

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital saat ini adalah sebuah masa yang tidak bisa lepas dengan dunia internet. Banyak hal dilakukan manusia melalui internet seperti hiburan, komunikasi, informasi, konektivitas. Sehingga tidak heran lagi jika pada masa kini internet menjadi kebutuhan utama manusia. Salah satu aplikasi yang dalam penggunaannya memakai internet yaitu media sosial.

Menurut Widada (2018) media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Widada, 2018). Media sosial merupakan media yang memungkinkan setiap orang berinteraksi maupun bersosialisasi dan berkomunikasi tanpa terhalang ruang dan waktu (Fitriani, 2017).

Dilansir dari laman *Hootsuite (we are sosial) Indonesian digital report*, data pengguna internet di Indonesia dalam lima tahun terakhir mengalami peningkatan. Tahun 2020 sebanyak 175,4 juta pengguna dari 272,1 juta penduduk Indonesia. Pengguna internet pada tahun 2021 sebanyak 202,6 juta dari 274,9 juta penduduk (73,7%). Tahun 2023 yaitu 212,9 juta pengguna dari 276,4 juta penduduk (77%). Tahun 2024 mencapai 185,3 juta pengguna atau 66% dari total populasi penduduk.

Berdasarkan data tersebut pengguna internet dari bulan Januari 2023 sampai Januari 2024 mengalami peningkatan sebanyak 0,8 % dari total jumlah penduduk. Pengguna media sosial lima tahun terakhir juga mengalami peningkatan. Pada

tahun 2020 berjumlah 160 juta pengguna. Pengguna media sosial pada tahun 2021 sebanyak 170 juta (61,8%). Tahun 2022 mengalami peningkatan yaitu 12,6% atau 191,4 juta pengguna. Tahun 2023 sebanyak 60 % atau 167 juta pengguna dari total penduduk. Pengguna media sosial terus bertambah sampai pada tahun ini yaitu meningkat menjadi 60,4 % dari total populasi penduduk (Riyanto, 2021-2024).

Facebook menempati peringkat ketiga sebagai media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak, yakni digunakan oleh 81,6% pengguna. Media sosial lainnya seperti *Instagram* menduduki peringkat kedua pengguna terbanyak yaitu 85,3 %. Media sosial *WhatsApp* merupakan pengguna terbanyak nomor satu media sosial dengan 90,9 % pengguna (Reynaldy, 2024). Ketiga platform media sosial ini dimiliki satu perusahaan yang sama yaitu META.

Media sosial *Facebook* pada awalnya hanya sebagai media saling mengenal sesama mahasiswa Harvard . Diluncurkan pada tanggal 4 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg. Mengalami perkembangan terus-menerus hingga sekarang. Tidak hanya orang dewasa pengguna media sosial ini dari semua kalangan yaitu anak-anak, remaja, dewasa hingga orang tua. Pengguna *Facebook* terbanyak berusia 25-34 tahun, setara dengan 38% dari jumlah total pengguna *Facebook* (Reynaldy, 2024).

Banyak sekali fitur yang disediakan pada media sosial *Facebook* seperti berteman dengan orang-orang dari seluruh penjuru dunia, pembaharuan status, berbagi foto dan video, bisnis *online*, grup dengan berbagai kepentingan seperti bisnis, siaran langsung, cerita dan masih banyak lagi. Munculnya media sosial seperti *Facebook* membawa banyak perubahan bagi masyarakat. Hal ini

mengakibatkan dampak sehingga tidak jarang pengguna kecanduan dalam bermain media sosial sehingga berdampak pada kehidupan pribadi dan juga lingkungannya. Bermain dan hidup dalam dunia maya memiliki aturan dan juga kebebasan. Seseorang dapat memposting apa saja tanpa batasan waktu dan juga usia. Hal ini mengakibatkan banyak orang berlaku seenaknya dan tidak wajar.

Informasi saat ini tersebar luas melalui berbagai media, baik media cetak maupun media online. Media *online* menjadi salah satu sarana yang paling banyak digunakan untuk menyebarkan informasi. Media sosial merupakan wadah yang sangat rentan dan sering digunakan oleh oknum tidak bertanggungjawab dalam penyebaran berita Hoaks (Edy & Florina, 2021). Dunia maya seperti layaknya media sosial merupakan sebuah revolusi besar yang mampu mengubah perilaku manusia dewasa ini, dimana relasi pertemanan serba dilakukan melalui medium digital menggunakan media baru (internet) yang dioperasikan melalui situs-situs jejaring sosial (Bastomi, 2019).

Facebook awalnya hanya digunakan untuk memperbarui status, membagikan foto, dan video. Seiring waktu, platform ini terus berkembang hingga kini dapat dimanfaatkan sebagai sumber penghasilan. Hal ini menarik perhatian banyak orang, mendorong mereka untuk berlomba-lomba membuat konten dan membagikannya demi meraih penghasilan. Tidak hanya terjadi dikota-kota besar membuat konten *Facebook* dilakukan sampai kepada pelosok daerah yang ada di Indonesia. Salah satunya yaitu Kelurahan Panei Tengah.

Pengguna *Facebook* di Kelurahan Panei Tengah didominasi oleh ibu rumah tangga, tetapi hal ini tidak menutup kemungkinan anak muda juga berlomba-lomba

untuk membuat konten dan diposting dalam media sosialnya. Bagi sebagian bapak-bapak dan anak-anak di daerah ini hanya menggunakan *Facebook* sebagai tempat untuk mengabadikan momen seperti memposting foto, video, dan juga memperbaharui status.

Berdasarkan data laporan kependudukan pemerintah Kabupaten Simalungun pada bulan Februari 2025 jumlah penduduk Kelurahan Panei Tengah berjumlah 3003 penduduk. Dari hasil pengamatan peneliti sekitar 5% dari jumlah penduduk menggunakan *Facebook* untuk membuat konten. Para pembuat konten itu disebut sebagai konten kreator seperti yang terlihat dari beberapa akun yaitu akun @Magda Sianturi memiliki 5,8 ribu pengikut dan telah mendapatkan penghasilan. Akun @Nde Tigan Langit mencapai 2,8 ribu, akun @ Lisa Debataraja memiliki 4 ribu pengikut, dan akun @Githa Sabilbina memiliki 5 ribu pengikut. Konten yang dibuat oleh masyarakat sangat beragam mulai dari masak-masak, aktivitas sehari-hari seperti berpergian, berjoget, olahraga, foto selfie, serta membagikan hal-hal random.

Mendapatkan penghasilan dari media sosial ini membutuhkan banyak syarat dan ketentuan. Hal ini mengakibatkan tidak ada lagi privasi sang kreator karena segala aktivitasnya ditampilkan pada media sosialnya dengan tujuan agar *FYP (for your page)*. Menurut masyarakat ketika konten mereka *FYP* akan ditonton oleh banyak orang maka dapat menghasilkan uang.

Kreator akan merasa senang jika konten mereka banyak komentar dan mendapatkan banyak *like* (suka). Mereka memposting foto atau video dengan hastag seperti #reels, #fyp, #monetiasi, #Facebook, #kreator, #fbpro, #semuaorang,

#reelsotw, #jangkauanluas. Memposting segala sesuatu untuk tujuan mendapatkan target tayangan dan jumlah penonton, *like* (suka) dan komentar.

Membuat konten mulai menjadi hobi yang sekarang digemari oleh masyarakat. Karena memiliki banyak alasan yang relevan dan menarik untuk menampilkan konten mereka pada media sosial *Facebook* miliknya. Membuat konten memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan ide, pandangan, atau keterampilan unik mereka. Masyarakat Kelurahan Panei tengah juga membuat konten untuk berbagi karya kreatif, seperti musik, seni, foto atau video mereka.

Meskipun awalnya hanya sebagai trend yang menjadi hobi dan ekspresi diri banyak konten kreator yang akhirnya mendapatkan penghasilan dari karya mereka, melalui konten yang ditonton oleh banyak orang. Hal ini memberi peluang untuk mengubah hobi menjadi karier bagi masyarakat.

Anak-anak mereka juga tidak jarang untuk diajak membuat konten sehingga aktivitas anakpun tidak lagi menjadi privasi tetapi konsumsi publik, sedang melakukan pekerjaan rumah seperti mencuci, menyapu, berbelanja, menghadiri pesta, berkebun, tanaman diteras rumah, bernyanyi, sedang sakit bahkan saat bekerja juga mejadi bahan konten masyarakat. Berjoget-joget dan ditonton oleh banyak orang sudah menjadi hal biasa untuk dijadikan konten, rasa malu sudah mulai terkikis karena pemenuhan kebutuhan konten.

Sementara disisi lain dalam bermain media sosial masyarakat kurang diimbangi oleh pengetahuan dan etika berperilaku pada dunia maya membuat terjebak dalam postingan mereka. Banyak postingan yang memicu gosip dan komentar buruk dari orang yang melihatnya. Bahkan tidak jarang hal ini

menyebabkan lupa akan pekerjaan rumah, aktivitasnya mejadi tertunda, lupa mengurus suami dan anak sampai kehilangan rasa malu.

Facebook memungkinkan orang untuk berbagi hampir dari segala hal tanpa batasan fisik Masyarakat membuat konten tidak lepas dari informasi pribadi, opini, perasaan, masalah pribadi, ujaran kebencian atau bahkan kegagalan. Mereka cenderung membagikan hal-hal tersebut untuk menarik perhatian pengguna lainnya.

Disjuncture konten *Facebook* ini juga mengakibatkan perubahan aturan pada masyarakat. Pada awalnya ketika berjoget-joget didepan umum apalagi dibagikan pada media sosial adalah hal yang tabu dan memalukan. Saat ini sudah menjadi hal yang wajar karena sudah sering dilakukan. Konten yang dilihat dan menjadi trend oleh masyarakat mempengaruhi apa yang dianggap normal, juga mengakibatkan perubahan gaya hidup dan standar perilaku pada masyarakat.

Masyarakat menganggap bahwa media sosial adalah ruang pribadinya sehingga mereka mejadikan apapun sebagai konten mereka. Sehingga tidak jarang untuk menarik perhatian, beberapa konten kreator cenderung membagikan terlalu banyak aspek kehidupan pribadi mereka, yang bisa berisiko terhadap privasi dan keamanan. Perubahan-perubahan ini menarik untuk diketahui agar melihat sejauh mana *disjuncture* konten *Facebook* mempengaruhi kebudayaan atau kebiasaan pada masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, antara lain:

1. Apa yang menjadi latar belakang masyarakat Kelurahan Panei Tengah membuat konten *Facebook* ?
2. Bagaimana cara masyarakat Kelurahan Panei Tengah membuat konten pada media sosial *Facebook*?
3. Bagaimana dampak pembuatan konten *Facebook* terhadap kehidupan masyarakat di Kelurahan Panei Tengah?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperjelas latar belakang masyarakat Kelurahan Panei Tengah membuat konten *Facebook*.
2. Untuk memperjelas cara masyarakat Kelurahan Panei Tengah dalam membuat konten pada media sosial *Facebook*.
3. Untuk memperjelas dampak pembuatan konten *Facebook* terhadap kehidupan masyarakat di Kelurahan Panei Tengah.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini maka penulis mengemukakan manfaat penelitian secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan atau pemahaman dan pengetahuan bagi Ilmu Antropologi Media secara khusus melihat bagaimana peran teknologi dalam mempengaruhi kebudayaan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti lanjutan agar dapat memperluas pengetahuan tentang *disjuncture* konten *facebook* pada masyarakat kelurahan Panei Tengah Kabupaten Simalungun.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk masyarakat dalam menambah wawasan dan pengetahuan mengenai *disjuncture* konten *facebook* pada masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga berguna sebagai sumber literasi dan informasi mengenai bagaimana dampak membuat konten *Facebook* pada masyarakat.