

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mengungkapkan bahwa, Indonesia termasuk ke dalam salah satu negara di mana masyarakatnya paling mudah percaya dengan konten yang tersebar di dunia maya. Hal ini merujuk pada data riset Centre for International Governance Innovation (CIGI) IPSOS 2017 yang mengungkap Indonesia menduduki peringkat ke tujuh dengan pengguna internet yang paling mudah terhasut dengan hoaks (R. Jeko, 2017, para. 1&4).

Sementara itu, dalam artikel yang dirilis oleh *Kompas.com* dengan judul *Mengapa banyak orang mudah percaya berita “Hoax”?*, khalayak akan lebih mudah percaya hoaks jika informasinya sesuai dengan opini mereka, serta kurangnya pengetahuan dan pemahaman (Respati, 2017, para. 5&8).

IDN Times dengan artikelnya yang berjudul *Ini 8 alasan kenapa banyak orang Indonesia yang mudah percaya hoax atau kabar bohong* (Wicaksono, 2019, para. 2-15) juga memaparkan delapan alasan kenapa orang Indonesia mudah terpengaruh oleh berita bohong, yaitu sebagai berikut:

- Kebanyakan pembaca Indonesia hanya membaca dari judul, tanpa membaca dari keseluruhan isi berita
- Pembaca Indonesia cenderung lebih percaya kepada sumber tertentu
- Cenderung tidak percaya dengan sumber lain yang memiliki opini berbeda
- Sebagian pembaca masih belum bisa membedakan antara satir dengan hoaks
- Jika ada pemberitaan yang mewakili perasaan si pembaca, kebanyakan pembaca Indonesia langsung menyebarkan ulang berita tersebut
- Kebanyakan orang Indonesia cenderung langsung percaya kepada berita yang sering ia lihat di timeline mereka
- Orang Indonesia masih enggan untuk mencari dan memverifikasi kebenaran sebuah berita
- Serta, sebuah ajakan sudah cukup membuat banyak orang Indonesia percaya dengan berita yang disebarkan.

Kemudian, berdasarkan data penetrasi pengguna internet Indonesia tahun 2018, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan total populasi penduduk Indonesia, sebanyak 264,16 juta jiwa 64,8 persen atau setara dengan 171,17 juta jiwa diantaranya ialah pengguna aktif internet. Tren tersebut mengalami peningkatan dari pengguna internet tahun 2017, sejumlah 143,26 juta jiwa (APJII, 2017, p. 2).

Gambar 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet 2018



Menurut hasil penelitian dari Baidu dan GFK, masyarakat Indonesia menggunakan media untuk mendapatkan informasi, dan konten informasi yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia ialah sebanyak 73% untuk konten hiburan, 70% untuk konten isu sosial, sementara itu untuk konten sains dan teknologi menduduki peringkat terendah, yaitu hanya sebanyak 30% (Insights on News consumption in Indonesia, 2016, slide 4).

Dengan melihat jumlah penetrasi pengguna internet yang setiap tahunnya mengalami peningkatan dan beberapa alasan mengapa khalayak

mudah termakan oleh hoaks, Gallagher dan Larry menjelaskan, untuk mengontrol persebaran hoaks di media sosial kita perlu melakukan sedikit riset untuk memastikan informasi tersebut benar atau salah, sebelum meneruskannya kembali (Gallagher & Larry, 2017, p. 10). Dengan cara menyoroti atau menyalin bagian dari teks di dalam informasi yang kita temui di media sosial, lalu mencarinya melalui search engine apakah media resmi sudah memverifikasi informasi tersebut, jika belum ada media resmi yang memverifikasi coba lihat apakah orang lain sudah ada yang berkomentar memverifikasi atau membantah terkait hal itu.

Terkadang orang yang membagikan informasi di media sosial tidak sadar bahwa informasi yang mereka sebarakan memiliki kemungkinan berupa informasi hoaks atau palsu (Gallagher & Larry, 2017, p. 10).

Maka dari itu, literasi media sudah sangat dibutuhkan pada era ini. Mengutip pernyataan Oberg tahun 1993, dari jurnal karya Ari Rizki Nugraha dan Andoyo Sastromiharjo (2018) perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi melahirkan tantangan baru yang menuntut manusia untuk memiliki kemampuan multi literasi. Perkembangan ini mengakibatkan definisi dan makna literasi yang sudah berubah dan akan terus berubah (Nugraha & Andoyo, 2018, p. 64).

United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) menjelaskan bahwa, literasi media dan informasi atau biasa disingkat dengan LMI merupakan integrasi antara literasi media, literasi informasi, dan literasi ICT atau digital (*Global Media and Information Literacy Assessment Framework*, 2013, p. 27).

LMI didefinisikan sebagai seperangkat kompetensi yang mengajak masyarakat untuk mengakses, mengambil, memahami, mengevaluasi dan menggunakan, untuk membuat serta berbagi informasi dan konten media dalam berbagai format, menggunakan berbagai alat, dengan cara yang kritis, etis dan efektif, dan dalam untuk berpartisipasi dan terlibat dalam kegiatan pribadi, profesional, dan sosial (*Global Media and Information Literacy Assessment Framework*, 2013, p. 29).

UNESCO menjelaskan, perlu adanya penggabungan literasi media, digital, dan informasi untuk mendukung terciptanya kompetensi yang dibutuhkan masyarakat dalam mengakses dan mengevaluasi informasi dari berbagai platform media menggunakan teknologi digital (*Global Media and Information Literacy Assessment Framework*, 2013, p. 29).

Tujuan utama dari LMI sendiri ialah memberdayakan orang untuk menggunakan hak-hak universal dan kebebasan fundamental mereka, seperti kebebasan berpendapat dan berekspresi, serta untuk mencari, menyampaikan

dan menerima informasi, mengambil keuntungan dari peluang yang muncul dalam cara yang paling efektif, inklusif, etis, serta cara yang efisien untuk kepentingan semua individu (Global Media and Information Literacy Assesment Framework, 2013, p. 31).

Meningkatnya jumlah pengguna media sosial bisa juga dikarenakan media sosial menawarkan akses yang luas serta tanpa terbatasnya ruang untuk bertukar informasi, media sosial juga menyediakan ruang bagi penggunanya untuk berkumpul di sekitar minat dan informasi yang sama. Pada situasi tertentu, media sosial memungkinkan konten menyebar dengan cepat ke seluruh jaringan dan menjadi viral, akan tetapi media sosial juga menyediakan cara cepat untuk menyampaikan informasi hoaks atau pendapat sepihak tanpa kemampuan verifikasi (Utami, 2018, p. 25).

Sementara itu, menurut hasil survey yang telah dilakukan oleh Baidu dan GFK, masyarakat Indonesia 24% mencari informasi secara online melalui media sosial (Insights on News consumption in Indonesia, 2016, slide 5). Dengan meningkatnya jumlah masyarakat yang menggunakan media sosial, akan semakin banyak juga masyarakat yang terpapar dengan informasi hoaks. Informasi hoaks bisa sulit untuk dikoreksi dan mungkin akan memiliki implikasi yang bertahan lebih lama ketimbang informasi pada umumnya (Stahl, 2018, p. 1).

Kemudian, yang menjadi alasan peneliti dalam memilih mahasiswa didasari karena mahasiswa merupakan salah satu khalayak yang banyak menggunakan media sosial dan internet. Berdasarkan survey dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada Tahun 2016 mahasiswa mendominasi dengan perolehan persentase tertinggi sebesar 89,7%, dalam persentase penetrasi pengguna internet di Indonesia. Mahasiswa menggunakan media sosial dan internet untuk menambah wawasan dan pengetahuannya dan juga mahasiswa sangat aktif menggunakan internet saat ini karena ditunjang dengan teknologi yang sudah semakin maju (Zulyadaini & Yulianita, 2018, p. 777). Hal demikian dikhawatirkan juga, semakin sering mahasiswa mengakses internet dan media sosial maka akan semakin sering pula mereka bersinggungan dengan hoaks (Mutmainnah, 2018, p. 7).

Mahasiswa sebagai kalangan akademisi seharusnya lebih mengerti dan mengetahui berita yang beredar hoaks atau bukan, terutama mahasiswa Ilmu Komunikasi yang notabene-nya telah mendapatkan pelajaran yang lebih tentang komunikasi (Zulyadaini & Yulianita, 2018, p. 777-778).

Dikarenakan terlalu banyaknya hoaks yang menyesatkan di media sosial, maka perlu dibarengi dengan adanya literasi media. Khususnya bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi, yang sudah dikenal dapat memahami dan membedakan mana informasi yang benar dan mana yang hoaks.

Maka dari itu dalam penelitian kali ini, peneliti ingin meneliti hubungan literasi media dan informasi dengan perilaku menyebarkan hoaks di media sosial pada mahasiswa Ilmu Komunikasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

Apakah terdapat hubungan antara literasi media dan informasi dengan perilaku menyebarkan hoaks di media sosial pada mahasiswa/I Ilmu Komunikasi.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1.3.1 Seberapa tinggi tingkat literasi media dan informasi mahasiswa/i jurusan Ilmu Komunikasi?

1.3.2 Seberapa tinggi tingkat kontrol menyebarkan hoaks mahasiswa/i jurusan Ilmu Komunikasi di media sosial?

1.3.3 Apakah terdapat hubungan antara literasi media dan informasi dengan perilaku menyebarkan hoaks di media sosial pada mahasiswa/i jurusan Ilmu Komunikasi?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini ialah :

- 1.4.1 Peneliti ingin mengetahui tingkat literasi media dan informasi mahasiswa/i jurusan Ilmu komunikasi.
- 1.4.2 Peneliti ingin mengetahui tingkat kontrol menyebarkan hoaks mahasiswa/i jurusan Ilmu Komunikasi di media sosial.
- 1.4.3 Peneliti ingin mengetahui apakah terdapat hubungan antara literasi media dan informasi dengan perilaku menyebarkan hoaks di media sosial pada mahasiswa/i jurusan Ilmu Komunikasi.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini, ialah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Akademis

Manfaat atau signifikansi dari aspek akademis, peneliti mengharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu komunikasi khususnya program studi Jurnalistik, mengevaluasi, dan menjadi referensi. Meskipun penelitian yang meneliti soal hubungan literasi media dengan hoaks pada siswa ataupun mahasiswa sudah banyak ditemui, namun yang menjadi kelebihan dalam penelitian kali ini ialah peneliti telah menyusun indikator untuk variabel perilaku menyebarkan hoaks, diharapkan dapat digunakan dan ditambahkan untuk kepentingan penelitian selanjutnya

Hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi basis data untuk penelitian lanjutan berupa pengaruh tingkat literasi media dan informasi

terhadap perilaku menyebarkan hoaks. Penelitian lanjutan ini penting dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari pemahaman literasi media dan informasi terhadap perilaku menyebarkan hoaks.

1.5.2 Manfaat Sosial

Manfaat sosial dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pemahaman dan pembentukan kesadaran terhadap literasi media oleh masyarakat. Mengingat masih terlalu banyaknya khalayak yang belum bisa membedakan mana berita benar dan hoaks, serta kecanggihan teknologi saat ini yang membuat hoaks menjadi semakin mudah disamarkan dan bersinggungan dengan berita benar.

1.5.3 Manfaat Praktis

Sedangkan manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan bermanfaat dan dapat membantu pemerintah dalam merubah atau merancang aturan-aturan baru terkait hoaks di media sosial. Mengingat aturan terkait hoaks di media sosial masih sangat minim di Indonesia.

1.6 Batasan Penelitian

Untuk menghindari ruang lingkup penelitian yang terlalu luas dan mengambang, maka peneliti merasa perlu untuk membuat batasan masalah yang lebih spesifik dan jelas. Adapun yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1.6.1 Penelitian ini hanya berfokus untuk meneliti hubungan antara tingkat kemampuan mengidentifikasi hoaks di media sosial pada mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, sehingga hasil dari penelitian ini tidak bisa digeneralisir dalam skala jurusan lainnya.
- 1.6.2 Penelitian hanya dilakukan pada mahasiswa di Jakarta, sehingga hasil dari penelitian tidak bisa digeneralisir dalam skala nasional.
- 1.6.3 Peneliti belum dapat mengadaptasi seluruh prosedur yang harus dilakukan untuk mengukur tingkat literasi media dan hoaks secara menyeluruh.