

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi pemaparan yang mendasari penelitian ini yaitu meliputi latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

A. Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat mendorong tumbuh kembangnya media sosial menjadi hegemoni yang tidak bisa dilepaskan dari masyarakat. Masyarakat dapat menerima segala jenis informasi lewat media sosial yang dimilikinya serta dapat dengan mudah mengubah pola bagaimana suatu informasi diproduksi dan dikonsumsi di media sosial (Bafadhal, 2017). Penelitian *We Are Social* dan *Hootsuite* menunjukkan sekitar 130 juta masyarakat Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial *instagram*, *twitter*, dan *facebook* (Fajriyah dkk., 2019). Pada tahun 2020 diprediksi persentase pengguna media sosial *Youtube* mencapai 88%, *WhatsApp* 84%, *Facebook* 82%, dan *Instagram* 79% (Jayani, 2020). Tingginya persentase tersebut berkaitan erat dengan peranan media sosial yang mampu memfasilitasi *networking* yakni kegiatan terkait komunikasi dan menjaga hubungan erat dengan sejumlah besar orang seperti teman, kolega, dan intelektual yang memiliki karakteristik sama atau yang sedang mengerjakan topik serupa (Meho & Helen, 2003).

McLuhan menyebut bahwa hubungan antara teknologi, media, dan masyarakat bersifat *technological determinism*, yakni teknologi bersifat menentukan dalam membentuk kehidupan manusia (Ayun, 2015). Sebagai bagian dari teknologi yang bersifat dua arah (*Web 2.0*) media sosial mampu memfasilitasi pengguna untuk semakin mudah berpartisipasi di dalamnya dan membuat ruang privatnya melebur dengan ruang publik (Susanto, 2017). Sebagai media yang memiliki kekuatan dalam penyebaran informasi, media sosial juga turut dimanfaatkan elite politik untuk membangun komunikasi politik dengan pendukungnya. Komunikasi politik merupakan bentuk komunikasi yang

melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah.

Hague & Loader menilai bahwa media sosial cukup menawarkan potensi untuk mengembangkan dan memodifikasi suatu variasi demokrasi baru (Perbawani dkk., 2018). Dalam partisipasi komunikasi politik di media sosial, pengguna dapat secara bebas mengalami siklus pembicaraan, baik dari pembicaraan ringan hingga krusial. Pengguna media sosial yang berasal dari aspek sosial budaya, ekonomi dan politik yang berbeda dapat bertindak sebagai pribadi atau kelompok untuk memanfaatkan konten politik di media sosial (Shahreza, 2018). Salah satu survei dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) menunjukkan bahwa 60,6 % generasi Z menggunakan media sosial untuk mengakses berita-berita politik dan pilpres (Christy, 2019). Kemudian analisis Semicast, juga menunjukkan bahwa Kota Bandung menduduki peringkat enam dunia dalam partisipasi komunikasi politik di media sosial *twitter* (Kusuma, 2014).

Kemudahan yang ditawarkan media sosial dapat mendorong partisipasi publik, terutama generasi muda sebagai penerus bangsa untuk terlibat dalam budaya politik partisipatoris yakni sebagai pengguna media sosial bukan hanya membaca dan memahami konten politik, melainkan dapat turut berpartisipasi dalam membuat, memodifikasi dan membagikan konten tersebut (Komariah & Dede, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan terkait dunia politik dapat dipelajari secara mudah dan cepat oleh publik. Moreno-Munoz menyebutkan bahwa fenomena berbagi konten politik memiliki pangsa rata-rata lebih dari 15% dari total lalu lintas data seluler (Hoseini dkk., 2019). Studi *CMB Consumer Plus* menunjukkan bahwa 84% pengguna media sosial membagikan konten dengan alasan mendukung sesuatu yang sedang diperjuangkan banyak orang atau memilih *brand* atau pilihan yang disukai (Imarketology, 2020).

Fenomena membagikan konten politik di media sosial dapat bersifat rentan mengingat tidak adanya kontrol sosial dalam media sosial. Setiap pengguna dapat bisa saling membagikan informasi yang beragam, mulai dari menyebarkan isu politik yang sensitif yang dapat memicu perdebatan, sikap saling menghujat

bahkan dapat berujung pada kebencian terhadap agama, ras, dan golongan tertentu (Mayangsari, 2016). Selain itu permasalahan yang ditemui peneliti di lapangan



Gambar 3 Screenshoot Penyebaran Hoax di WhatsApp



Gambar 1 Screenshot Penyebaran Hoax di Facebook



Gambar 2 Screenshoot klarifikasi informasi hoax di Instagram

adalah pengguna media sosial membagikan konten dengan tanpa mengecek dan ricek isinya.

Misalnya ada salah satu akun media sosial menyebarkan postingannya di Facebook pada tanggal 16/12/2020 yang berisi "*Bila Jokowi sendiri tidak mau divaksin duluan maka wajib dipersoalkan kenapa dan ada apa dibalik program vaksinasi covid 19 ini yg sangat terlihat dipaksakan untuk kalangan rakyat dan pemuka agama...!!!! Ayo dong jadi presiden itu wajib gentle. Bila memang niat dan tujuannya baik maka buktikan dengan uji coba kepada diri sendiri dan kerabat dekatnya lebih dulu. Kecuali memang ada NIATAN BUSUK dibaliknya.*" (Kompas.com, 2020). Postingan ini telah dibagikan berkali-kali dan rentan dimanfaatkan oleh *buzzers* yang memiliki kepentingannya sendiri di dunia politik. *Buzzers* adalah kelompok masyarakat yang memiliki preferensi politik tertentu serta memiliki kekuatan menggiring persepsi publik (Perbawani dkk., 2018).



Gambar 4 Screenshot Informasi Salah di Media Online

Media sosial yang mampu menyediakan sumber-sumber yang memfasilitasi perilaku berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*) terkait konten politik pun menjadi menarik untuk diamati (Chang & Chuang, 2010). Menurut Hooff dan Ridder (2004) *knowledge sharing* adalah proses yang terjadi di antara individu yang saling mempertukarkan pengetahuan mereka yang meliputi proses *donating knowledge* dan *collecting knowledge*. *Donating knowledge* merupakan perilaku mengkomunikasikan modal intelektual yang dimiliki seseorang kepada yang lainnya, sementara *collecting knowledge* merupakan perilaku individu untuk

Gambar 4 Konten hoax politik yang diklarifikasi Hoax Buster

berkonsultasi dengan individu lainnya mengenai modal intelektual yang dimiliki (Andrawina dkk., 2008). Wilson (1999) juga menambahkan bahwa penggunaan informasi dapat didasari oleh kebutuhan informasi, sehingga apabila pencarian informasi berhasil dan memuaskan maka informasi tersebut akan dibagikan kepada orang lain, sehingga dapat memunculkan perilaku berbagi pengetahuan (Limilia & Fuady, 2015)

Pengguna media sosial yang membagikan konten di media sosial juga dipengaruhi skema mental yang kongruen dengan tema atau preferensi tertentu (Mulawarman & Nurfitri, 2017) serta persepsi personal dan faktor kontekstual yang memengaruhinya (Aliakbar dkk., 2013). Peneliti yang telah melakukan studi pendahuluan terkait alasan pengguna berbagi konten politik mendapatkan hasil bahwa dari 28 responden mengungkapkan bahwa alasan subjektif mereka, seperti mereka berbagi konten politik untuk menyebarkan informasi kepada orang lain, memengaruhi orang lain, dan merasa perlu mengutarakan apa yang sedang dipikirkan tentang situasi politik terkini. Hal ini juga menunjukkan bahwa individu dengan latar belakang yang berbeda dapat bereaksi dengan cara yang berbeda pula untuk konten politik yang sama, kemudian dapat muncul perilaku respon berupa *reshare*, atau membuat postingan sendiri terkait konten politik yang dipilihnya tersebut. Salah satu teori yang dapat menjelaskan adanya perbedaan alasan subjektif adalah *Theory of Reasoned Action* (TRA), teori tersebut mengemukakan bahwa alasan-alasan subjektif yang berbeda dari perilaku berbagi pengetahuan menyangkut adanya perbedaan norma subjektif pengguna (Rajabion dkk., 2019)

Ajzen dan Fishbein (1991) dalam TRA menyatakan bahwa norma subjektif merupakan determinan dari keinginan berperilaku. Pengguna memiliki norma subjektif yang berbeda-beda tergantung apakah perilaku berbagi konten politik membuat pengguna diterima, didorong, dan dipengaruhi oleh lingkaran pengaruh individu (Jolae dkk., 2014). LaRose dan Kim dalam Nursaidah (2013) juga mengatakan norma subjektif menunjukkan keinginan untuk melakukan perilaku tertentu berhubungan dengan pihak pemberi motivasi serta mengacu pada

tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut (Mahrayani, 2013).

Penelitian terdahulu oleh Alharbi dkk. (2015) menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh signifikan pada niat warga negara untuk berpartisipasi secara elektronik dalam menggunakan website pemerintah atas pengaruh oleh media, teman dan keluarga. Kemudian dalam penelitian Amila dan Suryadi (2014) menemukan norma subjektif individu tidak memberikan pengaruh positif terhadap *Knowledge Sharing Intention* (KSI). Dalam penelitian Amalia dan Suryadi (2014) ini perilaku individu berbagi pengetahuan dalam konteks *blended learning* merupakan bentuk penyesuaian dan kerelaan. Perbedaan hasil penelitian ini kemudian menjadi menarik untuk diteliti terutama dalam konteks perilaku berbagi konten politik di media sosial yang masih jarang diteliti. Selain dari faktor norma subjektif, pengambilan keputusan dalam berperilaku berbagi konten di media sosial juga berkaitan erat dengan determinasi diri pengguna media sosial. Di dalam *Self-determination theory* (SDT) yang dikemukakan oleh Deci dan Ryan (2012) menyatakan bagaimana pengaruh sosial dapat menciptakan motivasi intrinsik yang tidak tergantung dengan adanya *reward* untuk menentukan perilaku individu (Hamzah, 2019). Pengguna yang memiliki determinasi diri yang tinggi dapat memiliki alasan yang rasional dan penuh pertimbangan dalam membagikan konten politik sehingga cenderung lebih sering membagikan konten politik. Sementara pengguna dengan tingkat determinasi diri yang rendah dapat menggunakan alasan emosional atau mendapat pengaruh pihak eksternal dalam membagikan konten politik dan membagikan konten politik ketika saat-saat tertentu. Keputusan berdasarkan alasan emosional ini juga sejalan dengan yang diungkapkan Norman dalam Peters dkk. (2018) bahwa teknologi juga dirancang untuk meningkatkan atau mengatur emosi pengguna.

Dalam *self-determination* juga dijumpai komponen *autonomy* yang berarti individu bertindak dengan kemauan tinggi dan sesuai dengan tujuan dan nilai pribadi mereka dengan menghubungkan pada makna dan tujuan. Media sosial yang dapat memfasilitasi *autonomy* lebih besar dengan menghilangkan hambatan memungkinkan pengguna untuk mengejar tujuan yang ditetapkannya

sendiri dalam perilaku yang dipilihnya (Peters dkk., 2018) Dengan demikian determinasi diri sangat sesuai untuk dipertimbangkan sebagai prediktor pengguna dalam menunjukkan perilaku berbagi konten politik di media sosial. Sebagai prediktor, determinasi diri dapat memperkuat atau memperlemah hubungan norma subjektif dengan perilaku berbagi konten politik di media sosial. Salah satu meta-analisis dari Hagger dan Chatzisarantis (2009) juga menunjukkan bahwa hasil 34 studi dari *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan SDT dalam perilaku kesehatan menunjukkan bahwa *self-determination* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap norma subjektif dalam berperilaku terutama dalam studi dengan sampel yang anak muda (Hagger & Chatzisarantis, 2009).

Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2020 telah mencatat, pengguna internet berusia 20-24 tahun menduduki kategori pengguna internet terbanyak. Salah satunya didominasi mahasiswa yang menunjukkan kepedulian terhadap dunia politik di media sosial yang cukup besar. Peneliti melihat, saat ada info politik, para mahasiswa cukup responsif memberikan postingan dan komentar-komentar di media sosial, bahkan bisa menjadikan suatu topik menjadi trending topik.

Ramainya konten politik ini juga telah disebutkan Burke dalam Susanto (2017) bahwa adanya konten politik di media sosial menunjukkan upaya aktor politik dalam membangun jaringan politik yang dapat menumbuhkan partisipasi yang mendorong kontribusi dan umpan balik dari masyarakat, terutama untuk menguatkan diskusi satu sama lain. Namun penelitian terkait perilaku mahasiswa dalam berbagi konten politik di media sosial belum banyak ditemukan sehingga hal ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian terkait perilaku berbagi konten politik yang mencakup proses *donating knowledge* dan *collecting knowledge* dengan membuat judul **“Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Perilaku Berbagi Konten Politik di Media Sosial Dimoderasi Determinasi Diri pada Mahasiswa di Kota Bandung”**

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang tersebut maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah : Bagaimana pengaruh norma subjektif terhadap perilaku

berbagi konten politik di media sosial yang dimoderasi determinasi diri pada mahasiswa di Kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap perilaku berbagi konten politik di media sosial yang dimoderasi determinasi diri pada mahasiswa di Kota Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat secara teoritis maupun secara praktis, yakni sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, hasil dari penelitian ini dapat memperluas literatur dan pengembangan di bidang keilmuan psikologi khususnya tentang *Subjective Norm*, *Knowledge Sharing Behavior*, dan *Self-Determination* dalam konteks perilaku berbagi konten politik di media sosial. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat dijadikan pedoman bagi pembaca dalam memahami perencanaan perilaku berbagi konten politik di media sosial dengan melihat norma subjektif dan determinasi diri pengguna media sosial. Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi berbagai pihak dalam memfasilitasi penggunaannya dalam berbagi konten politik di media sosial.

E. Sistematika Penelitian

Sistematika dalam penelitian ini dibagi menjadi bab-bab berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini merupakan landasan teoretis yang digunakan dalam penelitian. Bab ini menjelaskan konsep mengenai norma subjektif, *knowledge sharing behavior*, determinasi diri, dan media sosial. Kemudian pada bab ini terdapat kerangka berpikir, asumsi dan hipotesis penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi menjelaskan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni terkait desain penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, dan definisi operasional, teknik pengambilan data, instrumen penelitian yang digunakan serta teknik analisis data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai interpretasi dan analisis data yang memaparkan hasil penelitian yang diperoleh serta cara analisis yang digunakan sehingga diperoleh sebuah data yang mampu mendukung atau membantah hipotesis penelitian.

5. BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bab ini berisi kesimpulan mengenai hasil penelitian yang telah dipaparkan pada BAB IV serta rekomendasi yang diberikan kepada pengguna hasil penelitian atau peneliti selanjutnya mengenai hal-hal yang seharusnya diperbaiki ketika melakukan penelitian lanjut.