

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media massa saat ini bisa dikatakan bagian dari kebutuhan primer manusia. Tidak bisa dipungkiri, media massa merupakan alat yang digunakan manusia dalam kesehariannya, baik untuk mendapatkan informasi, hiburan, maupun edukasi. Selain itu, media massa dapat menghubungkan manusia satu dengan manusia lainnya di seluruh dunia.

Media massa sendiri adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula.¹ Kebutuhan informasi yang semakin meningkat, membuat media semakin berkembang menjadi berbagai bentuk dan fungsi, yang semakin memudahkan manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Misalnya televisi dan radio, yang dikategorikan dalam media elektronik. Koran, majalah, dan tabloid yang masuk ke dalam kategori media cetak, dan juga media *online* yang di dalamnya terdapat internet dan media sosial.

Media elektronik berupa televisi memiliki peran penting dalam hal penyiaran sebuah berita. Namun dikarenakan penyampaian sebuah berita yang tidak konsisten

¹, Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2008), hlm. 7.

atau tidak sama padahal dalam satu kasus membuat masyarakat menjadi kebingungan. Seperti pada malam pemilihan pada tahun 2014, orang Indonesia mendengarkan dua stasiun berita 24 jam untuk melihat siapa yang menang. Di TVOne, Prabowo Subianto disebut-sebut sebagai pemenang. Di MetroTV, Joko Widodo dinyatakan sebagai pemenang. Mengingat liputan partisan dari kedua stasiun sepanjang pemilihan, tidak mengherankan bahwa banyak pemirsa tidak tahu siapa yang benar-benar menang. Hal tersebut membuat masyarakat waspada terhadap situs berita arus utama yang partisan dan beralih ke sumber alternatif informasi *online*.²

Namun berita yang bersumber dari media *online* masih diragukan kebenarannya. Hal ini terlihat masih banyaknya berita-berita bohong yang beredar melalui media *online*, salah satunya seperti melalui media *Facebook*. Seperti tersebarnya kasus berita bohong penculikan anak melalui *Facebook* yang dilakukan oleh oknum berinisial MSR (19), warga Kecamatan Sekampungudik, Lampung Timur.³ Akibat dari kesengajaan oknum menyebarkan berita bohong tersebut membuat resah masyarakat sekitar. Kasus berita bohong lainnya yang disebarkan melalui *Facebook* yaitu pengunggahan konten yang berkaitan dengan pernyataan Ketua Umum PDIP Megawati Soekarnoputri yang dilakukan oleh oknum berinisial

² Ross Tapsell, "If Indonesia Wants to Combat Hoaxes it Must Fix its Public Broadcasters". Diakses dari <https://indonesiaatmelbourne.unimelb.edu.au/if-indonesia-wants-to-combat-hoaxes-it-must-fix-its-public-broadcasters/>, pada tanggal 21 Mei 2019 pukul 10.23.

³ Radar Lampung Berita Terkini Terpercaya Online. Diakses dari <https://radarlampung.co.id>, pada tanggal 14 Agustus 2019 pukul 18.10.

SF yang merupakan seorang guru. Isi konten tersebut yaitu “Megawati Minta Pemerintah Tiadakan Adzan di Masjid karena Suaranya Berisik”.⁴

Media sosial yang merupakan media *online* membawa dampak positif terhadap komunikasi masyarakat. Tetapi di balik itu semua terdapat pula dampak-dampak negatif yang banyak dirasakan oleh para pengguna media sosial. Dampak negatif tersebut diakibatkan karena masyarakat kurang pandai dalam memilih dan memilah mana yang baik dan yang buruk. Hal ini disebabkan kurang siapnya masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia dalam menghadapi perkembangan teknologi yang berkembang saat ini.

Salah satu dampak negatif yang muncul dari semakin maraknya penggunaan media sosial adalah banyaknya muncul berita bohong (*hoax*). Media sosial menjadi salah satu media yang banyak digunakan untuk menyebarkan berita bohong. Media sosial dipandang sebagai media yang mudah diakses dan banyak digunakan masyarakat. Sehingga penyebaran informasi melalui media sosial dapat dengan cepat menyebar dari satu pengguna ke pengguna lain.

Mengecek media sosial untuk menyensor berita bohong adalah seperti mencoba menggunakan salep untuk menyembuhkan kanker, tidak akan berefek apa pun untuk mengobati masalah yang mendasarinya.⁵ Berita bohong adalah berita yang

⁴ Liputan6. Diakses dari <https://m.liputan6.com>, pada tanggal 14 Agustus 2019 pukul 18:24.

⁵ Ariel Heryanto, “The Biggest Hoax of All the 30 September Movement” , diakses dari <https://indonesiaatmelbourne.unimelb.edu.au/the-biggest-hoax-of-all-the-30-september-movement/>, pada tanggal 21 Mei 2019 pukul 11.12.

tidak sesuai dengan yang sebenarnya atau tidak sesuai dengan kejadian yang sebenarnya. Berita bohong dalam ranah *online* lebih dikenal dengan sebutan *hoax*. Pemberitaan bohong atau berita *hoax* sendiri merupakan sebuah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita bohong tersebut tahu bahwa berita tersebut adalah bohong.⁶

Ada dua kesalahpahaman umum tentang berita bohong (*hoax*). Pertama, meskipun kata "*hoax*" adalah istilah yang relatif baru dalam leksikon Indonesia, akan keliru untuk berasumsi bahwa *hoax* hanya menjadi masalah selama beberapa tahun terakhir, dengan munculnya media sosial. Kedua, berita *hoax* tidak dapat diselesaikan atau dibantah hanya dengan memberikan informasi yang akurat sebagai alternatif, terutama ketika tidak ada yang dilakukan tentang tipuan utama.⁷ Namun, sejumlah berita bohong yang telah menyebar tersebut diyakini kebenarannya oleh banyak orang. Kondisi tersebut dikarenakan banyak masyarakat kita yang tidak melakukan klarifikasi terhadap kebenaran berita yang beredar, tetapi turut ikut serta menyebarkan berita palsu tersebut. Hal itu menimbulkan dampak yang mengarah kepada ketidakpastian informasi, dan menyebabkan terbelahnya relasi masyarakat.

Tidak meleknya terhadap informasi yang dibawa media menimbulkan berbagai masalah. Terutama pada masyarakat desa yang masih rendah

⁶ Dedi Rianto Rahadi, "Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 5 No. 1, 2017, hlm. 58-70.

⁷ Ariel Heryanto, "The Biggest Hoax of All the 30 September Movement" , diakses dari <https://indonesiaatmelbourne.unimelb.edu.au/the-biggest-hoax-of-all-the-30-september-movement/>, pada tanggal 21 Mei 2019 pukul 11.12.

pemahamannya dalam hal tersebut. Seperti yang dialami oleh masyarakat desa Kecamatan Ketapang. Karena pada masyarakat desa masih menganggap sebuah berita merupakan informasi yang memang benar terjadi. Namun kenyataannya saat ini berita tidak lagi sepenuhnya memberikan informasi yang sebenarnya.

Berita bohong (*hoax*) sudah dialami oleh masyarakat Kecamatan Ketapang sejak lama, sekitar tahun 1998. Berita bohong yang disebarakan saat itu mengenai bahwa menanam nasi harus menggunakan periuk tanah (tempat untuk menanam nasi yang terbuat dari tanah). Dampak yang ditimbulkan yaitu banyak dari masyarakat, khususnya orang tua yang termakan oleh berita tersebut dan memutuskan untuk membeli periuk tanah. Pada satu desa bisa membeli sebanyak 1 truk periuk tanah.⁸

Pada tahun 2006 terjadi penyurutan air laut di daerah pantai Kecamatan Ketapang. Hal itu membuat tersebarnya berita bohong mengenai akan terjadinya tsunami melalui media *handphone* maupun secara langsung, padahal belum ada keputusan pasti mengenai penyebab surutnya air laut yang terjadi. Namun karena berita bohong tersebut sudah menyebar ada beberapa desa yang mempercayai akan hal itu. Seperti pada masyarakat Desa Ketapang dan Desa Sumur yang mempercayai berita tersebut, malam harinya seluruh warga menggungsi ke gunung dan tempat-tempat dataran tinggi. Rumah-rumah mereka ditinggalkan kosong tanpa penjagaan, yang mana membuat peluang besar kepada tindakan kejahatan. Selain hal tersebut, karena kejadian tersebut bedekatan dengan Ujian Nasional, dampak yang ditimbulkan

⁸ Hasil Wawancara dengan Iwan, pada hari Minggu, 25 November 2018.

adalah tidak siapnya para murid dalam mengikuti Ujian Nasional, terlihat dari para murid yang tidak mandi akibat menginap di gunung, pakaian yang lusuh dan tidak mempersiapkan alat tulis untuk mengikuti ujian.⁹

Berita bohong lainnya yang dialami oleh Kecamatan Ketapang yaitu Sumur Berkhasiat. Hal tersebut terjadi di dekat perbatasan antara Desa Sripendowo dengan Desa Kemukus pada tahun 2008. Sumur Berkhasiat tersebut dipercaya oleh masyarakat airnya dapat menyembuhkan berbagai penyakit. Karena ada beberapa masyarakat yang kebetulan sembuh setelah meminum air sumur tersebut, beritanya pun menyebar keluar desa. Akibatnya banyak dari warga desa lain yang beramai-ramai mendatangi sumur tersebut.

Hal ini bermula dari runtuhnya badan jalan menuju Desa Kemukus yang kemudian dari bagian jalan tersebut mengeluarkan air. Oleh seorang mbah (sebutan untuk orang yang sudah tua) disebarkanlah berita bahwa air yang keluar tersebut memiliki khasiat, yaitu dapat menyembuhkan berbagai penyakit. Orang-orang pun percaya karena mbah Jono ini terkenal sebagai dukun dan didukung dengan pakaian dalangnya. Mbah Jono memanfaatkan hal tersebut untuk berjualan kendi kecil seperti cangkir yang digunakan untuk membawa air berkhasiat tersebut yang dijual olehnya seharga sepuluh ribu rupiah per buah saat itu.

⁹ Hasil Wawancara dengan May, pada hari Minggu, 25 November 2018.

Berita bohong mengenai air berkhasiat ini hanya bertahan kurang lebih sekitar satu bulan. Hal ini dikarenakan Kepala Dusun mengetahui kebenaran bahwa air dari sumur tersebut tidaklah memiliki khasiat yang dibicarakan. Seperti yang dikatakan dalam penuturan Paidi selaku Kepala Dusun ia mengatakan bahwa:

“ Dulu sebelum dibangun jalan, di sini terdapat bekas sumur. Sumurnya ditimbun karena mau dibangun jalan menuju Desa Kemukus. Karena sumurnya berlokasi di tanah cadas, jadi airnya mudah menggenang. Saya tau ini karena dulu saya ikut membantu menimbun sumur tersebut sebelum akhirnya dibuat jalan dan runtuh”.¹⁰

Selain karena berita tersebut sudah terungkap kebenarannya, lokasi sumur tersebut yang berada dibadan jalan membuat masyarakat Desa Kemukus merasa dirugikan, serta masyarakat yang berdatangan untuk mengambil air menimbulkan kemacetan pada jalan tersebut. Akhirnya masyarakat berinisiatif untuk menimbun sumur tersebut agar tidak berlanjut kebohongannya.

Berdasarkan uraian di atas dapat dilihat bahwa berita bohong yang terjadi pada masyarakat desa Kecamatan Ketapang sudah ada sejak lama. Hampir setiap tahunnya ada saja berita-berita bohong yang tersebar. Apalagi saat ini penyebaran berita bohong semakin mudah disebar, seperti melalui media sosial, ditambah dengan belum meleknya masyarakat desa terhadap informasi yang dibawa oleh media. Sehingga menimbulkan keresahan, kerugian dan kebingungan dengan informasi yang ada, apakah informasi tersebut benar atau bohong. Serta banyak dari masyarakat yang tidak melakukan klarifikasi terhadap kebenaran berita yang beredar, tetapi turut ikut serta menyebarkan berita palsu tersebut. Sehingga peneliti ingin

¹⁰ Hasil Wawancara dengan Paidi, pada hari Sabtu, 24 November 2018.

mengetahui bagaimana kesadaran literasi masyarakat desa Kecamatan Ketapang dalam menghadapi maraknya berita bohong yang ada dan menghindari terjadinya penyebaran berita bohong (*hoax*) tersebut. Agar kejadian-kejadian yang pernah dialami oleh masyarakat desa Kecamatan Ketapang tidak terulang lagi.

B. Permasalahan Penelitian

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas maka dirumuskan pertanyaan masalah penelitian sebagai fokus penelitian. Pertanyaan masalah penelitian dijabarkan dalam pertanyaan-pertanyaan berikut ini:

1. Bagaimana pemahaman dan sikap masyarakat desa Kecamatan Ketapang terhadap berita bohong (*hoax*)?
2. Apa dampak yang ditimbulkan dari adanya berita bohong (*hoax*) pada masyarakat desa Kecamatan Ketapang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan utama penelitian ini yaitu untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut, yaitu:

- a.** Untuk menjelaskan sejauh mana pemahaman dan sikap masyarakat desa Kecamatan Ketapang terhadap berita bohong (*hoax*).

- b. Untuk memaparkan dampak apa saja yang dapat ditimbulkan dari adanya berita bohong (*hoax*) pada masyarakat desa Kecamatan Ketapang.

2. Manfaat Penelitian

Selain memiliki tujuan, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat. Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

a. Manfaat Teoritis

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diungkapkan, maka manfaat dari penelitian ini adalah untuk melihat sejauh mana pemahaman masyarakat terhadap berita bohong (*hoax*) sehingga akan mempengaruhi masyarakat dalam menyikapi hal tersebut. Selain itu menambah wawasan kepada penerima informasi atau berita agar lebih teliti dalam mendeteksi apakah berita tersebut terjamin kebenarannya atau hanya berita bohong (*hoax*) semata.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis dan juga memberikan pengalaman dalam penelitian khususnya mengenai mewabahnya berita bohong (*hoax*) pada masyarakat.

2. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat dalam pemahaman dan dalam hal menyikapi adanya pemberitaan bohong (*hoax*). Serta mengetahui dampak-dampak yang ditimbulkan sehingga membuat masyarakat lebih bijak dalam menerima dan menyebarkan informasi.

D. Tinjauan Pustaka Sejenis

Tinjauan pustaka dalam hal ini menjadi landasan dalam menentukan posisi penelitian yang dilakukan peneliti. Dari hasil penelusuran peneliti terkait tema penelitian ini, terdapat beberapa referensi yang dapat dijadikan sebagai rujukan, diantaranya yaitu:

Pertama, penelitian dalam bentuk jurnal nasional yang dilakukan pada tahun 2017 oleh Vibriza Juliswara. Penelitian yang dikaji olehnya berjudul “*Mengembangkan Model Literasi Media Yang Berkebhinnekaan Dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) Di Media Sosial*”.¹¹ Penelitian ini ditulis atas dorongan karena media sosial yang kini dipenuhi berita palsu (*hoax*), provokasi, fitnah, sikap intoleran dan anti Pancasila. Tujuan dari penulisan jurnal ini adalah untuk mengetahui bagaimana mengembangkan model literasi media yang berkebhinnekaan dalam menganalisis informasi berita palsu (*hoax*) di media sosial.

¹¹ Vibriza Juliswara, “Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan Dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial”. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*. Vol. 4 No. 2, September- Desember 2017, hal. 142-164.

Dengan menggunakan model literasi media sebagaimana yang dikaji dalam studi ini, kita dapat menilai akurasi dari suatu berita apakah itu palsu (*hoax*) atau tidak dengan membandingkan berita tersebut dengan berbagai sumber berita lainnya. Melalui pengembangan model kajian literasi media sebagai pendekatan yang memberdayakan pengguna media sosial (*netizen*) maka diasumsikan para *netizen* akan lebih mampu mengkonstruksi muatan yang positif dalam memanfaatkan media sosial.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif yang bertujuan menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Jenis metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus intrinsik (*intrinsic case studies*). Pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknis analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang bersifat kualitatif.

Kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian ini yaitu literasi media dan media sosial. Literasi media seringkali diterjemahkan secara sederhana dengan ‘melek media’. Vibriza menganggap pandangan semacam itu adalah menyederhanakan persoalan pengembangan kapasitas literasi media, karena apabila dianalogikan dengan melek huruf maka literasi media dapat diartikan hanya sebagai ‘sekedar’ tidak buta media.¹²

¹² *Ibid.*, hlm 145.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Vibriza kemampuan literasi media yang tinggi ditandai oleh: 1) daya kritis dalam menerima dan memaknai pesan, 2) kemampuan untuk mencari dan memverifikasi pesan, 3) kemampuan untuk menganalisis pesan dalam sebuah diskursus, 4) memahami logika penciptaan realitas oleh media, 5) kemampuan untuk mengkonstruksi pesan positif dan mendistribusikannya kepada pihak lain. Penelitian Vibriza menggunakan model *Empowering 8* menurut Wijetunge dan Alahakoon. Melalui model *Empowering 8* (E8) ini, kemampuan melakukan literasi informasi dengan penelusuran suatu berita *hoax* dilakukan melalui 8 tahapan praktik.

Upaya mengembangkan model literasi media sebagaimana yang dipraktikkan melalui model *Empowering Eight* (E8) ini merupakan langkah untuk mengidentifikasi, menelusuri, memverifikasikan sumber-sumber informasi. Hal ini penting mengingat masih banyak pengguna internet dan media sosial yang masih terpolarisasikan oleh pemberitaan informasi palsu (*hoax*) khususnya di media sosial. Pembiaran atas keadaan ini bisa menimbulkan adanya konflik baik dalam ranah privat maupun publik. Masyarakat perlu dibekali oleh kemampuan literasi dan edukasi agar bisa menyaring berbagai informasi dari media sosial.

Penelitian *kedua* dilakukan oleh Gumgum Gumilar, Justito Adiprasetyo dan Nunik Maharani dalam bentuk jurnal nasional pada tahun 2017 yang berjudul "*Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita*

Palsu (Hoax) Oleh Siswa Sma".¹³ Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk meningkatkan kompetensi literasi media generasi muda dalam menghadapi *hoax*, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat berupa diskusi dan pemberian pengetahuan yang diselenggarakan di SMAN 1 Cirebon dilaksanakan dengan memberikan contoh-contoh kontemporer dan pemaparan terkait risiko-risiko dari ketersebaran *hoax*. Kegiatan ini merupakan upaya membangun model edukasi dan literasi media untuk meningkatkan kompetensi generasi muda dalam mengenali dan merespon *hoax*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kerangka pemecahan masalah dalam bentuk sosialisasi/ *workshop* singkat yang dilakukan meliputi beberapa tahapan pelaksanaan kegiatan. Pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi. Teknis analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang bersifat kualitatif. Kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian ini yaitu literasi media. Penelitian sendiri telah dilaksanakan berupa pengadaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang diikuti oleh 72 peserta siswa SMAN 1 Cirebon beserta 4 orang guru pendamping.

Media Sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan remaja khususnya siswa SMA, termasuk siswa SMAN 1 Cirebon. Pada pelaksanaan kegiatan tersebut terungkap setiap peserta memiliki lebih dari satu akun media sosial dan aktif dalam menggunakan media sosial. Oleh karena itu, kegiatan media literasi

¹³ Gungum Gumilar dan kawan-kawan, "Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoax) Oleh Siswa SMA". *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 1 No.1, Februari 2017, hal. 35-40.

yang diadakan telah tepat pada sasaran yang dituju serta memberikan pengetahuan baru dan dampak negatif media sosial dan juga aspek hukum yang bisa terkena kepada pengguna media sosial. Peserta menunjukkan ketertarikan dalam kegiatan dengan indikator banyaknya peserta yang terlibat dan antusiasnya peserta untuk menyimak paparan dari pemateri serta banyak yang terlibat dalam proses diskusi.

Penelitian *ketiga* yang dilakukan oleh Inda Fitryarini pada tahun 2016 dalam bentuk jurnal nasional yang berjudul “*Literasi Media Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*”.¹⁴ Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis tahapan literasi media di kalangan 9 remaja Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2014 FISIP Universitas Mulawarman Samarinda Provinsi Kalimantan Timur. Untuk mencapai tujuan tersebut, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data primer diperoleh melalui wawancara semistruktur dan observasi sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi dan literatur.

Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling yaitu dengan menggunakan karakteristik tertentu untuk menentukan *key* informan maupun informan. Pendekatan analisis dengan menggunakan beberapa metode analisis yaitu analisis data interaktif yang terdiri dari pengumpulan data, analisis data, verifikasi data dan kesimpulan dari Milles Huberman serta perumusan hasil. Milles and Huberman menyatakan bahwa analisis penelitian kualitatif terdiri dari tiga tahapan

¹⁴ Inda Fitryarini, “Literasi Media Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman”. *Jurnal Komunikasi*. Vol. 8 No. 1, Juli 2016, hlm. 51-67.

yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), gambaran kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*).

Dari hasil pembahasan dalam penelitian, dapat disimpulkan bahwa literasi media di kalangan 9 mahasiswa semester 3 Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 memiliki kemampuan mengakses media massa konvensional maupun media baru. Kemampuan dalam hal menganalisis belum dilakukan secara kritis sedangkan kemampuan mengevaluasi dan memproduksi pesan belum dilakukan secara mendalam dan rutin. Maka kemampuan literasi media 9 mahasiswa sebagai informan dalam penelitian tersebut berada pada tahapan awal. Pada tahap ini audiens memiliki kemampuan berupa pengenalan media, terutama efek positif dan negatif yang potensial diberikan oleh media.

Penelitian *Keempat* yang dilakukan oleh Juliana Kurniawati dan Siti Baroroh pada tahun 2016 dalam bentuk jurnal nasional yang berjudul “*Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu*”.¹⁵ Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui pemahaman mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu mengenai media digital, dan untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat *individual competence* mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu dalam meliterasi media digital, serta untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi tingkat *individual competence* terkait literasi media digital.

¹⁵ Kurniawati Juliana dan Siti Baroroh, “Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu”. *Jurnal Komunikator*. Vol. 8 No.2, November 2016, hal. 52-66.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yang bersifat deskriptif yaitu penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Deskriptif adalah statistik yang paling sederhana berupa distribusi frekuensi, dan kualitatif merupakan pendeskripsian hasil penelitian berupa kata-kata. Dalam survei, informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa: 1). Pemahaman mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu mengenai media digital berada pada kategori sedang, 2). Tingkat *individual competence* mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu dalam meliterasi media digital berada dalam *level basic*, 3). Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *individual competence* terkait literasi media digital terutama adalah faktor lingkungan keluarga.

Penelitian *Kelima* yang dilakukan oleh Dedi Rianto Rahadi pada tahun 2017 dalam bentuk jurnal nasional yang berjudul “*Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial*”.¹⁶ Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui bagaimana cara meminimalisir informasi *hoax* serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk bertukar informasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini

¹⁶ Dedi Rianto Rahadi, “Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial”. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 5 No. 1, 2017, hal. 58-70.

yaitu metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan yang sementara berlangsung. Penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek dengan tujuan membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta atau fenomena yang diselidiki. Informan dalam penelitian tersebut adalah pengguna yang memiliki media sosial dan pernah menerima informasi *hoax*, dengan jumlah pengguna sebanyak 122 orang dan dipilih secara acak dari beberapa profesi yang dilingkungan civitas akademik Universitas Presiden.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dedi Rianto Rahadi yang berjudul *Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial* ini kita disajikan hasil responden dalam hal tujuan menggunakan media sosial, hal yang dilakukan ketika memperoleh informasi, jawaban responden tentang *hoax*, alasan meneruskan informasi, cara mengecek kebenaran informasi, media penyebaran informasi *hoax*, conten informasi *hoax*, dampak informasi *hoax*, alasan menyebarkan informasi *hoax*, cara menghambat penyebaran informasi *hoax*, dan pihak yang bertanggung jawab menghambat penyebaran informasi *hoax*. Dari semua hal tersebutlah terlihat bagaimana perilaku pengguna media sosial sudah cukup kritis dalam menghadapi informasi *hoax* di media sosial. Karena mereka telah terbiasaa untuk memeriksa kebenaran berita. Hal tersebut sudah bagus, tinggal bagaimana mencegah kelompok *silent majority* berpindah ke *haters*.

Penelitian *Keenam* yang dilakukan oleh Dendy Suseno Adhianto dkk, pada tahun 2017 dalam bentuk jurnal nasional yang berjudul “*Pemberitaan Hoax di Media Online Ditinjau dari Konstruksi Berita dan Respon Netizen*”.¹⁷ Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh konstruksi berita terhadap pemberitaan *hoax* di media *online*. Pengaruh respon *netizen* terhadap pemberitaan *hoax* di media *online* dan pengaruh konstruksi berita dan respon *netizen* secara bersama-sama terhadap pemberitaan *hoax* di media *online*. Teori yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah teori komunikasi, komunikasi massa, konstruksi berita, respon *netizen*, media *online*. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data *online*.

Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa (1) Konstruksi berita berpengaruh positif terhadap pemberitaan *hoax* di media *online*. Artinya konstruksi berita yang dimuat dan diciptakan oleh media *online* akan mempengaruhi penyebaran pemberitaan *hoax* di media *online*; (2) Respon *netizen* berpengaruh positif terhadap pemberitaan *hoax* di media *online*. Artinya semakin banyak *netizen* yang merespon pemberitaan *hoax*, maka peredaran pemberitaan *hoax* akan lebih luas dan lebih liar tanpa berpedoman pada etika jurnalistik; (3) Konstruksi berita dan respon *netizen* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pemberitaan *hoax* di media *online*.

¹⁷ Dendy Suseno Adhianto dkk, “Pemberitaan Hoax di Media Online Ditinjau dari Konstruksi Berita dan Respon Netizen”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 15 No. 3, September- Desember 2017, hal. 215-225.

Artinya kedua variabel tersebut memberikan pengaruh yang cukup signifikan dalam pemberitaan *hoax* di media *online*.

Penelitian ***Ketujuh*** yang dilakukan oleh Hunt Allcott and Matthew Gentzkow pada tahun 2017 dalam bentuk jurnal internasional yang berjudul "*Social Media and Fake News in The 2016 Election*".¹⁸ Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk Mencari dampak yang mungkin terjadi dari berita palsu pada pola pemilihan di Pemilu 2016 dan langkah-langkah potensial yang dapat diambil untuk mengurangi dampak negatif dari berita palsu. Teori atau konsep yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori tentang media sosial dengan metode penelitian kualitatif.

Hasil penelitiannya mengungkapkan 1) 62 persen orang dewasa AS mendapatkan berita di media sosial. 2) berita palsu yang paling populer lebih banyak dibagikan di Facebook daripada berita populer arus utama. 3) banyak orang yang melihat berita palsu melaporkan bahwa mereka percaya dan 4) berita palsu yang paling banyak didiskusikan cenderung lebih menguntungkan Donald Trump daripada Hillary Clinton. Dalam survei yang dilakukan oleh Hunt Allcott and Matthew Gentzkow, diketahui hanya 14 persen orang dewasa Amerika yang memandang media sosial sebagai sumber berita pemilu "paling penting" bagi mereka. 115 cerita palsu pro Trump yang dibagikan di Facebook sebanyak 30 juta kali, dan 41 cerita palsu pro Clinton yang dibagikan dengan total 7,6 juta kali.

¹⁸ Hunt Allcott dan Matthew Gentzkow, "Social Media and Fake News in the 2016 Election". *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 31 No. 2, Spring 2017, hal. 211-235.

Penelitian *Kedelapan* yang dilakukan oleh Levina Tania, Gracia Marindra P. S., Melissa, Violetta Alviyani, Ivanna Risty and Risalina pada tahun 2017 dalam bentuk jurnal internasional yang berjudul “*Anti Hoax Campaign: Research Based*”.¹⁹ Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk meningkatkan kesadaran akan *hoax* dan konsekuensinya, serta membujuk peserta untuk mengambil peran dalam meminimalkan penyebaran informasi *hoax* menggunakan media sosial. Teori atau konsep yang digunakan pada penelitian ini yaitu *mnemonik*, *classical conditioning* dengan metode penelitian survei.

Hasil penelitian menunjukkan sebanyak 98,5% penduduk DKI Jakarta sudah menyadari bahwa berita bohong menjadi salah satu trending topik di DKI Jakarta saat ini, demikian juga mereka sudah percaya bahwa berita bohong memiliki dampak negatif bagi warga itu sendiri. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di kawasan Car Free Day Jakarta pada tanggal 14 Mei 2017, secara kognitif, peneliti menyimpulkan bahwa warga DKI Jakarta sudah memiliki pengetahuan yang memadai tentang tipuan yang terkait dengan SARA. Secara efektif, Warga DKI Jakarta sudah menunjukkan perasaan negatif terhadap berita bohong di masyarakat, seperti rasa malu, bersalah, kesal, dan kecewa, apakah dampaknya negatif atau tidak. Namun masih ada yang bersifat pasif dalam menanggapi berita bohong tersebut.

¹⁹ Levina Tania, “Anti Hoax Campaign: Research Based”. *Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA*. Vol. 6 No. 2, 2017, hal. 116-126.

Peneliti juga menganalisis faktor lain yang mempengaruhi sikap warga dengan model perilaku konsumen, seperti faktor eksternal berupa kelompok referensi.

Penelitian *Kesembilan* yang dilakukan oleh James Fredal pada tahun 2014 dalam bentuk jurnal internasional yang berjudul “*The Perennial Pleasures Of The Hoax*”.²⁰ Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk memperlihatkan bagaimana sebuah tipuan bisa membuat seseorang menerima tipuan sebagai hal yang sesungguhnya, terhindar dari keraguan dan ketidakpercayaan, menunjukkan penguasaan teknis atas *konvensi retorika* (teknik pembujuk-rayuan secara persuasif) untuk mengejek target, menghibur dan menginstruksikan peserta. Teori atau konsep yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori probabilitas dengan metode penelitian kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan tipuan memungkinkan pemirsa untuk berpindah dari pengamat ke peserta terselubung. Tipuan biasanya membagi pemirsanya pada satu waktu menjadi setidaknya dua kelompok yang berbeda. Tipuan yang sengaja dilakukan dapat dibaca sebagai bentuk permainan, dan biasanya bertujuan untuk menimbulkan rasa kagum. Tipuan juga memiliki kesenangan tersendiri, yang pertama tidak sedikit orang senang untuk ditipu, percaya pada apa yang tidak mungkin, tidak bisa dijelaskan, atau menakjubkan, yang kedua adalah kesenangan untuk memeriksa objek (atau teks) untuk menemukan pekerjaan batinnya dan mengamati apa yang

²⁰ James Fredal, “The Perennial Pleasures Of The Hoax”. *Philosophy & Rhetoric*. Vol. 47 No. 1, 2014, hal. 73-97.

tampak nyata tetapi tidak (kesenangan dari momen "aha!" penemuan tipu muslihat, kesenangan menyaksikan kepalsuan yang meyakinkan dari yang terampil dan pencipta cerdas bahkan seperti yang orang tahu itu palsu), dan yang ketiga adalah senang menonton pemirsa lain yang tertipu.

Penelitian *Kesepuluh* yang dilakukan oleh Jarred Prier pada tahun 2017 dalam bentuk jurnal internasional yang berjudul “*Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare*”.²¹Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk menunjukkan bagaimana media sosial adalah alat untuk perang era informasi modern. Ini dibangun berdasarkan analisis tiga topik berbeda: jejaring sosial, propaganda, dan berbagi berita dan informasi. Teori atau konsep yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori propaganda dengan metode penelitian kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan dari dua studi kasus yang digunakan untuk menunjukkan bagaimana aktor negara dan non-negara menggunakan media sosial untuk menggunakan teknik propaganda yang telah teruji untuk menghasilkan hasil yang luas. Penyebaran pesan propaganda dilakukan dengan mengetuk narasi yang ada, kemudian memperkuat pesan itu dengan jaringan akun "bot" otomatis untuk memaksa *algoritma platform* media sosial untuk mengenali pesan itu sebagai topik yang sedang hangat.

²¹ Jarred Prier, “Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare”. *Strategic Studies Quarterly*, Winter 2017, Vol.11, No.4. Hlm 50-85.

Studi kasus pertama menganalisis Negara Islam (IS) sebagai aktor non-negara, sedangkan kasus kedua mengamati Rusia sebagai aktor negara, dengan masing-masing memberikan bukti operasi pengaruh sukses menggunakan media sosial. Paksaan dan persuasi akan terus menjadi faktor penentu dalam perang informasi karena semakin banyak negara berusaha membangun pengaruh operasi di media sosial.

Tabel 1. 1 Perbandingan Tinjauan Penelitian Sejenis

No	Nama, Tahun	Judul	Metodologi	Teori/ Konsep	Hasil Penelitian	Analisis	
						Persamaan	Perbedaan
1.	Vibriza Juliswara, 2017	Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial.	Kualitatif	Literasi media dan media sosial	Penggunaan model literasi informasi 'Empowering Eight', dapat menilai akurasi dari suatu berita apakah itu palsu (<i>hoax</i>) atau tidak dengan membandingkan berita tersebut dengan berbagai sumber berita lainnya.	Membahas mengenai berita bohong.	Berfokus pada pengembangan model literasi media yang berkebhinnekan dalam menganalisis informasi berita palsu (<i>hoax</i>) di media sosial. Sedangkan penelitian penulis lebih memfokuskan pada kesadaran literasi masyarakat dalam menghadapi

No	Nama, Tahun	Judul	Metodologi	Teori/ Konsep	Hasil Penelitian	Analisis	
2.	Gumung Gumilar, Justito Adiprasetio dan Nunik Maharan i, 2017	Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulang i Berita Palsu (Hoax) Oleh Siswa SMA.	sosialisasi/w orkshop, Deskriptif kualitatif	Literasi media	Dari kegiatan literasi media diketahui setiap peserta memiliki lebih dari satu akun media sosial dan aktif menggunakannya. Kegiatan media literasi yang diadakan telah tepat pada sasaran yang dituju serta memberikan pengetahuan baru dan dampak negatif. Media sosial juga memiliki aspek hukum yang bisa terkena kepada pengguna media sosial. Peserta menunjukkan ketertarikan dalam kegiatan dan antusias untuk menyimak paparan dari pemateri serta banyak yang terlibat dalam proses diskusi.	Membahas mengenai literasi media	berita bohong. Berfokus pada kegiatan media literasi. Sedangkan penelitian penulis lebih memfokuskan kesadaran literasi masyarakat dalam menghadapi berita bohong.
3.	Inda Fitriyani, 2016	Literasi Media Pada Mahasiswa	kualitatif deskriptif		literasi media di kalangan 9 mahasiswa semester 3 Prodi Ilmu Komunikasi	Membahas mengenai literasi media	Berfokus pada tahapan literasi di kalangan 9

No	Nama, Tahun	Judul	Metodologi	Teori/ Konsep	Hasil Penelitian	Analisis
		Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman			<p>Angkatan 2014 memiliki kemampuan mengakses media massa konvensional maupun media baru. Kemampuan dalam hal menganalisis belum dilakukan secara kritis sedangkan kemampuan mengevaluasi dan memproduksi pesan belum dilakukan secara mendalam dan rutin. Maka kemampuan literasi media 9 mahasiswa sebagai informan dalam penelitian tersebut berada pada tahapan awal. Pada tahap ini <i>audience</i> memiliki kemampuan berupa pengenalan media, terutama efek positif dan negatif yang potensial diberikan oleh media.</p>	<p>remaja. Sedangkan penelitian penulis lebih memfokuskan kesadaran literasi masyarakat dalam menghadapi berita bohong.</p>
4.	Juliana Kurniawati dan	Literasi Media Digital Mahasiswa	Survey, deskriptif kualitatif		<p>1). Pemahaman mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu</p>	<p>Membahas mengenai literasi media</p> <p>Berfokus pada seberapa tinggi tingkat</p>

No	Nama, Tahun	Judul	Metodologi	Teori/ Konsep	Hasil Penelitian	Analisis
	Siti Baroroh, 2016	Universitas Muhammadiyah Bengkulu			<p>mengenai media digital berada pada kategori sedang, 2). Tingkat <i>individual competence</i> mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu dalam meliterasi media digital berada dalam level basic, 3). Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat <i>individual competence</i> terkait literasi media digital terutama adalah faktor lingkungan keluarga.</p>	<p><i>individual competence</i> mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu dalam meliterasi media digital, serta untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi tingkat <i>individual competence</i> terkait literasi media digital. Sedangkan penelitian penulis lebih memfokuskan pada kesadaran literasi</p>

No	Nama, Tahun	Judul	Metodologi	Teori/ Konsep	Hasil Penelitian	Analisis
5.	Dedi Rianto Rahadi, 2017	Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial	Deskriptif kualitatif	Media sosial	Perilaku pengguna media sosial dalam penelitian yang dilakukan oleh Dedi Rianto sudah cukup kritis karena mereka telah terbiasa untuk memeriksa kebenaran berita. tinggal bagaimana mencegah kelompok <i>silent majority</i> berpindah ke <i>haters</i> .	Membahas mengenai bagaimana menghadapi <i>hoax</i> . Berfokus pada perilaku pengguna media sosial dalam memanfaatkan media. Sedangkan penelitian penulis lebih memfokuskan pada kesadaran literasi masyarakat dalam menghadapi berita bohong.
6.	Dendy Suseno Adhiarso	Pemberitaan Hoax di Media Online	Deskriptif kuantitatif	Komunikasi, komunikasi	1. Kontruksi berita positif berpengaruh terhadap pemberitaan <i>hoax</i>	Membahas mengenai respon dan Berfokus pada pengaruh konstruksi

No	Nama, Tahun	Judul	Metodologi	Teori/ Konsep	Hasil Penelitian	Analisis
	dkk, 2017	Ditinjau dari Konstruksi Berita Respon <i>Netizen</i>		i massa, konstruksi berita, respon <i>netizen</i> , media <i>online</i>	di media <i>online</i> . Artinya konstruksi berita yang dimuat dan diciptakan oleh media <i>online</i> yang akan mempengaruhi penyebaran berita <i>hoax</i> di media sial. 2. Respon <i>netizen</i> berpengaruh positif terhadap pemberitaan <i>hoax</i> di media <i>online</i> . 3. Konstruksi berita dan respon <i>netizen</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pemberitaan <i>hoax</i> di media <i>online</i> .	dampak pemberitaan <i>hoax</i> . berita terhadap pemberitaan <i>hoax</i> di media <i>online</i> . Pengaruh respon <i>netizen</i> terhadap pemberitaan <i>hoax</i> di media <i>online</i> dan pengaruh konstruksi berita dan respon <i>netizen</i> secara bersama-sama terhadap pemberitaan <i>hoax</i> di media <i>online</i> . Sedangkan penelitian penulis lebih memfokuskan pada kesadaran

No	Nama, Tahun	Judul	Metodologi	Teori/ Konsep	Hasil Penelitian	Analisis	
7.	Hunt Allcott and Matthew Gentzko w, 2017	<i>Social Media and Fake News in The 2016 Election.</i>	Kualitatif	Media sosial	Setelah pemilihan presiden AS 2016, dituduh bahwa berita palsu mungkin sangat penting dalam pemilihan Presiden Trump. Bukti yang disajikan mengklarifikasi tingkat paparan keseluruhan terhadap berita palsu, dan itu bisa memberikan beberapa perasaan tentang bagaimana berita palsu menjadi berita penting. Seberapa jauh hal ini memengaruhi hasil pemilu tergantung pada efektivitas paparan berita palsu dalam mengubah cara orang memilih.	Membahas dampak yang terjadi dari berita palsu (<i>hoax</i>). Membahas dampak yang terjadi dari berita palsu (<i>hoax</i>).	literasi masyarakat dalam menghadapi berita bohong. Mengambil fokus pada dampak yang terjadi dari berita palsu pada pola pemilihan di Pemilu 2016 dan langkah-langkah potensial yang dapat diambil untuk mengurangi dampak negatif dari berita palsu. Sedangkan penelitian penulis lebih memfokuskan

No	Nama, Tahun	Judul	Metodologi	Teori/ Konsep	Hasil Penelitian	Analisis	
8.	Levina, Tania, Gracia Marindra P. S., Melissa, Violetta Alviyani, Ivanna Risty and Risalina, 2017	<i>Anti Hoax Campaign: Research Based</i>	Survei	<i>Mnemonic, Classical Conditioning</i>	Hasil kampanye yang dirancang mengambil lokasi di kawasan <i>Car Free Day</i> Jakarta pada tanggal 14 Mei 2017, menunjukkan bahwa peserta sudah memiliki pengetahuan yang baik tentang <i>hoax</i> . Mereka menunjukkan perasaan negatif terhadap informasi <i>hoax</i> . Meskipun sebagian besar peserta sudah sadar dengan konsekuensi negatif sebagai akibat dari penyebaran informasi <i>hoax</i> , sebagian besar dari mereka masih pasif dalam menanggapi informasi <i>hoax</i> .	Membahas mengenai pengetahuan dan dampak <i>hoax</i> .	pada kesadaran literasi masyarakat dalam menghadapi berita bohong. Berfokus pada Meningkatkan kesadaran akan <i>hoax</i> dan konsekuensinya, serta membujuk peserta untuk mengambil peran dalam meminimalkan penyebaran informasi <i>hoax</i> menggunakan media sosial. Sedangkan penelitian penulis lebih memfokuskan

No	Nama, Tahun	Judul	Metodologi	Teori/ Konsep	Hasil Penelitian	Analisis	
9.	James Fredal, 2014	<i>The Perennial Pleasures of the Hoax</i>	Kualitatif	Probabilitas	<i>Hoax</i> adalah pelintas batas <i>retoris</i> . Mereka menggunakan teknik <i>retoris</i> untuk meningkatkan kemasukakalan suatu teks dan teknik yang merusaknya. Pada akhirnya yang tidak masuk akal dapat menandai kebenaran teks,	Membahas mengenai <i>hoax</i> .	pada kesadaran literasi masyarakat dalam menghadapi berita bohong. Bertitik fokus pada bagaimana tipuan bisa diterima seseorang sebagai hal yang sesungguhnya. Sedangkan penelitian penulis lebih memfokuskan pada kesadaran literasi masyarakat dalam menghadapi berita bohong.

No	Nama, Tahun	Judul	Metodologi	Teori/ Konsep	Hasil Penelitian	Analisis
10.	Jarred Prier, 2017	<i>Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare</i>	Kualitatif	Propaganda	Dari dua studi kasus yang digunakan untuk menunjukkan bagaimana aktor negara dan non-negara menggunakan media sosial untuk propaganda yang telah teruji. Studi kasus pertama menganalisis Negara Islam (IS) sebagai aktor non-negara, sedangkan kasus kedua mengamati Rusia sebagai aktor negara, dengan memberikan bukti operasi pengaruh menggunakan media sosial. Paksaan dan persuasi akan terus menjadi faktor penentu dalam suatu informasi atau berita.	Membahas mengenai media sosial Berfokus pada bagaimana penyebaran pesan propaganda pada media sosial. Sedangkan penelitian penulis lebih memfokuskan pada kesadaran literasi media sosial dalam menghadapi berita bohong.

Sumber : Diolah dari Vibriza Juliswara, 2017; Gumgum Gumilar, Justito Adiprasetio dan Nunik Maharani, 2017; Inda Fitriyarni, 2016; Juliana Kurniawati dan Siti Baroroh, 2016; Dedi Rianto Rahadi, 2017; Dendy Suseno Adhiorso dkk, 2017; Hunt Allcott and Matthew Gentzkow, 2017; Levina Tania dkk, 2017; James Fredal, 2014; Jarred Prier, 2017.

E. Kerangka Konsep atau Kerangka Teori

1. Teori Efek Komunikasi Massa

a. Stimulus- Respon

Teori *stimulus-respon* ini pada dasarnya merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, di mana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian, seseorang dapat menjelaskan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi *audience*. McQuail menjelaskan elemen-elemen utama dari teori ini adalah: (a) pesan (*Stimulus*); (b) seorang penerima atau *receiver* (*Organisme*); dan (c) efek (*Respon*).²²

Pada tahun 1970, Melvin DeFleur melakukan modifikasi terhadap teori *stimulus-respon* dengan teorinya yang dikenal sebagai perbedaan individu dalam komunikasi massa (*individual differences*).²³ *Individual Differences Theory* (Teori Perbedaan Individual), teori yang dikeluarkan oleh Melvin DeFleur ini menelaah perbedaan-perbedaan di antara individu-individu sebagai sasaran media massa ketika mereka diterpa sehingga menimbulkan efek tertentu. Menurut teori ini individu-individu sebagai anggota khalayak sasaran media massa secara selektif, menaruh perhatian kepada pesan-pesan terutama jika berkaitan dengan kepentingannya, konsisten dengan sikap-sikapnya, sesuai dengan kepercayaannya yang didukung oleh nilai-nilainya. Sehingga tanggapannya terhadap pesan-pesan tersebut diubah oleh tatanan

²² Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2008), hlm. 7.

²³ *Ibid.*, hlm 282.

psikologisnya. Jadi, efek media massa pada khalayak massa itu tidak seragam melainkan beragam disebabkan secara individual berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaannya.

Anggapan dasar dari teori ini ialah bahwa manusia amat bervariasi dalam organisasi psikologisnya secara pribadi. Variasi ini sebagian dimulai dari dukungan perbedaan secara biologis, tetapi ini dikarenakan pengetahuan secara individual yang berbeda. Manusia yang dibesarkan dalam lingkungan yang secara tajam berbeda, mengalami pandangan yang berbeda secara tajam pula. Dari lingkungan yang dipelajarinya itu, mereka menghendaki seperangkat sikap, nilai, dan kepercayaan yang merupakan tatanan psikologisnya masing-masing pribadi yang membedakannya dari yang lain.²⁴

Individual Differences Theory menyebutkan bahwa khalayak yang secara selektif memperhatikan suatu pesan komunikasi, khususnya jika berkaitan dengan kepentingannya, akan sesuai dengan sikapnya, kepercayaannya dan nilai-nilainya. Tanggapannya terhadap pesan komunikasi itu akan diubah oleh tatanan psikologisnya.²⁵

Sementara itu DeFleur mengemukakan bahwa pesan-pesan media yang berisi stimulus menghasilkan respon yang berbeda-beda dari kalangan khalayak. Hal ini disebabkan oleh perbedaan-perbedaan atau karakteristik tiap-tiap individu, seperti: usia, sikap, minat, pekerjaan, agama, dan

²⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi* (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 275.

²⁵ *Ibid.*, hlm 316.

sebagainya. “Pesan-pesan media berisi stimulus tertentu yang berinteraksi secara berbeda-beda dengan karakteristik pribadi dari anggota audiencenya”.²⁶

2. Berita Bohong

Berita bohong, dilihat dari segi bahasa kata “bohong” berarti tidak sesuai dengan yang sebenarnya atau tidak sesuai dengan kejadian yang sebenarnya. Dari segi istilah banyak pengertian dari berita bohong, berita bohong adalah hasil akhir dari berita yang direkayasa melalui proses perekayasaan berita.²⁷ Berita bohong dalam ranah online lebih dikenal dengan sebutan *hoax*. Pemberitaan bohong atau berita *hoax* sendiri merupakan sebuah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita bohong tersebut tahu bahwa berita tersebut adalah bohong.²⁸

Menyebarkan berita bohong tidak bisa ditujukan pada satu atau seseorang tertentu, melainkan ditujukan kepada banyak orang (umum), sesuai dengan frasa “menyesatkan”. Berita bohong itu dapat memperdaya orang, sifat memperdaya dari isi berita bohong yang di sebarakan menimbulkan akibat kerugian konsumen, kerugian yang di maksud, tidak saja kerugian yang dapat dinilai dengan uang, tetapi segala bentuk kerugian seperti timbulnya perasaan

²⁶ Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994), hlm. 188.

²⁷ Sam Abede Pareno, *Manajemen Berita antara Idealisme dan Realita* (Surabaya: Papyrus, 2005). hlm.73.

²⁸ Dedi Rianto Rahadi, “Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial”. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 5 No. 1, 2017, hlm. 58-70.

cemas, malu, kesusahan, hilangnya harapan, mendapat kesenangan maupun keuntungan dan lain sebagainya.²⁹

Dalam Dedi Rianto Rahadi dingkuapkan ada 7 jenis informasi hoax, yaitu *fake news*, *clickbait*, *confirmation bias*, *misinformation*, *satire*, *post-truth* dan *propaganda*.

1. *Fake news*: Berita bohong: Berita yang berusaha menggantikan berita yang asli. Berita ini bertujuan untuk memalsukan atau memasukkan ketidakbenaran dalam suatu berita. Penulis berita bohong biasanya menambahkan hal-hal yang tidak benar dan teori persengkokolan, makin aneh, makin baik. Berita bohong bukanlah komentar humor terhadap suatu berita.
2. *Clickbait*: Tautan jebakan: Tautan yang diletakkan secara strategis di dalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik orang masuk ke situs lainnya. Konten di dalam tautan ini sesuai fakta namun judulnya dibuat berlebihan atau dipasang gambar yang menarik untuk memancing pembaca.
3. *Confirmation bias*: Bias konfirmasi: Kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebaik bukti dari kepercayaan yang sudah ada.

²⁹ Budi Suhariyanto, *Tindak Pidana Teknologi Informasi (Cybercrime)*, (Jakarta :Raja Grafindo Persada, 2012), hlm 171.

4. *Misinformation*: Informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu.
5. *Satire*: Sebuah tulisan yang menggunakan humor, ironi, hal yang dibesar-besarkan untuk mengomentari kejadian yang sedang hangat.
6. *Post-truth*: Pasca-kebenaran: Kejadian di mana emosi lebih berperan daripada fakta untuk membentuk opini publik.
7. *Propaganda*: Aktifitas menyebar luaskan informasi, fakta, argumen, gosip, setengah-kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik.³⁰

3. Media Sosial Sebagai Sarana Distribusi Berita Bohong

Media Sosial atau biasa disebut *social media* adalah suatu wadah untuk berkumpul secara bebas, bebas yang dimaksud adalah bebas dalam aspirasi atau hal lain yang masih bertanggung jawab. Berdasarkan hasil penelitian diberbagai media, arti dari social media atau media sosial atau jejaringan sosial adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi dan berbagi. Sebenarnya *Social media* merupakan media di mana *user* dapat membuat konten dan aplikasi serta memungkinkan *user* tersebut untuk berinteraksi dan bertukar wawasan dengan *user* lain. Menurut Antony Mayfield dari *iCrossing*, media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan

³⁰ *Opcit.*, hlm 62.

berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas.

Media Sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi yang berbasis internet yang dibangun di atas fondasi teknologi web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna.³¹ Dasar dari media sosial adalah interaksi sosial, yang memberikan para pengguna kemungkinan untuk berbagi pendapat, pikiran, dan pengetahuan dalam forum global di mana waktu dan tempat yang tidak dibatasi.³² Boyd dalam Nasrullah menjelaskan bahwa media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.³³ Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa. Menurut Brooks media sosial adalah sistem sosio-teknis di mana sejauh ini dampak dari penggunaan sistem ini adalah berasal dari kedua

³¹ Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein. (2010). “*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*”. *Business Horizons* 53(1): 59–68. Diakses melalui : <http://michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20%20Users%20of%20the%20world,%20Unite.pdf>. Pada tanggal 12 bulan Februari 2019 pukul 10:14 WIB.

³² Carlsson, J. (2010). *An Assessment of Social Media Business*. Retrieved from Diploma in Advanced Strategy University of Oxford (Saïd) Business School. Diakses melalui : <http://www.opengardensblog.futuretext.com/wp-content/uploads/2010/10/Jeanette-Carlsson-An-Assessment-of-Social-Media-Models.pdf>. Pada tanggal 13 bulan Februari 2019 pukul 12:35 WIB.

³³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), hlm 30.

aspek teknis teknologi dan keterampilan, kemampuan, dan mentalitas dari individu yang menggunakannya.³⁴ Secara tidak langsung pemaparan tersebut mengatakan bahwa dampak yang ditimbulkan media sosial berasal dari kemampuan dan keterampilan individu dalam menggunakannya. Adapun karakteristik media sosial menurut Nasrullah yakni: Jaringan, informasi, Arsip (*archive*), interaksi, simulasi, konten oleh pengguna (UGC), dan penyebaran.

Kaplan dan Haenlein (2010) membagi berbagai jenis media sosial ke dalam 6 (enam) jenis, yaitu:

1. *Collaborative Projects*, yaitu suatu media sosial yang dapat membuat konten dan dalam pembuatannya dapat diakses khalayak secara global. Kategori yang termasuk dalam *Collaborative Projects* dalam media sosial, yaitu WIKI atau Wikipedia yang sekarang sangat populer di berbagai negara. *Collaborative Projects* ini dapat dimanfaatkan untuk mendukung citra perusahaan, terlepas dari pro-kontra soal kebenaran isi materi dalam situs tersebut.
2. *Blogs and Microblogs*, yaitu aplikasi yang dapat membantu penggunanya untuk menulis secara runut dan rinci mengenai berita, opini, pengalaman, ataupun kegiatan sehari-hari, baik dalam bentuk teks, gambar, video, ataupun gabungan dari ketiganya. Kedua aplikasi ini mempunyai peran

³⁴ Stoney L. Brooks, *Social Media Usage: Examination of Influencers and Effects* (UMI Number: 3598043, Published by ProQuest LLC, 2013, United States.

yang sangat penting baik dalam penyampaian informasi maupun pemasaran produk. Melalui kedua aplikasi tersebut, pihak pengguna dengan leluasa dapat mengiring opini masyarakat atau pengguna internet untuk lebih dekat dengan mereka tanpa harus bersusah-susah menyampaikan informasi secara tatap muka.

3. *Content Communities*, yaitu sebuah aplikasi yang bertujuan untuk saling berbagi dengan seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung, di mana dalam aplikasi ini user atau penggunanya dapat berbagi video, ataupun foto. Sosial media ini dapat dimanfaatkan untuk mempublikasikan suatu bentuk kegiatan positif yang dilakukan oleh satu perusahaan, sehingga kegiatan tersebut akan mendapatkan perhatian khalayak dan pada akhirnya akan membangun citra positif bagi perusahaan.
4. *Social Networking Sites* atau Situs Jejaring Sosial, yaitu merupakan situs yang dapat membantu seseorang atau pengguna internet membuat sebuah profil dan menghubungkannya dengan pengguna lain. Situs jejaring sosial memungkinkan penggunanya mengunggah hal-hal yang sifatnya pribadi seperti foto, video, koleksi tulisan, dan saling berhubungan secara pribadi dengan pengguna lainnya melalui private pesan yang hanya bisa diakses dan diatur pemilik akun tersebut. Situs jejaring sosial sangat berperan dalam hal membangun dan membentuk brand image, karena sifatnya yang interaktif sehingga pengguna dapat dengan mudah mengirim dan

menerima informasi, bahkan dapat digunakan sebagai media komunikasi dan klarifikasi yang nyaman antara pemilik produk dengan konsumennya.

5. *Virtual Game Worlds*, yaitu permainan multiplayer di mana ratusan pemain secara simultan dapat di dukung. Media sosial ini sangat mendukung dalam hal menarik perhatian konsumen untuk tahu lebih banyak dengan desain grafis yang mencolok dan permainan warna yang menarik, sehingga terasa lebih informatif dan interaktif.
6. *Virtual Social Worlds*, yaitu aplikasi yang mensimulasi kehidupan nyata dalam internet. Aplikasi ini memungkinkan pengguna berinteraksi dalam platform tiga dimensi menggunakan avatar yang mirip dengan kehidupan nyata. Aplikasi ini sangat membantu dalam menerapkan suatu strategi pemasaran atau penyampaian informasi secara interaktif serta menarik.³⁵

Fungsi media sosial dapat diketahui melalui sebuah kerangka kerja honeycomb. Kietzmann menggambarkan hubungan kerangka kerja honeycomb sebagai penyajian sebuah kerangka kerja yang mendefinisikan media sosial dengan menggunakan tujuh kotak bangunan fungsi yaitu *identity*, *conversations*, *sharing*, *presence*, *relationships*, *reputation*, dan *groups*

³⁵ Kaplan, Andreas M., Michael Haenlein, “*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*”. Business Horizons, 2010 53(1): 59–68. Diakses melalui: <http://michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20%20Users%20of%20the%20world,%20Unite.pdf>. Pada tanggal 12 bulan Febuari 2019 pukul 10:14 WIB.

1. *Identity* menggambarkan pengaturan identitas para pengguna dalam sebuah media sosial menyangkut nama, usia, jenis kelamin, profesi, lokasi serta foto.
2. *Conversations* menggambarkan pengaturan para pengguna berkomunikasi dengan pengguna lainnya dalam media social.
3. *Sharing* menggambarkan pertukaran, pembagian, serta penerimaan konten berupa teks, gambar, atau video yang dilakukan oleh para pengguna.
4. *Presence* menggambarkan apakah para pengguna dapat mengakses pengguna lainnya.
5. *Relationship* menggambarkan para pengguna terhubung atau terkait dengan pengguna lainnya.
6. *Reputation* menggambarkan para pengguna dapat mengidentifikasi orang lain serta dirinya sendiri.
7. *Groups* menggambarkan para pengguna dapat membentuk komunitas dan subkomunitas yang memiliki latar belakang, minat, atau demografi.³⁶

4. Kesadaran Literasi

Secara harfiah, kesadaran sama artinya dengan mawas diri (awareness). Kesadaran juga bisa diartikan sebagai kondisi dimana seorang individu memiliki kendali penuh terhadap stimulus internal maupun stimulus eksternal. Secara sederhana, literasi dapat diartikan sebagai sebuah

³⁶ *Ibid.*, hlm 59–68. Diakses melalui : <http://michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20%20Users%20of%20the%20world,%20Uunite.pdf>. Pada tanggal 12 bulan Februari 2019 pukul 10:14 WIB.

kemampuan membaca dan menulis. Kita mengenalnya dengan melek aksara atau keberaksaraan. Romdhoni menyatakan bahwa literasi merupakan peristiwa sosial yang melibatkan keterampilan-keterampilan tertentu, yang diperlukan untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi dalam bentuk tulisan.³⁷ Hal ini sejalan dengan pendapat Kern yang mendefinisikan literasi secara lebih komprehensif sebagai berikut:

*“Literacy is the use of socially, historically, and culturally-situated practices of creating and interpreting meaning through texts. It entails at least a tacit awareness of the relationship between textual conventions and their contexts of use and, ideally, the ability to reflect critically on those relationships. Because it is purposesensitive, literacy is dynamic-not static-and variable across and within discourse communities and cultures. It draws on a wide range of cognitive abilities, on knowledge of written and spoken language, on knowledge of genres, and on cultural knowledge”.*³⁸

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas pada dasarnya dapat dijelaskan bahwa literasi merupakan peristiwa sosial yang dilengkapi keterampilan-keterampilan untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna melalui teks. Literasi memerlukan serangkaian kemampuan untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi dalam bentuk tulisan.

Literasi Media menurut Baran & Dennis dalam Tamburaka adalah suatu rangkaian gerakan media, yaitu gerakan melek media dirancang untuk meningkatkan control individu terhadap media yang mereka gunakan untuk

³⁷ Ali Romdhoni, *Al-Qur'an dan Literasi*, (Depok: Literatur Nusantara, 2013), hlm 90.

³⁸ Richard Kern, *Literacy & Language Teaching*, (Oxford : Oxford University Press, 2000), hlm 16.

mengirim pesan dan menerima pesan³⁹, sedangkan menurut *European Commision* mendefinisikan literasi media kemampuan untuk mengakses, menganalisis, dan mengevaluasi makna gambar, suara, pesan yang kita hadapi dalam kehidupan sehari-hari dan merupakan bagian penting dari budaya kontemporer, serta untuk berkomunikasi secara baik pada media yang ada secara pribadi.⁴⁰ Namun, konsep literasi berkembang seiring dengan adanya perkembangan media, yang awalnya media tradisional (telepon, film, radio, televisi) perlahan merambah ke media baru seperti internet, media sosial, *smartphone*. Dengan munculnya media baru seperti media sosial yang merupakan salah satu bentuk inovasi dari internet pada awal abad 21 ini, literasi tradisional tidak lagi cukup untuk membuat seorang individu bertahan pada era media baru saat ini.

Media baru memainkan sebuah peran penting dalam kehidupan masyarakat, dan individu perlu membekali diri mereka dengan literasi media baru.⁴¹ Literasi media baru dikaitkan dengan kemampuan menggunakan komputer, media sosial, dan internet. Penekannya bukan hanya tentang bagaimana orang menanggapi pesan media, tetapi juga pada bagaimana mereka terlibat secara proaktif dalam dunia media dimana produksi,

³⁹ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013).

⁴⁰ European Commission. (2009). *Study on assessment Criteria for Media Literacy levels*. Brussels. Diakses melalui : http://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-criteria-report_en.pdf. Pada tanggal 13 bulan Febuari 2019 pukul 12:55 WIB.

⁴¹ Chen, D.T., & Wu, J. (2011). *Unpacking New Media Literacy*. *Journal on Systemics, Cybernetics and Informatics*, 9(2), 84-88.

partisipasi, kelompok sosial, dan level tinggi keahlian non professional yang umum.⁴²

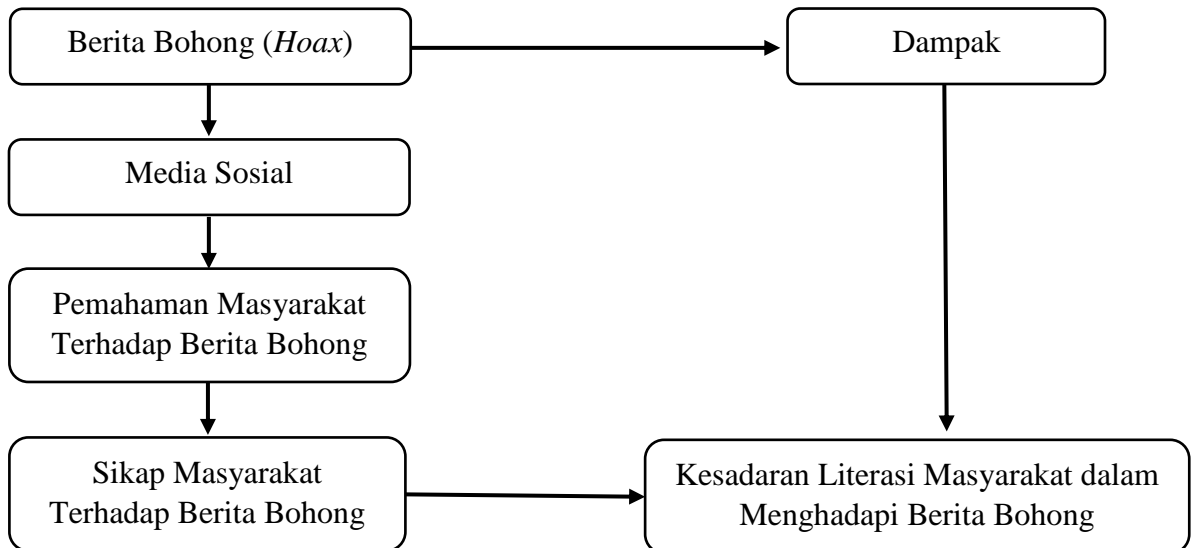
Berdasarkan beberapa pendapat dari para ahli tentang literasi media saat ini, dapat dikatakan bahwa literasi media baru merupakan suatu kemampuan yang tidak hanya menekankan upaya melek terhadap berbagai macam pesan media yang di dalamnya melibatkan kemampuan mengakses, memahami, menganalisis, dan mengevaluasi isi pesan media secara kritis, melainkan juga melibatkan kemampuan individu dalam hal melakukan kegiatan di dunia media seperti produksi, partisipasi dalam bermasyarakat. Kemampuan literasi media yang tinggi ditandai oleh: 1) daya kritis dalam menerima dan memaknai pesan, 2) kemampuan untuk mencari dan memverifikasi pesan, 3) kemampuan untuk menganalisis pesan dalam sebuah diskursus, 4) memahami logika penciptaan realitas oleh media, 5) kemampuan untuk mengkonstruksi pesan positif dan mendistribusikannya kepada pihak lain.⁴³

⁴² Miočić, Bernard. (2014). *New Media Literacy Skill of Youth in Zadar* (god. 20, br. 2) (231-253) IZVORNI ZNANSTVENI RAD UDK: 316.77-053.6 [online] diakses pada 12 Febuari 2019, tersedia di <http://hrcak.srce.hr/file/197590>.

⁴³ Vibriza Juliswara, "Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan Dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial". *Jurnal Pemikiran Sosiologi*. Vol. 4 No. 2, September- Desember 2017, hal. 142-164.

F. Kerangka Berpikir

Skema 1. 1 Kerangka Berpikir



Sumber: Data diolah oleh peneliti dari berbagai tinjauan pustaka

Dari skema di atas dapat dilihat bahwa posisi skripsi penelitian ingin mengetahui kesadaran literasi masyarakat Kecamatan Ketapang, Lampung Selatan dalam menghadapi berita bohong. Dimana berita bohong yang terjadi tersebut disebarkan melalui media. Tidak meleknya terhadap informasi yang dibawa media menimbulkan berbagai masalah. Terutama pada masyarakat desa yang masih rendah pemahanya dalam hal tersebut. Seperti yang dialami oleh masyarakat Desa Kecamatan Ketapang. Karena pada masyarakat desa masih menganggap sebuah berita merupakan informasi yang memang benar terjadi. Namun kenyataannya saat ini berita tidak lagi sepenuhnya memberikan informasi yang sebenarnya.

Realitasnya, sejumlah berita bohong yang menyebar tersebut diyakini kebenarannya oleh banyak orang. Kondisi ini mungkin dikarenakan banyak masyarakat kita yang tidak melakukan klarifikasi terhadap kebenaran berita yang beredar, tetapi turut ikut serta menyebarkan berita bohong tersebut. Hal itu dapat menimbulkan dampak yang mengarah kepada ketidakpastian informasi yang mana merupakan salah satu dampak negatif dari berita bohong dan tidak menutup kemungkinan memberi dampak positif untuk beberapa pihak.

Dengan adanya berita bohong yang ada di Kecamatan Ketapang, Lampung Selatan, maka dibutuhkan adanya pemahaman masyarakat tentang berita bohong tersebut. Pemahaman terhadap berita bohong mempengaruhi bagaimana masyarakat memberikan respon atau sikap kepada berita bohong. Sehingga dapat diketahui bagaimana kesadaran literasi masyarakat Kecamatan Ketapang dalam menghadapi maraknya berita bohong yang ada dan menghindari terjadinya penyebaran berita bohong (*hoax*) tersebut. Agar kejadian-kejadian yang pernah dialami oleh masyarakat desa Kecamatan Ketapang tidak terulang lagi.

G. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Definisi dari penelitian kualitatif sendiri menurut Creswel adalah sebagai sebuah “proses penyelidikan untuk memahami masalah atau masalah manusia yang berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan

informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar alamiah.⁴⁴ Dalam buku *Research Design*, Creswell mengatakan bahwa merancang proposal penelitian kualitatif terdapat beberapa karakteristik yaitu mengamati apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh para pembaca proposal, menjelaskan karakteristik dasar penelitian kualitatif dalam sebuah proposal, menyajikan karakteristik dasar penelitian kualitatif.⁴⁵

Data kualitatif merupakan sumber dari deskripsi yang luas dan berlandaskan kokoh, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat. Dengan data kualitatif kita dapat mengikuti dan memahami alur peristiwa secara kronologis, menilai sebab akibat dalam lingkup pikiran orang-orang setempat, dan memperoleh penjelasan yang banyak dan bermanfaat. Dan lagi, data kualitatif lebih condong dapat membimbing kita untuk memperoleh penemuan-penemuan yang tak diduga sebelumnya dan untuk membentuk kerangka teoritis baru, data tersebut membantu para peneliti untuk melangkah lebih jauh dari praduga dan kerangka kerja awal.⁴⁶

1. Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah masyarakat pengguna media sosial yang berada di Kecamatan Ketapang, Lampung Selatan dan pihak-pihak yang

⁴⁴ John W. Creswell, *Research Design: Qualitative & Quantitative Approaches*, Jakarta: KIK Press, 2002, Hlm 1.

⁴⁵ *Ibid.*, Hlm 247.

⁴⁶ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, "*Analisis Data Kualitatif*", Jakarta: UI Press, 1992, Hal 1-2.

terkait dalam penelitian. Dalam melakukan penelitian kualitatif lebih didasari pada kualitas informan yang terkait dengan tema penelitian. Informan dalam penelitian ini sebanyak 12 orang, yang pernah mendengar atau menerima berita bohong terkait dengan penelitian yang terdiri dari 6 laki-laki dan 6 perempuan. Pihak-pihak yang dijadikan informan dalam penelitian ini dikelompokkan dari segi pendidikan menjadi tiga, yaitu rendah, sedang dan tinggi.

Tabel 1. 2 Karakteristik Informan

No	Nama	Umur	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Akun Media Sosial yang Dimiliki
1.	Reynald	22	Kuliah	Mahasiswa	Facebook, Instagram, WatsApp dan Twitter
2.	Julianti	33	SD	Usaha Warung Kelontong	Facebook dan WatsApp
3.	May	47	SMA	Distributor Ikan	Facebook dan WatsApp
4.	Nanda	30	Kuliah	Guru MTS	Facebook dan WatsApp
5.	Andikha	17	SD	Buruh Tani	Facebook, dan WatsApp
6.	Ayu	18	SD	Ibu Rumah Tangga	Facebook, Instagram dan WatsApp
7.	Waris	55	SD	Buruh Tani	Facebook dan WatsApp
8.	Rio	17	SMA	Murid SMA	Facebook, Instagram, LINE dan WatsApp
9.	Eka	15	SMA	Murid SMA	Facebook, Instagram dan

No	Nama	Umur	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Akun Media Sosial yang Dimiliki
					WatsApp
10.	Sahayati	50	Kuliah	Guru MTS	Facebook dan WatsApp
11.	Risma	20	Kuliah	Mahasiswa	Facebook, Instagram dan WatsApp
12.	Suryo	50	SMA	Pemilik Toko	Facebook dan WatsApp

Sumber: Diolah oleh peneliti berdasarkan hasil wawancara, 2019

Alasan peneliti memilih 12 informan di atas karena, mereka memenuhi kriteria yang terkait dengan tema penelitian. Selain dari segi pendidikan dan jenis kelamin, peneliti juga mengolongkan informan pada usia, yaitu remaja dan dewasa. Informan yang diambil tidak hanya masyarakat yang bertempat tinggal di daerah pinggir pantai saja, namun juga yang bertempat tinggal cukup jauh dari pantai. Hal tersebut dilakukan agar dapat melihat respon dari masyarakat yang terbilang tidak mudah terpengaruh dengan berita bohong tsunami dan pastinya keduabelas informan memiliki akun media sosial.

Informan lainnya yang berkaitan dengan tema penelitian yaitu Iwan, Paidi, El Hayati, Sri Saidah dan Herliansyah. Iwan dan Paidi merupakan informan yang memberitahu peneliti mengenai berita bohong yang telah terjadi di Kecamatan Ketapang. El Hayati merupakan kepala seksi pemerintahan dan Sri Saidah meruakan staf pemerintahan di Kecamatan

Ketapang. Herliansyah merupakan ketua K3S (Kelompok Kerja Kepala Sekolah) Dinas Pendidikan Lampung Selatan.

2. Peran Peneliti

Peran peneliti adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh peneliti dalam memposisikan dirinya terhadap objek yang akan diteliti. Peran peneliti disini juga sebagai orang yang akan meneliti dan mengamati suatu realitas yang ada di lapangan. Peneliti juga berusaha untuk mencari tahu kesadaran literasi masyarakat dalam menghadapi berita bohong. Dengan demikian, di mana seorang peneliti akan turun lapangan secara langsung untuk mencari data secara maksimal agar peneliti mengetahui keadaan yang sebenarnya. Pada penelitian kualitatif, di mana peran seorang peneliti adalah mengumpulkan data-data yang ada di lapangan untuk dapat mengidentifikasi hasil temuan yang ada di lapangan dan dapat mempengaruhi hasil penelitian yang dilakukan.

Di dalam buku *Research Design*, Creswell menjelaskan bahwa peran peneliti kualitatif, di mana seorang peneliti kualitatif merupakan penelitian interpretatif, di mana seorang peneliti selalu terlibat secara terus menerus dalam sebuah pengalaman. Dengan keterlibatan ini seorang peneliti lebih mengetahui secara mendalam permasalahan yang akan diteliti. Selain itu seorang peneliti juga bisa mengetahui permasalahan atau isu-isu yang muncul

secara tiba-tiba. Dengan penjelasan peran peneliti ini bisa menentukan penjelasan tentang masalah yang mungkin muncul dalam proses pengumpulan data.⁴⁷

3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Seorang peneliti harus mengidentifikasi lokasi yang akan dijadikan sebagai penelitian. Penelitian yang akan dilaksanakan pada bulan april hingga Juli 2019 ini berlokasi di Kecamatan Ketapang, Lampung Selatan dengan alasan bahwa mulai maraknya penggunaan media sosial yang digunakan oleh kalangan muda maupun kalangan tua. Hal ini dibarengi dengan kekhawatiran akan berita bohong yang sering muncul pada media sosial, sehingga peneliti ingin mengetahui kesadaran literasi pada masyarakat dalam menghadapi hal tersebut.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penyusunan laporan penelitian, penulis mencari data dari berbagai sumber yakni data primer maupun data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari hasil observasi lapangan, pengamatan, serta wawancara yang diperoleh dari lokasi penelitian. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari studi literatur seperti buku, jurnal, yang merupakan sumber penunjang terhadap topik

⁴⁷ *Opcit.*, Hlm 1.

penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan suatu teknik yang dilakukan oleh peneliti untuk mencari suatu data yang ada di lapangan untuk memudahkan peneliti dalam membuat karya ilmiah. Ada beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif yakni, wawancara dan dokumentasi.

a. Wawancara

Dalam melakukan penelitian kualitatif, wawancara mendalam memegang peranan yang sangat penting. Wawancara mendalam akan dilakukan oleh peneliti kepada informan dengan memberikan pertanyaan yang terbuka. Sebelum melakukan wawancara seorang peneliti diharapkan menyiapkan pertanyaan terlebih dahulu sesuai dengan informasi yang akan di cari, akan tetapi seorang peneliti tidak harus terpaku oleh pertanyaan yang telah disiapkan melainkan peneliti juga bisa menambahkan pertanyaan sesuai dengan informasi yang telah di dapatkan. Hal ini dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kejujuran informan dalam memberikan informasi. Dalam melakukan wawancara bisa dilakukan secara berulang-ulang sesuai dengan informasi yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian.

b. Dokumentasi

Untuk memperkuat temuan yang ada di lapangan, maka data yang diperoleh dilengkapi dengan dokumentasi. Meskipun dokumentasi merupakan suatu data yang tidak terlalu penting dalam menentukan hasil penelitian karena dokumentasi termasuk data sekunder. Data ini akan diambil dari studi literatur, internet, jurnal, buku, serta foto-foto yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Dalam proses melakukan penelitian setelah melakukan pencarian data, tahap berikutnya yang akan dilakukan oleh peneliti adalah melakukan analisis data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif yang diperkaya dengan studi literatur. Dalam penelitian ini data yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi yang dilakukan di lapangan, maka analisis yang akan dilakukan oleh penulis yaitu dengan cara menginterpretasikan ke dalam kerangka berpikir. Hasil dari wawancara merupakan data primer yang akan didukung dan dianalisis dengan data sekunder. Analisa akan dilakukan dengan menggunakan Teori Efek Komunikasi Massa, *Stimulus- Respon* yang dimodifikasi menjadi Perbedaan Individu (*Individual Differences Theory*) dari Melvin L. De Fleur.

H. Sistematika Penulisan

Hasil penelitian ini akan disusun dalam bentuk laporan hasil penelitian skripsi yang tersusun dalam 5 bab. Pada bab *pertama*, pendahuluan terdiri dari latar belakang permasalahan serta rumusan masalah yang peneliti ambil dari penelitian. Dalam penelitian ini, penulis juga menyebutkan tujuan dan manfaat penelitian baik manfaat secara praktis maupun teoritis. Sedangkan untuk menginterpretasikan fenomena yang diteliti, peneliti menggunakan kerangka teori yang digunakan untuk pisau analisis penelitian penulis. Dan yang terakhir penulis menjabarkan metodologi penelitian yang digunakan oleh penulis.

Bab *kedua*, pada bagian bab kedua ini penulis akan mendeskripsikan profil lokasi Kecamatan Ketapang Lampung Selatan, yang meliputi konteks sejarah Kecamatan Ketapang, konteks geografis dan demografis Kecamatan Ketapang. Kemudian menjelaskan konteks pendidikan dan sosial masyarakat Kecamatan Ketapang Lampung Selatan. Serta menjelaskan awal mula munculnya berita bohong dan awal mula kemunculan media sosial di Kecamatan Ketapang Lampung Selatan.

Bab *Ketiga*, mendeskripsikan tentang kesadaran literasi media sosial pada masyarakat Kecamatan Ketapang dalam menghadapi berita bohong, yang meliputi pemahaman masyarakat Kecamatan Ketapang terhadap berita bohong. Kemudian mendeskripsikan bagaimana sikap masyarakat Kecamatan Ketapang terhadap berita

bohong. Serta mendeskripsikan dampak yang ditimbulkan dari adanya berita bohong tsunami bulan Desember 2018.

Bab ***Keempat***, bab ini berisikan analisis data yang diperoleh selama berlangsungnya penelitian. Dalam hal ini penulis akan menganalisis mengenai kesadaran literasi masyarakat dalam menghadapi berita bohong dengan menggunakan teori Efek Komunikasi Massa, *Stimulus- Respon* yang dimodifikasi menjadi Perbedaan Individu (*Individual Differences Theory*) dari Melvin L. De Fleur.

Bab ***Kelima***, bab terakhir ini akan berisi kesimpulan atas jawaban dari pertanyaan-pertanyaan penelitian dari hasil penelitian. Kemudian kesimpulan tersebut akan dipadukan antara temuan lapangan dengan hasil analisis yang menggunakan kerangka berpikir.