

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola komunikasi masyarakat menjadi semakin bergantung pada platform digital. Berbagai kelompok usia kini memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media memperoleh informasi, hiburan, hingga melakukan aktivitas ekonomi. Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan pesat adalah TikTok. Aplikasi ini berkembang dari media berbagi video pendek menjadi ekosistem digital yang mendukung promosi, pemasaran, dan transaksi melalui fitur TikTok Shop. Aplikasi buatan Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. TikTok berhasil menarik perhatian masyarakat melalui konten video pendek berdurasi 15 detik hingga 3 menit, yang kini tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga untuk kegiatan ekonomi digital seperti review produk, afiliasi, hingga penjualan langsung.

Terdapat dalam jurnal (Syira et al., 2024), (Nurlatifah, Ubaidiah, Patmawati, Sahbani, & Nugraha, 2022) mengatakan bahwa fenomena tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah mengalami transformasi fungsi dari sekedar hiburan menjadi sarana transaksi ekonomi modern. Melalui fitur TikTok Shop, pengguna dapat melakukan pembelian produk secara langsung.

Fitur ini bahkan sempat mengalami kendala perizinan, tetapi kemudian beroperasi kembali setelah bekerja sama dengan Tokopedia. Dengan meningkatnya pengguna aktif setiap tahun, TikTok Shop kini menjadi salah satu marketplace digital populer di Indonesia.

Perkembangan teknologi yang pesat diiringi dengan munculnya banyak aplikasi online yang bersaing dalam memperebutkan perhatian konsumen. Salah satu aspek penting yang menentukan keberhasilan sebuah aplikasi adalah kemudahan penggunaan dan keamanan bertransaksi. Semakin mudah dan aman suatu aplikasi digunakan, semakin tinggi pula kepercayaan pengguna untuk melakukan transaksi.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa TikTok Shop telah mengembangkan berbagai mekanisme keamanan untuk melindungi aktivitas transaksi penggunanya, seperti pengamanan data pribadi dan sistem verifikasi transaksi. Walaupun demikian, keberadaan sistem tersebut belum sepenuhnya menjamin keamanan apabila pengguna belum memahami cara bertransaksi secara benar. Terdapat Dalam Jurnal (Syira et al., 2024), (Soesanto, Rupelu, & Saputra, 2023) menyatakan bahwa, keamanan digital tidak hanya menyangkut perlindungan data pribadi, tetapi juga berkaitan dengan perlindungan hak-hak konsumen agar tidak mengalami kerugian dalam transaksi online. Namun, aspek keamanan dan perlindungan konsumen tersebut perlu dipahami oleh masyarakat melalui proses pendidikan masyarakat agar dapat diterapkan dalam aktivitas transaksi digital sehari-hari.

Kondisi tersebut secara konkret ditemukan pada masyarakat Desa Bantengan. Berdasarkan hasil observasi awal dan komunikasi informal peneliti dengan warga, diketahui bahwa masyarakat desa bantengan memiliki intensitas penggunaan TikTok Shop yang relatif tinggi dibandingkan wilayah lain. Transaksi digital tidak hanya dilakukan secara individual, tetapi juga dipengaruhi oleh interaksi sosial antarwarga, seperti

rekomendasi produk dari tetangga, menonton siaran langsung penjualan bersama, serta mengikuti promosi yang sedang viral di TikTok.

Menariknya, meskipun frekuensi transaksi digital tergolong tinggi, sebagian warga Desa Bantengan belum memahami secara utuh hak dan tanggung jawabnya sebagai konsumen digital. Beberapa warga mengaku pernah mengalami ketidaksesuaian produk, keterlambatan pengiriman, maupun kebingungan dalam mengajukan komplain dan pengembalian dana, namun memilih untuk tidak menindaklanjutinya karena keterbatasan pengetahuan terkait mekanisme perlindungan konsumen.

Tingginya intensitas penggunaan TikTok Shop belum selalu diikuti oleh meningkatnya kemampuan masyarakat dalam memahami risiko maupun hak sebagai konsumen digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan teknologi perlu disertai dengan penguatan pendidikan masyarakat agar aktivitas transaksi digital berlangsung secara lebih aman dan bertanggung jawab. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital belum diimbangi dengan pendidikan masyarakat yang cukup mengenai literasi digital dan perlindungan konsumen.

Dalam perkembangannya, Pendidikan Kewarganegaraan tidak lagi dipahami hanya sebagai mata pelajaran di sekolah, tetapi telah berkembang menjadi bidang keilmuan citizenship education yang mencakup dimensi akademik, kurikuler, dan sosial-kultural. Ketiga dimensi tersebut menunjukkan bahwa pendidikan kewarganegaraan tidak hanya berlangsung di ruang kelas, tetapi juga melalui berbagai aktivitas kehidupan masyarakat. Domain akademis berkaitan dengan pengembangan pemikiran dalam komunitas ilmiah, domain kurikuler mencakup konsep dan praktik dalam pendidikan formal maupun

nonformal, sedangkan domain sosial kultural menekankan praktik Pendidikan Kewarganegaraan dalam kehidupan masyarakat.

Dalam konteks Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PKn), pendidikan masyarakat sebagai bagian dari domain sosial kultural memiliki peran penting dalam membentuk civic knowledge, civic skills, dan civic disposition. Civic knowledge tercermin dalam pemahaman masyarakat mengenai hak dan kewajiban sebagai konsumen digital, civic skills terlihat dari kemampuan masyarakat dalam menggunakan haknya, seperti mengajukan keluhan atau menuntut ganti rugi secara tepat, sedangkan civic disposition berkaitan dengan sikap tanggung jawab, keadilan, dan kesadaran hukum dalam bertransaksi secara online. Dengan demikian, pendidikan masyarakat dalam penelitian ini berperan dalam meningkatkan kompetensi kewarganegaraan masyarakat, khususnya dalam penggunaan platform digital seperti TikTok Shop.

Berdasarkan fokus penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini termasuk dalam domain sosial kultural dalam kerangka citizenship education. Hal ini dikarenakan penelitian berfokus pada praktik Pendidikan Kewarganegaraan dalam kehidupan masyarakat, khususnya di Desa Bantengan. Penelitian ini tidak mengkaji aspek teoritis dalam komunitas akademik maupun proses pembelajaran di lembaga pendidikan formal. Sebaliknya, penelitian ini menitikberatkan pada bagaimana masyarakat memahami dan menjalankan perannya sebagai warga negara dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam penggunaan platform digital seperti TikTok Shop. Aspek yang dikaji meliputi pemahaman mengenai hak dan kewajiban sebagai konsumen digital. Selain itu, penelitian ini juga melihat kemampuan serta sikap masyarakat dalam menghadapi permasalahan dalam transaksi online. Dengan demikian, penelitian ini secara jelas berada dalam domain

sosial kultural karena berorientasi pada praktik kewarganegaraan dalam kehidupan masyarakat.

Dalam konteks penggunaan TikTok Shop di Desa Bantengan, pendidikan masyarakat menjadi upaya strategis untuk meningkatkan ketiga aspek tersebut. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa pelaksanaan pendidikan masyarakat, baik secara formal maupun informal, belum berjalan optimal, sehingga pemahaman dan kesadaran masyarakat sebagai konsumen digital masih rendah. Hal ini berdampak pada belum optimalnya penerapan nilai keadilan sosial dalam praktik transaksi online di TikTok Shop.

Kajian mengenai TikTok Shop selama ini lebih banyak membahas aspek hukum perlindungan konsumen maupun keamanan transaksi elektronik. Sebaliknya, penelitian yang mengaitkan penggunaan platform tersebut dengan pendidikan masyarakat masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menelaah bagaimana proses pendidikan masyarakat berkontribusi terhadap pemahaman konsumen digital.

Peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban produsen dan konsumen saat memenuhi kebutuhan mereka dikenal sebagai perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen juga mencakup upaya untuk memastikan bahwa kepentingan konsumen harus dilindungi secara hukum.

Hak konsumen berlaku dalam setiap transaksi jual beli, baik yang dilakukan secara langsung maupun secara online yang kini semakin berkembang. Meskipun transaksi tidak selalu berlangsung secara tatap muka, konsumen tetap memiliki hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa yang sesuai dengan informasi dan janji yang telah disampaikan sebelumnya. Di Indonesia, hak-hak tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun

1999 memberikan jaminan hukum kepada konsumen melalui pengaturan mengenai hak, kewajiban, asas, serta tujuan perlindungan konsumen. Secara umum, regulasi tersebut menekankan pentingnya terciptanya hubungan yang adil antara konsumen dan pelaku usaha sehingga setiap transaksi dapat berlangsung secara aman, transparan, dan memberikan kepastian hukum.

Selain itu, konsumen berhak memperoleh kompensasi atau ganti rugi apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan gambar, kualitas, atau kesepakatan yang telah ditetapkan. Konsumen juga berhak mendapatkan barang atau jasa sesuai perjanjian, termasuk fasilitas tambahan seperti layanan pengiriman gratis dalam transaksi online. Informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk menjadi hak mutlak konsumen, sehingga produsen dilarang menyembunyikan atau mengurangi informasi, termasuk terkait cacat atau kekurangan produk. Lebih dari itu, setiap konsumen berhak memperoleh pelayanan yang adil dan setara tanpa adanya perlakuan diskriminatif, karena perbedaan perlakuan terhadap konsumen merupakan pelanggaran terhadap prinsip perlindungan konsumen.

Untuk memberikan rasa aman kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, perlindungan konsumen harus dilaksanakan secara adil dan tidak memihak salah satu pihak. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang memuat asas-asas dasar perlindungan konsumen. Asas manfaat menekankan bahwa baik konsumen maupun pelaku usaha berhak memperoleh manfaat dari kegiatan transaksi tanpa menimbulkan kerugian sepihak. Asas keadilan mengandung makna bahwa konsumen dan produsen harus mendapatkan hak dan melaksanakan kewajiban secara seimbang.

Selanjutnya, asas keseimbangan menegaskan pentingnya keselarasan antara hak dan kewajiban kedua belah pihak sesuai dengan ketentuan hukum perlindungan konsumen. Asas keamanan dan keselamatan memberikan jaminan bahwa barang dan jasa yang dikonsumsi tidak membahayakan keselamatan jiwa maupun harta benda konsumen. Sementara itu, asas kepastian hukum menjamin adanya perlindungan hukum yang jelas bagi konsumen dan produsen dalam menjalankan hak dan kewajibannya, tanpa membebankan tanggung jawab secara tidak adil, serta memastikan kehadiran negara dalam menegakkan kepastian hukum tersebut.

Sebagaimana yang sudah dijelaskan bahwa perlindungan konsumen diperuntukan untuk pemberian kepastian, keamanan serta keseimbangan hukum antara produsen dan konsumen. Tujuan perlindungan konsumen di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Secara umum, regulasi tersebut bertujuan meningkatkan kesadaran dan kemandirian konsumen, memberikan kepastian hukum dalam setiap transaksi, memperkuat posisi konsumen dalam memperoleh hak-haknya, serta mendorong terciptanya hubungan yang adil antara konsumen dan pelaku usaha. Dengan adanya perlindungan tersebut, konsumen diharapkan mampu melakukan transaksi secara lebih aman, bertanggung jawab, dan memperoleh akses terhadap informasi yang benar mengenai barang maupun jasa yang digunakan.

Penelitian ini penting dilakukan karena memiliki nilai akademik dan sosial yang tinggi. Secara akademik, penelitian ini berupaya memperkaya kajian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn), khususnya dalam bidang pendidikan masyarakat dan literasi digital dalam penggunaan platform ekonomi digital seperti TikTok Shop. Secara sosial, penelitian ini penting untuk meningkatkan pendidikan masyarakat dan kesadaran

literasi digital, khususnya masyarakat Desa Bantengan, agar lebih memahami penggunaan TikTok Shop secara bijak, aman, dan bertanggung jawab sebagai konsumen digital.

Pendidikan masyarakat menjadi aspek penting untuk melihat sejauh mana masyarakat Desa Bantengan memahami penggunaan TikTok Shop. Melalui pendidikan masyarakat, dapat diketahui bagaimana pemahaman masyarakat dalam menggunakan TikTok Shop dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji bagaimana masyarakat memanfaatkan TikTok Shop dalam melakukan aktivitas penggunaan dan transaksi sebagai konsumen digital. Proses penggunaan tersebut tidak terlepas dari pengalaman masyarakat dalam berinteraksi dengan platform digital. Oleh karena itu, penelitian ini juga memperhatikan bagaimana praktik penggunaan TikTok Shop dilakukan oleh masyarakat secara nyata. Berbagai kendala yang dihadapi masyarakat dalam penggunaan TikTok Shop turut menjadi perhatian untuk mengetahui hambatan yang muncul. Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran mengenai pendidikan masyarakat dalam penggunaan TikTok Shop di Desa Bantengan secara lebih menyeluruh.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa penting untuk mengkaji pendidikan masyarakat dalam penggunaan TikTok Shop, khususnya dalam meningkatkan pemahaman masyarakat sebagai konsumen digital. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana proses pendidikan masyarakat berlangsung serta bagaimana tingkat pemahaman masyarakat dalam menggunakan TikTok Shop secara bijak dan bertanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pendidikan masyarakat Desa Bantengan dalam penggunaan Tiktok Shop. Fokus penelitian ini meliputi :

1. Bagaimana Pemahaman Masyarakat Desa Bantengan Dalam Penggunaan Tiktok Shop ?
2. Bagaimana Pendidikan Masyarakat Dalam Penggunaan Tiktok Shop Di Desa Bantengan?
3. Apa Kendala Yang Dihadapi Masyarakat Desa Bantengan Terkait Penggunaan Tiktok Shop?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pemahaman masyarakat Desa Bantengan dalam penggunaan TikTok Shop.
2. Untuk menganalisis pendidikan masyarakat dalam penggunaan TikTok Shop di Desa Bantengan.
3. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi masyarakat Desa Bantengan dalam penggunaan TikTok Shop.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn), khususnya dalam bidang pendidikan masyarakat dan literasi digital dalam penggunaan platform ekonomi digital seperti TikTok Shop, serta memperkaya kajian mengenai perilaku konsumen dalam transaksi digital

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Masyarakat

Meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat Desa Bantengan melalui pendidikan masyarakat mengenai penggunaan TikTok Shop secara bijak, aman, dan bertanggung jawab sebagai konsumen digital.

b. Bagi Pemerintah Desa Atau Lembaga Perlindungan Konsumen

Menjadi dasar dalam penyusunan program pendidikan masyarakat dan literasi digital terkait perlindungan konsumen serta memberikan gambaran mengenai kebutuhan masyarakat dalam penggunaan platform digital.

c. Bagi Akademisi/Peneliti

Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pendidikan masyarakat, literasi digital, dan penggunaan platform ekonomi digital dalam perspektif Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan.

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari perbedaan pemahaman, beberapa istilah dalam penelitian ini didefinisikan sebagai berikut :

1. Pendidikan Masyarakat

Dalam penelitian ini, pendidikan masyarakat dipahami sebagai proses pembelajaran yang berlangsung secara berkesinambungan untuk meningkatkan pengetahuan, kemampuan, serta kesadaran anggota masyarakat dalam menghadapi berbagai persoalan kehidupan. Melalui proses tersebut masyarakat diharapkan mampu mengambil keputusan secara lebih tepat, termasuk ketika melakukan aktivitas sebagai konsumen pada platform digital. Pendidikan ini menjadi hal penting karena membantu masyarakat memahami risiko yang mungkin terjadi, serta membekali mereka dengan kemampuan untuk mempersiapkan diri, merespons, dan melakukan pemulihan secara

tepat. Selain itu, pendidikan masyarakat juga mendorong setiap individu untuk mengetahui sumber bantuan yang dapat diakses, baik untuk diri sendiri maupun orang lain, sehingga masyarakat memiliki ketahanan yang lebih baik dalam menghadapi situasi darurat (Chandra, A., Acosta, J., Stern, S., Uscher-pines, L., Williams, M. V., Yeung, D., Meredith, 2011).

2. Penggunaan Tiktok Shop

Penggunaan Tiktok Shop adalah aktivitas masyarakat dalam memanfaatkan fitur marketplace pada aplikasi TikTok, yang mencakup kegiatan melihat dan memilih produk, melakukan transaksi pembelian atau penjualan, serta berinteraksi dengan penjual maupun pembeli dalam proses jual beli secara online. TikTok Shop adalah fitur marketplace dalam aplikasi TikTok yang memungkinkan pengguna melakukan pembelian langsung dari konten video, live streaming, maupun katalog produk. Fitur ini mendukung transaksi digital dengan integrasi sistem pembayaran dan pengiriman oleh (Pratiwi et al., 2023).