

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagi informasi. Salah satu aspek yang paling menonjol dari revolusi digital ini adalah kemudahan dan kecepatan dalam menyebarkan konten, termasuk konten yang bertujuan untuk mengajarkan perbuatan baik atau nilai-nilai positif (Haris et al., 2024). Di masa lalu, sebelum era digital berkembang pesat seperti sekarang, proses berbagi pengetahuan dan mengajarkan perbuatan baik memiliki batasan dan tantangan tersendiri (Zain & Mustain, 2024). Pada era sebelum digitalisasi, penyebaran informasi dan pengajaran nilai-nilai moral sering kali terbatas pada interaksi langsung atau melalui media konvensional seperti buku, majalah, atau siaran televisi.

Proses ini membutuhkan waktu yang lebih lama dan jangkauan yang lebih terbatas. Misalnya, seorang guru atau tokoh masyarakat yang ingin menyampaikan pesan moral harus melakukannya melalui pertemuan tatap muka, ceramah, atau menulis buku yang memerlukan waktu produksi dan distribusi yang cukup panjang. Akibatnya, penyebaran informasi dan nilai-nilai positif menjadi lebih lambat dan terbatas pada lingkup geografis tertentu. Namun, dengan hadirnya era digital, *landscape* penyebaran informasi dan pengajaran nilai-nilai moral telah berubah secara dramatis. Platform media sosial, blog, video *streaming*, dan berbagai aplikasi berbagi konten telah menciptakan ekosistem yang memungkinkan siapa saja untuk menjadi kreator dan penyebar pesan.

Hal ini telah mendemokratisasi proses berbagi pengetahuan dan nilai-nilai positif. Sekarang, seseorang dengan niat baik untuk mengajarkan perbuatan terpuji dapat dengan mudah membuat video, atau membagikan pengalaman mereka secara instan kepada audiens global melalui berbagai platform digital. Kemudahan akses dan kecepatan

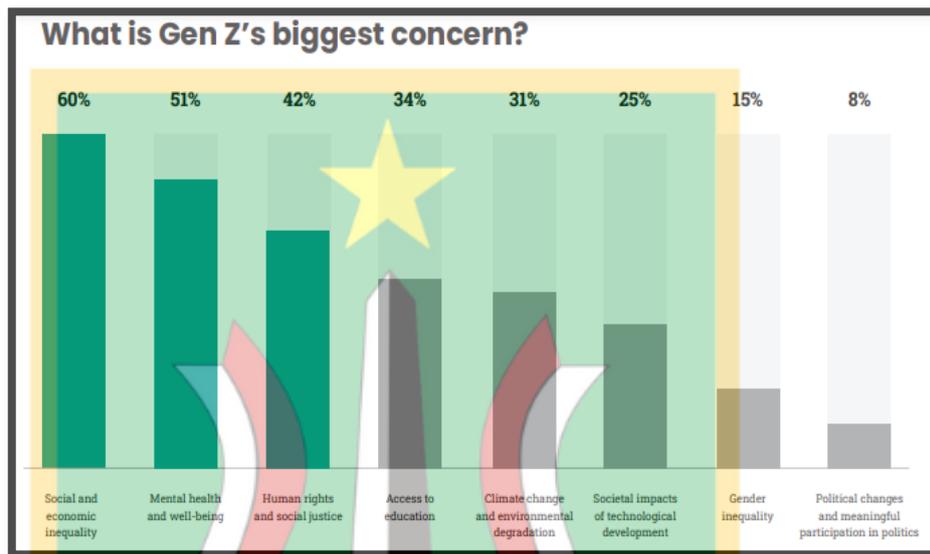
penyebaran informasi di era digital juga telah mengubah cara orang menerima dan berinteraksi dengan konten edukatif. Interaktivitas platform digital juga memungkinkan adanya diskusi, umpan balik, dan kolaborasi yang lebih dinamis antara pembuat konten dan audiensnya, menciptakan komunitas virtual yang mendukung penyebaran nilai-nilai positif.

Transformasi digital tidak hanya meningkatkan volume dan kecepatan penyebaran konten, tetapi juga mengubah format dan cara penyampaian pesan. Infografis yang menarik, video pendek yang viral, atau kampanye *hashtag* di media sosial telah menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan pesan moral dan mendorong perbuatan baik (Nursawiyah & Purwaningtyas, 2024). Metode-metode ini seringkali lebih menarik dan mudah dicerna oleh generasi digital *native*, yang mungkin kurang responsif terhadap metode pengajaran konvensional. Generasi Z adalah kelompok demografi yang lahir setelah generasi milenial, yaitu pertengahan hingga akhir 1997-2012 (Silitonga & Tampomuri, 2024).

Mereka adalah generasi pertama yang tumbuh dalam lingkungan yang didominasi oleh teknologi digital dan internet, yang membedakan mereka dari generasi sebelumnya. Generasi Z dikenal sebagai generasi pertama yang tumbuh sepenuhnya di era digital. Sejak lahir, mereka sudah terbiasa dengan kehadiran internet, *smartphone*, dan media sosial. Pengalaman mereka sehari-hari sangat dipengaruhi oleh teknologi digital, mulai dari cara mereka belajar, berkomunikasi, hingga mengakses informasi. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang mengalami transisi dari teknologi analog ke digital, Gen Z sudah mengenal dan menggunakan teknologi digital sejak usia dini (Goldbach & Hamza-Lup, 2020). Teknologi telah mengubah cara Gen Z berinteraksi dan berkomunikasi.

Generasi Z, yang lahir dan tumbuh di era digital, sering kali mendapatkan stereotip tertentu yang cenderung bersifat negatif. Beberapa karakteristik yang dilekatkan pada generasi ini meliputi sifat mudah tersinggung atau "baperan," kecenderungan untuk lebih memilih kenyamanan atau "mageran," serta kurangnya ketahanan dalam

menghadapi tekanan sosial dan kehidupan nyata. Anggapan ini sering kali muncul akibat perbedaan pola asuh, perkembangan teknologi yang pesat, serta lingkungan digital yang membentuk cara berpikir dan bertindak mereka. Namun, di sisi lain, generasi ini juga menunjukkan keterlibatan aktif dalam isu-isu sosial, terutama melalui media sosial, yang memungkinkan mereka untuk lebih memahami dan meningkatkan kesadaran terhadap berbagai persoalan.



Gambar 1.1 *Concern* Terbesar Generasi Z di Indonesia
(Sumber: IDN Research Institute 2024)

Penelitian oleh IDN Research Institute (2024) menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki perhatian yang besar terhadap isu-isu sosial, dengan 60% dari mereka menyatakan bahwa ketimpangan sosial dan ekonomi merupakan perhatian utama mereka. Selain itu, 51% dari Generasi Z menaruh perhatian besar pada kesehatan mental dan kesejahteraan, sementara 42% fokus pada hak asasi manusia dan keadilan sosial. Data ini mengindikasikan bahwa meskipun Generasi Z kerap dianggap sebagai generasi yang terlalu emosional atau "baperan," mereka justru memiliki kesadaran yang tinggi terhadap ketidakadilan sosial dan isu kemanusiaan.

Kritik terhadap Generasi Z yang dianggap mudah tersinggung atau baperan sering kali dikaitkan dengan budaya digital yang mempercepat penyebaran informasi dan respons emosional secara instan. Perubahan sekecil apa pun dapat memicu perdebatan besar, terutama dalam diskusi

daring. Namun, sifat mudah tersentuh ini juga dapat berfungsi sebagai indikator bahwa generasi ini memiliki sensitivitas sosial yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka cenderung lebih peduli terhadap isu-isu kemanusiaan dan memiliki dorongan yang kuat untuk menyuarkan ketidakadilan, termasuk yang dialami oleh kelompok dhuafa.

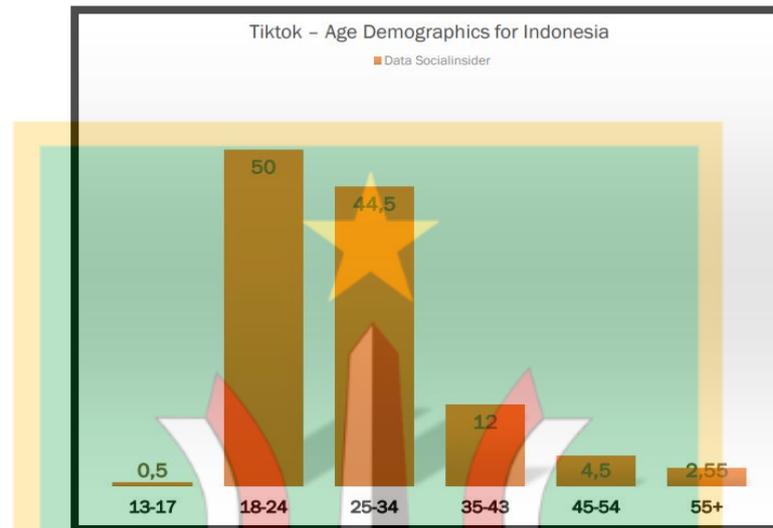
Di sisi lain, kecenderungan generasi ini untuk lebih memilih kenyamanan dan menghindari aktivitas fisik yang berat atau "mageran" sering kali dianggap sebagai bentuk kemalasan atau kurangnya etos kerja. Namun, karakteristik ini juga dapat dimaknai sebagai pergeseran paradigma dalam cara mereka berkontribusi terhadap perubahan sosial. Jika generasi sebelumnya lebih menekankan aksi langsung dalam bentuk turun ke jalan atau mengorganisir kegiatan berbasis komunitas, Generasi Z lebih banyak memanfaatkan ruang digital sebagai sarana advokasi dan edukasi. Mereka mengadaptasi teknologi untuk menyebarkan informasi, menggalang donasi, dan menggerakkan opini publik melalui kampanye daring.

Dengan demikian, meskipun pendekatan mereka berbeda, dampak yang dihasilkan tetap signifikan. Peran media sosial dalam meningkatkan kesadaran sosial terhadap kelompok dhuafa sangatlah besar. Konten-konten yang menampilkan kehidupan masyarakat kurang mampu sering kali mendapat perhatian luas, terutama jika disajikan dengan cara yang menarik dan menyentuh emosi audiens. Influencer dan kreator konten yang memiliki basis pengikut besar turut berperan dalam menyebarkan pesan-pesan kemanusiaan, yang kemudian mendorong keterlibatan lebih lanjut dari Generasi Z. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi tempat berbagi informasi, tetapi juga ruang untuk membangun empati dan solidaritas sosial.

Pemahaman Generasi Z terhadap kesadaran sosial juga dipengaruhi oleh bagaimana mereka mengonsumsi informasi dan membangun perspektif terhadap isu-isu kemanusiaan. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang lebih banyak bergantung pada media konvensional seperti televisi dan surat kabar, Generasi Z cenderung mendapatkan informasi dari media sosial yang lebih cepat dan interaktif. Hal ini

memberikan keunggulan dalam hal aksesibilitas dan keberagaman sumber informasi, tetapi juga menuntut kemampuan kritis dalam memilah dan memahami konten yang mereka konsumsi.

TikTok, yang diluncurkan pada tahun 2016, dengan cepat menarik perhatian jutaan pengguna muda di seluruh dunia, termasuk Generasi Z.



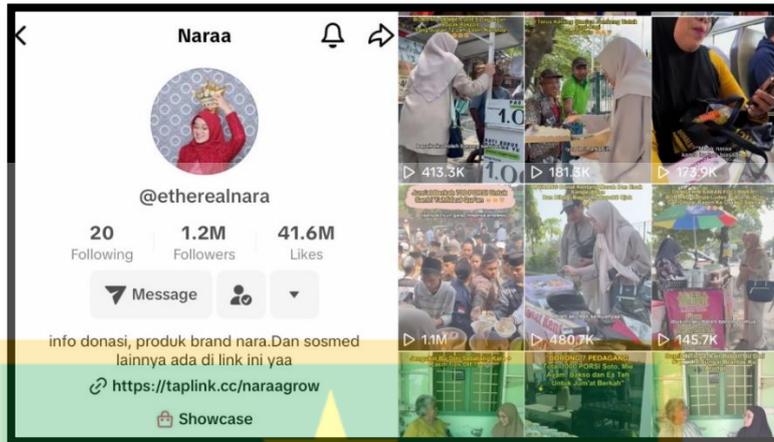
Gambar 1. 2 Data demografi usia pengguna Tiktok di Indonesia

(Sumber: Data Socialinsider 2024)

Berdasarkan data pada Socialinsider, pada Januari 2024, Indonesia memiliki sekitar 126 juta pengguna TikTok. Pengguna TikTok terbesar di Indonesia adalah mereka yang berusia 18–24 tahun, yaitu sebanyak 50 juta pengguna. Pengguna TikTok di Indonesia yang berusia 25–34 tahun berjumlah 44,5 juta pengguna. Pengguna TikTok di Indonesia yang berusia 35–43 tahun berjumlah 12 juta pengguna. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa generasi Z merupakan pengguna dominan platform Tiktok.

Platform ini tidak hanya digunakan untuk menonton video lucu atau mengikuti *Dance Challenge*, tetapi juga untuk mendapatkan informasi tentang berbagai topik, mulai dari berita terkini hingga isu-isu sosial. Misalnya, pengguna TikTok dapat menyampaikan pesan-pesan tentang kehidupan kelompok dhuafa, tantangan yang mereka hadapi, serta memberikan dukungan dan solidaritas kepada mereka. Berikut ini

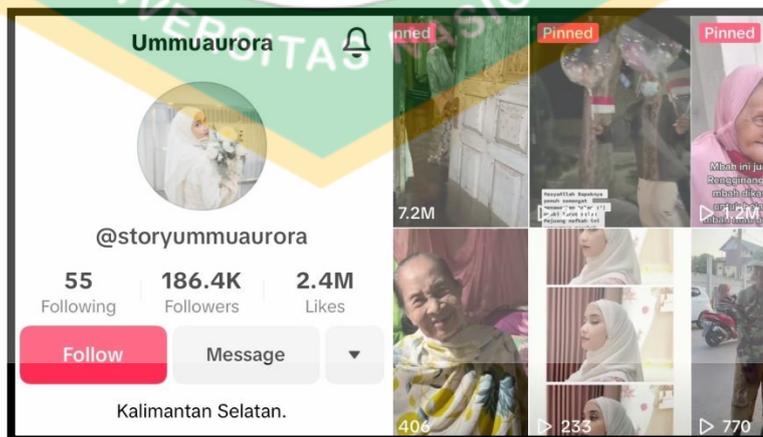
adalah beberapa *Content Creator* yang menggunakan platform digital mereka untuk berbagi kesadaran sosial:



Gambar 1. 3 Profil Akun Tiktok @etherealnara



Gambar 1. 4 Profil Akun Tiktok @andrewdinata



Gambar 1. 5 Profil Akun Tiktok @storyummaurora



Gambar 1. 6 Profil Akun Tiktok @najib.spbu



Gambar 1. 7 Profil Akun Tiktok @melisa.wijaya



Gambar 1. 8 Profil Akun Tiktok @zaraaleshaaa

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian pada salah satu akun Tiktok yaitu @etherealnara yang merupakan *content creator* asal Jombang. Akun TikTok @etherealnara

menonjol diantara banyak content creator lainnya dengan followers yang mencapai angka mengesankan 1,2 juta. Dibandingkan dengan akun-akun lainnya seperti @andrewdinata, @storyummuaurora, @najib.spbu, @melisa.wijaya, dan @zaraaleshaaa, @etherealnara memiliki daya tarik unik yang membuatnya menonjol di lanskap TikTok Indonesia. Salah satu aspek yang membedakan @etherealnara adalah tingkat engagement yang luar biasa pada kontennya, dengan jumlah like yang secara konsisten lebih tinggi dibandingkan dengan content creator lainnya tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa konten yang diproduksi oleh @etherealnara tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga sangat disukai oleh audiensnya. Yang benar-benar membedakan @etherealnara dari content creator lainnya adalah fokusnya pada aksi sosial yang inspiratif, terutama melalui aksi Jumat Berkah. Dalam aksi ini, @etherealnara secara rutin memborong dagangan dari pedagang kaki lima untuk dibagikan kepada jamaah shalat Jumat di Masjid.

@etherealnara hadir sebagai wadah penghubung antara para donatur dengan orang yang membutuhkan bantuan. Platform ini akan menyalurkan donasi tersebut melalui tiga bentuk yaitu Jumat berkah borong pedagang kecil dan peduli lansia. Program Jumat Berkah sebagai bentuk implementasi nilai-nilai keagamaan dan sosial, di mana donasi yang terkumpul digunakan untuk menyediakan makanan bagi masyarakat pada hari Jumat yang memiliki keberkahan khusus dalam ajaran Islam. Selain itu, borong pedagang kecil juga untuk membantu meningkatkan pendapatan para pedagang kecil melalui pembelian dagangan mereka secara kolektif yang kemudian didistribusikan kepada masyarakat yang membutuhkan.

Kesadaran sosial memainkan peran kunci dalam memberikan pertolongan bantuan kepada kelompok dhuafa . Dalam konteks sosial-ekonomi, kelompok dhuafa merujuk pada kelompok masyarakat yang berada dalam kondisi ketidakmampuan dan kerentanan, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun fisik. Kelompok ini mencakup fakir miskin, anak yatim piatu, lansia terlantar, penyandang disabilitas dari keluarga tidak mampu, pekerja dengan upah rendah dan kelompok-kelompok

marginal lainnya yang membutuhkan uluran tangan dan bantuan dari masyarakat yang lebih mampu. Keberadaan kelompok dhuafa di Indonesia masih menjadi realitas sosial yang memerlukan perhatian serius. Berbagai faktor struktural dan sistemik seperti keterbatasan akses terhadap pendidikan, kesehatan, dan kesempatan ekonomi menjadi penyebab utama yang melanggengkan kondisi kekelompok dhuafa an.

Dengan meningkatkan kesadaran sosial, dapat lebih memahami tantangan yang dihadapi oleh kelompok dhuafa dan mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang akar penyebab kemiskinan dan ketidaksetaraan. Kesadaran sosial juga dapat mengubah persepsi masyarakat terhadap kelompok dhuafa dari sekedar objek kepedulian menjadi individu yang memiliki martabat dan potensi yang sama seperti kita. Hal ini penting karena penghargaan terhadap martabat manusia merupakan langkah pertama dalam menciptakan lingkungan yang inklusif dan berempati. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu menganalisis penggunaan TikTok sebagai kesadaran sosial terhadap kelompok dhuafa . Untuk membahas lebih dalam terkait kesadaran sosial yang dibangun dari akun tiktok tersebut, maka peneliti tertarik untuk membahas “**Kesadaran Sosial Generasi Z Terhadap Kelompok Dhuafa (Studi Pada Akun Tiktok @Etherealnara)**”

1.2 Rumusan Masalah

Kesadaran sosial terhadap kelompok dhuafa merupakan aspek penting dalam membangun masyarakat yang inklusif dan peduli terhadap sesama. Generasi Z sebagai agen perubahan masa depan, memiliki peran yang krusial dalam memperkuat kesadaran dan empati ini. Konten tiktok dalam menyebarkan pesan - pesan sosial dapat mempengaruhi pandangan serta perilaku Generasi Z, termasuk di antaranya mahasiswa. Naraa.care sebagai salah satu akun yang fokus pada konten sosial telah menciptakan konten - konten yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran sosial terhadap kelompok dhuafa di platform Tiktok. Maka, permasalahan yang akan dibahas pada pembahasan ini adalah:

1. Bagaimana kesadaran sosial Generasi Z terhadap kelompok dhuafa yang ditampilkan melalui interaksi dan respon mereka terhadap konten-konten di akun TikTok @etherealnara?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk **menganalisis kesadaran sosial Generasi Z terhadap kelompok dhuafa** , yang dilihat melalui cara mereka berinteraksi dan merespons konten di akun TikTok @etherealnara. Fokusnya adalah untuk memahami sejauh mana konten yang dibagikan di akun ini mempengaruhi kesadaran sosial mereka, terutama dalam hal peduli terhadap kelompok dhuafa .

1.4 Manfaat Penelitian

Masalah sosial seperti kemiskinan, ketidaksetaraan, dan ketidakadilan masih menjadi tantangan yang besar diperlukan upaya yang lebih besar dalam meningkatkan kesadaran sosial dan rasa empati masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda. Generasi Z memiliki potensi besar dalam mempengaruhi perubahan sosial melalui sikap, pemikiran, dan tindakan mereka. Dengan demikian, penelitian ini mencerminkan upaya untuk memahami dan menyesuaikan interaksi generasi Z dengan konten tiktok @etherealnara dengan perubahan - perubahan dalam perilaku dan preferensi digital, sehingga dapat mencapai dampak yang lebih signifikan dalam membangun kesadaran sosial dan empati terhadap isu - isu sosial yang relevan.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada penyusunan draft proposal skripsi, peneliti mencoba membuat bentuk atau sistematika penulisan, sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini membahas tentang latar belakang pemilihan judul, rumusan masalah, tujuan

penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini, peneliti menuliskan beberapa penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian ini, dan memuat beberapa sub-bab, yaitu kajian pustaka, kerangka teori, dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Di dalam bab ini memuat mengenai jenis penelitian dan metode penelitian yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian ini, seperti teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan secara rinci gambaran umum objek penelitian, hasil yang diperoleh dari pengumpulan dan analisis data, serta pembahasan yang mengaitkan temuan penelitian dengan teori-teori yang relevan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan yang merangkum seluruh hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya. Selain itu, bab ini juga memuat berbagai saran yang ditujukan bagi pembaca, baik dalam konteks teoritis maupun praktis

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini berisikan beberapa referensi atau sumber bacaan yang diperoleh peneliti untuk memperoleh data dan membangun penelitian ini.

