

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Peringkat Unduhan Platform.....	22
Gambar 3.1 Contoh Konten Hiburan.....	32
Gambar 3.2 Contoh Konten Kucing.....	40
Gambar 3.3 Contoh Konten <i>AI</i>	43
Gambar 4.1 Contoh konten <i>AI</i>	59



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak beberapa tahun terakhir, teknologi mengalami perkembangan yang cukup pesat. Adanya perkembangan ini membawa sebuah transformasi era menjadi digital. Di era digital seperti sekarang ini masyarakat dapat melihat secara langsung pengaruh yang dihasilkan dari adanya perkembangan teknologi terhadap berbagai aspek di kehidupan. Seperti mengurus dokumen administrasi secara *online* melalui aplikasi, belanja di *e-commerce*, memesan makanan melalui aplikasi *delivery*, dan lain sebagainya. Hal ini tentunya memberikan dampak positif terhadap masyarakat karena telah memudahkan dalam beraktivitas sehari-hari dengan sangat efisien. Namun, pesatnya perkembangan teknologi terutama dengan hadirnya internet membuat masyarakat semakin lama terkesan dipaksakan untuk bisa beradaptasi sebagai bagian dari kehidupan sosial. Dari sekian banyaknya bentuk perkembangan teknologi, inovasi yang memiliki dampak yang cukup krusial bagi masyarakat secara global adalah sistem kecerdasan (Pramana dkk., 2023:215).

Hadirnya teknologi kecerdasan buatan atau yang disebut dengan *Artificial Intelligence (AI)* menimbulkan perubahan-perubahan pada cara informasi dihasilkan, dikonsumsi, disebarluaskan, dan dimaknai oleh masyarakat di media sosial. Teknologi *AI* dapat menciptakan sebuah konten digital seperti gambar, video, dan teks. Konten yang dihasilkan oleh teknologi *AI* tersebut disebut juga dengan media sintesis (*synthetic media*) (Kalpokas, 2021). Pemanfaatan media sintesis berbasis *AI* ini dapat memberikan dampak perubahan yang signifikan terhadap sektor hiburan, pendidikan, dan kesehatan. Namun, kecanggihan ini juga dapat memberikan kekhawatiran etis dan hukum ketika disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggung jawab untuk membuat disinformasi, penipuan identitas, dan merusak reputasi (He & Fang, 2024:40-41). Hal ini menunjukkan adanya pergeseran karakter hoaks di media sosial. Hoaks sudah menjadi permasalahan yang muncul sejak lama. Berbeda dari hoaks tradisional yang masih bisa terdeteksi kekurangan dan ketidakakuratan informasi yang diberikan, hoaks

yang diproduksi *AI* jauh lebih canggih. Teknologi ini mampu meniru gaya bahasa manusia dengan sangat akurat, sehingga membuat masyarakat semakin lama semakin sulit untuk bisa membedakan mana informasi yang valid dan palsu (Zahra, 2025:57). Perpaduan antara keinginan untuk menyebarluaskan informasi palsu bertemu dan manipulasi *AI* yang sangat mirip dengan kenyataan, menimbulkan lahirnya fenomena konten hoaks berbasis *AI*. Oleh karena itu, apabila fenomena ini terus dibiarkan tanpa pengawasan yang ketat akan memberikan ancaman bagi persepsi publik terutama dengan masifnya penyebaran konten hoaks *AI* di media sosial.

Penyebaran konten hoaks tersebar hampir secara merata di berbagai media sosial. Namun, platform yang paling relevan untuk mengkaji fenomena tersebut adalah TikTok. Hal ini didasari dalam Laporan Antifitnah Indonesia yang mencatat 1.593 kasus hoaks selama satu tahun terakhir mengonfirmasi adanya pergeseran di mana platform TikTok mengalami peningkatan penyebaran konten hoaks dari tahun ke tahun karena memanfaatkan konten berdurasi singkat, provokatif, dan emosional untuk menjangkau anak muda. Konten hoaks yang tersebar tidak hanya didominasi tema politik dan lowongan kerja, tetapi juga narasi harapan palsu sebanyak 831 kasus, narasi ancaman palsu sebanyak 133 kasus, dan konflik antarkelompok sebanyak 601 kasus (Mafindo, dalam Antara News, 2025). Contoh kasus lainnya seperti dalam penelitian Yu (2025:326), ditemukan bahwa sejak tahun 2020 telah ditemukan informasi yang tidak benar terkait vaksin COVID-19 yang tersebar di platform TikTok. Konten tersebut dibuat oleh kelompok anti-vaksin dan disebarluaskan supaya pengguna lain menjadi gelisah dan ragu terhadap vaksin COVID-19. Selain itu dalam penelitian Wulandari dkk. (2023:216) menjelaskan bahwa pada pemilihan umum 2024 di Indonesia, terdapat berbagai konten hoaks yang bermunculan akibat platform TikTok yang menyajikan konten terkait pemilu dalam video berdurasi singkat yang menarik perhatian penggunanya untuk menonton dan memahami lebih mudah. Hoaks tersebut bahkan meningkat hingga 76% karena peredaran secara *online* konten video terkait pemilu. Hoaks dalam bentuk video tersebut membuat pengguna semakin sulit dan lama dalam memverifikasi kebenaran informasi yang diterima.

Selanjutnya, apabila dibandingkan dengan platform media sosial lain seperti Instagram Reels dan Youtube Shorts, TikTok memiliki keunggulan terutama pada mekanisme algoritma penemuan dan kemudahan fitur interaktifnya. TikTok lebih menekankan pada sistem rekomendasi berbasis minat yang memungkinkan konten yang dibuat oleh pengguna baru dapat terjangkau luas, sedangkan Instagram Reels menggabungkan rekomendasi algoritma dengan jaringan sosial yang sudah terbentuk (Widyoputri & Mutiarachim, 2026:99). Di sisi lain, Youtube Shorts lebih bergantung pada integrasi dengan saluran Youtube yang ada dan fokus pada penemuan konten melalui pencarian dan rekomendasi berbasis riwayat penayangan yang lebih luas di seluruh platform TikTok. Perbedaan ini menunjukkan bahwa platform TikTok lebih unggul karena memiliki pendekatan algoritmik yang sangat agresif melalui *For You Page (FYP)* (Towpek & Suriani, 2025:2193,2196), tanpa dibatasi oleh sistem jaringan sosial yang dimiliki suatu akun seperti Instagram Reels dan sistem indeks pencarian seperti Youtube Shorts, sehingga akan lebih mudah untuk mendorong viralitas konten hoaks *AI* dan jangkauan penyebarannya jauh lebih tinggi. Algoritma bekerja dengan cara mengenali dan menyesuaikan diri terhadap preferensi setiap penggunanya, mengidentifikasi minat, dan mengendalikan rekomendasi video yang akan ditampilkan berdasarkan rekaman segala bentuk interaksi yang dilakukan pengguna di platform tersebut (Karizat dkk., 2021:11). Ditambah dengan TikTok yang memiliki pergerakan cepat pastinya membuat para penggunanya menjadi terbiasa untuk mengonsumsi sebuah informasi tanpa mencernanya dengan benar.

Berdasarkan Data Reportal (2025), ditemukan bahwa data digital Indonesia pada Januari 2025 pengguna aktif media sosial di Indonesia sebesar 143 juta yang setara dengan 50,2% dari jumlah populasi di Indonesia di awal tahun 2025. Dengan 126 juta pengguna berusia 18 tahun ke atas yang setara 62,7% dari jumlah populasi penduduk yang berusia 18 tahun ke atas. Diidentifikasi juga bahwa sebanyak 46% pengguna media sosial adalah perempuan dan 54% adalah laki-laki. Dengan platform media sosial TikTok berada diperingkat dua dengan total penggunaanya sebesar 103 juta. Dari hasil data tersebut menunjukkan bahwa popularitas platform TikTok cukup besar terutama di Indonesia.

Platform seperti TikTok mendorong para penggunanya untuk tidak hanya berperan sebagai penonton atau penikmat konten saja tetapi juga sebagai pembuat konten, sehingga terbentuk interaksi sosial dan budaya yang berbeda di ruang digital yang perlahan-lahan mengaburkan batasan yang ada pada ruang dan waktu (Rut Kristiana Hutabarat, 2023 dalam Fauzan dkk., 2025:1). Interaksi yang muncul terlihat dari kolom komentar pada suatu konten, di mana individu akan memberikan komen berupa opini terkait hasil interpretasi yang dimiliki dirinya terhadap konten yang ditemuinya. Interpretasi yang muncul pun pasti akan dipengaruhi oleh algoritma, pengalaman fisik dan emosional seseorang yang nantinya apabila banyak yang memiliki pendapat yang serupa akan membentuk sebuah validasi bahwa opini yang dilontarkan faktual.

Hal yang dapat membahayakan dari perilaku pengguna TikTok adalah ketika penggunanya mempercayai konten hoaks *AI* berdasarkan banyaknya *like*, *share*, dan komentar yang memvalidasi kebenaran konten tersebut. Akibatnya pengguna menjadi bias dalam mengonsumsi informasi yang muncul tanpa mencari tahu terlebih dahulu kebenaran yang sebenarnya di internet. Tidak heran jika banyak individu yang dengan mudah terkecoh dengan konten-konten hoaks *AI* yang tersebar di TikTok. Kebanyakan dari pengguna akan mengikuti opini yang paling banyak disetujui oleh orang lain. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian Matsumoto dkk. (2026:3) bahwa ketika suatu opini diperkuat dan disebarluaskan secara masif oleh algoritma, dapat menghalangi kemampuan pengguna untuk terpapar atau melihat sudut pandang yang berbeda serta memberikan persepsi yang tidak akurat dari kenyataan sebenarnya terkait dominasi opini tersebut. Pengguna akhirnya akan cenderung memiliki anggapan bahwa opini yang paling banyak tersebar di platform tersebut sebagai pandangan mayoritas yang akurat sehingga perlu disetujui dan diikuti.

Dalam perspektif antropologi media, hoaks *AI* tidak hanya dinilai sekedar informasi palsu, tetapi dimaknai lebih dalam sebagai suatu bentuk dari konstruksi budaya yang memiliki hubungan dengan aktivitas manusia, seperti pola perilaku, kepercayaan, psikologis, dan lain sebagainya. Dengan adanya algoritma yang menyesuaikan preferensi penggunanya, otomatis beranda akun pengguna akan menampilkan konten-konten yang telah disesuaikan. Preferensi pengguna yang

dimaksud secara umum tidak hanya terkait informasi politik, hiburan, dan sosial, tetapi juga bentuk narasi yang secara emosional mengonfirmasi pandangan pengguna. Hubungan antara penyesuaian yang dilakukan algoritma dengan menurunnya kepekaan yang dimiliki pengguna terjadi lewat *echo chamber*, yaitu diartikan sebagai lingkungan di mana opini, kecenderungan politik, atau keyakinan pengguna terhadap suatu topik semakin diperkuat yang diakibatkan oleh interaksi berulang dengan rekan atau sumber yang berisi hal serupa (Cinelli dkk, 2021:1). Minimnya paparan pengguna terhadap sudut pandang lain dapat membuat kemampuan untuk berpikir kritis, dan sensitivitas untuk melakukan verifikasi ulang terhadap informasi yang dilihat semakin menurun. Akhirnya kondisi ini meningkatkan kerentanan pengguna terhadap konten-konten yang paling rawan dimasuki hoaks *AI*, seperti isu politik, kesehatan, dan lain sebagainya yang dimanipulasi.

Tantangan terbesar dari penyebaran hoaks terutama berbasis *AI* adalah penyebarannya yang sangat mudah tanpa adanya pengecekan validitas informasi dan sangat cepatnya penyebaran menyebabkan sulit untuk mengendalikan konten-konten tersebut. Apabila ingin menghapuskannya juga cukup sulit karena biasanya ada pihak-pihak tertentu yang memanfaatkan kelanggengan konten tersebut untuk memenuhi kepentingan tertentu, seperti ekonomi, politik, dan lain sebagainya. Selain itu, para pengguna TikTok sebatas mengetahui informasi yang muncul di beranda mereka saja. Di mana konten yang muncul tersebut sesuai dengan hal-hal yang mereka sukai dan percayai, sehingga akan sulit bagi pengguna untuk melihat melalui perspektif orang lain (Assyifa dkk., 2024:35). Hal ini bisa mengakibatkan adanya perdebatan dengan individu lain karena menolak untuk melihat sesuatu dengan perspektif yang berbeda (Nurfajri dkk., 2025).

Selain itu rendahnya literasi digital di berbagai wilayah di Indonesia juga dapat membuat masyarakat menjadi tidak memiliki pemahaman terhadap bagaimana cara kerja konten hoaks *AI* dan ketidakmampuan untuk mengenali manipulasi di ruang digital secara lebih lanjut (Nurdin & Nugraha, 2024:75). Hal ini yang menyebabkan banyak pengguna media sosial semakin mudah untuk tertipu. Terdapat beberapa konten yang dianggap valid karena diunggah bukan

melalui akun dengan pengikut sedikit dan konten yang diunggah pun berkualitas tinggi, sehingga banyak yang langsung mempercayai begitu saja padahal kedua hal tersebut belum bisa menjamin keaslian informasi.

Di Indonesia sudah banyak konten hoaks buatan *AI*, seperti pemberitahuan berita palsu, bencana alam yang sebenarnya tidak terjadi, dan suara tiruan tokoh-tokoh penting, selebriti, dan bahkan individu yang kita kenal bisa menjadi korban peniruan suara tersebut. Banyak kasus seseorang tertipu akibat mendapat pesan yang berisikan video selebriti atau anggota keluarga yang meminta uang. Tidak dilakukannya pengecekan terlebih dahulu, seseorang dapat mentransferkan uang tanpa pikir panjang. Pada akhirnya terlambat untuk menyadari bahwa itu merupakan sebuah penipuan setelah mentransferkan uang dan tidak bisa dikembalikan lagi. Penipuan seperti ini seringkali menargetkan orang-orang yang sudah berumur seperti gen milenial dan *boomer* karena tidak sedikit dari kedua generasi tersebut yang kurang awam dengan kecanggihan teknologi yang terus berkembang.

Maraknya pembuatan dan penyebaran hoaks berbasis *AI* untuk menipu telah mendorong munculnya berbagai penelitian yang mengkaji tentang penggunaan platform TikTok, penyebaran hoaks, dan algoritma yang berperan dalam membentuk paparan informasi terhadap pengguna platform. Penelitian Bur dkk. (2023) memperlihatkan bahwa platform TikTok dimanfaatkan oleh gen Z sebagai media informasi baru karena sangat mudah untuk diakses, namun belum secara spesifik membahas bagaimana karakteristik yang dimiliki platform tersebut berpengaruh terhadap terbentuknya kerentanan pengguna dengan hoaks berbasis *AI*. Di sisi lain, penelitian Simanullang (2025) justru menyoroti bagaimana dampak hoaks memengaruhi persepsi gen Z dengan fokus utamanya pada kesadaran terhadap hoaks dan pentingnya literasi digital, namun belum secara spesifik membahas bagaimana teknologi kecerdasan buatan berperan dalam proses pembuatan dan penyebaran hoaks serta pengalaman subjektif pengguna dalam menghadapi konten yang tidak benar. Sementara itu, penelitian Arjuna dkk. (2024) berfokus pada algoritma yang mempersonalisasi konten yang muncul di beranda berdasarkan aktivitas pengguna sehingga setiap penggunaannya tidak akan mendapat paparan informasi yang serupa, tetapi belum membahas bagaimana

algoritma tersebut dialami oleh pengguna dalam praktik penggunaannya sehari-hari dan kaitannya terhadap paparan konten hoaks berbasis *AI*.

Dari ketiga penelitian terdahulu di atas membuktikan bahwa sudah banyak penelitian yang membahas terkait hal tersebut, namun belum mengaitkan ketiga hal tersebut untuk memahami pengalaman pengguna saat menjumpai konten hoaks berbasis *AI*. Untuk mengisi keterbatasan tersebut penelitian ini akan lebih fokus dalam mengeksplorasi pengalaman pengguna TikTok dalam menghadapi konten hoaks *AI* tentang informasi publik dan politik yang tersebar secara masif di platform tersebut dengan menggali secara mendalam bagaimana hoaks *AI* dialami, dirasakan, dinormalisasi dalam praktik keseharian pengguna media sosial, serta bagaimana sistem algoritma yang bekerja dalam mempersonalisasi rekomendasi konten dan praktik bermedia sosial memiliki peranan penting dalam berkontribusi terhadap pembentukan kerentanan pada pengguna TikTok. Dalam menganalisis fenomena tersebut, penelitian ini akan dibantu dengan perspektif *Situated Everyday Experience* yang dikemukakan oleh Sarah Pink (2012) dalam bukunya yang berjudul *Situating Everyday Life*. Perspektif ini melihat pengalaman sebagai sesuatu yang terjadi atau terbentuk melalui praktik keseharian dalam konteks tertentu, sehingga dapat membantu dalam memahami fenomena yang dikaji.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, permasalahan yang membuat penulis tertarik untuk mengangkat fenomena ini adalah maraknya konten hoaks berbasis *AI* di media sosial yang sangat mudah dalam menipu para pengguna platform yang kemudian menimbulkan pertanyaan mendasar untuk lebih memahami dan mendalami fenomena tersebut ke dalam dua rumusan masalah berikut:

1. Bagaimana pengguna TikTok mengalami hoaks berbasis *AI* yang mereka temui dalam penggunaan sehari-hari platform tersebut?
2. Bagaimana praktik penggunaan TikTok dan mekanisme algoritma platform membentuk kerentanan pengguna terhadap konten hoaks berbasis *AI*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjabarkan pengalaman pengguna TikTok dalam menemukan dan merespons konten hoaks berbasis *AI* yang tersebar di media sosial dalam kehidupan sehari-hari.
2. Menganalisis proses terbentuknya kerentanan yang dialami oleh pengguna TikTok terhadap konten hoaks berbasis *AI* yang dipengaruhi oleh keterjalanan praktik penggunaannya, pengalaman keseharian, dan mekanisme algoritma terhadap konten hoaks berbasis *AI*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penelitian antropologi, terutama dalam memahami pengalaman pengguna media sosial seperti TikTok terhadap konten hoaks *AI* dengan bantuan perspektif *Situated Everyday Life* yang digagaskan oleh Sarah Pink. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat memberi pengetahuan terkait pengalaman digital pengguna yang dapat terbentuk lewat proses keterjalanan yang erat antara praktik keseharian, pengalaman sensorik, ruang yang digunakan saat mengakses platform, dan algoritma TikTok.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam meningkatkan kesadaran terutama pada pengguna TikTok bahwa kerentanan terhadap hoaks *AI* tidak hanya diakibatkan oleh ketidakmampuan untuk bisa membedakan antara konten asli dan konten yang dihasilkan oleh *AI*, tetapi juga bisa dipengaruhi oleh bagaimana kebiasaan penggunaan media sosial oleh penggunanya dalam kehidupan sehari-hari.

1.4 Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori

1.4.1 Tinjauan Pustaka

Dalam melakukan sebuah penelitian, diperlukan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik yang ingin dikaji. Seperti dalam penelitian yang berjudul Pemanfaatan TikTok sebagai Media Informasi Baru Generasi Z oleh Bur dkk. (2023) yang mengkaji tentang bagaimana generasi Z memanfaatkan platform TikTok sebagai media informasi baru melalui studi kasus fenomenologi di kelurahan Lagoa, Jakarta Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform TikTok yang sebelumnya digunakan hanya sebagai hiburan kini mengalami pergeseran menjadi platform untuk mencari informasi populer seperti berita dan lain sebagainya karena mudah untuk diakses dan manfaat yang dirasakan saat menggunakan platform membuat gen Z semakin aktif untuk menggunakan platform tersebut untuk memenuhi kebutuhan informasi sehari-hari.

Penelitian oleh Ferdian Nando Simanullang (2025) yang berjudul Dampak Penyebaran Berita Hoaks melalui Platform Tiktok: Persepsi Gen-Z di Tanjungpinang membahas tentang adanya perubahan persepsi gen Z terhadap cara dalam memahami sebuah isu sosial, politik, kesehatan akibat penyebaran konten hoaks di Tiktok. Gen Z memiliki kesadaran akan konten hoaks, namun kemampuan dalam melakukan verifikasi terkait kebenaran suatu informasi masih tergolong belum aman. Akibatnya, pengguna rentan dan sangat mudah terpengaruh terutama oleh konten-konten dengan narasi emosional dan provokatif seperti tentang isu politik, sosial, dan lain sebagainya. Untuk itu sangat penting untuk memperkuat kemampuan literasi digital sebagai salah satu cara untuk mencegah permasalahan tersebut akibat paparan hoaks di platform TikTok.

Sementara itu, penelitian Arjuna dkk. (2024) dengan judul Pengaruh Algoritma Rekomendasi terhadap Personalisasi Konten Digital di TikTok pada Mahasiswa Sistem Informasi UNNES mengkaji tentang peran teknologi algoritma rekomendasi TikTok terhadap personalisasi konten digital penggunaannya dengan studi kasus yang dilakukan pada mahasiswa Sistem Informasi UNNES. Penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas penggunaannya lebih memilih mengeksplorasi konten yang ditampilkan secara otomatis oleh algoritma dibandingkan melakukan pencarian secara mandiri. Melalui analisis yang dilakukan, ditemukan bahwa

terdapat 53,2% responden yang setuju bahwa paparan konten yang terus muncul dapat memberikan pengaruh terhadap personalitas mereka, sehingga algoritma memiliki peran yang cukup signifikan dalam memilih konten yang disajikan kepada penggunanya. Pemilihan tersebut dilakukan melalui pertimbangan berbagai interaksi yang dilakukan pengguna, seperti berkomentar, menyukai, menyimpan, dan durasi tontonan yang selanjutnya konten yang disajikan melalui beranda akan menyesuaikan preferensi pengguna yang didapatkan melalui rekam jejak interaksi tersebut.

Dalam konteks mencegah disinformasi, penelitian berjudul Pengaruh Literasi Digital terhadap Pencegahan Hoaks di Media Sosial TikTok Studi Kasus: Mahasiswa FIS UNJ Angkatan 2020 yang dilakukan oleh Syurfa dkk. (2024) membahas terkait tingkat literasi digital yang berpengaruh terhadap upaya dalam mencegah hoaks yang tersebar di TikTok pada mahasiswa FIS Universitas Negeri Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan kemampuan literasi digital dan perilaku pencegahan hoaks sangat signifikan antara satu sama lain, sehingga semakin tinggi kemampuan literasi digital yang dimiliki mahasiswa akan membuat mereka memiliki sikap yang lebih kritis dan waspada dalam mengonsumsi informasi terutama yang berpotensi sebagai berita palsu.

Penelitian terakhir yaitu oleh Juditha (2025) dengan judul *Artificial Intelligence* dan Hoaks: Tantangan Disrupsi bagi Literasi Digital Masyarakat di Komunitas *Online* dan Upaya Antisipasi Pemerintah yang mengkaji terkait tantangan disrupsi teknologi *AI* dalam memproduksi sebuah hoaks dan bagaimana komunitas *online* anti-hoaks dan pemerintah menanggapi tantangan tersebut. Hasil penelitian ini menemukan bahwa konten disinformasi yang sebelumnya hanya berupa teks dan foto, kini berubah dan berkembang menjadi manipulasi audio dan video melalui bantuan teknologi *AI*, sehingga semakin sulit untuk diidentifikasi melalui mata secara sekilas. Oleh karena itu, perlu adanya evaluasi untuk menghadapi tantangan tersebut, seperti mengembangkan alat pendeteksi hoaks, dan meningkatkan kesadaran publik dengan memberikan edukasi literasi digital pada masyarakat.

Dari kelima penelitian terdahulu tersebut telah membahas terkait TikTok yang berfungsi sebagai media informasi baru, dampak hoaks terhadap perubahan

persepsi, mekanisme algoritma, peran literasi digital dan tantangan konten *AI*. Namun, masih terdapat batasan permasalahan yaitu fokus penelitiannya masih seputar mekanisme algoritma dan konten *AI* secara teknis, pengukuran tingkat literasi penilaian terhadap kebenaran dan kesalahan dalam sebuah informasi, ancaman bagi negara, dan melihat hoaks sebatas sebuah masalah pengetahuan individu. Untuk itu penelitian ini akan mengisi batasan permasalahan tersebut dengan fokus dalam menganalisis kerentanan para pengguna TikTok terhadap konten hoaks berbasis *AI* dengan menggali pengalaman mereka secara mendalam, bagaimana mereka merespons konten tersebut, dan bagaimana praktik bermedia sosial dapat memengaruhi kehidupan sehari-hari mereka.

1.4.2 Landasan Teori

Penelitian ini akan dianalisis dengan bantuan perspektif *Situated Everyday Experience* yang dikemukakan oleh Sarah Pink (2012). Dalam bukunya yang berjudul *Situating Everyday Life*, perspektif tersebut digunakan sebagai kerangka utama untuk memahami bahwa pengalaman manusia dapat dilihat sebagai bagian dari situasi keseharian yang dihasilkan melalui adanya keterjalinan (*interweaving*) antara kegiatan tubuh, ruangan, dan lingkungan material di sekitar sehingga pengalaman yang dialami seseorang hadir dari interaksi yang dilakukan secara berkelanjutan antara seseorang dengan lingkungan tempat yang digunakan orang tersebut dalam melakukan sebuah aktivitas. Dalam konteks penggunaan media sosial seperti TikTok dapat dipahami sebagai bagian dari praktik keseharian yang melibatkan tubuh pengguna, *handphone*, dan lingkungan sekitarnya yang berkaitan satu sama lain.

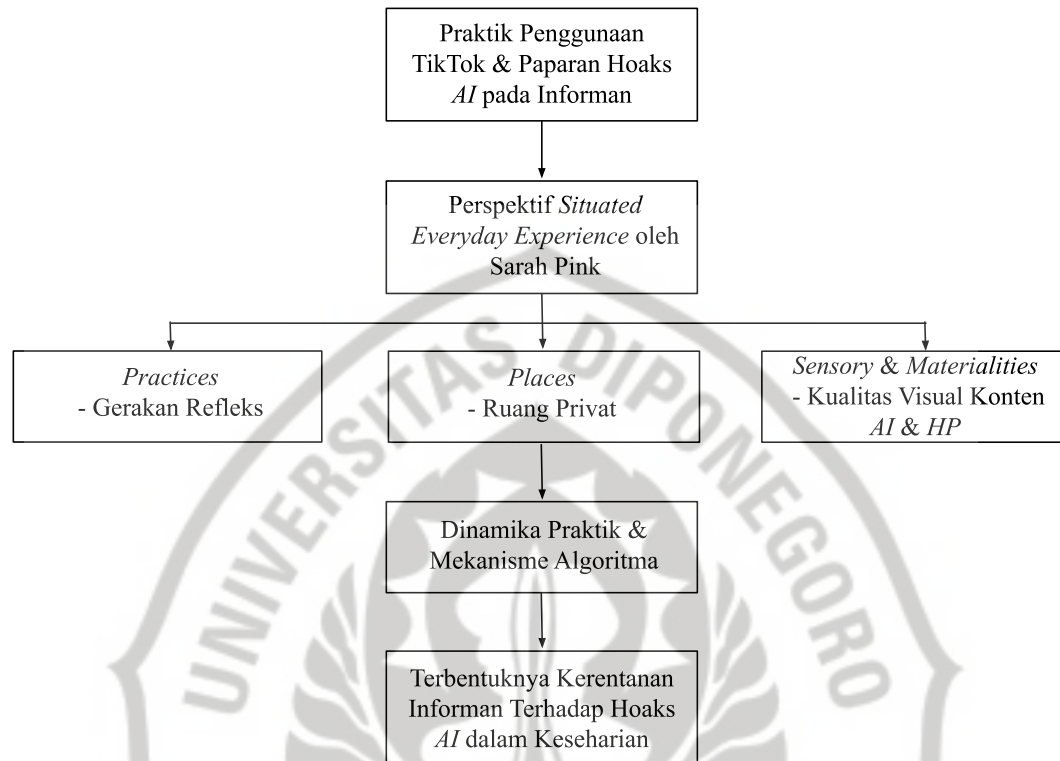
Perspektif Pink tersebut diturunkan menjadi tiga dimensi utama, yaitu dimensi pertama berupa praktik keseharian (*practices*). Pink mengemukakan bahwa *practices* adalah sebuah rangkaian kegiatan tubuh yang dilakukan secara berulang kali hingga menjadi kebiasaan yang sifatnya otomatis. Hal ini memperlihatkan bahwa seringkali berbagai tindakan yang dilakukan dalam kehidupan keseharian berjalan tanpa adanya kesadaran atau dipikirkan terlebih dahulu karena sudah dianggap sebagai bagian dari kebiasaan yang terikat pada tubuh. Contohnya terlihat saat menggunakan media sosial di mana banyak dari penggunanya memiliki kebiasaan yang dilakukan seperti membuka platform dan

menggerakan jempol tangan untuk menggeser layar (*scrolling*) secara terus-menerus. Dengan bantuan dimensi ini dapat memberikan pemahaman terkait bagaimana interaksi yang dilakukan pengguna platform dengan konten-konten yang muncul terbentuk dari pola kebiasaan yang dilakukan dalam keseharian secara berulang kali.

Kemudian ada dimensi kedua yaitu tempat (*places*) yang memiliki pandangan bahwa tempat tidak diartikan sebagai sebuah lokasi fisik yang bersifat tetap, tetapi justru dipahami sebagai sebuah peristiwa (*event*) yang terbentuk dari hubungan antara aktivitas manusia, ruangan, dan suasana yang ada di dalamnya. Setiap pengalaman manusia juga diperkuat oleh dimensi ketiga yang berupa indra dan benda fisik (*sensory and materialities*). Dalam dimensi ketiga ini menegaskan bahwa pengalaman terbentuk oleh interaksi antara indra dengan berbagai benda, seperti *handphone* dan tampilan video yang muncul di layar *handphone*. Apabila dikaitkan dengan konteks media sosial, pengalaman pengguna saat mengakses platform seperti TikTok dan melihat berbagai konten-konten yang muncul termasuk konten hoaks berbasis *AI* tidak terpisah dari keterjalinan antara kebiasaan otomatis menggunakan *handphone*, suasana yang dirasakan pada tempat saat sedang mengakses *handphone*, dan apa yang dilihat dan didengar secara langsung dari layar di *handphone*. Oleh karena itu pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin mengkaji secara mendalam kerentanan yang dialami oleh pengguna TikTok dalam menghadapi konten hoaks *AI* bukan dari salah benarnya sebuah informasi ataupun literasi media yang kurang. Dengan menggunakan perspektif Sarah Pink dapat membantu dalam menganalisis pengalaman yang dialami oleh para pengguna TikTok tersebut.

1.5 Kerangka Pemikiran

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran



Penelitian ini berawal dari fenomena maraknya penyebaran dan paparan konten hoaks berbasis *Artificial Intelligence* (AI) di tengah praktik penggunaan media sosial yang terus meningkat dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa pengalaman pengguna saat menemukan informasi yang berasal dari konten di ruang digital tidak dapat dipisahkan dari kegiatan keseharian penggunaannya. Untuk itu perspektif *Situated Everyday Experience* yang dikemukakan oleh Sarah Pink digunakan dalam penelitian ini untuk membantu dalam memahami secara mendalam fenomena tersebut. Perspektif Pink berpandangan pengalaman manusia dibentuk melalui keterjalinan antara tubuh, ruang, dan benda fisik yang digunakan dalam situasi keseharian tertentu. Oleh karena itu aktivitas bermedia sosial seperti bermain TikTok tidak hanya diartikan sebagai tindakan individu, tetapi juga bagian dari kebiasaan yang dilakukan dalam kehidupan keseharian yang terpengaruh oleh lingkungan sekitar.

Dari perspektif Sarah Pink diturunkan lagi menjadi tiga dimensi utama yang saling berhubungan, yaitu praktik keseharian (*practices*), tempat (*places*),

dan indra dan benda fisik (*sensory and materialities*). Dimensi pertama yaitu praktik keseharian (*practices*) digunakan untuk mengamati bagaimana terbentuknya kebiasaan yang dilakukan informan di ruang digital melalui gerakan yang sifatnya cenderung otomatis yang terlihat ketika mengakses platform TikTok dan melakukan gerakan menggeser layar (*scrolling*) *handphone* dengan jempol tangan secara repetitif. Selanjutnya dimensi kedua yaitu tempat (*places*) yang memandang bahwa tempat yang dijadikan untuk mengakses *handphone* bukan hanya diartikan sebagai ruangan fisik saja, tetapi juga sebagai ruang digital tempat terjadinya peristiwa (*event*) yang dibentuk dari gabungan antara ruangan dan suasana di dalamnya. Contohnya seperti saat sedang menggunakan *handphone* di kamar dengan suasana yang hening dapat menghasilkan perasaan nyaman yang dirasakan oleh informan dan pada akhirnya akan berpengaruh terhadap cara informan dalam merespons konten yang ditonton. Terakhir, ada dimensi ketiga yaitu indra dan benda fisik (*sensory and materialities*) yang berfokus pada bagaimana panca indra yang dimiliki informan merespons *handphone* saat sedang digunakan dan kualitas audiovisual dari tontonan konten yang muncul terutama hoaks berbasis AI.

Selanjutnya, ketiga dimensi tersebut akan digunakan untuk mengetahui kaitan antara kebiasaan pengguna dengan sistem algoritma TikTok. Dalam proses ini, terdapat keterkaitan atau keterjalinan (*interweaving*) antara kebiasaan pengguna saat sedang melakukan interaksi terhadap konten yang ditonton dengan algoritma yang bekerja mengatur konten video yang muncul di beranda akun sesuai dengan preferensi setiap penggunanya secara terus-menerus. Pada akhirnya penggunaan platform dalam kondisi yang sudah sangat nyaman dan terbiasa ini justru menimbulkan tantangan baru karena bisa menjadi celah masuknya informasi yang tidak akurat.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Menurut Creswell, studi fenomenologi menjelaskan makna yang dialami oleh berbagai individu dalam kehidupan mereka terkait dengan sebuah fenomena atau konsep (Creswell, 2015 dalam Wulansari dkk., 2024:340).

Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini tidak berfokus pada pola dari penyebaran hoaks ataupun mengukur keakuratannya dengan angka, melainkan ingin menggali secara mendalam pengalaman subjektif suatu individu terhadap cara individu tersebut dalam memaknai dan menilai konten hoaks *AI* yang beredar di platform TikTok.

1.6.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian bertempat pada ruang digital yaitu platform TikTok karena objek penelitian yang ingin diteliti berfokus pada pengalaman bermedia sosial pengguna TikTok, di mana platform tersebut bisa diakses dari berbagai wilayah di Indonesia sehingga penelitian tidak memiliki batasan terkait lokasi geografis tertentu. Sementara itu, proses menggali data primer dilakukan melalui wawancara yang dilakukan pada lokasi sesuai dengan kesepakatan antara informan dengan peneliti dan mengutamakan pada tempat yang layak serta sesuai untuk melaksanakan proses tanya jawab. Seluruh rangkaian penelitian berlangsung dalam kurun waktu tiga bulan, yaitu dimulai dari Desember 2025 – Februari 2026.

1.6.3 Penentuan Informan

Dalam melakukan sebuah penelitian terutama kualitatif informan perlu dipilih sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Untuk itu, peneliti akan menggunakan *purposive sampling*, yaitu sebuah teknik pemilihan informan yang dilakukan untuk mencari sumber data melalui berbagai pertimbangan atau kriteria. Kriteria informan yang akan dipilih oleh peneliti adalah pengguna aktif TikTok yang mengakses platform tersebut dengan durasi dua jam atau lebih setiap harinya, pernah terpapar konten hoaks *AI* di beranda, dan bersedia untuk diwawancara sebagai informan. Jumlah informan dalam penelitian sebanyak 3 orang karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi yang mengutamakan kedalaman pengalaman dibandingkan jumlah informan. Ketiga informan mampu memberikan pengalaman yang relevan terkait penggunaan platform TikTok dan paparan hoaks berbasis *AI* sehingga data yang diperoleh dinilai sudah cukup untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Selain mempertimbangkan penyesuaian kriteria informan, penelitian ini juga memperhatikan posisi relasional peneliti terhadap informan. Hammersley & Atkinson (2019) menjelaskan bahwa dalam penelitian etnografi posisi peneliti tidak selalu berada sepenuhnya sebagai orang dalam (*insider*) atau orang luar (*outsider*), melainkan posisinya di antara keduanya menyesuaikan dengan hubungan yang terbangun dengan partisipan. Dalam penelitian ini, akses terhadap seluruh informan didapatkan melalui jaringan sosial yang informan miliki, yaitu dua informan merupakan kenalan ibu peneliti dan satu informan merupakan kenalan kakak peneliti. Meskipun peneliti tidak memiliki kedekatan hubungan secara personal dengan ketiga informan, keberadaan relasi tersebut tetap memberi kemudahan pada proses memperoleh akses awal dan membangun kepercayaan selama wawancara. Oleh karena itu peneliti menetapkan diri pada posisi antara insider dan outsider karena memiliki kemudahan akses melalui relasi sosial yang sudah ada, namun secara bersamaan tetap menjaga jarak analitis sebagai peneliti dalam proses mengumpulkan dan menginterpretasi data yang di dapat. Berikut adalah tabel yang menjelaskan informan penelitian secara terperinci:

Tabel 1.1 Daftar Informan

No.	Nama Samaran	Usia	Pekerjaan	Durasi Penggunaan TikTok	Relasi dengan Peneliti
1.	Informan D	51 tahun	Karyawan	- 2 jam lebih/hari. (Pengguna rutin selama 3 tahun terakhir)	Kenalan dari ibu dan tidak memiliki hubungan personal yang dekat.
2.	Informan I	51 tahun	Pekerja Swasta	- 2 jam/hari. (Pengguna rutin)	Kenalan dari ibu dan tidak memiliki

				selama 6-8 tahun terakhir)	hubungan personal yang dekat.
3.	Informan D	26 Tahun	Pekerja Swasta	- 6-7 jam/hari. (Pengguna rutin selama 6 tahun terakhir)	Kenalan dari kakak dan tidak memiliki hubungan personal yang dekat.

1.6.4 Metode Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan untuk mengumpulkan data dalam penelitian yaitu wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan saling bertukar informasi melalui sesi tanya jawab. Wawancara dilaksanakan dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya seputar fenomena yang dikaji yaitu konten hoaks berbasis *AI* secara luring di lokasi yang telah disepakati dengan ketiga informan. Selama berlangsungnya wawancara, peneliti juga mengembangkan pertanyaan lanjutan secara spontan yang muncul berdasarkan pengalaman dan jawaban yang diberikan oleh para informan sehingga dapat mengulik informasi yang didapatkan secara lebih dalam dan sesuai dengan konteks yang telah disampaikan oleh para informan.

1.6.5 Analisis Data

Tahapan yang dilakukan untuk menganalisis data dalam penelitian melalui 3 komponen utama seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (dalam Abdussamad, 2021:160-162), yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing/verification*). Dalam proses reduksi data akan dilakukan dengan memilih dan merangkum hal-hal penting dari informasi yang telah didapat melalui wawancara dengan informan dan hasil observasi. Tujuannya supaya dapat

memberikan gambaran terkait arah penelitian yang sesuai dan jelas dengan fokus pembahasan yang ingin dikaji. Selanjutnya, data yang telah direduksi tersebut akan diinterpretasikan dengan berlandaskan pada perspektif *Situated Everyday Experience* oleh Sarah Pink, sehingga informasi penting yang telah dipilih dan dikelompokkan dapat dianalisis berdasarkan praktik bermedia, pengalaman keseharian, dan konteks penggunaan platform TikTok oleh informan. Kemudian, proses penyajian data dilakukan dengan menyusun informasi yang telah direduksi dan diinterpretasikan ke dalam uraian, bagan, *flowchart*, dan lain sebagainya untuk memberikan gambaran secara sistematis hubungan antara temuan penelitian dengan perspektif yang digunakan dan memudahkan peneliti dalam memahami fenomena yang diteliti. Setelah data dianalisis dan dicek kesesuaiannya, dilakukan penarikan kesimpulan atau verifikasi sebagai proses terakhir dalam menganalisis data. Kesimpulan awal biasanya masih bersifat sementara dan bisa berubah apabila selanjutnya dalam mengumpulkan data tidak bisa mendapatkan bukti lain sebagai data pendukung. Sebaliknya bila kesimpulan yang telah dijabarkan diawal dengan menambahkan temuan data-data lain yang sesuai dan konsisten, maka kesimpulan tersebut sudah layak diyakini.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam menyusun studi ini terdiri atas lima bab, yaitu pendahuluan, gambaran umum, gambaran khusus, hasil dan pembahasan, dan penutup. Berikut adalah penjelasan tiap bab secara terperinci:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi tentang penjelasan secara terperinci yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini. Kemudian terdapat rumusan masalah, manfaat, tujuan, tinjauan pustaka, landasan teori, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM

Bab II berisi tentang gambaran umum dari objek penelitian yang berkaitan dengan fenomena yang ingin dikaji. Subbab 2.1 membahas kaitan media sosial dengan kebiasaan sehari-hari, subbab 2.2 mengenal platform TikTok, subbab 2.3