



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 II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian ini, perlu adanya referensi dari penelitian terdahulu yang sejenis. Penelitian terdahulu diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti berikutnya, termasuk data dan dasar teori yang sudah ada. Tentunya penelitian terdahulu yang digunakan haruslah relevan. Peneliti menemukan empat penelitian terdahulu dan mencoba menganalisisnya sebagai berikut.

Penelitian yang pertama diambil dari Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang berjudul “Women and Hoax News Processing on WhatsApp” karya Hani Noor Ilahi. Jurnal ini diterbitkan pada 2018 oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Pada awal 2017 media massa Indonesia ramai memberitakan kasus penculikan anak. Awalnya tersebar lewat pesan daring, pesan yang disertai dua foto dan meminta para orang tua untuk selalu mengawasi anak mereka yang berusia di bawah 10 tahun saat di luar rumah. Dalam sekejap pesan ini beredar luas di khalayak lewat WhatsApp. Hoaks seperti ini sangat merugikan karena membuat masyarakat takut bahkan hingga menimbulkan korban jiwa. WhatsApp yang memungkinkan penggunaanya untuk berbagi pesan secara masif di grup percakapan dan membuat penyebarannya semakin cepat. Kalimat "saya dapat pesan ini dari grup lain" sering dipakai pengguna WhatsApp saat menyebarkan informasi yang sumbernya tidak diketahui. Sementara itu, tingkat kefasihan digital perempuan Indonesia ialah kedua terbawah di antara 31 negara yang diteliti.

Lalu, konsep WhatsApp memakai konsep dari Church dan de Oliveira. Ada delapan faktor yang mendorong pengguna untuk lebih menggunakan WhatsApp daripada aplikasi pesan lainnya. Beberapa di antaranya karena murah, tidak ada batasan jumlah karakter dalam pesan, pengaruh sosial (teman dan kerabat), faktor kesegeraan (berasumsi pesan yang dikirim akan selalu dijawab dengan segera), dll.

Penelitian ini juga mengacu pada teori Elaborasi Likelihood Model yang menawarkan cara membuat batasan secara general untuk mengorganisasi, mengkategorisasi, dan memahami proses dasar yang mendasari keefektifan komunikasi persuasif menurut Petty dan Cacioppo. Untuk media literasi, juga menggunakan teori yang dikembangkan oleh W. James Potter tahun 2014. Potter menjelaskan ada tiga blok bangunan dalam literasi media yakni lokus personal, struktur pengetahuan, dan kemampuan. Metode penelitiannya *mix methods* berupa wawancara dan survei untuk mengetahui pengalaman dan opini dari setiap informan penelitian. Setiap informan ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Kriteria informan yang dipilih adalah perempuan, ibu, pengguna WhatsApp minimal satu tahun, lebih sering menggunakan WhatsApp daripada aplikasi pesan lainnya, dan tergabung dalam grup percakapan. Kuesioner survei dibuat dalam bentuk Google Form dan disebarluaskan melalui WhatsApp. Ada 56 partisipan yang bisa memenuhi kriteria tadi.

Hasil penelitian ini secara kuantitatif menunjukkan responden yang menjawab akan membagikan informasi penculikan itu ada 57,1% dan 42,9% mengatakan tidak. Mereka yang memilih untuk membagikan pesan tersebut, sejumlah 78,6% mengaku alasan utamanya untuk meningkatkan kewaspadaan. Ada

1,8% mengatakan karena nilai kedekatan geografis atau kedekatan personal dengan insiden tersebut. Sisanya beralasan ingin membantu keluarga korban. Data 42,9% responden yang tadi memilih untuk tidak menyebarkan pesan ini berpendapat pesan yang mereka terima tidak jelas dan mereka tidak ingin menambah kecemasan masyarakat. Ketika menerima pesan siar (*broadcast message*) di WhatsApp sejumlah 46,4% mengatakan mereka mencari kebenaran isi pesan tersebut. Tapi 33,9% mengaku tidak bertindak demikian dan 19,7% melakukannya terkadang. Sebanyak 64,3% responden tidak langsung memercayai pesan macam itu walaupun didapat dari orang yang dipercaya. Yang langsung memercayainya ada 23,2% dan sisanya berpendapat antara akan langsung percaya maupun tidak.

Dari wawancara, saat mendengar "penculikan anak" respon para responden disertai dengan rasa ketakutan, kecemasan, kasihan, juga kemarahan. Dengan rasa tanggung jawab sebagai seorang ibu, para responden mengklaim harus memberikan perhatian khusus terhadap kasus penculikan anak. Rasa takut yang berbarengan dengan informasi penculikan ini membuat responden merasa pesan itu perlu untuk disebarkan. Dengan begitu, ibu lain dapat waspada dengan motif-motif penculikan yang terjadi. Terlebih jika yang mengirimkan pesan tersebut ialah orang yang mereka percaya dan diterima berkali-kali dari sumber berbeda.

Dari penelitian terdahulu ini, cukup banyak kesamaan dengan penelitian milik peneliti, di antaranya adalah subjek penelitiannya ibu-ibu, medianya aplikasi WhatsApp, dan juga ada teknik survei. Tetapi penelitian terdahulu juga menggunakan metode wawancara, sedangkan peneliti tidak. Selain itu, teori utama yang dipakai terdahulu adalah Elaboration Likelihood Model. Yang dapat dipetik

dari penelitian ini adalah peneliti mendapat gambaran mengenai pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner.

Penelitian yang kedua merupakan tesis berjudul “Literasi Media Baru Dan Penyebaran Informasi Hoax (Studi Fenomenologi pada Pengguna WhatsApp dalam Penyebaran Informasi Hoax periode Januari-Maret 2015)” oleh Clara Novita Anggraini. Clara Novita Anggraini merupakan mahasiswa pascasarjana Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, pada tahun 2016. Tidak melek media bisa berdampak negatif pada seluruh lapisan masyarakat. Bukan hanya kaum muda tetapi juga pada orang dewasa. Terutama pada ibu-ibu yang dikhawatirkan sikap tidak melek media bisa dicontoh anak-anak. Selain itu, tidak melek media juga rawan konflik rentan akan terjadinya insiden, provokasi, atau kesalahan membuat berita. Hoaks yang sering beredar di aplikasi pesan instan juga tak jarang menyebar luas dan meresahkan masyarakat termasuk sang penulis. Misalnya isu di *Whatsapp* tentang geng motor bernama “klitih” yang katanya mencari sasaran dengan cara menebaskan pedang kepada para pengendara motor di sekitar Yogyakarta pada Oktober 2014 lalu. Warga menjadi cemas hingga tidak berani beraktivitas di luar rumah pada malam hari. Padahal, tidak pernah ditemukan korban dari geng motor tersebut.

Dengan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) masyarakat kini tidak hanya menjadi konsumen berita tapi juga beralih menjadi produsen dan distributor pesan media. Namun, harusnya khalayak juga bisa bertindak sebagai pengendali laju informasi yang sangat banyak jumlahnya. Seandainya, saat hoaks tentang geng motor “klitih” tersebut diterima oleh para mahasiswa dan mereka melakukan

analisa dan mengecek kebenarannya di media massa lain, dan membandingkan pada fakta di lingkungan sekitar, mungkin kecemasan warga tidak akan berlangsung lama.

Mahasiswa sebagai kaum yang lebih terdidik, idealnya bisa menganalisis dan mengkritisi informasi yang tersebar melalui teknologi. Secara teori, tingkat literasi berbanding lurus dengan tingkat pendidikan. Maka itu, penelitian ini ingin melihat bagaimana perilaku komunikasi dan respon mahasiswa saat menerima hoaks. Juga motivasi mahasiswa dalam menyebarkan hoaks.

Hasil penelitian ini didapati bahwa kemampuan literasi media mahasiswa pascasarjana penyebar informasi hoaks dalam penelitian ini masih sangat rendah, sehingga meruntuhkan asumsi bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang akan semakin kritis sehingga semakin melek terhadap media massa. Motivasi mahasiswa pascasarjana dalam menyebarkan informasi hoaks adalah untuk memenuhi kebutuhan sosial. Menyebar informasi hoaks dilakukan ketiga informan penelitian agar diterima sebagai anggota kelompok grup WhatsApp.

Relevansinya, penelitian terdahulu sudah mulai menyadari bahwa perkembangan media interaktif membuat penyebaran informasi menjadi tak terkendali termasuk di grup-grup WhatsApp mahasiswa pascasarjana sekalipun. Kesamaan media komunikasi dan masalah hoaks yang diteliti akan sangat berguna untuk menjadi referensi penelitian selanjutnya. Terlebih lagi belakangan ini hoaks semakin banyak ditemui di kehidupan sehari-hari sampai membuat masyarakat resah. Hanya saja teori literasi media yang dipakai di penelitian terdahulu ini tidak hanya dari W. James Potter tetapi juga dari Henry Jenkins.

Penelitian terdahulu ketiga adalah Jurnal Media Literacy Education yang dikeluarkan oleh The National Association for Media Literacy Education's dengan judul "Measuring News Media Literacy". Penelitian ini ditulis oleh Adam Maksl, Seth Ashley, dan Stephanie Craft pada tahun 2015.

Hal yang melatari penelitian ini berawal dari kesadaran adanya perubahan permintaan konsumen media di era digital yang dikemukakan Bill Kovach dan Tom Rosenstiel pada 2010. Seseorang dapat berperan sebagai editor, menyeleksi, dan mengumpulkan informasi secara mandiri untuk dirinya. Namun, era digital membuat tantangan lebih meningkat untuk mendapatkan informasi terpercaya. Literasi media berita berorientasi pada memahami bagaimana dan mengapa khalayak terlibat dengan berita, cara mereka mengartikan berita yang mereka terima, dan bagaimana individu terpengaruh dengan perilakunya masing-masing dalam mengonsumsi berita.

Mengadaptasi model literasi media yang dikembangkan oleh W. James Potter tahun 2004, penelitian ini menguji tingkatan literasi media berita dan karakteristik individu yang memiliki tingkat literasi tinggi dan rendah. Jika dirumuskan dalam pertanyaan penelitian menjadi Apakah serangkaian tindakan yang dikembangkan dari model kognitif Potter dapat membedakan antara remaja yang tingkat literasi medianya tinggi dan rendah? Kemudian, penelitian ini juga membuat pertanyaan penelitian kedua, yakni Apa karakteristik demografis yang mendeskripsikan remaja dengan tingkat literasi tinggi dibanding dengan tingkat literasi rendah?

Teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah model kognitif literasi media dari W. James Potter versi tahun 2004. Dari konsep Potter tersebut,

penelitian difokuskan pada dua dari tiga komponen utama yakni struktur pengetahuan dan motivasi (*personal locus*). Untuk struktur pengetahuan, terdapat aspek pengetahuan tentang konten, efek, kepemilikan media, realitas dunia, dan pemahaman terhadap diri sendiri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei melalui sambungan telepon. Untuk pertanyaan penelitian pertama, peneliti melakukan tahap *clustering* dengan membuat tiga index yang berisi beberapa pertanyaan.

Hasilnya, 257 remaja memiliki tingkat literasi tinggi dan 251 remaja tingkat literasinya rendah. Tidak ada perbedaan signifikan tentang jumlah jam yang dihabiskan per hari antara remaja yang tingkat literasinya tinggi dengan yang rendah dalam mengonsumsi berita. Pertanyaan penelitian kedua menunjukkan hasil laki-laki dan perempuan jumlahnya setara baik di tingkat literasi tinggi maupun rendah. Remaja yang orang tuanya menempuh pendidikan minimal *college* juga lebih tinggi tingkat literasinya. Terakhir, baik remaja yang punya pengalaman di bidang jurnalisme maupun tidak, mereka semua terbagi rata ke kelompok berliterasi rendah dan tinggi.

Relevansi dari penelitian terdahulu ini adalah jenis dan metode penelitiannya sama yakni kuantitatif dan metode survei. Konsep literasi media yang dipakai juga sama yakni konsep dari W. James Potter, namun penelitian terdahulu lebih fokus ke aspek pengetahuan dan motivasi (*personal locus*) dari model kognitif literasi media yang di dalamnya terdapat “5 pengetahuan dasar”. Sementara, penelitian saat ini lebih mengarah pada “7 Kemampuan Literasi Media” yang juga dikembangkan oleh W. James Potter untuk mengakses berita atau informasi. Perbedaan lainnya

adalah peneliti menjadikan ibu rumah tangga sebagai respondennya sedangkan penelitian terdahulu memilih remaja.

Penelitian terakhir ialah penelitian skripsi milik Jessycha Nayoan dengan judul “Hubungan Tingkat Literasi Media Ibu Rumah Tangga dan Ibu Bekerja di Kota Tangerang dengan Akses Berita Hoaks pada Media Sosial”. Ini merupakan penelitian skripsi pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang, Banten pada tahun 2019.

Sepanjang 2017, banyak hoaks yang beredar di WhatsApp. Mulai dari isu kesehatan virus dalam obat paracetamol hingga pecahan uang baru dari Bank Indonesia. Dalam pesan berantai (*broadcast*) tersebut sang pembuat hoaks sering mengaitkannya dengan kematian agar para penerima pesan meneruskan pesan tadi supaya bisa menyelamatkan banyak orang. Mereka pun banyak yang menyebarkannya tanpa memastikan kebenarannya. Tak hanya dengan kata-kata, hoaks tersebut disertai dengan foto yang semakin terlihat meyakinkan. Namun setelah didalami ternyata itu hanyalah hoaks. Artikel berita dari *sindonews.com* menyebutkan bahwa pelaku mayoritas penyebar hoaks didapati adalah ibu-ibu.

Peneliti pun mengangkatnya dalam sebuah penelitian tentang akses berita hoaks yang dilakukan ibu rumah tangga dan ibu bekerja dengan tingkat literasi media mereka. Dua kelompok masyarakat ini bekerja dengan lingkungan dan pekerjaan yang berbeda. Tujuan penelitian ini untuk mengukur kemampuan tingkat literasi media ibu rumah tangga, dan ibu bekerja; mengetahui adakah hubungan tingkat literasi media ibu rumah tangga, dan ibu bekerja dengan akses berita hoaks pada media sosial. Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada alat ukur yang

belum sering ditemukan di Indonesia. Sumber dan riset yang membahasnya masih belum banyak.

Teori dan konsep untuk “kemampuan literasi media” yang digunakan pada operasionalisasi variabel dan indikator, ditulis oleh Bahadir Eristi dan Cahit Erdem. Ada empat kemampuan pokok yang harus dimiliki seseorang untuk memiliki kemampuan literasi media yang efektif yakni akses, analisis, evaluasi, dan berkomunikasi. Untuk konsep “akses berita hoaks” menerapkan konsep yang dikemukakan John E. Newhagen dan Erik P. Bucy, yaitu *technological access* dan *content access*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei dan pengumpulan datanya memakai kuesioner. Survei dilakukan di Tangerang kepada 50 responden ibu rumah tangga dan 50 responden ibu bekerja. Kuesioner nya berjenis kuesioner langsung yang tertutup. Skala pengukurannya memakai skala Likert.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa ibu rumah tangga di Kota Tangerang memiliki kemampuan literasi media yang tinggi, dengan angka 3,75. Sementara ibu bekerja tingkat literasi medianya hanya 3,59. Akses berita hoaks yang dilakukan ibu rumah tangga adalah sebesar 3,54 dan ibu bekerja 3,56, yang keduanya tergolong tinggi. Sehingga penelitian ini membuktikan tidak terdapat hubungan antara tingkat literasi media ibu rumah tangga dan ibu bekerja di Tangerang dengan akses berita hoaks pada media sosial.

Penelitian milik Jessycha Nayoan ini memang memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian penulis. Dari judul terlihat kesamaan bahasan tingkat literasi media pada kalangan ibu-ibu. Awalnya judul rancangan penelitian penulis hanya

sebatas ibu rumah tangga. Tetapi dengan pertimbangan agar lebih rinci dan tidak terbatas hanya pada ibu yang mengurus rumah tangga, maka penulis pun menambahkan konsep ibu bekerja pada judul dan penelitian. Perbedaannya terletak pada akses berita hoaks dengan mengidentifikasi misinformasi pada media sosial dan analisis data korelasi dengan regresi. Juga media sosial pada penelitian ini tidak disebutkan rinci, sedangkan penulis memfokuskan pada aplikasi pesan instan WhatsApp. Selebihnya metode survei dan kuesioner bisa menjadi rujukan bagi penelitian penulis.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Literasi Media

National Leadership Conference on Media Literacy yang disponsori Aspen Institute pada Desember 1992 mendefinisikan literasi media sebagai kemampuan khalayak untuk mengakses, menganalisis, dan memproduksi informasi untuk hasil yang spesifik (Silverblatt, 2014, p. 4).

Tujuh elemen penting dalam literasi media menurut Silverblatt (2014, p. 4-6) sebagai berikut:

- 1) Literasi media mengembangkan kemampuan berpikir kritis yang memungkinkan khalayak untuk membuat pilihan independen berkaitan dengan program media mana yang harus dipilih dan bagaimana menginterpretasikan informasi yang diterima dari saluran komunikasi massa.

- 2) Memahami proses dari komunikasi massa.
- 3) Kesadaran akan dampak media pada individu dan masyarakat.
- 4) Pengembangan strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan media.
- 5) Kesadaran akan konten media berupa “teks” yang memberikan wawasan pada budaya kontemporer dan diri kita.
- 6) Peningkatan kesenangan, pemahaman, dan apresiasi terhadap konten media.
- 7) Kemampuan untuk memproduksi pesan media yang efektif dan bertanggung jawab.

W. James Potter (2014, p. 25) mengartikan literasi media sebagai seperangkat perspektif yang bisa digunakan secara aktif untuk membuka diri kita dalam menginterpretasikan pesan-pesan yang diterima. Perspektif dibangun dari struktur pengetahuan. Untuk membangun struktur pengetahuan tersebut, diperlukan bahan mentah yang berupa informasi dari media dan dari dunia nyata dan juga peralatan yang berasal dari kemampuan individu. Ada tiga pilar penting dalam literasi media (2014, p.17-20), yaitu *personal locus*, *knowledge structures*, dan *skills*. Ini semua dibutuhkan untuk membangun lebih luas lagi perspektif seseorang terhadap media. *Personal locus* diibaratkan sebagai tenaga dan rencana kita. Sedangkan, *knowledge structures* merupakan bahan mentah dan *skills* adalah peralatannya.

Sekilas tentang *personal locus*, komponen ini terdiri dari tujuan dan dorongan. Tujuan, membentuk tugas untuk memproses informasi dengan

menentukan mana informasi yang perlu disaring dan mana yang harus diabaikan. Semakin seseorang menyadari tujuan yang dimilikinya, akan semakin mudah dan langsung proses pencarian informasi dilakukan. Juga, semakin kuat dorongan seseorang pada informasi, akan semakin banyak usaha yang dicurahkan untuk mencapai tujuan. Jika *locus* lemah (tidak menyadari tujuan dan dorongan rendah), seseorang akan mudah berada dalam kontrol media. Sementara itu *knowledge structures* yang dalam bahasa Indonesia berarti struktur pengetahuan, merupakan seperangkat informasi yang terorganisasi dalam memori atau ingatan seseorang. Struktur pengetahuan tidak terbentuk secara spontan, harus dibangun dengan hati-hati dan teliti. Dalam literasi media, seseorang membutuhkan struktur pengetahuan yang kuat di lima bidang, yakni tentang efek media, konten media, industri media, dunia nyata, dan diri sendiri. Dengan kelima pengetahuan ini orang-orang akan lebih jeli dalam memproses informasi dan membuat keputusan yang lebih baik dalam mencari informasi, bekerja dengan informasi, dan membangun makna dari informasi yang akan berguna bagi tujuannya sendiri.

Skills atau keterampilan bisa dikembangkan dengan cara berlatih.

Semakin banyak melatih kemampuan, akan semakin kuat kemampuan itu.

Beberapa kemampuan tersebut meliputi analisis, evaluasi, pengelompokkan, induksi, deduksi, sintesis, dan abstraksi.

Penelitian kali ini akan lebih fokus ke pilar literasi media yang *skills* (keterampilan). Tujuh keterampilan tersebut ialah (Potter, 2014, p. 20-24):

1) Analisis:

menguraikan sebuah pesan menjadi elemen-elemen yang bermakna.

Seperti ketika menemukan pesan media, kita dapat menerimanya begitu saja atau menggalinya lebih dalam dengan menguraikannya ke dalam beberapa komponen dan menguji komposisi dari elemen-elemen penyusun pesan tersebut. Contohnya, kita bisa menganalisis berita yang disampaikan jurnalis ke dalam 5W 1H, yaitu *who*, *what*, *when*, *where*, *why*, dan *how*.

2) Evaluasi:

membuat penilaian tentang nilai dari sebuah elemen. Caranya dengan membandingkan standar yang menjadi patokan. Ketika kita menemukan opini dari para ahli dalam pesan media, kita dapat mengingat dengan mudah opini itu dan menjadikannya pendapat kita sendiri. Kita juga bisa membandingkan elemen informasi dengan standar kita sendiri. Bila elemen-elemen tersebut memenuhi atau melampaui standar kita, kita dapat menyimpulkan pesan dan opini itu baik. Tetapi jika elemen-elemennya masih jauh dari standar, berarti pesan tidak dapat diterima.

3) Pengelompokkan:

menentukan elemen-elemen mana yang sama, menentukan bagaimana suatu kelompok elemen berbeda dengan kelompok elemen lainnya. Kunci dari pengelompokkan ini ialah menentukan suatu aturan klasifikasi. Media memberi tahu kita apa aturan

klasifikasi itu, jadi jika kita menerima aturan klasifikasi mereka, kita akan menggunakan kelompok klasifikasi yang media ingin kita gunakan. Tapi kalau kita berusaha menentukan aturan klasifikasi terbaik dalam mengorganisasi persepsi kita tentang dunia, kita akan menemukan kelompok yang lebih bermakna.

4) Induksi:

menyimpulkan suatu pola dari sejumlah kecil elemen, kemudian menggeneralisasi pola tadi ke seluruh elemen dalam lingkup yang lebih besar. Ketika kami memeriksa hasil polling opini publik, terlihat bahwa banyak orang menggunakan elemen di pemberitaan media untuk menyimpulkan pola tentang kehidupan nyata. Ini menciptakan kepercayaan yang salah tentang kehidupan nyata.

5) Deduksi:

menggunakan prinsip umum untuk menjelaskan hal yang khusus. Bila kita mempunyai prinsip umum yang salah, kita akan menjelaskan sesuatu yang khusus tersebut dengan salah juga. Ini biasanya dikenal sebagai penalaran silogisme, contoh: a) Semua manusia akan mati. b) Socrates adalah manusia. c) Kesimpulan: Maka, Socrates akan mati. Satu prinsip umum yang paling banyak dipegang teguh oleh orang adalah media, khususnya televisi yang memiliki efek negatif yang kuat pada orang lain. Banyak khalayak yang berpendapat efek televisi sangat negatif, tapi pada saat bersamaan mereka juga meremehkan pengaruh tersebut.

6) Sintesis:

merakit beberapa elemen menjadi sebuah struktur baru. Ini merupakan kemampuan utama yang digunakan ketika membangun struktur pengetahuan. Sama halnya ketika menerima informasi baru. Kita harus menganalisis atau menguraikannya menjadi elemen yang berguna. Lalu mengevaluasi elemen-elemen tersebut untuk menentukan mana yang berguna, kredibel, dan menarik.

7) Abstraksi:

membuat sebuah deskripsi yang singkat, jelas, dan akurat, yang menangkap makna inti dari sebuah pesan dalam jumlah kata yang lebih sedikit daripada pesan aslinya. Saat kita mendeskripsikan suatu pesan media kepada orang lain atau meninjau kembali pesan dalam pikiran kita, sebenarnya kita telah menggunakan kemampuan abstraksi kita.

Literasi media memiliki dua karakteristik penting (Potter, 2014, p.25).

Pertama, media literasi adalah sebuah konsep multidimensi dengan banyak aspek menarik. Maka itu, kita perlu melihat dari berbagai sudut pandang untuk dapat mengapresiasi semua hal yang ada. Kedua, literasi media adalah sebuah rangkaian, bukan sebuah kategori. Kita tidak bisa mengatakan

seseorang tidak memiliki literasi atau seseorang memiliki literasi penuh.

Selalu ada ruang untuk memperbaiki diri.

2.2.2 Ibu Rumah Tangga dan Ibu Bekerja

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ibu memiliki arti wanita yang telah melahirkan seseorang; dan kata sapaan untuk wanita yang sudah bersuami.

Sementara itu, KBBI mengartikan ibu rumah tangga dengan wanita yang mengatur penyelenggaraan berbagai macam pekerjaan rumah tangga; dan istri atau ibu yang hanya mengurus berbagai pekerjaan dalam rumah tangga, tidak bekerja di kantor.

Dalam konsep tradisional Mappiare menuturkan, ibu rumah tangga merupakan perempuan yang meluangkan waktunya untuk memelihara, melatih, dan mengasuh anak dengan pola-pola yang dibenarkan oleh masyarakat sekitarnya (Rosalina & Hapsari, 2014). Badan Pusat Statistik atau BPS DKI Jakarta (n.d.) juga mengelompokkan pekerjaan mengurus rumah tangga merupakan kegiatan seseorang yang mengurus rumah tangga tanpa mendapatkan upah, misalnya, ibu-ibu rumah tangga dan anaknya yang membantu mengurus rumah tangga.

Ibu bekerja adalah seorang perempuan yang memiliki kemampuan untuk menyatukan karier dengan tanggung jawab tambahan untuk mengurus dan membesarkan anak. Pengertian secara luas ini dapat mencakup dua kategori berbeda atas ibu bekerja, yakni ibu yang melakukan pekerjaan kariernya dari rumah dan ibu yang bekerja di luar rumah (Poduval & Poduval, 2009). Encyclopedia of Children's Health (n.d.) mendefinisikan, ibu bekerja sebagai perempuan yang menjadi ibu dan bekerja di luar rumah untuk

mendapatkan penghasilan tambahan selain membesarkan dan mengurus anak di rumah.

Wahib (2015) menjelaskan, keluarga memiliki peran penting dalam memengaruhi perilaku dan kehidupan seorang anak. Fungsi keluarga bersifat mendasar karena menjadi wadah pertama pembentukan watak dan akhlak anak. Orang tua adalah orang yang lebih tua atau dituakan. Tapi pada umumnya masyarakat mengartikan orang tua sebagai orang yang telah melahirkan kita, yakni ibu dan bapak. Orang tua berperan sebagai pusat kehidupan rohani anak, sehingga setiap reaksi emosi dan pemikiran anak di kemudian hari merupakan hasil ajaran orang tuanya. Itu sebabnya orang tua sangat berpengaruh atas pendidikan anak-anaknya.

Menurut Alissa Wahid (2019, p. 12) perempuan memiliki kontribusi penting sebagai agen perubahan karena berperan menjadi pendidik sekaligus pengasuh keluarga. Gunarsa (2004, p. 33) menyebutkan ibu memiliki beragam peran dalam keluarga salah satunya sebagai pendidik yang mampu mengatur dan mengendalikan anak. Ibu berperan mendidik dan mengembangkan kepribadian anak. Selain itu ibu juga berperan sebagai contoh dan teladan. Dalam pengembangan kepribadian dan pembentukan sikap anak, seorang ibu harus memberi contoh dan teladan yang dapat diterima karena anak belajar dengan menirukan orang lain. Peran ibu ini sama pentingnya dengan peran ayah dalam keluarga. Ayah tidak hanya menjadi pencari nafkah tetapi juga dapat sebagai pelindung yang mengasahi keluarga namun tetap menanamkan sikap tegasnya (Gunarsa, 2004, p.37).

2.2.3 Misinformasi

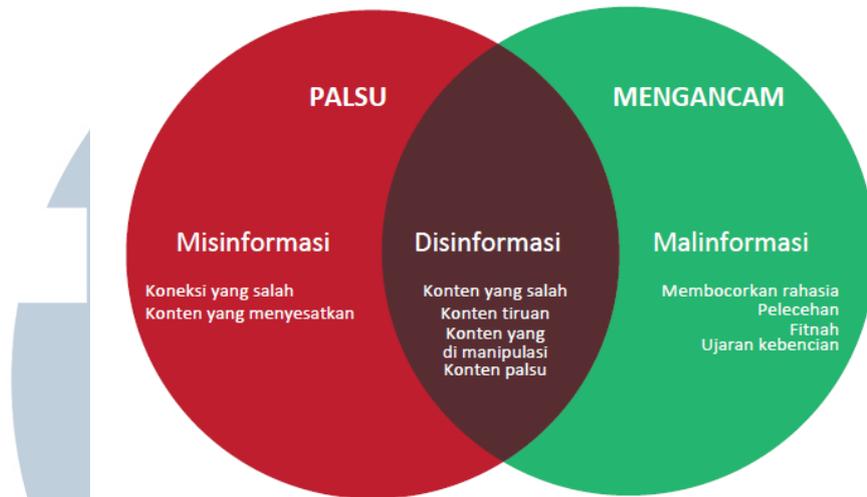
Hoaks ialah kekacauan informasi yang sering dipahami sebagai misinformasi dan disinformasi (Ali-Fauzi et al., 2019, p. 7). UNESCO (Wardle & Derakhshan, 2018) secara umum menggunakan istilah disinformasi dan misinformasi untuk membedakannya dengan informasi yang sudah terverifikasi di publik. Banyak yang menggabungkan misinformasi dan disinformasi dalam istilah berita palsu, namun sebenarnya kedua istilah ini memiliki arti masing-masing.

Menurut Ali-Fauzi et al., (2019, p. 7-8) misinformasi adalah

informasi yang tidak benar namun orang yang menyebarkannya percaya bahwa informasi tersebut benar tanpa bermaksud membahayakan orang lain. Contohnya adalah informasi yang salah tentang kesehatan dan penculikan anak. Seringkali informasi seperti ini disebar tanpa ada verifikasi dari ahli atau pihak yang berwenang dan disebar justru dengan maksud yang baik, supaya orang lain tidak mendapat masalah atau terlibat dalam bahaya.

Sementara itu, disinformasi merupakan informasi tidak benar dan orang yang menyebarkannya pun tahu kalau itu tidak benar. Ini merupakan kebohongan yang sengaja disebar untuk menipu, mengancam, bahkan membahayakan pihak lain. Lain pula dengan malinformasi, yakni informasi yang benar tetapi digunakan untuk mengancam keberadaan seseorang atau sekelompok orang dengan identitas tertentu. Contohnya kepada kelompok minoritas agama atau orientasi seksual tertentu. Dengan kata lain ini sejenis dengan hasutan kebencian (Ali-Fauzi et al., 2019, p. 7-8).

Gambar 2.1 Perbedaan misinformasi, disinformasi, dan malinformasi



(Sumber: Ali-Fauzi et al., p. 8)

Perbedaan disinformasi dan misinformasi terletak pada tujuan atau maksud dari pesan itu dibuat. Disinformasi merupakan upaya yang disengaja untuk membingungkan atau memanipulasi khalayak lewat penyampaian informasi tidak benar. Misinformasi secara umum dipakai untuk merujuk informasi menyesatkan yang dibuat atau disebarkan tanpa maksud jahat atau manipulasi (Berger, 2018).

Facebook dalam Harian Kompas (2019, p. 3) membagikan panduan untuk membedakan “berita palsu”, yang sebenarnya memiliki pengertian yang sama dengan misinformasi:

1) Skeptis terhadap judul:

UN
ML
NL

judul bombastis dengan huruf kapital dan tanda seru dapat menjadi ciri dari informasi yang tidak benar. Bila terdapat judul yang terlihat mengejutkan dan tidak dapat dipercaya, bisa jadi merupakan informasi atau berita palsu.

2) Teliti pada alamat URL:

banyak URL situs berita palsu yang dibuat mirip dengan situs yang asli, dengan sedikit perubahan pada alamatnya. Untuk memastikannya, pembaca dapat membuka situs tersebut dan membandingkannya dengan URL dari situs atau sumber terpercaya.

3) Cek sumber lainnya:

jika ada beberapa sumber berita terpercaya yang melaporkan suatu peristiwa, kemungkinan informasi tersebut benar. Tetapi jika hanya ada satu yang melaporkannya, dapat mengindikasikan informasi tidak benar.

4) Selidiki sumber:

pembaca perlu memastikan informasi atau berita yang dibaca berasal dari sumber terpercaya dan sudah memiliki reputasi keakuratan. Untuk memeriksa sumber berita daring dari media yang tidak dikenal, pembaca dapat mempelajari bagian “Tentang” pada situsnyanya.

5) Berita atau lelucon:

beberapa informasi atau berita terkadang sulit dibedakan dengan lelucon atau sindiran. Pembaca bisa memeriksa aktivitas sumber berita apakah memang sering menampilkan parodi. Periksa juga perincian dan nada kalimatnya adakah indikasi hanya lelucon.

U N
M L
N L

6) Periksa bukti:

pembaca sebaiknya menelusuri atau mencari tahu sumber bukti yang dicantumkan oleh penulis. Bukti yang kurang lengkap atau nama ahli yang tak disebutkan bisa jadi tanda informasi yang salah (palsu).

7) Cek bukti foto:

gambar atau video yang ditambahkan dalam informasi kadang kala merupakan hasil manipulasi. Pembaca sebaiknya juga menelusuri asal gambar atau video tersebut.

8) Kejanggalan format situs:

situs berita palsu banyak yang memiliki tata letak yang tidak biasa dan salah eja. Untuk mengetahui kejanggalan tersebut, pembaca harus membaca dan memperhatikannya dengan cermat.

9) Berita yang sengaja dipalsukan:

ketika membaca suatu pesan diperlukan pemikiran kritis karena ada berita atau informasi yang sengaja dipalsukan. Cukup bagikan informasi yang telah diyakini dapat dipercaya kebenarannya.

10) Periksa tanggal berita:

lini masa (gambaran peristiwa dalam urutan kronologis) informasi atau berita yang palsu mungkin sering tidak masuk akal. Bisa juga tanggal peristiwanya telah diubah.

U N

2.2.4 Media Sosial: WhatsApp

Terdapat hal yang membedakan antara media sosial dengan media konvensional (tradisional) seperti radio atau media cetak, juga dengan media baru lainnya seperti *websites* dan *podcast*. Definisi media sosial memerlukan fokus secara spesifik pada apa yang membuat aplikasi tersebut unik, termasuk peralatan di dalamnya (Hogan dan Quan-Haase, 2010). Keunikan media sosial tersebut adalah berfokus pada keterhubungannya, seperti yang dipaparkan oleh Bruns (2015).

Media sosial memiliki pengertian yang sangat luas dan bermacam-macam sehingga seringkali sulit dibedakan antara satu bentuk dengan bentuk lainnya. Maka media sosial dapat disimpulkan secara luas (McCay-Peet dan Quan-Haase, 2017, p. 17) sebagai

layanan berbasis web yang memperkenankan individu, komunitas, dan organisasi untuk berkolaborasi, berhubungan, berinteraksi, dan berhimpun dengan cara memungkinkan mereka untuk menciptakan, menciptakan ulang, memodifikasi, membagikan, dan mengikutsertakan user-generated content yang mudah diakses.

Media sosial juga memiliki arti yang lebih detil yaitu, media sosial menyediakan mekanisme bagi penggunanya untuk terhubung, berkomunikasi, dan berinteraksi satu sama lain melalui pesan instan atau *social networking sites* (Correa et al., 2010).

WhatsApp adalah media sosial berbentuk aplikasi pesan instan pada telepon pintar (*smartphone*) yang memungkinkan para penggunanya untuk mengirim dan menerima pesan berupa teks, foto, video, dokumen, lokasi, bahkan melakukan panggilan. Media sosial yang diciptakan oleh Jan Koum

dan Brian Action pada 2009 ini memulai misinya untuk menjadi media alternatif pengganti pesan singkat SMS (*short message service*) yang biasanya berbayar. Pesan dan panggilan di WhatsApp memiliki keamanan *end-to-end encryption* yang berarti tidak ada pihak ketiga yang bisa mengetahuinya, termasuk pengelola WhatsApp sendiri (WhatsApp, n.d.).

Tahun 2014 WhatsApp resmi bergabung dengan Facebook, media sosial lainnya yang lebih dulu lahir. Namun begitu WhatsApp tetap beroperasi secara terpisah dan memfokuskan untuk mengembangkan layanan bertukar pesan secara cepat dan terpercaya di seluruh penjuru dunia.

Church dan de Oliveira (2013) merangkum delapan hal yang membuat WhatsApp lebih digemari untuk digunakan ketimbang fitur pesan singkat biasa (SMS).

1) Biaya:

Biaya lebih murah. WhatsApp memanfaatkan jaringan internet sehingga akan lebih menguntungkan dalam komunikasi yang membutuhkan banyak frekuensi bertukar pesan, seperti perencanaan atau koordinasi aktivitas sosial.

2) Pengaruh sosial:

Kaum muda yang terlebih dahulu mengenal WhatsApp turut mempengaruhi kerabat dekat mereka dan kaum dewasa untuk bermigrasi menggunakan WhatsApp.

U N
M L
N L

3) *Nature / intent*:

WhatsApp memiliki sifat seperti percakapan. Tidak ada batasan jumlah dan panjang pesan yang dikirim. Pengirim dan penerima bisa bebas berbalas pesan layaknya komunikasi secara tatap muka.

4) Komunitas dan rasa saling terhubung:

WhatsApp membuat komunikasi terasa lebih personal dan intim. Adanya fitur grup percakapan juga terlihat menjadi salah satu cara paling mudah untuk menyatukan komunitas kecil termasuk keluarga, kolega, dan sebagainya dalam waktu bersamaan.

5) Kesegeraan, privasi, dan ekspektasi:

Pengguna merasa WhatsApp lebih cepat dan segera dibanding SMS. Pengguna berasumsi setiap pesan yang dikirim pasti akan dibaca si penerima, meskipun mungkin tidak saat itu juga. Selain itu, WhatsApp menyediakan informasi kapan seseorang sedang online, mengetik, kapan terakhir mengaksesnya, serta tanda centang yang menyatakan pesan telah terkirim, diterima, dan dibaca. Namun, WhatsApp membebaskan penggunanya untuk mengaktifkan privasi ini atau tidak.

6) Dapat dipercaya dan terjamin:

U N Dengan WhatsApp, pengguna dapat lebih percaya dan jelas, apakah
M L pesan sudah terkirim dan dibaca.
N L

7) Pilihan Teknologi:

▲ Lewat WhatsApp, teknologi dapat lebih bermanfaat untuk komunikasi seperti ketika mengirim foto atau video.

8) *Coping mechanism*:

WhatsApp memiliki notifikasi saat pesan masuk yang biasanya berupa suara, getaran, atau tampilan. Para pengguna bisa mengaturnya secara spesifik untuk kontak tertentu atau bahkan mematikan notifikasi secara keseluruhan.

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, teori dan konsep, dan tujuan penelitian yang ada, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H0.1: Tidak terdapat perbedaan tingkat literasi media antara ibu rumah tangga dan ibu bekerja di DKI Jakarta.

Ha.1: Terdapat perbedaan tingkat literasi media antara ibu rumah tangga dan ibu bekerja di DKI Jakarta.

H0.2: Tidak terdapat perbedaan kemampuan mengidentifikasi misinformasi di WhatsApp antara ibu rumah tangga dan ibu bekerja di DKI Jakarta.

Ha.2: Terdapat perbedaan kemampuan mengidentifikasi misinformasi di WhatsApp antara ibu rumah tangga dan ibu bekerja di DKI Jakarta.

N U S A N T A R A

H0.3: Tidak terdapat pengaruh tingkat literasi media terhadap kemampuan mengidentifikasi misinformasi di WhatsApp pada ibu rumah tangga dan ibu bekerja di DKI Jakarta.

Ha.3: Terdapat pengaruh tingkat literasi media terhadap kemampuan mengidentifikasi misinformasi di WhatsApp pada ibu rumah tangga dan ibu bekerja di DKI Jakarta.

2.4 Alur Penelitian

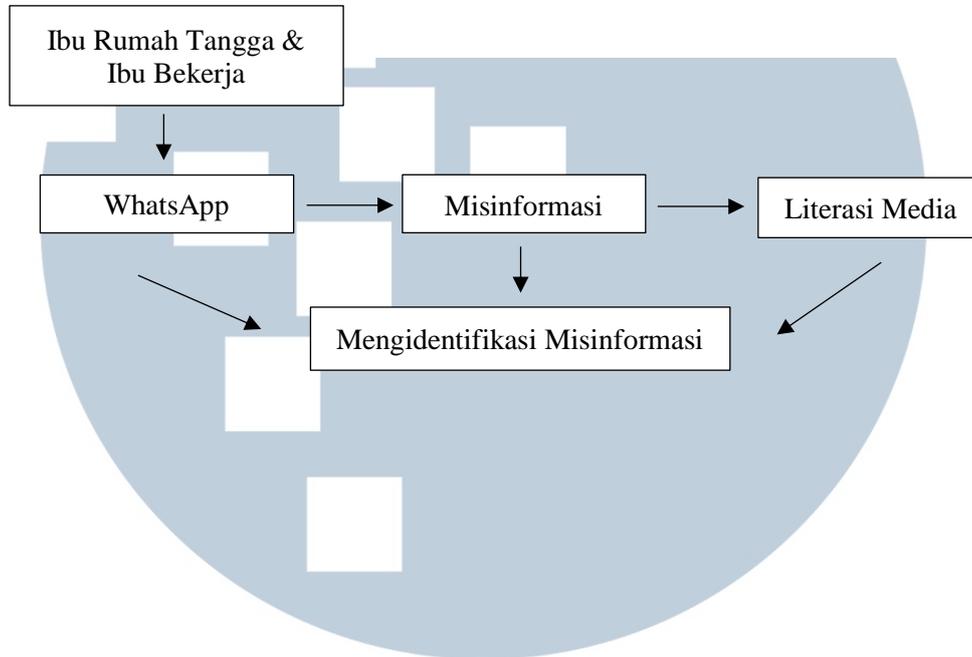
Selama kurun waktu 2016 sampai 2018 terjadi peningkatan penggunaan internet pada perempuan dan ibu rumah tangga (APJII, 2018). Selain itu, belakangan ini para penyebar misinformasi (hoaks) di media sosial banyak berasal dari kalangan ibu (Mufarida, 2018, para. 1-3). Salah satu media sosial yang familiar dalam kehidupan sehari-hari tersebut adalah aplikasi pesan instan WhatsApp (Haryanto, 2018, para. 7). Namun, sayangnya di dalam WhatsApp seringkali beredar misinformasi baik melalui grup percakapan maupun percakapan pribadi. Berdasarkan jumlah aduan, Kominfo menerima 733 laporan tentang konten hoaks di WhatsApp sepanjang tahun 2018 (Haryanto, 2019, para. 2).

Untuk bisa terhindar dari misinformasi ini, pengguna media membutuhkan kemampuan literasi media. Idealnya, dengan tingkat literasi media yang lebih tinggi akan memberikan manfaat bagi pengguna media kemampuan mengidentifikasi misinformasi. Tetapi sekali lagi, tidak setiap kalangan memiliki literasi media ini dengan baik meskipun sering menggunakan media. Oleh karena itu tujuan dari

IN U S A N I A R A

penelitian ini ingin mengetahui pengaruh tingkat literasi media terhadap kemampuan mengidentifikasi misinformasi.

Gambar 2.2 Bagan Alur Penelitian



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA