



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

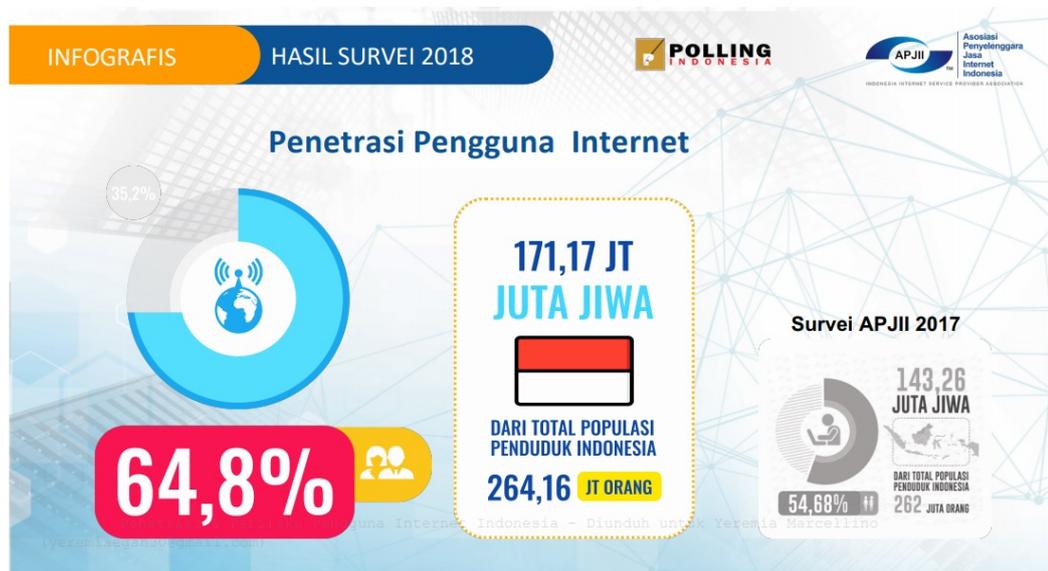
PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Berkembangnya media, memberikan kebebasan bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi yang mereka inginkan. Semua lapisan masyarakat dapat membaca dan mengetahui segala bentuk informasi dalam *platform* manapun. Sebagian informasi didapat bukan dari sekolah, atau tempat bekerja, melainkan dari media (Ardianto, Komala, & Karlinah, 2017, p. 18). Karenanya, media menjadi tempat untuk memberikan informasi kepada semua masyarakat.

Kemudahan tersebut, membuat penggunaan media semakin tinggi. Masyarakat dapat mengakses informasi dari media sosial. Menurut katadata (2019) pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi (Katadata, 2019, para. 1). Angka tersebut menunjukkan bahwa masyarakat khususnya di Indonesia sudah menggunakan media sosial. Menurut data Global Web Index, Indonesia menempati posisi ketiga dengan rata-rata waktu bermain medsos selama 3 jam 22 menit (“Orang Indonesia,” 2019).

Pada zaman ini, internet bukan menjadi hal baru bagi masyarakat karena hal tersebut dibutuhkan ketika masyarakat ingin mendapatkan informasi dari media sosial. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) menyebut penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 64,8% di tahun 2018 (APJII, 2018, p. 6).



Gambar 1.1 *Screenshot* Penetrasi Pengguna Internet 2018

Sumber : APJII, 2018

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa masyarakat Indonesia sudah terbiasa menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini membuat penggunaan media sosial di Indonesia cukup tinggi. Menurut LaQuey dalam dalam Ardianto et al (2017, p. 152-153) yang membedakan internet dari teknologi komunikasi tradisional adalah tingkat interaksi dan kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk menyiarkan pesannya.

Seseorang menggunakan internet dengan tujuan untuk berkomunikasi dan membuka media sosial (APJII, 2018, p. 34). Media sosial memberikan tempat yang bebas untuk mengakses segala bentuk informasi yang ada. Tetapi, kebebasan tersebut tidak selamanya positif. Karena penyebaran yang luas dan bebas, informasi benar dan salah menyatu di dalam media sosial sehingga cukup menyulitkan masyarakat untuk melihat dan mengetahui informasi yang benar atau salah. Benkler, 2012; Cross, 2011 dalam Nasrullah (2018, p. 33) menuliskan medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya.

Informasi yang didapatkan oleh seseorang dapat disebar dengan mudah di media sosial. Mereka juga dapat menambahkan atau mengubah sebuah informasi melalui media sosial. Penyebaran merupakan karakter lainnya dari media sosial (Nasrullah, 2018, p. 33). Kebebasan pengguna media sosial sangat besar untuk menyebarkan apapun ke dalam medium tersebut. Bahkan, informasi yang belum akurat pun dapat disebar dengan mudah. Informasi yang tidak akurat dan belum ada kebenarannya, dapat dikatakan sebagai informasi bohong. Informasi bohong tersebut dikenal sebagai *hoax*. *Hoax* adalah informasi yang sesungguhnya tidak benar, tetapi dibuat seolah-olah benar adanya (Sari, 2019, para. 2).

Dari penelitian, informasi *hoaks* sudah mencakup 60 persen dari konten media sosial di Indonesia (Meiliana, 2018, para. 2). Dari data tersebut, menyebutkan isi dari media sosial didominasi oleh informasi bohong atau *hoax*. Hal tersebut terjadi karena kurangnya literasi media

sehingga masyarakat yang menggunakan media sosial menjadi sulit untuk membandingkan informasi yang benar dan salah. Masyarakat yang terkena dampak informasi *hoax* adalah masyarakat yang berada pada generasi millennial. Generasi yang lahir pada era tahun 1980-an hingga 2000-an merupakan generasi yang dinilai paling rentan ‘tertelan’ oleh berita bohong atau *hoax* (Yovita, 2017, para. 1).

Generasi millennial adalah generasi yang sangat dekat dengan teknologi. Mereka mengikuti sebuah informasi yang ada, tetapi *platform* yang digunakan berbeda. Dari sisi konsumsi berita, hampir 79% generasi milenial menggunakan media sosial (Untari, 2018, para. 7). Data tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai tempat untuk mendapatkan informasi bagi generasi millennial cukup tinggi. Tetapi generasi tersebut cukup rentan karena mudah terpengaruh informasi bohong yang ada pada media sosial. Informasi yang luas tersebut, disebarkan dengan tujuan untuk mengubah opini masyarakat.

Harian Kompas (2018), menuliskan Pengguna *smartphone* saat ini di Indonesia didominasi oleh usia produksi yang disebut sebagai generasi milenial yang berumur 15–35 tahun. Karena generasi ini sudah dapat mengikuti perkembangan teknologi, tetapi masih banyak generasi ini menjadi korban dari informasi *hoax* yang tersebar melalui media sosial yang mereka gunakan. Kewaspadaan milenial terhadap informasi yang salah harus ditingkatkan melalui literasi medianya.

Fact checking hadir untuk memberikan sebuah fakta atau kebenaran mengenai informasi. Tetapi, adapun masalah yang terjadi pada masyarakat *post truth* adalah bias konfirmasi atau *confirmation bias*. Menurut Heshmat, bias konfirmasi terjadi dari pengaruh langsung keinginan pada kepercayaan. Ketika orang ingin suatu ide atau konsep tertentu menjadi benar, mereka akhirnya percaya itu benar (Shahram, 2015, para. 2). Masyarakat sudah memiliki pandangan sendiri mengenai kebenaran informasi. Hal tersebut menjadi tantangan baru dalam era *post truth*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perbandingan kepercayaan faktualitas informasi “instalasi gabion” di media sosial instagram dan cekfakta.com pada mahasiswa universitas multimedia nusantara?

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Seberapa tinggi nilai rata-rata faktualitas informasi instalasi gabion pada media sosial instagram dan cekfakta.com ?
2. Bagaimana signifikansi nilai tingkat faktualitas informasi instalasi gabion pada media sosial instagram dan cekfakta.com secara statistik ?

1.4 Tujuan penelitian

Penelitian ini menjadi menarik dan penting, karena riset atau penelitian mengenai cekfakta.com untuk mengetahui peran dan dampaknya terhadap masyarakat belum banyak dikaji. Oleh karena itu, penelitian ini

bertujuan untuk mengetahui apakah ada perbandingan tingkat kepercayaan faktualitas informasi “instalasi gabion” di media sosial instagram dan cekfakta.com pada mahasiswa universitas multimedia nusantara.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini menjadi sumbangan pengetahuan bagi dunia akademis. Karena melakukan perbandingan tingkat kepercayaan informasi dari cekfakta.com dan media sosial. Penelitian ini menjadi sumbangan bagi peneliti yang akan menggunakan metode survei dengan konsep faktualitas dan penelitian yang melakukan perbandingan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini menjadi petunjuk awal bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti mengenai perbandingan tingkat kepercayaan kepada *fact-checking* dan media sosial. Bagi penelitian selanjutnya, dapat menggunakan informasi dari cekfakta.com yang lebih spesifik dan juga dapat meneliti dengan informasi yang berasal dari media online atau media sosial lainnya.

1.5.3 Manfaat Sosial

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti bermanfaat untuk pengguna media sosial dalam mengakses informasi. Agar pengguna media sosial tidak mudah menyebarkan informasi yang ditemukan

melalui media sosial secara sembarangan tanpa mengetahui kebenaran informasi.

1.6 Keterbatasan penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi keterbatasan bagi peneliti dalam melakukan penelitian adalah sampel yang menjadi kunci utama bagi peneliti untuk melakukan survei. Karena sulitnya untuk mendapatkan jumlah populasi dari mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, maka hanya menggunakan teknik sampling *insidental*. Kemudian jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif yang dimana hanya menggambarkan data saja.