Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan informasi semakin tinggi akibat dihasilkan oleh berbagai media massa, terutama internet yang jumlah penggunanya mencapai 2 miliar (Potter, 2013, h. 4). Menurut Potter (2008, h. 3-5), meningkatnya jumlah pengguna media menggambarkan bahwa media dianggap penting dalam kehidupan manusia. Pada era deras informasi tersebut, publik dihadapkan oleh persoalan informasi yaitu *hoax* (Nursalikah, 2017).

Hoax merupakan berita yang sengaja dimanipulasi dan bertujuan untuk memberikan pemahaman yang salah (Indriani, 2017, para. 2). *Hoax* juga diartikan sebagai berita yang tidak jelas sumbernya atau sulit diverifikasi (Pramudya, 2017, para. 5).

Menurut survei Masyarakat Telematika (2017), informasi *hoax* yang sering diterima oleh masyarakat antara lain informasi sosial politik, SARA, kesehatan, makanan dan minuman, penipuan keuangan, IPTEK, berita duka, candaan, bencana alam, dan lalu lintas.

Informasi *hoax* mayoritas disebarkan melalui media sosial dan aplikasi pesan instan seperti *WhatsApp* dan *BlackBerry Messenger* (Respati, 2017, para. 2). Berdasarkan survei Masyarakat Telematika (2017) terhadap 1.116 responden, hasilnya menunjukan 92,40% informasi *hoax* disebarkan melalui

Literasi Media Buku..., Nurul Akbari, FIKOM, 2018

media sosial (*Facebook, Twitter, Instagram, Path*), sedangkan 62,80% melalui aplikasi pesan instan (*Whatsapp, Line, Telegram*). Sementara di Indonesia, pengguna internet mencapai 132,7 juta jiwa. Sebanyak 31,3 juta jiwa menggunakan internet untuk *update* informasi, dan 129,2 juta jiwa mengakses konten media sosial (APJII, 2016).

> "*Hoax* muncul kebanyakan dari media sosial, bagi mereka yang penting kecepatan, akurasi bukan nomor satu. Jadi kami berharap pada media mainstream untuk membantu menyaring" (Rudiantara, 2017, dikutip dalam Dwi, 2017, para. 2)

Banyak masyarakat yang kesulitan membedakan informasi benar dan informasi *hoax* (Tashandra, 2017, para.16 & 25). Orang-orang yang memiliki intelektualitas tinggi pun dapat percaya dengan *hoax,* karena pada saat lahir mereka belum mengenal teknologi atau baru mengenal teknologi pada saat dewasa, sehingga kurang mampu mengkonfirmasi berita melalui teknologi (Hilmar Farid, dikutip dalam Noviansyah, para. 1-6).

Sebuah laporan dari The Guardian (Connolly, 2016) menyebutkan fenomena *hoax* di beberapa negara. Seperti di Myanmar, seorang pemilik akun *Facebook* menulis status dan menuduh seorang jurnalis Muslim berkaitan dengan militan Muslim Rohingya hingga tulisan status tersebut telah dibagikan oleh sekitar 3.000 orang (McPershon, 2016).

Di China, terdapat berita palsu yang mempengaruhi harga properti di Shanghai hingga memunculkan antagonisme antara penduduk perkotaan dan pedesaan (Haas, 2016). Sementara di India, usai menteri India mengumumkan uang kertas baru sebesar 2.000 rupee, beredar *hoax* melalui *Whatsapp* yang

Literasi Media Buku..., Nurul Akbari, FIKOM, 2018

menyebutkan bahwa uang tersebut akan dipasang sebuah chip pengintai (Safi, 2016).

Hoax tidak hanya menjadi masalah global, tetapi juga menjadi masalah serius di Indonesia (Menkominfo, dikutip dalam Dwi, 2017, para. 2). Indonesia sedang memasuki masa darurat informasi karena maraknya *hoax* yang meresahkan masyarakat (Hasanudin, 2017, para. 3).

Tahun 2016, Indonesia diterpa *hoax* tentang serbuan jutaan tenaga kerja asing asal China secara ilegal. Polri menyebut kabar yang beredar lewat media sosial tersebut merupakan *hoax* (Putra, 2016). Kabar tersebut juga dibantah oleh Direktorat Jenderal Imigrasi Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia bahwa tenaga kerja asing asal China berjumlah 31.030 orang, dan seluruhnya mengantongi Kartu Izin Tinggal Terbatas (KITAS) (Suriyanto, 2016).

Gambar 1.1 *Hoax* Jembatan Miring

Sumber: Pitoko, Ridwan Aji. 2016. "Jasa Marga: Foto Jembatan Cisomang Bengkok di Medsos "Hoax"". Kompas.com. 23 Desember. Diakses 14 Juni 2017.

Hoax lain yang menjadi viral di media sosial yaitu beredar foto yang menggambarkan tiang jembatan Cisomang membengkok (Pitoko, 2016). PT

Literasi Media Buku..., Nurul Akbari, FIKOM, 2018

Jasa Marga (Persero) menjelaskan foto yang beredar di media sosial tersebut merupakan hasil suntingan pihak tidak bertanggung jawab yang ingin menimbulkan kesalahpahaman masyarakat (Pitoko, 2016).

Di wilayah Kelurahan Kenanga, Cipondoh, Tangerang, beredar *hoax* di media sosial tentang penculikan anak hingga menyebabkan keresahan di kalangan orang tua yang memiliki anak sekolah (Humas Polsek Cipondoh, 2017). Bhabinkamtibmas Kelurahan Kenanga Polsek Cipondoh Polres Metro Tangerang Kota, Aiptu Suhandi, melakukan sosialisasi terhadap ibu-ibu yang hendak menjemput anak mereka yang bersekolah di SDN 03 Kenanga, Kecamatan Cipondoh. Aiptu Suhandi mengimbau agar orang tua tidak perlu takut, sebab kabar yang beredar tersebut merupakan *hoax* (Humas Polsek Cipondoh, 2017, para. 2).

Menurut Dirjen Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Hilmar Farid (Budiman, 2017, para. 1), salah satu penyebab berkembangnya *hoax* yaitu karena literasi media yang masih rendah. Rendahnya literasi media juga menyebabkan seseorang mudah percaya dengan *hoax* (Sekarasih, dikutip dalam Respati, 2017, para. 15). Selain itu, menurut pengamat internet dan media sosial, Nukman Lutfie (Maulida, 2017, para.6), rendahnya literasi media sosial mengakibatkan masyarakat mudah menyebarkan *hoax* di media sosial.

Literasi merupakan kemampuan memahami simbol tertulis dengan efisien, efektif, dan komprehensif (Baran, 2004, dikutip dalam Latifah, 2014, h. 262). Literasi sering dikaitkan dengan istilah "melek". Sementara menurut Lamb (dikutip dalam Latifah, 2014, h. 262), literasi merupakan “kemampuan

Literasi Media Buku..., Nurul Akbari, FIKOM, 2018

menempatkan, mengevaluasi, menggunakan dan mengkomunikasikan melalui berbagai sumber daya termasuk teks, visual, suara, dan video". Literasi tidak hanya sekedar belajar, tetapi juga mampu mengubah cara belajar, dan ini dilakukan secara terus menerus atau sepanjang hayat (Lien, dkk. 2014, h. xiii).

Sedangkan literasi media atau yang sering disebut dengan melek media merupakan kemampuan menggunakan, menelaah, menganalisa, mengkritik, memberi saran, dan menciptakan kembali pesan yang disampaikan dari media (Wiratmo, 2011).

> "Literasi media berhubungan dengan semua media, termasuk televisi dan film, radio dan rekaman musik, media cetak, *video game*, internet dan teknologi komunikasi digital lainnya" (*European Commission*, 2015, para. 3).

Dalam upaya meningkatkan literasi media, pemerintah bersama elemen masyarakat lainnya juga terus menggencarkan gerakan literasi, terutama literasi media digital, agar masyarakat dapat menggunakan media sosial secara benar dan bermartabat sesuai dengan prinsip literasi (Wisnubro, 2017, para. 1-3). Menurut Direktur Indonesia New Media Watch, Agus Sudibyo (Jemali, 2017, para. 1-4), di era banjirnya berita palsu di media sosial, pemerintah perlu memasukan literasi media baru (media sosial) ke dalam pendidikan pendidikan nasional".

Salah satu upaya meningkatkan literasi media yang pernah dilakukan, yaitu pelatihan e-literasi informasi dan komunikasi bagi ibu rumah tangga oleh Dinas Komunikasi dan informatika (Diskominfo) Kulonprogo dan Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi Informatika (BPPKI) di daerah DIY. Pelatihan yang dilakukan bagi ibu rumah tangga pengguna *smartphone*

Literasi Media Buku..., Nurul Akbari, FIKOM, 2018

tersebut didasari oleh maraknya informasi *hoax* di internet, dan tak jarang masyarakat menelan informasi dari dunia maya secara mentah-mentah (Ing, 2017, para. 3, 5 & 7).

Ibu rumah tangga dinilai sebagai kalangan yang rentan menerima informasi *hoax*, terutama melalui *chat group* (Muthahari, 2017, para. 6). Literasi media di kalangan ibu rumah tangga dinilai penting sebagai kontrol orang tua agar anak tidak terjebak pada konten negatif dan kabar bohong alias *hoax*, serta upaya meningkatkan penggunaan internet dan teknologi digital secara sehat dan positif (Ing, 2017, para. 12).

Berdasarkan kasus beredarnya *hoax* yang mengakibatkan kecemasan di kalangan orang tua murid SDN Gondrong 03, penulis ingin mengukur tingkat literasi media baru orang tua tersebut dalam menghadapi informasi *hoax*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat literasi media baru di kalangan orang tua murid SDN Gondrong 03, Cipondoh, Tangerang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat literasi media baru di kalangan orang tua murid SDN Gondrong 03, Cipondoh, Tangerang.

Literasi Media Buku..., Nurul Akbari, FIKOM, 2018

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Untuk menambah referensi penelitian di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya penelitian mengenai literasi media baru.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan gambaran mengenai tingkat literasi media baru di kalangan orang tua murid SDN Gondrong 03, Cipondoh, Tangerang
2. Memberi pemahaman mengenai pentingnya literasi media baru pada masyarakat, khususnya pada orang tua murid SDN Gondrong 03, Cipondoh, Tangerang. Dengan demikian, orang tua mampu meningkatkan kemampuan literasi media baru, terutama ketika menerima informasi *hoax* dari media baru.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA