui *direct messages*. Literasi media ini tidak perlu dipelajari karena hampir semua orang yang ada di dunia ini punya naluri untuk memfilter informasi bedanya hanya beberapa orang yang paham akan pentingnya melakukan filterisasi terhadap informasi yang mereka dapat nakanya sampai saat ini banyak informasi simpang siur yang tersebar dengan cepat tak terkendali”.

Livia Septiani Rioza sebagai Siswa SMA yang hampir setiap saat mengisi waktu luang dengan membuka tiktok juga mengatakan bahwa :

“Saya sendiri juga kadang sering terbawa arus informasi, sering dapat informasi simpang siur jkadi kalau dipikir pikir literasi media itu penting banget karena dari penerapan literasi media saya bisa tau informasi mana yang kira kira bisa saya terima. Dalam melakukan literasi media biasanya saya langsung baca komentar saja, karena dikomentar itu sudah banyak informasi tambahan dari pengguna lainnya. Kemudian kalau informasinya layak disebar ya saya sebar kepada teman teman saya, biasanya saya save video tiktok itu kemudian saya sebar melalui status whatsapp dan instagram story milik saya. Menurut saya semua orang pasti bisa melakukan penerapan literasi media tetapi porsinya pasti beda beda dan pasti juga ada orang yang tidak tau betapa pentingnya penerapan literasi media. Yang penting saya setiap menerima informasi tidak selalu percaya pasti saya analisis dulu biar ga ketipu informasi.”.

Tesa Gita Rinanda Mahasiswa Universitas Islam Riau (UIR) berumur 21 tahun juga memiliki pendapat mengenai penerapan literasi media ialah :

“Penerapan literasi media itu udah pasti penting banget sih karena mau sepeenting dan sebaik apapun informasi yang kita terima, kalau kitanya gapunya kemampuan buat mencerna informasi tersebut ya bakal percuma dan sia-sia aja. Malah mungkin kalau tidak ada literasi media, informasi yang diterima di media sosial itu bisa aja membawa petaka dan dampak buruk bagi kita yang udah terlanjur mengonsumsi informasi yang ada di media sosial tiktok tersebut. Ada beberapa tahapan dalam menerapkan literasi media, saya biasanya hanya mendengarkan dan menonton video yang ada di tiktok, kemudian saya pahami dulu sendiri, kalau kira kira tidak *makesense* dengan saya, saya baca komentar di kolom komentar atau kadang saya melakukan *searching* melalui google. Kemudian jika layak di sebar, saya sebar kembali kepada teman teman saya untuk menambah informasi”.

Nada Dwi Dava Salsabila Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) juga memiliki pendapat betapa pentingnya memahami literasi media, Nada mengatakan bahwa :

“Penting banget memahami dan juga menerapkan literasi media saat kita menggunakan media sosial tiktok. Karena ketika kita bisa menganalisis dan bisa membedakan itu bisa menjadi manfaat dalam mengonsumsi konten informasi yang terdapat pada aplikasi tiktok

karena gak semua konten itu memiliki manfaat. Literasi media tidak hanya sekedar memahami informasi saja tapi sebelumnya kita kan mengakses suatu aplikasi atau *platform* kemudian kita menerima informasi melalui video yang terdapat ditiktok, setelah kita menerima tentunya kita harus cari tahu lagi bisa aja melalui komentar oranglain atau kita inisiatif aja *stalking* para *content creator* yang lain. Namuna saya termasuk jarang menyebarkan informasi ya saya simpan sendiri saja informasinya”.

Menurut dina, siswa SMKN 4 Pekanbaru, literasi media sosial termasuk hal yang penting juga. Dalam menerapkan literasi di setiap menggunakan media sosial ia melakukan beberapa langkah. Ia mengatakan bahwa :

“Literasi media itu penting supaya kita gak kelihatan bodoh dimata orang lain. Soalnya kalau kita tidak memahami dengan benar mengenai literasi media, bisa aja kita terbawa informasi bohong. Biasanya supaya itu tidak terjadi di saya, setiap saya membuka tiktok, tentunya saya selalu mendapatkan informasi terbaru nah ketika sudah dapat informasi, saya lakukan membaca komentar atau kadang saya juga cari di *platform* lainseperti youtube mengenai informasi yang sama. Ketika sudah pas dan jelas informasi nya baru deh saya sebarakan ke oranglai. Untuk penyebaran informasi itu saya sangat jarang sebenarnya, ada dan pernah namun hanya sesekali saja”.

Fazila, merupakan salah satu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) juga mengatakan bahwa literasi media itu satu kemampuan yang ada sejak kita lahir kedunia, namun tiap orang beda beda cara menerapkannya dan memaknai literasi media tersebut. Ia mengatakan bahwa :

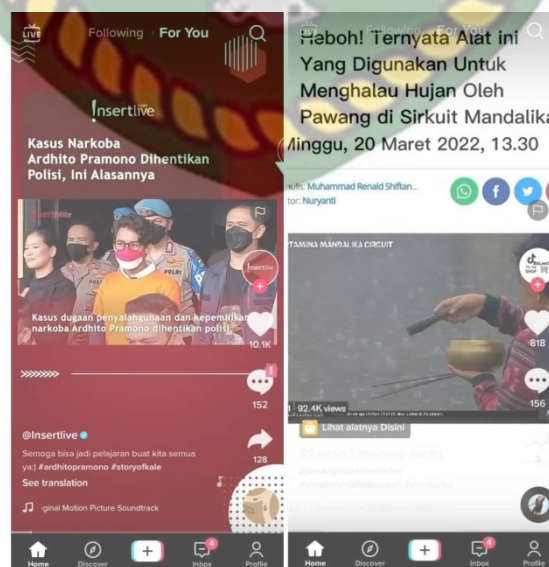
“Literasi media itu sangat penting ya bagi siapapun, dimanapun, dan apapun jenis media sosial yang kita gunakan. Berhubung saat ini kita membahas tiktok, maka saya rasa di media sosial tiktok ini literasi media sangat dibuthkan karena dalam hitungan detik hanya tinggal *swipe* aja video yang ada, kita bisa mendapatkan informasi yang berbeda dari sebelumnya. Setiap saya membuka handphone saya selalu membuka tiktok, ketika sudah membuka tiktok secara tidak sengaja saya menerima informasi penting dan tidak penting di hidup

saya. Ketika sudah menerima informasi saya melakukan analisis sendiri saya evaluasi sendiri dengan cara dan pemahaman saya terhadap suatu informasi, setelah saya rasa pantas kemudian saya sebarkan kepada orang lain ataupun teman teman saya baik melalui *direct messages* tiktok, status whatsapp, whatsapp *group*, dan *story* instagram milik saya”.

Menurut Annisya, salah satu karyawan toko buku Gramedia sekaligus seorang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau mengatakan bahwa :

“Sebagai orang yang selalu menggunakan media sosial dalam hal apapun, literasi media merupakan suatu keahlian yang wajib dimiliki oleh siapapun karena banyak sekali informasi yang terdapat di media sosial yang dapat merubah gaya hidup dan cara pandang kita terhadap kehidupan nyata. Jika kita dengan mudah menerima informasi tanpa memahami pentingnya literasi bisa saja kita terpengaruh akan informasi tersebut. Kalau saya sendiri dalam menggunakan literasi media ini biasanya setiap saya membuka akun media sosial saya, saya memilih terlebih dahulu informasi apa yang akan saya cari dan saya butuhkan, karena saya termasuk orang yang pilih pilih terhadap sebuah informasi. ketika saya sudah mendapatkan informasi yang sesuai, saya sebarkan ke teman saya kalau itu *relate* dengan mereka, kalau sekiranya tidak *relate* saya tidak akan menyebarkan kepada mereka”.

Gambar 4.2.1. 1Contoh Tampilan FYP



Sumber : Halaman *For You Page* Tiktok  
Diakses pada 18 Maret 2022

Dapat dilihat pada Gambar yang terdapat pada gambar 4.2.1.2 agar informasi tidak menjadi informasi yang salah maka harus adanya pemahaman mengenai literasi media. Selain adanya pemahaman diperlukan juga penerapan serta tahapan yang dilakukan oleh informan.

Menurut Hasil Observasi peneliti terhadap informan, memang ada beberapa orang yang memiliki pemahaman berbeda dalam menerapkan literasi media setiap menggunakan media sosial dalam menerima informasi. literasi media ini merupakan satu keahlian yang sudah ada sejak awal kita menghembuskan nafas didunia, hanya saja diterapkan saat kita sudah mulai bercengkrama dan mengenal dunia media sosial. Dalam menerima informasi kita tidak bisa sembarangan menerima saja, melainkan kita harus memaksa diri menerapkan keahlian literasi media kita.

Dari 8 informan yang diteliti oleh peneliti, semuanya melakukan tahapan literasi media dengan benar yaitu mengakses atau membuka media sosial, kemudian sebagian besar dari mereka membaca informasi lain yang sejenis, lalu mereka pahami dengan pemahaman mereka masing masing, kemudian jika informasi tersebut sesuai atau *relate* mereka akan sebarkan kepada teman temannya. Namun ada satu orang informan yang hanya memilih menyimpan informasi sendirian ketika ia mendapatkan informasi, tidak untuk disebarakan kepada siapapun karena menurut dia masing masing orang

membutuhkan informasi yang berbeda-beda dan bisa saja mencari informasi sendiri.

Ada beberapa tingkatan kemampuan literasi media dalam menggunakan media sosial yaitu *basic*, *medium*, dan *advanced*. Menurut observasi peneliti terhadap hasil wawancara yang dilakukan bersama informan yang merupakan remaja pekanbaru dapat ditentukan tingkatan mengenai pemahaman literasi media yang dimiliki oleh masing-masing remaja yang sudah diwawancara. Tingkatan yang paling dominan pada remaja pekanbaru ialah tingkatan medium, dimana remaja pekanbaru sudah mampu mengetahui fungsi dan menggunakan media sosial secara kompleks. Informan mengetahui bagaimana cara mendapatkan informasi yang dibutuhkan melalui konten yang ada di media sosial tiktok, lalu informan juga tahu bagaimana strategi dalam menerima informasi yang ada.

**c. Penerapan literasi media saat menerima informasi dari media sosial tiktok**

Pada Penelitian ini tentunya peneliti juga mencari tahu apakah remaja pekanbaru sudah mulai menerapkan literasi media saat menggunakan media sosial tiktok atau bahkan ada yang masih kadang kadang saja menerapkan literai media dalam menentukan validitas informasi. Meri Oktavia menjawab bahwa :

“Saya sendiri belum menerapkan literasi media karena saya sendiri belum pernah mencoba berbagi informasi yang saya dapatkan kepada oranglain jadi semua informasi yang saya terima dari tiktok hanya saya konsumsi sendiri dan saya juga kalau menerima informasi dari tiktok tidak langsung percaya yang di tiktok saya cari ditempat lain juga gitu. Jadi untuk menerapkan literasi media di tiktok saya belum terlalu sering karena kan kalau menerapkan literasi media itu kita juga diperkenankan untuk menyebarkan lagi informasi yang saya dapatkan”.

Kemudian Mila Amelia sebagai remaja yang selalu menerapkan literasi media dalam menerima informasi mengatakan bahwa :

“Saya sudah pasti selalu menerapkan kemampuan literasi media dalam menggunakan tiktok untuk memfilter informasi apani yang bisa saya terima dan bisa saya sebarikan ke orang terdekat saya penting atau tidak informasibya gitu. Karena tidak semua informasi di tiktok itu bisa saya terima secara mentah-mentah banyak juga informasi yang sering melenceng dari kenyataan semacam hoax jadi saya filter lagi terus saya cari tahu lagi benar atau tidaknya”.

Livia Septiani Rioza Siswa SMAN 7 Pekanbaru juga sudah merasa menerapkan literasi media meskipun ada beberapa waktu ia lupa menerapkannya mengatakan bahwa :

“Kalau saya untuk menerapkan literasi media itu masih kadang kadang karena suka kelupaan suka terbawa aja sama arus informasi karena di tiktok itu dalam hitungan detik informasi nya bisa berubah ubah beda gitu jadi ga sempat mencari tahu secara detail. Kecuali ketika saya sengaja mencari satu informasi, saya tentunya menerapkan literasi media karena gamungkin saya menerima informasi yang saya cari tahu secara cuma cuma kan. Jadi intinya saya menerapkan literasi media itu kondisional aja gak pada semua informasi yang ada di tiktok yang mana kira kira saya butuhkan saja”.

Tesa Gita Rinanda sebagai mahasiswa Universitas Islam Riau (UIR) yang menganggap penerapan literasi media itu penting mengungkapkan bahwa :

“Dalam menerapkan literasi media sebisa mungkin sudah saya terapkan karena banyak informasi yang disajikan di tiktok. Namun kadang ada juga ketika kita melihat video di tiktok karena melihat wah ini konten kreator nya udah punya followers udah punya banyak likes jadi suka keliru terlanjur percaya tanpa *crosscheck* kebenarannya terlebih dahulu”.

Nada Dwi Dava Salsabila Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) merasa bahwa penting menerapkan pemahaman literasi media mengungkapkan bahwa :

“saya sudah menerapkan literasi media dalam menggunakan media sosial tiktok karena walaupun saya hanya sebentar menggunakan media sosial tiktok dalam keseharian tapi menerapkan literasi media tetap penting karena biasanya informasi yang saya dapat mengenai informasi yang pendidikan, entertain gitu jadi saya suka cari tau kebenarannya dulu”.

Menurut hasil observasi peneliti mengenai informan yang menerapkan literasi media ialah, terdapat bahwa hanya sebagian informan yang baru menerapkan literasi media, meskipun menurut mereka literasi media itu penting, mereka tidak semuanya menerapkan secara langsung. Karena masih ada yang kecolongan mengenai penerapan literasi media.

**d. Menentukan validitas informasi dari 3 akun konten kreator @putrabrahms, @cheryantoinette, dan @rizky\_aul.**

Kemudian Peneliti juga mengajukan pertanyaan bagaimana cara remaja pekanbaru menentukan kebenaran ataupun validitasi informasi dari akun konten kreator @putrabrahms, @cheryantoinette, dan @rizky\_aul. Meri Oktavia yang merupakan salah satu Followers dari ketiga akun tiktok tersebut mengatakan bahwa :



“Kalau menurut saya, informasi yang disebar oleh @putrabrahms ini hampir valid karena ia mencantumkan sumber di setiap yang ia sebar. Kalau @cheryantoinette aku merasa ga terlalu berani mengatakan valid karena ia hanya menceritakan pendapat dari satu video lain yang ia dapat menurut pendapat dia aja jadi kebenarannya masih *fifty fifty*. Kalau informasi dari akun @rizky\_aul menurut aku sendiri ada beberapa informasi dia yang valid ada juga yang tidak valid karena dia tidak mencantumkan sumber. Untuk menentukan validitas informasi yang terdapat di akun @putrabrahms, @cheryantoinette, dan @rizky\_aul cukup gampang bisa melihat dari sumber mana mereka bisa berpendapat dan juga dilihat dari segi informasi yang mereka katakan kalau informasi yang mereka sebar sedang ramai dibicarakan kita bisa melakukan *crosscheck* pada akun lainnya”.

Mila Amelia seorang mahasiswa yang juga merupakan followers dari akun konten kreator @putrabrahms, @cheryantoinette, dan @rizky\_aul berpendapat bahwa

“Dalam akun tiktok @putrabrahms semua konten kontennya tentang pengetahuan tercantum dalam video nya ada sumber dari yang dia ambil sehingga kita bisa percaya dalam menanggapi setiap kontennya. Nah kalau akun @cheryantoinette terdapat banyak konten video yang mengambil dari cuplikan film atau iklan dari negeri luar, sehingga kita tiba bisa menilai apakah itu benar terjadi atau tidaknya . sedangkan akun tiktok @rizky\_aul kita bisa melihat banyak informasi informasi yang diberikan tetapi menggunakan foto ilustrasi, tetapi informasi nya banyak yang benar juga. Jadi kalau saya sendiri menentukan validitas nya dilihat dari apakah sedang trending info yang mereka sebar dan saya juga baca komentar komentar pengguna tiktok lainnya karena ada juga pengguna yang memiliki informasi tambahan dan lebih valid jika mereka menentang informasi yang diberikan oleh konten kreator”.

Livia Septiani Rioza seorang siswa SMA juga pernah mencari validitas terhadap informasi yang didapat dari akun @putrabrahms, @cheryantoinette, dan @rizky\_aul mengungkapkan bahwa :

“Ketiga akun itu sama aja, maksudnya mereka menyebarkan informasi itu melalui sumber sumber tertentu terus mereka ringkas lagi pake kalimat mereka yang lebih ringan jadi untuk menentukan validitas nya menurut saya kita tinggal lihat aja ini informasi yang mereka

sampaikan ada sumber yang jelas atau tidak terus saya juga lihat dari respon komentar pengguna tiktok lainnya kalau misalnya banyak yang bilang wah bener berarti informasi tersebut emang valid. Lagian juga kita sendiri juga pasti bisa kan menganalisis apakah informasi itu benar atau tidak menurut pemikiran kita sendiri, jadi kalau untuk dijabarkan bagaimana cara nya agak sulit yang penting kita tahu aja darimana sumber informasi yang konten kreator ini dapatkan lalu kita sesuaikan”.

Tesa Gita Riananda juga merupakan orang yang pernah menerima informasi dan merupakan followers dari akun @putrabrahms, @cheryantoinette, dan @rizky\_aul menyebutkan bahwa :

“Akun akun ini kan merupakan akun akun yang punya cukup banyak followers ya dan informasi yang disebar juga termasuk informasi informasi penting yang dekat dengan kehidupan kita sehari hari. Menurut saya karena mereka memang creator terkenal pasti informasi yang disebar juga lebih terpercaya tapi harusnya sebagai pengguna sosial media yang baik kita tetap harus menguji kebenarannya. Jangan karena di beberapa video informasi mereka valid kita jadi tidak meneliti kebenaran dibalik tiap informasi-informasi yang diterima dari akun akun ini. Apalagi kalau mau menyebarkan video video dari akun ini alangkah lebih baiknya kita mencari tau kebenarannya terlebih dahulu. Gampang kok kita bisa buka kolom komentar karena disitu akan banyak pendapat" dan informasi dari orang lain kita bisa lihat dari respon mereka kalau masih kurang yakin kita bisa mencari tau nya melalui google”.

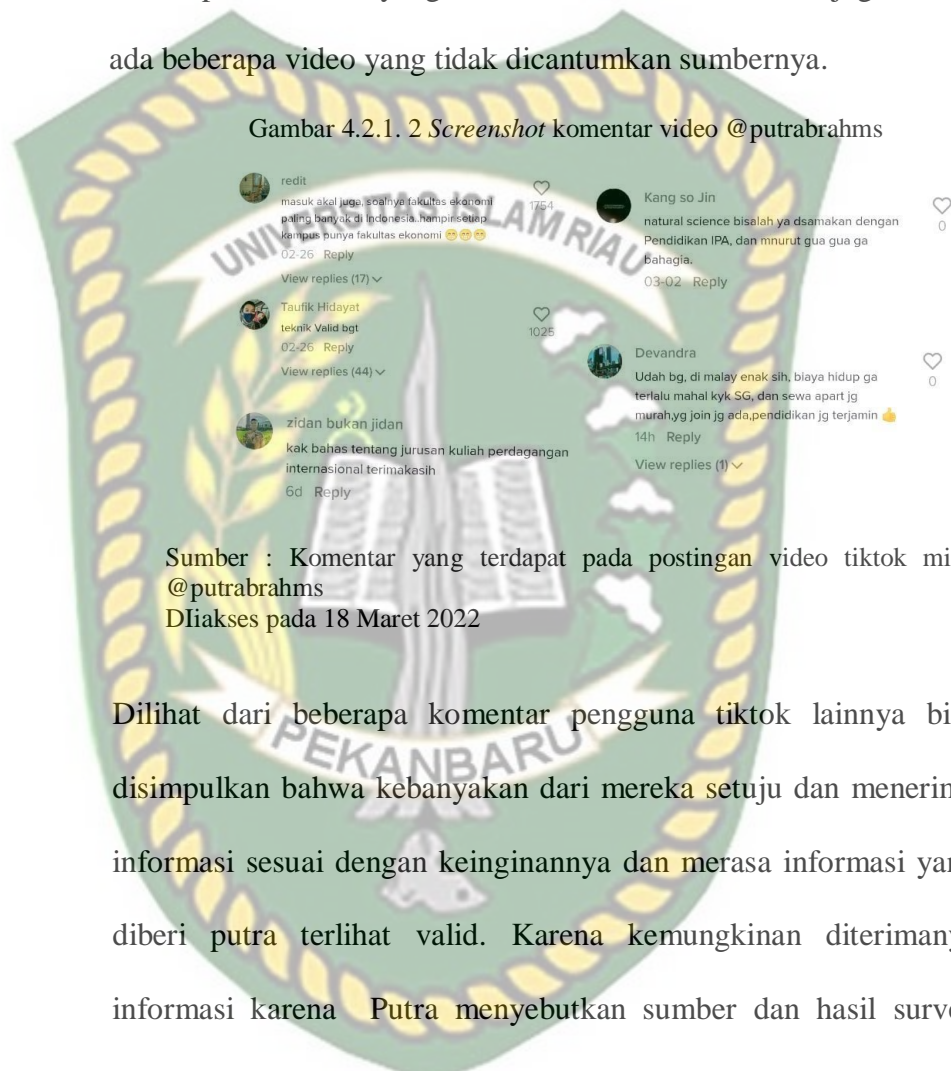
Berdasarkan Hasil Observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap menentukan validitas informasi dari 3 akun *content creator* yaitu @putrabrahms, @cheryantoinette, dan @rizky\_aul dapat mencari validitas melalui kolom komentar, berikut akan dijabarkan satu persatu hasil observasi terhadap 3 akun tersebut :

a. Akun @putrabrahms

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti di media sosial tiktok pada akun @putrabrahms bahwa putra ini selalu

menyebarkan informasi dengan mencantumkan sumber yang jelas baik itu dari google ia sebarkan kembali maupun dari ilmuwan dan dari cuplikan video yang ia analisis kembali. Namun juga masih ada beberapa video yang tidak dicantumkan sumbernya.

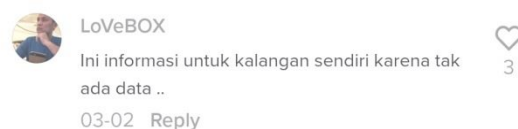
Gambar 4.2.1. 2 Screenshot komentar video @putrabrahms



Sumber : Komentar yang terdapat pada postingan video tiktok milik @putrabrahms  
Diakses pada 18 Maret 2022

Dilihat dari beberapa komentar pengguna tiktok lainnya bisa disimpulkan bahwa kebanyakan dari mereka setuju dan menerima informasi sesuai dengan keinginannya dan merasa informasi yang diberi putra terlihat valid. Karena kemungkinan diterimanya informasi karena Putra menyebutkan sumber dan hasil survey yang ia temukan sehingga ada juga penonton yang melakukan *request* kepada putra untuk menyebarkan informasi yang lain.

Gambar 4.2.1. 3 Screenshot komentar video @putrabrahms



Sumber : Komentar yang terdapat pada postingan milik @putrabrahms  
Diakses pada 18 Maret 2022

Ada juga informasi yang tidak bisa diterima oleh pengguna tiktok lainnya karena informasi yang diberikan oleh Putra tidak mencantumkan data sehingga pengguna lainnya tidak merasa informasi tersebut valid.

b. Akun @cheryantoinette

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti di media sosial tiktok pada akun @cheryantoinette bahwa Chery selalu menyebarkan informasi jenis entertain dengan caras *story telling* dimana ia selalu mengambil cuplikan video lalu dijabarkan kembali melalui analisis ia sendiri sehingga informasi yang ia sebarakan itu masih *fifty fifty* validitas nya. Setiap menyebarkan informasi, chery sangat jarang mencantumkan sumbernya. Namun ada juga beberapa informasi yang disebarkan oleh chery dapat dipercaya karena informasi yang Chery sebarakan termasuk salah satu informasi hiburan.

Gambar 4.2.1. 4 Screenshot komentar video @cheryantoinette



Sumber : Komentar yang terdapat pada postingan @cheryantoinette

Diakses pada 18 Maret 2022

berdasarkan Gambar 4.2.1.5 dari beberapa komentar pengguna tiktok lainnya bisa disimpulkan bahwa ada beberapa dari mereka setuju dan menerima isi konten video yang disajikan oleh chery dapat diterima dan bahkan mereka ikut berpendapat mengenai konten yang ditayangkan oleh chery. Informasi atau konten yang disajikan oleh chery termasuk informasi yang ringan dan untuk menentukan validitasnya bisa melalui pemikiran sendiri karena chery juga menjabarkan sesuai dengan pendapat dan apa yang ia pahami.

Gambar 4.2.1.5 Screenshot komentar video @cheryantoinette



Sumber : Komentar yang terdapat pada postingan @cheryantoinette  
Diakses pada 18 Maret 2022

Namun ada juga informasi yang tidak bisa diterima oleh pengguna tiktok lainnya. Ada yang berkomentar karena sumber atau cuplikan video yang disajikan oleh chery kurang jelas sumbernya misalnya seperti salah satu cuplikan yang menarik

tetapi tidak dicantumkan apakah itu film atau hanya video pendek saja. Kemudian informasi yang disebut oleh chery setengah setengah tidak dijabarkan dengan lengkap sehingga yang menonton video chery merasa tergantung dengan ceritanya.

e. Akun @rizky\_aul

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti di media sosial tiktok pada akun @rizky\_aul bahwa rizky menyebarkan video informasi berjenis hiburan dan entertain. Rizky mengambil gambar dan cuplikan kemudian melakukan *story telling*. Dalam melakukan *story telling*, Rizky selalu mencantumkan sumber informasi dari mana ia mendapatkannya. Sehingga informasi yang ia katakan bisa disebut valid. Dipantau melalui jenis informasi yang disebarkan oleh Rizky juga termasuk informasi yang ringan dan mudah dipahami.

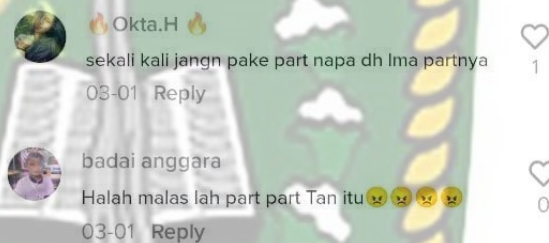
Gambar 4.2.1. 6 Screenshot komentar video @rizky\_aul



Sumber : Komentar yang terdapat pada postingan milik @rizky\_Aul  
Diakses pada 18 Maret 2022

Berdasarkan dari beberapa komentar pengguna tiktok lainnya bisa disimpulkan bahwa banyak dari mereka yang setuju karena merasa informasi yang disebar oleh rizky ini sesuai dengan mereka sehingga mereka senang menonton video yang diberikan oleh rizky. Kemudian ada juga beberapa pengguna tiktok yang ikut bercerita di kolom komentar karena merasa setuju dan informasi yang diberikannya oleh rizky ini valid jelas informasinya.

Gambar 4.2.1. 7 Screenshot komentar video @rizky\_Aul



Sumber : Komentar yang terdapat pada postingan milik @rizky\_Aul

Diakses pada 18 Maret 2022

Hampir semua video yang disajikan oleh rizky tidak pernah bertentangan dengan penontonnya, hanya saja riterlalu mengulur ngulur video dengan menggunakan sistem *part*. Padahal video rizky ini merupakan video yang termasuk ditunggu tunggu karena videonya termasuk video yang sesuai dengan penontonnya dan termasuk valid.

Berdasarkan Hasil Wawancara yang sudah dilakukan Peneliti dengan informan dapat disimpulkan bahwa masih ada beberapa remaja pekanbaru yang tidak selalu menerapkan kemampuan

literasi media ibarat kata mereka masih merem melek dan tidak selalu diterapkan setiap menerima informasi hanya kadang kadang saja.

### C. Pembahasan Penelitian

Dalam pembahasan penelitian peneliti akan menjabarkan tentang pentingnya menentukan validitas informasi, tahapan literasi media yang dilakukan oleh remaja pekanbaru, penerapan literasi media oleh remaja pekanbaru Pemahaman remaja Pekanbaru mengenai literasi media, dan menentukan validitas informasi berdasarkan video tiktok yang mereka tonton dan lihat melalui akun @putrabrahms, @cheryantoinette, dan @rizky\_aul.

#### a. Pentingnya Validitas Informasi

Pada zaman ini, media sosial sudah tidak lagi menjadi hal yang tabu untuk masyarakat karena media sosial salahs satu tempat untuk mencari dan menerima informasi dari mana dan kapan saja. Sekarang, media sosial sudah seperti salah satu kebutuhan pokok bagi semua masyarakat. Jenis media sosial yaitu Instagram, Twitter, facebook, Tiktok, Youtube, dan lain-lain.

Dalam menggunakan media sosial tentunya penting untuk menentukan validitas agar tidak terkecoh dalam menerima informasi dan tidak mudah percaya dengan informasi yang sudah beredar. Karena di media sosial informasi yang kita dapatkan bisa disengaja maupun tidak disengaja tanpa ada filterisasi secara otomatis. Banyak



informasi berdatangan dan muncul pada sebuah media sosial. Terlebih di media sosial tiktok, arus informasi pada media sosial tiktok sangat cepat. Dalam hitungan detik informasi bisa bermunculan tanpa dicari. Dengan melakukan validitas maka informasi yang didapat bisa ditentukan layak atau tidaknya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada remaja pekanbaru, terdapat beberapa cara dalam menentukan validitas informasi yang ada pada media sosial tiktok yaitu :

- 1) Mencari tahu kembali informasi yang terdapat di media sosial tiktok melalui fitur komentar yang terdapat pada kolom komentar disetiap postingan yang muncul atau postingan yang sengaja dicari.
- 2) Melihat apakah disetiap postingan video tiktok yang menyebarkan informasi terdapat sebuah sumber yang jelas dan tertera siapa pencetus utamanya.
- 3) Melakukan analisis sendiri atau kembali mencari tahu informasi lebih lanjut melalui google dengan cara *searching* atau *browsng* informasi yang didapat.

#### **b. Tahapan Literasi Media Oleh Remaja Pekanbaru**

Literasi media saat ini sangat dibutuhkan dan harus dipahami terlebih pada zaman sekarang ini seluruh aktivitas bahkan kegiatan sehari-hari tidak jauh dari media sosial. Media sosial yang diteliti oleh peneliti yaitu media sosial tiktok. Media sosial tiktok

merupakan media sosial yang sedang digandrungi oleh anak muda. Peneliti sudah melakukan penelitian terhadap 8 Remaja Pekanbaru.

Bagi Remaja Pekanbaru Literasi media sangat berpengaruh dengan kegiatan bermedia sosial mereka karena dengan media Literasi Media mereka dapat mengevaluasi teks dari video yang disajikan oleh konten kreator di tiktok. selain itu juga dengan literasi media mereka bisa jga memproduksi sebuah konten meskipun belum profesional seperti konten kreator yang sudah ada. Kemudian melalui literasi media, mereka bisa menentukan apakah sebuah informasi yang disajikan itu berguna atau tidak dan memahami segala informasi yang terdapat pada media sosial tiktok.

Arus informasi di media sosial tiktok sangat lah cepat, dalam hitungan detik informasi bisa berubah-ubah sehingga kemampuan literasi media sangat diperlukan dan sangat penting demu mencegah terbawa arus informasi yang dengan cepat berganti.

Dalam menerapkan literasi media terdapat beberapa tahapan yang dapat dilakukan. berdasarkan wawancara yang sudah peneliti lakukan bersama 8 informan pada penelitian ini, mereka melakukan setidaknya 8 tahapan, yaitu :

- 1) Mengakses media sosial

Tahapan ini merupakan tahapan awal dalam menggunakan media sosial. Bagi sebagian orang media sosial sudah menjadi salah satu kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari

harinya. Tiktok menjadi salah satu media sosial yang diakses oleh remaja pekanbaru dalam mendapatkan informasi.

## 2) Menonton Konten

Setelah mengakses media sosial, tentunya mendapatkan informasi melalui konten video yang disajikan di media sosial tiktok. Untuk mendapatkan konten informatif cukup melihat melalui *homepage* yang terdapat pada media sosial tiktok. Karena melalui *homepage* atau *for you page* tiktok sudah banyak terdapat informasi yang muncul dengan cepat.

## 3) Membaca Informasi yang diterima

Tahapan ini merupakan salah satu tahapan yang dilakukan oleh setiap orang yang menerima informasi di media sosial. Pada tahapan ini, pengguna media sosial membaca secara menyeluruh informasi yang disebarkan. Pada media sosial tiktok informasi dapat dibaca melalui *caption* yang dibuat oleh *content creator* atau komentar yang diberikan oleh pengguna lain di bagian kolom komentar yang terdapat pada postingan yang disajikan oleh *content creator*. Dari 8 orang informan yang diwawancarai oleh peneliti, mereka mengaku selalu melakukan tahapan ini dalam menerima informasi.

#### 4) Mencerna Informasi

Melalui tahapan ini, para pengguna media sosial akan mencerna informasi secara jeas. Karena informasi yang terdapat di media sosial bisa menjadi pisau bagi mereka sendiri. Informasi bisa menyebabkan kedalahpahaman jika tidak dicerna dengan secara teliti. melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti terdapat 6 orang informan yang melakukan tahapan ini. Kemudian ada 2 orang informan yang tidak melakukan tahapan ini.

#### 5) Mencari informasi lebih lanjut atau verifikasi informasi

Melalui tahapan ini, pengguna media sosial dapat menghindari terpengaruh dari berita yang *hoax* atau palsu dan tidak mudah terbawa oleh arus informasi yang ada. Dari 8 orang informan yang diwawancara terdapat 7 orang informan yang selalu melakukan tahapan ini ketika menerima informasi dan terdapat 1 orang yang masih terbilang jarang dalam melakukan tahapan ini.

#### 6) Menyebarkan Informasi

Setelah yakin akan sebuah kebenaran dari informasi yang terdapat di media sosial maka kita diperbolehkan untuk menyebarluaskan informasi tersebut atau membagikan informasi tersebut kepada orang lain. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap 8 informan, hanya ada

6 informan saja yang suka membagikan atau menyebarkan informasi kepada teman-temannya. 2 orang informan lagu hanya menerima informasi tersebut untuk dirinya sendiri.

#### 7) Mengimplementasikan informasi yang didapat

Selain melakukan penyebaran ulang terhadap informasi yang didapat di media sosial, para pengguna media sosial tentunya menerapkan informasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Jika informasi tersebut bisa berguna di kehidupan sehari-harinya dan berpengaruh di kehidupan sehari-hari. Secara disengaja maupun tidak disengaja, para pengguna media sosial pasti pernah menerapkan informasi yang mereka dapatkan

#### 8) Mengklarifikasi

Pada tahap ini, merupakan sebuah tahapan untuk jaga-jaga atau antisipasi jika sebagai pengguna media sosial kita sudah terlanjur menyebarkan informasi yang ternyata palsu ataupun *hoax*. Setelah menyebarkan informasi yang ternyata tidak sesuai dengan faktanya maka kita wajib untuk melakukan klarifikasi. Meskipun merupakan satu hal yang wajib masih ada pengguna tiktok yang enggan dan acuh-tak-acuh melakukan tahapan ini ketika sudah terlanjur ikut

menyebarkan informasi yang terdapat di media sosial kepada orang lain.

Tahapan – tahapan yang telah dijelaskan di atas merupakan beberapa tahapan yang umumnya dan sebaiknya dilakukan oleh para pengguna media dalam menerapkan literasi media. Ke-6 tahapan di atas sejalan dengan model literasi media yang dijelaskan oleh Potter. Model ini sering juga disebut dengan '*The Cognitive Model of Media Literacy*'

Tabel 4.3.1 1 Model Literasi



Sumber : Potter (2011)

Gambar tersebut merupakan tahapan dari literasi media menurut Potter yang dituangkan dalam *The Cognitive Model of Media Literacy*. Jika pada penelitian ini terdapat 6 tahapan maka pada model literasi media dari Potter hanya terdapat 3 tahapan yaitu *Filtering* (menyaring informasi), *Meaning Matching* (pencocokan makna dari informasi tersebut/mencerna), dan *Meaning Construction* (pembangunan makna dari informasi).

Setelah menentukan tahapan yang dimiliki informan, peneliti juga menentukan tingkatan kemampuan literasi media yang dimiliki oleh informan yang sudah diwawancarai. Secara teoritis, Literasi media dibedakan menjadi 3 tingkatan, yaitu (1) Awal, (2) Menengah, dan (3) Lanjut. (Istiyanto, 2019).

Tingkatan yang dimiliki oleh informan yang diwawancarai dominan kepada tingkatan *medium* atau menengah. Tingkatan ini merupakan tingkatan dimana seseorang sudah mampu dan mengetahui kemedian mengerti secara mendalam bagaimana menggunakan media sosial secara detail. Kemudian seseorang mampu mengevaluasi informasi yang dibutuhkan dari konten yang terdapat di media sosial. Dan seseorang paham bagaimana cara menelusuri informasi di media sosial dan ikut serta secara aktif dalam bermedia sosial.

Tabel 4.3.1 2 Tabel Rekapitulasi Tingkatan Literasi Media

No	Nama informan	Tingkatan
1	Meri Oktavia (Informan 1)	Menengah / Medium
2	Mila Amelia (Informan 2)	Menengah / Medium
3	Tesa Gita Rinanada (Informan 3)	Menengah / Medium
4	Livia Septiani Rioza (Informan 4)	Menengah / Medium

5	Nada Dava Salsabila (Informan 5)	Menengah / Medium
6	Dinna Nathalia (Informan 6)	Menengah / Medium
7	Fazila Arista (Informan 7)	Menengah / Medium
8	Annisya Bella Santiera (Informan 8)	Menengah / Medium

c. **Remaja Pekanbaru menentukan validitas informasi berdasarkan video tiktok**

Validitas informasi adalah sebuah tingkat kebenaran atau keabsahan suatu fakta dari sebuah informasi yang terdapat di suatu platform media sosial. Tentunya media sosial tiktok sudah menjadi salah satu media informasi, karena media sosial tiktok sekarang sudah menjadi salah satu media sosial yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Di media sosial tiktok sangat banyak beragam informasi yang disebarluaskan oleh konten kreator dan dari siapapun pengguna tiktok. Dalam penyebaran informasi agar masyarakat tentunya remaja yang sedang diteliti, mereka memiliki cara masing masing dalam menentukan validitas dari sebuah informasi. ada beberapa cara yang digunakan oleh remaja pekanbaru dalam menentukan validitas informasi, yaitu :



1. Mempelajari dan menganalisis dengan kemampuan mereka mengenai informasi yang didapat.
2. Melihat apakah seorang konten kreator mencantumkan sumber data yang mereka dapatkan.
3. Mencari tahu informasi dari sumber yang berbeda atau kreator lainnya.
4. Membaca komentar yang terdapat di kolom komentar video yang disajikan.

Tabel 4.3.1 3 Model yang merupakan rekapitulasi hasil penelitian



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai literasi media sosial tiktok (studi deskriptif pada remaja dalam menentukan validitas informasi) yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkatan literasi media remaja di Pekanbaru berada pada tingkatan menengah atau medium. Remaja Pekanbaru saat ini sudah mengerti dan memahami mengenai makna dari literasi media. Selain memahami dan mengerti mengenai literasi media, remaja Pekanbaru juga sudah mulai menerapkan kemampuan literasi media saat mengakses media sosial dan menerima informasi dari media sosial. Tak hanya itu saja, Remaja Pekanbaru juga tahu bahwa literasi media itu penting diterapkan dalam menggunakan media sosial. Dari 8 orang informan dapat digolongkan mereka sudah memasuki tingkatan menengah atau medium.
2. Proses Penentuan validitas informasi di media sosial saat menerima informasi sangat penting, karena di media sosial arus informasi tidak bisa ditahan penyebarannya. Dalam hitungan detik informasi bisa berganti ganti. Dalam menentukan validitas dapat dilihat dari sumber

informasi yang disebar oleh konten kreator yang membuat informasi dan dilihat atau dianalisis kembali oleh individu melalui komentar yang ada pada kolom komentar di setiap postingan. Tak hanya itu, dalam menentukan validitas juga bisa melakukan *crosscheck* melalui informasi yang bisa diakses melalui google dengan cara *browsing* atau *searching*.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan melakukan kegiatan wawancara bersama 8 orang informan yang telah peneliti tentukan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

### 1. Saran Praktis

- a. Setiap remaja yang merupakan pengguna aktif media sosial seharusnya memiliki, memahami, serta menerapkan kemampuan literasi media yang baik. Hal ini tentunya sangat diperlukan agar ketika menggunakan media sosial kita mampu menerima informasi yang memang pantas untuk diterima sehingga bijak dalam bermedia sosial.
- b. Dalam menggunakan media sosial tiktok, remaja harus berhati-hati ketika menerima informasi yang bermunculan maupun informasi yang sengaja dicari. Menentukan validitas merupakan salah satu cara dalam mencegah menerima informasi hoax dan

informasi yang mengarah kepada hal negatif. Diharapkan kepada para remaja pekanbaru dapat menggunakan media sosial tiktok sebagai salah satu sumber informasi dengan lebih baik lagi.

## 2. Saran Akademisi

- a. Peneliti berharap akan ada selanjutnya orang yang melakukan penelitian mengenai literasi media. Terkhusus kepada golongan remaja yang akan datang. Karena dengan adanya perkembangan zaman yang sangat cepat berubah ubah maka keadaan dan kemampuan literasi media setiap individu akan terpengaruh juga nantinya.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU :

Ahmadi, Rulam. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media

Potter, W. James. (2011). *Media Literacy*. Fifth Edition. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publication.

### JURNAL :

Afriluyanto, T. R. (2018). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2):184–197

Arnild Augina. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*. 12(33):145–151

Arventine, C. V., & Yuliarti, M. S. (2021). *Pemanfaatan aplikasi tiktok pada remaja di madiu sebagai media eksistensi*. 1–25.

Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10:46–62.

Diananda, A. (2019). Psikologi Remaja Dan Permasalahannya. *Journal Istighna*, 1(1), 116–133.

Dr. Tjipto Subadi, M. S. (2006). No Titleالبيترول. In *Metode Peelitian Kualitatif*.

Fitriani Manajemen Infomatika AMIK BSI Bekasi JICut Mutiah No, Y. (2017). *Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat*. 19(2).

Ganggi, R. I. P. (2018). Materi Pokok dalam Literasi Media Sosial sebagai salah Satu Upaya Mewujudkan Masyarakat yang Kritis dalam Bermedia Sosial.

*Anuva*, 2(4), 337.

Moekahar, Handayani, B. (2019). *Fenomenologi Literasi Media Pada Remaja Di Kota Pekanbaru Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Kebanyakan kegiatan Pendidikan Literasi Media di Indonesia belum memiliki konsistensi yang* . 3, 12–22.

Hidayat, F. P., & Ginting, R. (2018). Literasi Media Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ke- 8 Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah (APPPTMA)*, 1–5.

Juliswara, V. (2017). Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 4(2), 142.

Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51–66.

Norhabiba, F., & Ragil, A. (2018). Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Mahasiswa Untag Surabaya. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 8–15.

Nugrahani, F. (2014). dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. (Vol. 1, Issue 1).

Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).

Rahardaya, A. K., & Irwansyah, I. (2021). Studi Literatur Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 308–319.

Rianto Rahadi, D. (n.d.). *Perilaku pengguna da informasi hoax di media sosial*.

Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif (Qualitative Data Analysis).

*Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81.

Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Interaksi-Online*, 6(4), 1–12.

Sari, S. (2019). Literasi media pada generasi milenial di era digital. In *Jurnal Professional FIS UNIVED* (Vol. 6, Issue 2).

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kualitatif. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(1), 9.

Wisnu Martha Adiputra. (2008). Literasi Media dan Interpretasi atas Bencana.pdf. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 11(3), 287–414.

European Commission. (2009). *Study on Assessment Criteria For Media Literacy Levels*. Brussels

Ahmadi, Rulam. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media

Potter, W. James. (2011). *Media Literacy*. Fifth Edition. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publication.