

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Meluasnya penggunaan dan perkembangan media sosial membutuhkan pengetahuan untuk memahami serta memprediksi tren masa depan (Phillips et al., 2017; Rathore et al., 2017). Sebagaimana terjadinya penurunan tren interaksi tatap muka dengan teman dan keluarga yang digantikan dengan penggunaan media sosial (Hall & Liu, 2022). Media sosial kemudian menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari sebagai sumber interaksi (Solazzo et al., 2018). Selain tujuan interaksi, di media sosial pengguna dapat membuat berbagai keputusan seperti membeli produk dan layanan, menambahkan teman, menonton film, dan partisipasi politik (Zafarani et al., 2014). Hal tersebut dikarenakan media sosial memungkinkan semua orang untuk berbagi atau bertukar informasi, ide, gambar, dan video dalam komunitas serta jaringan virtual (Pratchett et al., 2016). Pengetahuan tersebut akan menjadi meluas dengan berkembangnya media sosial dan banyaknya orang menggunakannya.

Laporan dari Wearesocial tahun 2023 menyebutkan hampir 64 persen dari jumlah penduduk yang ada di dunia sudah online. Pengguna internet di Indonesia 212,9 juta dan pengguna media sosial 167 juta dengan penetrasi mencapai 60.4% pada Februari 2023 (WeAreSocial, 2023). Berdasarkan hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2018 menyebutkan bahwa ada tiga alasan paling utama masyarakat Indonesia menggunakan internet (APJII, 2019). Pertama, komunikasi lewat pesan sebanyak 24,7%. Kedua, media sosial sebanyak 18,9%. Ketiga, mencari informasi terkait pekerjaan. Selain alasan utama menggunakan internet ada alasan kedua menggunakan internet, jawaban masyarakat atas pertanyaan alasan kedua adalah Pertama, media sosial sebanyak 19,1%. Kedua, komunikasi lewat pesan sebanyak 16,4%. Ketiga, mengisi waktu luang. Adapun media sosial yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat adalah facebook sebanyak 50,7%, instagram 17,8%, dan youtube 15,1%. Dari data hasil penelitian Wearesocial dan APJII yang telah disebutkan kemudian

berimplikasi dengan banyaknya waktu yang di habiskan pada internet dan situs media sosial.

Stuart (2014, hlm. 110) menegaskan bahwa penggunaan media sosial tentunya akan mengarah pada hal yang positif atau bahkan berdampak negatif. Dampak positif dari media sosial kini telah menjadi alat untuk berbagai tujuan. Digunakan dalam bidang pendidikan (Abney et al., 2018), untuk tujuan ekonomi (Poorthuis et al., 2019), berperan dalam bidang politik (Ferrucci et al., 2019), kajian dibidang agama (Amit et al., 2020), dan sebagai bagian dari komunikasi (Xu, 2020). Berdasarkan beberapa hasil temuan tersebut, harus diakui bahwa media sosial telah memiliki manfaat dan kemaslahatan.

Namun demikian, harus dipertimbangkan pula efek negatif yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial secara berlebihan dapat berdampak pada kesehatan mental (Bekalu et al., 2019; Kaler et al., 2020; O'Reilly et al., 2018), memiliki efek kecanduan (Abbasi, 2018; Hawi & Samaha, 2018; Mieczkowski et al., 2020), berdampak negatif pada kualitas tidur (Garett et al., 2016; Kaimal et al., 2017; van der Schuur et al., 2018), dan terjadinya *cyberbullying* di media sosial (Byrne et al., 2018; Pillay & Sacks, 2020; Reynolds et al., 2017). Dari berbagai temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial secara bijak memiliki manfaat dalam berbagai bidang. Begitu sebaliknya, jika penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menimbulkan masalah dan kerugian terutama kecanduan media sosial.

Penggunaan media sosial secara berlebihan dapat mengakibatkan kecanduan. Hasil penelitian Haand & Shuwang (2020) mengungkapkan bahwa kecanduan media sosial memiliki korelasi positif dengan depresi. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kecanduan terhadap media sosial maka semakin tinggi pula tingkat depresinya. Hal senada juga disampaikan Jeri-Yabar et al. (2019), penggunaan media sosial yang berlebihan akan berakibat pada depresi dan lebih spesifik pada jenis medianya. Hasil penelitiannya juga mengungkapkan bahwa media sosial twitter memiliki pengaruh lebih besar dibanding facebook dan instagram terhadap tingkat

depresi. Keles et al. (2020) mengungkapkan fakta bahwa selain depresi, kecanduan media sosial dapat berakibat pada tingkat kecemasan, dan tekanan psikologis pada penggunanya. Pada tingkat yang lebih parah diungkapkan Vidal et al. (2020), bahwa kecanduan media sosial berakibat depresi dan bunuh diri.

Temuan dari penelitian yang dilakukan Lyvers et al. (2020) mengungkapkan bahwa kecanduan media sosial disamakan dengan ciri-ciri kepribadian penggunaan alkohol yang berisiko. Memiliki sifat sensitif akan penghargaan, sifat narsisme, sulit memahami atau mengungkapkan emosi, dan sikap melakukan tindakan tanpa memikirkan akibatnya. Akibat yang ditimbulkan akan berpengaruh pada gangguan depresi yang menurunnya performa kerja (Aydin et al., 2020; Zivnuska et al., 2019). Masalah-masalah tersebut juga berdampak pada kegiatan yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian yang dilakukan Azizi et al. (2019), mengungkapkan bahwa kecanduan media sosial memiliki hubungan yang secara signifikan mempengaruhi kinerja akademik penggunanya. Sebagaimana dijelaskan oleh Luo et al. (2020), masalah kinerja akademik timbul ketika penggunaan media sosial yang berlebihan baik dalam jam pelajaran atau di luar jam pelajaran dapat menurunkan prestasi akademik. Sebagaimana juga diungkapkan hasil penelitian Omodero (2020), kecanduan media sosial menjadi salah satu faktor menurunnya prestasi akademik mahasiswa.

Faktor penyebab timbulnya masalah kecanduan media sosial menurut Tosuntaş et al. (2020) karena perilaku *sofalizing*. *Sofalizing* merupakan perilaku seseorang yang lebih suka berinteraksi secara online dari rumah daripada keluar untuk bertemu dengan orang lain. Abbasi & Drouin (2019) menyatakan bahwa perilaku tersebut dipilih karena dapat menggambarkan citra yang ideal dari diri mereka. Hal tersebut dilakukan untuk menarik perhatian orang lain dan juga dapat meningkatkan mood atau suasana hati. Akan tetapi hal demikian dapat berdampak negatif selain kecanduan juga beban sosial, sifat cemburu dan iri hati. Di lain pihak, Bloemen & Coninck (2020) menyatakan faktor penyebabnya karena perkembangan *Fear of*

*Missing Out* (FoMO) yang biasa disebut rasa takut kehilangan atau cemas ketinggalan informasi yang terbaru. Hal senada juga disampaikan Reer et al. (2019), FoMO dan tingkat sosial akan sejalan dengan rasa kesepian, kecemasan, dan depresi yang mengakibatkan seseorang kecanduan menggunakan media sosial.

Lama waktu dan jam yang dihabiskan di media sosial juga menjadi salah satu faktor penyebab seseorang kecanduan media sosial (Leong et al., 2019). Penggunaan media sosial hingga larut malam akan mempengaruhi kualitas tidur (Karimy et al., 2020). Hal tersebut menurut Nasirudeen et al. (2017), secara tidak langsung mempengaruhi waktu belajar. Swain & Pati (2019) menyimpulkan efek negatif dari kecanduan media sosial berupa kualitas tidur, perilaku psikososial, kinerja akademis, dan ritme sirkadian atau proses alami terkait siklus bangun-tidur selama 24 jam. Efek buruk penggunaan media sosial sebelum tidur yang mengakibatkan kualitas tidur yang buruk, waktu tidur yang tertunda, waktu tidur menjadi singkat, kantuk di siang hari yang berlebihan, insomnia, dan mimpi buruk. Kecanduan sosial media yang menyebabkan tekanan kejiwaan, kecemasan, depresi, harga diri rendah, keinginan bunuh diri, dan berdampak pada nilai akademis.

Kecanduan media sosial menjadi persoalan yang terjadi di berbagai negara di belahan dunia. Di Amerika Serikat bagian tenggara hasil penelitian Blackwell et al. (2017), FoMO berkontribusi sebagai penyebab kecanduan media sosial. Begitu pula yang terjadi di Italia, hasil penelitian Casale et al. (2018) dan Fabris et al. (2020) remaja dan mahasiswa di Italia mengalami kecanduan media sosial. Di Jerman, hasil penelitian Reer et al. (2019) melihat peran FoMO disandingkan dengan tiga indikator kesejahteraan psikologis pengguna seperti kesepian, kecemasan, dan depresi yang menyebabkan kecanduan media sosial. Di wilayah Belgia utara, hasil penelitian Bloemen & Coninck (2020) melihat pentingnya peran keluarga dan pola pengasuhan orang tua sebagai pelindung agar tidak FoMO yang berakibat kecanduan media sosial. Di China tepatnya di Provinsi Anhui, penelitian Zhao (2021) juga mengungkapkan dampak kecanduan media sosial pada mahasiswa berakibat kesejahteraan subjektif.

Di Indonesia, penelitian Zanah & Rahardjo (2020) terhadap 166 mahasiswa di Indonesia menjelaskan kecanduan media sosial dipengaruhi oleh FoMO. Di Kota Banda Aceh, hasil penelitian Fathadhika & Afriani (2018) terhadap 343 remaja di sekolah menengah menunjukkan bahwa FoMO memiliki hubungan yang signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung pada kecanduan media sosial. Data empiris tersebut tentunya menjadi salah satu dasar yang ingin diungkap secara fenomenologi dalam penelitian ini, terlebih masalah kecanduan media sosial yang terjadi pada mahasiswa.

Benjamin (2017), memberikan solusi agar kecanduan media sosial tidak semakin meluas dengan pendekatan humanistik. Mahasiswa yang ikut dalam program kreativitas seni diberikan kesadaran tentang efek yang merugikan dari kecanduan media sosial. Penggunaan ponsel atau komputer digunakan hanya untuk kegiatan yang bermanfaat dan mahasiswa diharuskan berintraksi dan berbicara satu sama lain. Disisi lain Fu & Li (2020) memberi solusi dengan menerapkan teori kognitif sosial. Teori tersebut mengarahkan pada dua kemungkinan yaitu dikurangi atau ditinggalkan. Penggunaan media sosial yang dikurangi atau bahkan media sosial yang kemudian ditinggalkan. Hal tersebut tentu memiliki kelebihan dan kekurangan yang coba dilakukan dengan pendekatan atau solusi yang lain.

Penelitian ini berupaya menghadirkan alternatif dengan pendekatan literasi budaya kewargaan agar pengguna tidak kecanduan media sosial. Secara khusus pengguna media sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penggemar K-Pop. Penggemar K-Pop kini memiliki saluran baru melalui media sosial untuk berinteraksi dengan idola mereka (Clavio & Walsh, 2013; J. Kim et al., 2019; Vale & Fernandes, 2017). Berdiskusi secara langsung dan tidak langsung seperti mengirim chat atau *direct messaging* (DM), *inbox*, serta *live streaming*. Keinginan penggemar untuk terus menggunakan media sosial karena idola memberikan informasi langsung di akun pribadinya terkait kehidupan pribadinya, pekerjaan, teman dan keluarga (J. Kim & Song, 2016; Liebers & Straub, 2020). Untuk itu, penelitian ini

menjadi semakin penting karena mediasi media sosial bagi penggemar agar tetap terhubung dengan idolanya.

Berdasarkan teori *Uses and Gratifications* terhadap kecanduan media sosial, beberapa penelitian sebelumnya telah dilakukan untuk menguji hubungan antara kecanduan media sosial dengan sifat dan motif penggunaan media sosial sebagai kebutuhan hiburan dan kepuasan hidup. Penelitian yang dilakukan oleh Ferris et al. (2021) menggali hubungan antara kecanduan media sosial dan bagaimana penggunaan media sosial sebagai sumber hiburan serta kepuasan hidup. Leong et al. (2019) melakukan penelitian untuk mengeksplorasi pengaruh penggunaan media sosial terhadap kecanduan dengan memperhatikan bagaimana penggunaan tersebut memenuhi kebutuhan hiburan dan kepuasan hidup individu. Penelitian yang dilakukan oleh Li et al. (2017) memfokuskan pada hubungan antara kecanduan media sosial dengan kebutuhan pengguna akan hiburan dan kepuasan hidup yang diperoleh melalui interaksi dan konten media sosial itu sendiri.

Selain itu, Punyanunt-Carter et al. (2017) juga melakukan penelitian untuk memahami sejauh mana kecanduan media sosial dipengaruhi oleh kebutuhan individu terhadap hiburan dan kepuasan hidup, serta bagaimana perilaku ini terkait dengan pemujaan selebritis dan penggunaan media sosial. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, penggunaan media sosial sebagai bagian dari kebutuhan dari pengguna dapat berakibat pada kecanduan media sosial. Kecanduan media sosial dapat terkait erat dengan sifat dan motif penggunaan media sosial sebagai sumber hiburan dan kepuasan hidup bagi para penggunanya.

Penggunaan media sosial oleh penggemar K-Pop dalam teori *celebrity worship* diartikan sebagai ikatan penggemar yang sangat terobsesi dan antusias mengabdikan diri kepada tokoh idola mereka (Brooks, 2021; Sansone & Sansone, 2014; Zsila et al., 2018). Untuk itu, *celebrity worship* sebagai bentuk pengidolaan yang berlebihan dapat berdampak pada kecenderungan penggemar untuk selalu terkoneksi dengan tokoh idolanya di media sosial (Yan & Yang, 2020).

Interaksi antara penggemar dan idola mereka di media sosial pada penelitian terdahulu cenderung menyoroiti aspek positifnya, seperti dampaknya pada pandangan penggemar terhadap merek, iklan, dan niat untuk berbelanja (Aw & Chuah, 2021; Hwang & Zhang, 2018; Singh & Banerjee, 2019; Sokolova & Kefi, 2020), peningkatan minat dalam aktivitas olahraga (Sokolova & Perez, 2021), serta kesadaran akan kesehatan (Cohen & Hoffner, 2016). Dalam penelitian ini, fokus ditempatkan pada eksplorasi aspek negatifnya. *Celebrity worship* K-Pop mengarah pada kecanduan media sosial di satu sisi. Kemudian menempatkan sisi lain, dengan menggunakan konsep literasi budaya kewargaan.

Literasi budaya kewargaan berangkat dari teori yang sudah mapan yaitu *civic culture*. Salah satu indikator penting dari *civic culture* adalah kebanggaan nasional atau *national pride* (Almond & Verba, 1963, hlm. 64). Di Indonesia, Kemendikbud di tahun 2017 meluncurkan buku “Materi Pendukung Literasi Budaya dan Kewargaan” (Hadiansyah et al., 2017), sebagai bagian dari menggiatkan gerakan literasi nasional (GLN). Kemudian barulah bermunculan berbagai riset literasi budaya kewargaan ditahun-tahun berikutnya. Literasi budaya kewargaan digunakan sebagai solusi disinformasi (Pratiwi & Asyarotin, 2019), meningkatkan kecintaan terhadap bangsa melalui sanggar seni (Muniroh et al., 2020), dan mampu mengembangkan keterampilan sosial, mengenal budaya serta cinta tanah air (Ahsani & Azizah, 2021). Literasi budaya kewargaan yang belum memaksimalkan pada siswa karena guru yang belum memahami dan menganggapnya kurang penting (Aziza et al., 2020; Yusuf et al., 2020).

Untuk itu penelitian ini memiliki kebaruan karena menggunakan konsep literasi budaya kewargaan pada bidang kecanduan media sosial. Pengguna media sosial khususnya *celebrity worship* K-Pop identik dengan budaya luar negeri. Dengan kata lain, menjadi penggemar K-Pop akan menyukai budaya yang berbeda dengan budaya sendiri, sehingga kebanggaan terhadap budaya sendiri/*national pride* yang menjadi persoalan. Sebagaimana *national pride* dalam teori *civic culture*, salah satu materi pokok dari literasi

budaya dan kewargaan dari Kemendikbud juga menegaskan indikator nasionalisme sebagai bagian dari budaya kewargaan.

Dahlgren (2003, 2010), mengkonfigurasi budaya kewargaan Almond dan Verba dalam bentuk lingkungan media seperti internet dan media sosial. Budaya kewargaan berangkat dari gagasan warga negara sebagai agen sosial dan budaya sebagai faktor yang dapat mempengaruhi tindakan dan komunikasi mereka sebagai warga negara yang akhirnya budaya kewargaan berlabuh dalam praktik simbolis kehidupan sehari-hari terutama dengan hadirnya media internet (Dahlgren, 2003, hlm.152). Berangkat dari Dahlgren, secara khusus Couldry et al. (2014) mendekati praktik budaya kewargaan melalui kewarganegaraan digital sebagai bagian dari infrastruktur digital. Dicontohkan pada *digital storytelling*, kepercayaan dan praktik bersama dari pembentukan identitas yang pada akhirnya berkontribusi pada budaya kewargaan.

Budaya kewargaan dalam Pendidikan Kewarganegaraan jelasnya mengemban misi penguatan kebangsaan (Budimansyah & Pangalila, 2021, hlm. 98) yang sejalan dengan *national pride* (Almond & Verba, 1963). Pendidikan kewarganegaraan sebagai transmisi kewarganegaraan tidak dapat dilepaskan dari sejarah perkembangan *social study* yang ada di Amerika. Secara psikopedagogik, pendidikan kewarganegaraan diharapkan menjawab tantangan kehidupan di abad 21 (Budimansyah & Pangalila, 2021), terutama semakin masifnya media sosial berakibat kecanduan media sosial yang secara khusus *celebrity worship* K-Pop.

Penelitian ini menguji asumsi bahwa *celebrity worship* K-Pop yang terus mengikuti idolanya di media sosial sebagai kebutuhan hiburan dan kepuasan hidup (*Uses and Gratifications*) akan mengalami kecanduan media sosial. Penelitian ini diharap berkontribusi memperluas faktor yang menyebabkan pengguna media sosial kecanduan dengan menambah faktor atau variable penggemar K-Pop. Dengan menguji dalil bahwa pemujaan selebritis (*celebrity worship*) akan mengarah pada perilaku internet yang bermasalah dalam hal ini kecanduan media sosial. Penelitian ini memiliki kebaruan dari aspek penggemar, literasi budaya kewargaan. Masih minimnya

riset untuk solusi agar pengguna tidak kecanduan media sosial. Penelitian ini mengkalim, menggunakan literasi budaya kewargaan sebagai riset yang jarang atau bahkan yang pertama kali dilakukan agar pengguna media sosial khususnya penggemar K-Pop tidak kecanduan media sosial.

Penelitian Zsila et al. (2018) mengungkap korelasi positif antara *celebrity worship* dengan perilaku internet yang bermasalah seperti melamun dan keinginan untuk ketenaran. Penelitian ini memperluas perilaku kecanduan media sosial dengan peran literasi budaya kewargaan. Dengan menguji dalil penggemar yang memiliki kompetensi literasi budaya kewargaan tidak mengalami kecanduan media sosial.

Singkatnya, penelitian ini berupaya mengisi celah fenomena *celebrity worship* K-Pop dengan dasar teori *Uses and Gratifications*. Kemudian menempatkan teori *civic culture* khususnya *national pride* yang menjadi pisau analisis literasi budaya kewargaan. Dalam konteks ini, karena K-Pop merupakan imperialisme dan hegemoni budaya Korea Selatan yang membahayakan generasi muda serta budaya Indonesia (Putri & Reese, 2016; Rosidi & Khotimah, 2020). Untuk itu diperlukan literasi kewargaan (Suryadi, 2010a, 2010b) yang mengkaji secara mendalam dalam mengatasi berbagai permasalahan tersebut. Dengan menguji dalil, *celebrity worship* K-Pop yang memiliki literasi budaya kewargaan yang lebih baik cenderung memiliki *national pride* atau rasa bangga dan cinta yang lebih kuat terhadap budaya dan negara mereka sendiri. Dengan demikian, penelitian ini menjadi semakin penting melihat literasi budaya kewargaan para penggemar terutama penggemar K-Pop yang dimediasi oleh media sosial.

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diidentifikasi. Peneliti mengajukan rumusan masalah dalam kerangka penelitian “Literasi Budaya Kewargaan pada Penggemar (*Celebrity Worship*): Studi Fenomenologi Mahasiswa Pecandu Media Sosial di Pekanbaru” sebagai berikut:

1. Bagaimana penggemar K-Pop yang terus mengikuti idolanya di media sosial mengalami kecanduan media sosial?

2. Bagaimana cetak biru literasi budaya kewargaan pada pemuja selebritas?
3. Bagaimana konstruksi literasi budaya kewargaan agar penggemar K-Pop tidak kecanduan media sosial?

### 1.3 Tujuan Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini memberikan gambaran secara mendalam tentang proses literasi budaya kewargaan pada penggemar (*celebrity worship*) mahasiswa pecandu media sosial di Pekanbaru. Penelitian ini sejalan dengan program pemerintah Gerakan Literasi Nasional khususnya literasi budaya kewargaan yang nantinya berkontribusi pada materi dan pencegahan kecanduan media sosial. Kontribusi akademis lainnya, melengkapi hasil penelitian terdahulu solusi agar pengguna tidak kecanduan media sosial.

#### 1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mengkaji penggemar K-Pop yang terus mengikuti idolanya di media sosial akan mengalami kecanduan media sosial.
2. Mengidentifikasi dan mendeskripsikan literasi budaya kewargaan pada pemuja selebritas.
3. Mengkaji secara mendalam konstruksi literasi budaya kewargaan agar penggemar K-Pop tidak kecanduan media sosial.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1.4.1 Manfaat dari Segi Teoritis

Penelitian ini mengkonstruksi literasi budaya kewargaan sebagai solusi kecanduan media sosial. Secara teoretis dapat menghasilkan konsep bahkan teori baru mencegah penggemar K-Pop agar tidak kecanduan media sosial. Dalam keilmuan pendidikan kewarganegaraan memperkaya wawasan terutama kajian *civic literacy* yang nantinya hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya terkait pencegahan kecanduan media sosial.

#### **1.4.2 Manfaat dari Segi Kebijakan**

- a. Hasil penelitian ini memberi masukan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi pada program Gerakan Literasi Nasional dalam pengembangan kajian literasi budaya kewargaan.
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam kebijakan TIM Gerakan Literasi Nasional Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi dan pemangku kebijakan lain yang terkait dengan program literasi budaya kewargaan agar pengguna media sosial tidak kecanduan.

#### **1.4.3 Manfaat dari Segi Praktik**

- a. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat menjadi masukan dan acuan terkait pelibatan literasi budaya kewargaan dalam mencegah kecanduan media sosial.
- b. Bagi akademisi dan praktisi Pendidikan Kewarganegaraan dapat digunakan sebagai pengembangan kajian *civic literacy* dalam memanfaatkan penggunaan media sosial.
- c. Bagi praktisi yang tertarik meneliti literasi budaya kewargaan kaitannya dengan media sosial dapat menjadi referensi dalam penelitian.

#### **1.4.4 Manfaat dari Segi Isu dan Aksi Sosial**

Hasil penelitian ini dapat memberikan pencerahan kepada masyarakat secara umum dan khususnya penggemar K-Pop tentang pentingnya literasi budaya dan kewarganegaraan agar tidak kecanduan media sosial. Tujuan akhir dari penelitian ini dalam aksi sosial, terwujudnya masyarakat yang melek literasi sehingga dapat terhindar dari berbagai efek negatif media sosial sebagai cerminan warga negara yang baik dan cerdas.

### **1.5 Struktur Organisasi Disertasi**

Penulisan disertasi ini secara terstruktur merujuk pada pedoman penulisan karya ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia. Terdiri atas lima bab, dimulai dari Bab I Pendahuluan, Bab II Kajian Pustaka, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Temuan dan Pembahasan, Bab V Simpulan, Impikasi dan Rekomendasi. Secara garis besar masing-masing bab akan diuraikan sebagai berikut:

#### 1.5.1 Bab I Pendahuluan

Pada bab ini memaparkan latar belakang penelitian yang berisi gambaran dampak negatif dari penggunaan media sosial khususnya kecanduan media sosial. Pada bagian ini juga diuraikan solusi agar pengguna tidak kecanduan melalui literasi budaya kewargaan sebagai kebaruan dari penelitian sebelumnya. Selanjutnya menjelaskan secara rinci rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian. Kemudian di bab ini diakhiri dengan struktur organisasi disertasi.

#### 1.5.2 Bab II Kajian Pustaka

Pada bab ini diuraikan teori *uses and gratifications* yang dapat menjelaskan penggemar K-Pop dan penggemar media sosial menggunakan media sosial. Teori-teori kecanduan media sosial terutama FoMO yang nantinya akan dibantah atau diperluas berdasarkan hasil penelitian. Teori *parasocial* dan teori *celebrity worship* pada sisi penggemar. Teori literasi digital dan media sosial, serta teori literasi budaya kewargaan. Dua bagian akhir bab ini membahas penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka berpikir.

#### 1.5.3 Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini memaparkan secara jelas desain dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian. Pemilihan subjek dan lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Pada bagian akhir bab ini dijelaskan analisis dan validitas data yang digunakan.

#### 1.5.4 Bab IV Temuan dan Pembahasan

Pada bab ini dijelaskan secara rinci temuan dari hasil penelitian. Temuan penelitian didasarkan pada perumusan dan tujuan

penelitian. Temuan kemudian dianalisis dan dibahas menggunakan teori-teori pada kajian pustaka yang pada akhirnya memunculkan argumen, konsep, bahkan teori terbaru dari sisi literasi dan kecanduan media sosial, baik itu membantah atau menambah teori yang sudah mapan.

#### 1.5.5 Bab V Simpulan, Impikasi dan Rekomendasi

Pada bab ini menjelaskan simpulan akhir penelitian yang merupakan penegasan atas jawaban dari masalah yang dikaji dalam penelitian ini. Implikasi penelitian dari segi teori dan kebijakan yang kemudian juga bersinergi dengan rekomendasi yang dihasilkan untuk kebijakan pemerintah, pemangku kepentingan yang terkait, dan para akademisi yang meneliti kajian *civic literacy*, penggemar, dan kecanduan media sosial.