

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lingkungan masyarakat informasi terus berkembang sering dengan adanya perkembangan teknologi dan perubahan sosial. perubahan sosial ini dimulai dari kemunculan internet kemudian memunculkan inovasi baru yaitu media sosial. munculnya media sosial telah melahirkan berbagai ruang public yang semangin terbuka untuk menjadi saluran menyampaikan aspirasi tanpa batas. Tetapi disisi lain, munculnya media sosial dapat merangsang tumbuhnya perilaku dan gaya hidup yang berbeda yaitu gaya hidup masyarakat dalam berkomunikasi.¹

Perubahan gaya hidup akibat munculnya media sosial bukan hanya berubah dalam pola interaksi sosial dan cara berkomunikasi, melainkan juga perubahan sikap dan perilaku masyarakat dalam menikapi realitas sosial terutama dalam menggunakan internet. Berdasarkan data dari asosiasi penyelenggaraan jasa internet Indonesia (APJII) bersama badan pusat statistic (BPS) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021 meningkat sekitar 11% menjadi 202,6 juta jiwa. Ini setara dengan 76,8% dari populasi 276,3 juta jiwa.

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa pengguna internet semakin banyak dari tahun ke tahun. Setiap tahun pengguna internet mengalami kenaikan dan dapat dikatakan bahwa pengguna internet seseorang yang aktif menggunakan media sosial, dilihat dari terus meningkatnya pengguna internet. Terdapat hubungan antara gaya komunikasi dan pola hidup masyarakat. Masyarakat yang

¹ Sunarso dan Siswanto, *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009), hal. 39.

tumbuh dengan internet tidak di pungkiri lagi akan lebih sering menggunakan waktu berjam jam untuk berkomunikasi melalui media sosial.

Data penelitian yang dilakukan oleh we are Social dan Hootsuite pada tahun 2018 menyatakan bahwa masyarakat Indonesia sangat gemar menggunakan media sosial. tercatat, setidaknya ada sekitar 130 juta masyarakat Indonesia yang aktif di berbagai media sosial, mulai dari Facebook, Instagram, Twitter dan lain-lain. Dalam penelitian ini tercatat bahwa pada Januari 2018 total masyarakat Indonesia sejumlah 265,4 juta penduduk. Sedangkan persentasi pengguna media sosial mencapai 132,7 juta pengguna.

Banyaknya dari data tersebut pengguna media sosial dapat diketahui bahwa berita yang didapat dari media sosial tidak selamanya benar. Namun, berita dari media sosial sering juga memposting atau menyebarkan berita-berita bohong atau hoaks.

Secara historis dan etimologi dapat dielusuri bahwa Hoaks adalah terma yang berasal dari abad ke-18.² Kini informasi atau berita yang dianggap benar tidak lagi mudah ditemukan. Survey Mastel (2017) mengungkapkan bahwa dari 1.146 responden, 44,3% diantaranya menerima berita hoaks setiap hari dan 17,2% menerima lebih dari satu kali dalam sehari. Bahkan media arus utama yang diandalkan sebagai media yang dapat dipercaya terkadang ikut terkontaminasi penyebaran hoaks. Media arus utama juga menjadi saluran penyebaran

² Roswita Oktavianti dan Riris Lorisa, "Penggunaan Media Sosial Sesuai Nilai Luhur Budaya", *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 1, No. 4, Agustus 2017: 271 – 278.

informasi/berita hoaks, masing-masing sebesar 1,20% (radio), 5% (media cetak) dan 8,70% (televisi).³

Semakin merajalelanya informasi hoaks di masyarakat, merupakan dampak negatif yang dihasilkan dari perkembangan media massa. Berita hoaks yang diproduksi dan disirkulasikan, kemudian diresirkulasikan melalui teknologi dan media yang konvergen dengan penyebaran yang massif. Hal tersebut juga disebabkan karena tingkat literasi masyarakat yang masih rendah.⁴

Seluruh belahan bumi saat ini menghadapi gelombang hoaks yang berbunyi di nada yang sama. Banyak ahli yang telah mencoba meneliti tentang hoaks, reproduksi dan persebarannya dengan tujuan mengidentifikasi dan mendeskripsikan bagaimana hoaks bekerja. Data-data dan hasil penelitian tersebut kemudian dapat digunakan untuk menghasilkan strategi, atau formula untuk menghadapi hoaks. Penelitian ini dengan menggunakan kajian literature berusaha menjahit temuan-temuan dari pelbagai macam penelitian berkait hoaks.

Namun, penelitian ini tidak langsung berangkat dalam konteks kontemporer bagaimana hoaks bekerja saat ini. Penelitian ini juga berupaya untuk memetakan bagaimana hoaks masuk ke dalam pengetahuan manusia, sejalan dengan sejarah konseptualnya. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkn gambaran lengkap, perihal bagaimana hoaks bekerja dalam arus sejarah manusia, dan faktor-faktor yang memengaruhinya.

³ Ardhina Pratiwi, *Analisis Pengaruh Literasi Media Terhadap Pencegahan Berita Hoaks Di Media Sosial Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. Tesis: Konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi, 2019.

⁴ Abd Mujid, *Pesan Al-Quran dalam Menyikapi Berita Hoax: Perspektif Dakwah di Era New Media*. *Jurnal Komunikasi Islam*, Volume. 07, Nomor 01, Juni 2017.

Penelusuran menunjukkan bahwa berita hoaks memiliki relasi langsung dengan Hocus yang memiliki arti “menipu”, “memaksa pada” atau merujuk pada MerriamWebster “kebingungan yang dimulai dari minuman yang sudah diracuni. Sedari awal, hoaks memiliki atribusi negatif, membuat orang termanipulasi atau tertipu atas suatu hal. Penelitian Rojecki, Andrew, Meraz, Sharon (2016) menemukan bahwa internet, *World Wide Web* telah mengubah secara signifikan dinamika transmisi informasi dan agenda setting dari penyebaran dan persebaran suatu informasi.

Adapun untuk menyaring berita hoaks yang secara instan tersebar dimedia sosial maka setiap pengguna media sosial memerlukan yang namanya literasi media sosial agar tidak mudah menerima berita yang tersebar dimedia sosial secara langsung, tanpa menyaring atau mencari fakta yang benar dari berita yang tersebar.

Literasi media berasal dari bahasa Inggris yaitu *media literacy*, terdiri dari dua kata: *media* berarti tempat pertukaran pesan dan *literacy* berarti melek. Literasi media merujuk kemampuan khalayak yang melek terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa.⁵

Literasi media ialah kemampuan memahami, menganalisis, dan mendekonstruksi pencitraan media. Kemampuan untuk melakukan hal ini bertujuan untuk menyadarkan pembaca sebagai konsumen media (ternasuk anak-anak) perihal cara media dibuat dan diakses. Survey UNESCO pada tahun 2012 menunjukkan bahwa minat baca masyarakat Indonesia sangat rendah, hanya 0,001

⁵ Lihat Hobbs, 1996: 20

persen; dalam 1000 masyarakat Indonesia hanya satu yang memiliki minat baca, setara dengan Afrika Selatan.

Literasi menjadi salah satu pemasok utama informasi bagi Mahasiswa memiliki peran yang begitu penting dalam perkembangan pengetahuan dan pengalaman terhadap permasalahan-permasalahan yang dihadapinya. Namun informasi yang diperoleh tidak seluruhnya mengandung hal yang dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya. Ada pula literasi yang menyajikan informasi-informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya serta keilmiahannya. Hal ini memberikan dampak bagi para Mahasiswa yang bergelut di bidang akademik.⁶

Diskusi di internet, lebih spesifiknya media sosial, memperkeruh ekosistem informasi menjadi *streoids* informasi palsu. Weeks (2015) melalui riset eksperimentalnya menemukan bahwa warga negara seringkali mendapat dan memercayai informasi palsu terkait isu politik dan kandidat dari pemilihan umum didasarkan pada dua emosi: kemarahan dan kegelisahan atau kemasygulan.⁷ Kemarahan menjadi pelatuk partisan tidak mengevaluasi kepercayaannya atas suatu informasi yang berkait dengan keyakinan yang konsisten pada partai politik yang didukung. Sedangkan kegelisahan pada suatu waktu dapat menurunkan kadar partisan pada partai politik yang didukungnya. Penelitian yang dilakukan oleh Weeks menunjukkan bahwa pengalaman yang unik dari perasaan marah dan gelisah dapat memberikan efek afektif pada akurasi keyakinan politik, dengan memperkuat atau melemahkan pengaruh *partisanship*.

⁶ Christiany Juditha, *Literasi Informasi Melawan Hoaks Bidang Kesehatan di Komunitas Online*. Jurnal Ilmu Komunikasi, VOLUME 16, NOMOR 1, Juni 2019: 77-90.

⁷ Ibid., 275.

Keberadaan Facebook dan blogs sejalan dengan ekosistem yang memungkinkan berita palsu tersebar, membuat masyarakat cenderung menolak objektivitas jurnalistik. Penelitian Marchi (2012) menunjukkan bahwa terdapat perilaku baru remaja dalam mengakses informasi. Remaja cenderung memilih informasi yang berisi opini ketimbang berita yang menyandarkan diri pada objektivitas. Hal ini mengindikasikan remaja, generasi baru cenderung meragukan idealisasi dari kerja jurnalisisme profesional di mana objektivitas adalah ihwal awalnya, dan mengharapkan penafsiran atasnya. Hasil studi Jonah Berger dan Katherine Milkman menunjukkan bahwa berita-berita yang dibagikan secara viral melalui media sosial adalah berita yang mampu membangkitkan emosi positif atau negatif yang sangat kuat (*high-arousal emotions*).

Meski demikian, disadari pula bahwa pengguna media sosial umumnya tidak paham pentingnya akurasi, sering luput/tidak melakukan disiplin verifikasi serta tidak memiliki bekal cukup untuk memahami etika jurnalisisme dan hukum media daring saat membagikan informasi di media sosial. Tidak adanya kontrol akan hal-hal mendasar dalam praktik jurnalisisme ini turut memberikan kontribusi pada data dan informasi yang akhirnya terkumpul dan tersebar di media sosial. Aktualitas berita menjadi nilai dominan yang mempengaruhi penilaian Jurnalis dalam proses produksi karya jurnalistiknya.

Aktualitas dan kecepatan tersebut dimungkinkan oleh media sosial utamanya karena daya jangkauannya yang luas sehingga memungkinkan terjadinya interaksi yang timbal balik dalam waktu yang singkat. Jurnalis dalam hal ini, tentu memiliki kerja berat dalam menelusuri akurasi informasi dan melakukan verifikasi atas data yang terkumpul dan tersebar di media sosial tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, hal yang menarik untuk dikaji lebih mendalam adalah tentang interaksi komunikasi hoaks yang terjadi di media sosial. Mengingat media sosial adalah media yang paling banyak digunakan dalam penyebaran hoaks. Interaksi komunikasi ini menyangkut pengirim dan penerima pesan hoaks, medium yang digunakan, isi pesan dan penetapan lingkungan dan waktu yang berhubungan erat dengan proses produksi, penyebaran dan dampak hoaks bagi masyarakat. Sebab dari pada itu, maka setiap berita atau informasi yang tersebar di media sosial harusnya setiap pengguna media sosial harus menganalisa berita tersebut terlebih dahulu atau disebut dengan literasi media sosial.

Maka peneliti tertarik untuk meneliti penelitian yang berjudul: Konten Literasi Hoaks di Media Sosial.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas penulis akan berfokus pada inti permasalahan, yakni Apa Konten Hoaks di Media Sosial?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Konten Literasi Hoaks di Media Sosial

D. Signifikansi Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya khazanah, tradisi, atau kebiasaan ilmu pengetahuan terhadap Konten Literasi Hoaks di Media

Sosial terhadap para mahasiswa serta menjadi rujukan bagi mahasiswa yang memerlukan data.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu sumbangsih bagi mahasiswa dan masyarakat dalam meneliti dan analisis literasi serta menjadi bahan pertimbangan dalam menjalankan fungsi literasi yang tersedia dalam media sosial.

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalah-pahaman maka peneliti menjelaskan beberapa istilah sehingga mudah untuk dipahami, di antaranya sebagai berikut:

1. Konten

Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik (Simarmata, 2011). Menurut Cambridge Dictionary, salah satu pengertian konten adalah “artikel atau bagian yang terdapat dalam majalah atau buku” (*the articles or parts contained in a magazine or book*)

2. Literasi

Literasi (*literacy*) berasal dari bahasa Latin, *littera* (huruf) yang berarti melibatkan penguasaan sistem-sistem tulisan dan konvensi-konvensi yang menyertainya. Literasi utamanya berhubungan dengan bahasa dan bagaimana bahasa itu digunakan. Ada pun sistem bahasa

dalam tulisan bersifat sekunder. Ketika berbicara mengenai bahasa tentu saja tidak terlepas dari diskursus mengenai budaya sehingga definisi literasi tentulah harus mencakup unsur yang melingkupi bahasa itu sendiri, yakni situasi sosial budayanya. Kern (2000) mendefinisikan literasi secara komprehensif: literasi adalah penggunaan praktik-praktik situasi sosial-historis serta kultural dalam menciptakan dan menginterpretasikan makna melalui teks. Literasi memerlukan, setidaknya, sebuah kepekaan yang tidak terucap tentang hubungan-hubungan antara konvensi-konvensi tekstual dan konteks penggunaannya serta idealnya kemampuan untuk berefleksi secara kritis tentang hubungan-hubungan tersebut. Karena peka dengan maksud dan atau tujuan, literasi yang sifatnya dinamis—tidak statis—dan dapat bervariasi di antara dan di dalam komunitas dan kultur diskursus atau wacana. Literasi memerlukan serangkaian kemampuan kognitif, pengetahuan mengenai *genre* dan pengetahuan kultural.⁸

3. Hoaks

Hoaks ialah bentuk penipuan yang disengaja untuk memanipulasi sesuatu yang tidak benar, seolah-olah sebuah kebenaran. Dalam *Cambridge Dictionary* lema hoaks sendiri berarti tipuan atau lelucon. Kegiatan menipu, trik penipuan, rencana penipuan disebut juga dengan hoaks. Situs *hoaks.org* dalam konteks budaya mengarahkan pengertian hoaks sebagai aktivitas menipu.

⁸ Galih Asokti Priambodo, *Urgensi Literasi Media Sosial Dalam Menangkal Ancaman Berita Hoaks Di Kalangan Remaja. Jurnal Civic Hukum, Volume 4, Nomor 2, November 2019.*

Ketika media sosial seperti facebook, Instagram, twitter dan lainnya sengaja menyebarkan cerita palsu, kita menyebutnya hoaks. Kita juga menggambarannya sebagai aksi publisitas yang menyesatkan, ancaman bom palsu, penipuan ilmiah, penipuan bisnis, dan klaim politik palsu, tentang covid dan lainnya sebagai hoaks.

4. Media Sosial

Secara umum media massa diartikan sebagai alat-alat komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada pembaca dalam jumlah yang luas dan heterogen (Nurdin, 2004: 3). Media massa merupakan media informasi yang terkait dengan masyarakat, digunakan untuk berhubungan dengan khalayak (masyarakat) secara umum, dikelola secara professional dan bertujuan mencari keuntungan (Mondry, 2008:12). Menurut Bungin (2008: 85), media massa berperan sebagai *agen of change*, yakni sebagai institusi pelopor perubahan. Karenanya, media massa menjadi alat komunikasi atau penyampaian pesan kepada masyarakat dengan profit sebagai tujuan.

Yang dimaksud konten literasi hoaks di media sosial dalam penelitian ini adalah mengkaji beberapa konten hoaks di media sosial seperti youtube, facebook, twitter, website dan Instagram. Yang merupakan isi informasi bohong, salah atau palsu adalah Hoaks Ratna Sarumpaet, Hoaks Gempa Susulan di Palu, Hoaks air kelapa obati atau hilangkan covid-19 didalam tubuh, Hoaksks Rekaman Black Box Lion Air JT610, Hoaks Kartu Nikah Dengan 4 Foto Istri, Hoaks Telepon Disadap dan Chat di Whatsapp Dipantau Pemerintah, Hoaks cream Kelly

mengandung merkuri, Hoaks kasus babi ngepet di Depok, Berita hoaks artis Anang Hermansyah di isukan meninggal dunia, Hoaks orang Madura disiram virus dari atas pesawat.

F. Penelitian Terdahulu

1. M. Ismail Alif, A. Yudo Triartono, Arvin Hardian, Fajar Kurniawan, Adhi Dhara Suriyanto. Tahun 2018 yang berjudul Literasi Media dalam Menanggulangi Berita Hoaks (Studi Pada Pelajar SMKN 4 Bekasi dan Mahasiswa AKOM BSI Jakarta) Variabel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Literasi Media dan Hoaks. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan analisis data berupa deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah menemukan jika pemberitaan hoaks yang diakses melalui media sosial, khususnya facebook, whatsapp masih mampu memanipulasi pelajar masih mudah terpengaruh dalam membedakan berita hoaks dan berita fakta.
2. Neni Yulianita, Nurrahmawati, Tresna Wiwitan tahun 2017. Yang berjudul Pemahaman Dosen Universitas Islam Bandung Tentang Makna *Hoaks* Di Media Sosial Whatsapp. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Hoaks* dan Media Sosial. sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Adapun hasil dari penelitian ini adalah pemahaman dosen Unisba tentang *hoaks* di media social khususnya *whatsapp* secara prinsip memiliki kesamaan makna, yakni cenderung memandang *hoaks* adalah dalam kacamata yang sangat negative. *Hoaks* dapat berbentuk berita gambar, verbal dan *hoaks link*. Secara umum

informan juga menyatakan bahwa hoaks adalah berita bohong, berita yang tidak jelas kebenarannya dan tidak bisa dipertanggungjawabkan.

3. Ragil Tri Atmi, Iswanda F Satibi, Indah R Cahyani tahun 2008. Yang berjudul *Media Literacy Skills and Social Media: A Portary of Teenagers in Urban Area*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Media Literacy, Skills, Social Media*. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif. Adapun hasil dari penelitian ini adalah Remaja perkotaan kemampuan literasi mediannya berada di level medium. Hal ini dipengaruhi oleh tingginya informasi yang dapat diakses di perkotaan. Remaja kota menggunakan media social dimanfaatkan untuk belajar dan menjalin pertemanan dengan temannya.
4. Novian Anata Putra tahun 2017. Yang berjudul literasi Media Social Humas Pemerintah Daerah. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Literasi Media Sosial. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif. Adapun hasil dari penelitian ini adalah Humas Pemerintah daerah mengangkal *hoaks* dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan yang sifatanya teknis tentang media baru dan media social. Sedangkan bagian tersulit dari literasi media sosial yaitu selalu melibatkan tingkat kekritisian para pegawai humas pemerintah daerah dalam menggunakan media sosial.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini disajikan dalam lima bab yang terdiri dari:

1. Bab I: Pendahuluan; terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Signifikansi Penelitian, Definisi Operasional, dan Sistematika Penelitian;
2. Bab II: Kajian Teori; terdiri dari Literatur, Hoaks, Media, dan Literatur Media;
3. Bab III: Metode Penelitian; terdiri dari pendekatan dan jenis Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Data dan Analisis Data, Metode dan Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis dan Pengelolaan data, dan prosedur penelitian;
4. Bab IV: hasil penelitian dan pembahasan
5. Bab V: penutup; terdiri atas simpulan dan saran