

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diperlukan supaya dapat memperjelas dan mempertegas keotentikan penelitian. Membandingkan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang memiliki kesamaan topik. Berikut adalah penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dan berkontribusi dalam pembuatan penelitian ini:

1. *Literasi Media Digital Mahasiswa Surakarta dalam Mensikapi Hoaks di Media Sosial (Riyanto dan Hastuti, 2017)*

Penelitian pertama merupakan jurnal ilmiah berjudul *Literasi Media Digital Mahasiswa Surakarta dalam Mensikapi Hoaks di Media Sosial* penelitian tahun 2017 yang dibuat oleh Buddy Riyanto dan Nurmawati Hindra Hastuti ini hendak mengkaji bagaimana literasi media digital mahasiswa Surakarta dalam menyikapi hoaks yang belakangan ini semakin marak ditemui di media sosial (Riyanto & Hastuti, 2017, p. 27).

Penelitian karya Riyanto dan Hastuti ini dilatar belakangi dengan maraknya misinformasi atau yang biasa dikenal dengan sebutan hoaks semakin merisaukan pengguna media sosial. Dalam penelitiannya,

Riyanto dan Hastuti memberikan beberapa contoh dari dampak hoaks yang terjadi di Indonesia. Contoh pertama yang diberikan ialah, kasus pembakaran vihara dan kelenteng di daerah Tanjung Balai Sumatera Utara pada bulan Juli tahun 2016, hal tersebut diakibatkan oleh masyarakat yang termakan oleh hoaks yang mereka temukan di media sosial. Contoh kedua yang diberikan oleh keduanya dalam penelitian ini ialah pada pertengahan Desember 2016 di mana dua orang ditemukan tewas dan satu orang kritis akibat tawuran yang terjadi di daerah Depok, Jawa Barat, lagi-lagi hal tersebut diakibatkan karena tersulut oleh hoaks yang tersebar di media sosial (Riyanto & Hastuti, 2017, p. 27).

Penelitian ini menyebutkan bahwa mahasiswa merupakan kaum terdidik calon pemimpin masa depan, yang mana sebagai kaum terdidik mahasiswa juga seharusnya mampu memahami, menganalisis, menilai, dan mengkritisi informasi yang ada di media sosial. Maka dari itu, pertanyaan penelitian dari penelitian ini ialah, *bagaimana sikap mahasiswa saat terpapar hoaks dan apa tindakannya?*, hal ini yang menjadi menarik mengingat selalu ada alasan dibalik suatu tindakan yang dilakukan seorang individu (Riyanto & Hastuti, 2017, p. 28).

Riyanto dan Hastuti (2017, p. 28) dalam penelitian ini juga mendeskripsikan kemampuan literasi media digital yang dikuasai

mahasiswa melalui pengalaman komunikasinya dalam mensikapi hoaks di media sosial. Subjek mahasiswa dalam penelitian ini ialah para aktivis mahasiswa yang cenderung dapat lebih kritis jika dibandingkan dengan mahasiswa non-aktivis. Kriteria mahasiswa aktivis dipilih sebagai informan dikarenakan tingkat literasi media dipengaruhi oleh tingkat intelektualitas dan tingkat kepedulian seseorang. Dan secara umum aktivis mahasiswa memiliki tingkat kepedulian terhadap persoalan-persoalan sosial yang relatif lebih tinggi dibandingkan mahasiswa non-aktivis (Riyanto & Hastuti, 2017, p.27-28).

Jenis penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif, yang menekankan pada proses dan makna, dan juga termasuk ke dalam penelitian yang menyelidiki fenomena-fenomena di dalam konteks kehidupan nyata dengan memanfaatkan multi sumber, yang dikategorikan sebagai studi kasus. Selain itu, dikarenakan permasalahan dan fokus penelitian sudah ditentukan sebelum peneliti terjun ke lapangan, maka jenis penelitian kasus ini disebut sebagai studi kasus terpancang (Riyanto & Hastuti, 2017, p. 28).

Penelitian ini menggunakan teknik sampling yang bersifat *purposive sampling*, hal tersebut digunakan untuk menjaring data informasi yang akurat, maka sampling dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan. Sementara itu, untuk pengumpulan data dilakukan dengan melakukan

wawancara mendalam, secara akrab dan terbuka, sehingga informan dapat mengungkapkan data informasi secara wajar (Riyanto & Hastuti, 2017, p. 28).

Berdasarkan hasil temuan dari penelitian ini, mahasiswa Surakarta memiliki ketrampilan dalam mengakses dan mengeksplor media baru yang digunakan, mereka cukup dapat mengeksplorasi dan mengetahui seluk-beluk aplikasi media yang mereka gunakan, media sosial digunakan dalam keseharian mahasiswa di Surakarta, hal ini yang membuat mahasiswa Surakarta semakin melek terhadap media digital. Namun, sebagian besar mahasiswa Surakarta masih ada yang kurang memahami bagaimana proses dalam suatu pemberitaan, banyak dari mereka masih ada yang belum memahami bahwa berita yang ada di media konvensional ataupun media daring (*online*) merupakan sebuah hasil konstruksi dari realitas sosial yang dilakukan oleh suatu media atau penulis berita menjadi sebuah realitas media. Hanya sebagian kecil dari mereka yang mengerti bahwa realitas di media tidak sama persis dengan realitas empiris, bahkan membaca atau mengakses sebuah berita, terutama pada media *mainstream* tidak menjadi kebutuhan sehari-hari bagi sebagian besar mahasiswa di Surakarta. Namun situasi berbeda ketika mengakses media sosial, karena sifatnya yang interaktif, orang tidak hanya sebagai konsumen tetapi juga dapat berperan sebagai produsen, maka pengguna media sosial

terkondisikan untuk bersimulasi dengan pesan media (Riyanto & Hastuti, 2017, p. 29-30).

Sementara itu, sikap mahasiswa Surakarta dalam mensikapi hoaks, secara umum mahasiswa Surakarta sudah memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi hoaks di media sosial, baik itu *facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, bahkan di *Snapchat* sekalipun. Namun, kemampuan dalam mengidentifikasi hoaks yang dimiliki mahasiswa Surakarta jarang digunakan, hal ini dikarenakan mahasiswa di Surakarta kurang sensitif, kurang kritis, serta tidak memiliki sikap curiga terhadap informasi yang mereka terima di media sosial. Ketika menerima informasi, mahasiswa Surakarta cenderung membaca tanpa menggunakan pemikiran yang kritis, dan jika informasi tersebut dianggap menarik, biasanya karena ingin menjadi yang pertama dalam menyampaikan sebuah informasi, mereka kerap menjadi adu kecepatan untuk menyebarkan ulang informasi tersebut (Riyanto & Hastuti, 2017, p. 32).

Sebagian dari mahasiswa di Surakarta juga ada yang menyadari bahwa hoaks mempunyai dampak buruk bagi kehidupan masyarakat. Mereka juga memahami bahwa untuk mencegah terhasut hoaks, seseorang perlu meningkatkan wawasannya, banyak membaca dari sumber-sumber yang kredibel, sehingga ketika terpapar hoaks mereka mampu untuk menyaring informasi yang mereka dapati di media sosial. Maka jika ditarik

kesimpulannya, mahasiswa Surakarta dinilai sudah memiliki tingkat literasi media digital yang cukup baik, tetapi dikarenakan kurangnya wawasan dan dalam perilaku mereka sehari-hari masih kurang kritis ketika menerima atau mengakses informasi di media sosial, sehingga memungkinkan bagi mereka untuk terpengaruh oleh hoaks yang tersebar di media sosial. Oleh karena itu, Riyanto dan Hastuti dalam penelitian ini memberikan saran kepada mahasiswa Surakarta untuk lebih meningkatkan pengetahuannya tentang proses pemberitaan, wawasan umum, dan daya kritisnya, sehingga dapat mampu memperbaiki tingkat literasi media digital di daerah Surakarta, dan sekaligus dapat menangkal hoaks yang tersebar di media sosial (2017, p. 32).

2. *Kajian Keterampilan Intelektual Mahasiswa UNESA dalam Mengenali Berita HOAX di Media Sosial (Zuria dan Suryanto, 2018)*

Penelitian kedua merupakan jurnal ilmiah berjudul *Kajian Keterampilan Intelektual Mahasiswa UNESA dalam Mengenali Berita HOAKS di Media Sosial* penelitian tahun 2018 yang dibuat oleh Siti Fatimatus Zuria dan Totok Suryanto ini hendak mengkaji bagaimana gambaran umum keterampilan intelektual mahasiswa UNESA dalam mengenali berita hoaks di media sosial. Hal yang melatarbelakangi keduanya untuk melakukan penelitian tersebut ialah karena keduanya melihat beberapa kasus penyebaran informasi hoaks yang meresahkan

masyarakat. Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, yang memudahkan kehidupan manusia nyatanya menjadi permasalahan sosial yang dapat mengancam keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Perkembangan teknologi yang pesat di negara Indonesia berbanding terbalik dengan karakteristik masyarakat Indonesia yang masih memiliki literasi yang rendah, sehingga berdampak pada kemampuan berpikir kritis dalam mengenali informasi hoaks di media sosial. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa, untuk mencegah penyebaran berita *hoax* di media sosial maka diperlukan keterampilan intelektual (p. 565-569).

Zuria dan Suryanto juga menjelaskan bahwa maraknya penyebaran informasi hoaks di media sosial menunjukkan bahwa netizen di Indonesia masih belum mampu menyaring berita di media sosial dengan benar, salah satu faktor yang menyebabkan hal tersebut terjadi ialah literasi yang rendah. Kegiatan literasi diperlukan agar netizen dapat mengetahui materi-materi yang dapat dikaitkan dengan berita-berita yang tersebar di media sosial. Kemampuan literasi yang baik akan mendukung netizen dalam meningkatkan keterampilan berpikir kritis (Zuria dan Suryanto, 2018, p. 568).

Di dalam penelitian ini juga diberikan contoh berita hoaks yang sempat membuat kegaduhan di masyarakat ialah berita tentang isu

kedatangan Aung San Suu Kyi ke Yogyakarta dari pesan yang berantai di media sosial, diisukan bahwa kepala negara Myanmar tersebut akan berkunjung ke Yogyakarta, padahal beberapa hari sebelumnya Aung San Suu Kyi bertemu dengan Menteri Luar Negeri Indonesia di Myanmar. Aparat kepolisian juga tidak mendapatkan laporan bahwa Aung San Suu Kyi akan berkunjung ke Yogyakarta, karena jika betul Aung San Suu Kyi akan berkunjung ke Yogyakarta pastinya akan ada koordinasi pengamanan tambahan di wilayah Yogyakarta. Informasi hoax ini mengakibatkan sejumlah ormas melakukan unjuk rasa terkait dengan kedatangan Aung San Suu Kyi. Isu kedatangan Aung Sung Kyi ke Yogyakarta merupakan provokasi agar ormas-ormas muslim melakukan aksi di candi Borobudur, candi Borobudur merupakan salah satu candi Budha terbesar di dunia, sehingga dengan adanya berita hoaks yang meyebutkan bahwa kepala negara Myanmar datang ke Indonesia pasti akan dihubungkan dengan peristiwa Rohingya di Myanmar dimana negara Myanmar merupakan negara dengan mayoritas warga negaranya memeluk agama Budha (Zuria dan Suryanto, 2018, p. 569).

Kemudian, alasan peneliti dalam penelitian ini memilih mahasiswa UNESA sebagai subjek penelitian, selain dikarenakan pihak kampus menuntut mahasiswanya untuk menggunakan teknologi termasuk internet se-aktif mungkin, mahasiswa UNESA yang mayoritas mempunyai akun

media sosial akan lebih mudah untuk mendapatkan informasi hoaks, karena media sosial merupakan konten penyebaran informasi hoaks paling tinggi di Indonesia. Oleh karena itu keterampilan intelektual diperlukan bagi seorang mahasiswa untuk dapat mengenali berita-berita yang ada di media sosial dengan benar, selain itu keterampilan intelektual dibutuhkan agar mahasiswa tidak mudah terprovokasi oleh informasi hoaks yang marak tersebar di media sosial. Selain itu juga, mahasiswa merupakan kaum intelektual yang memiliki kemampuan literasi lebih baik daripada orang lain yang tidak mengenyam pendidikan tinggi. Mahasiswa yang mengenyam pendidikan tinggi juga dituntut untuk memiliki kemampuan berpikir kritis, kemampuan berpikir kritis diperlukan untuk memahami dan menemukan solusi dalam menghadapi permasalahan di bidang akademik, maupun non akademik. Sebagai seorang mahasiswa, tentunya harus mengamalkan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu : 1. Pendidikan dan Pengajaran, 2. Pengabdian Masyarakat, 3. Penelitian dan Pengembanagan, sehingga mahasiswa mempunyai peran yang penting dalam kehidupan, berbangsa dan bernegara (Zuria dan Suryanto, 2018, p. 569).

Dengan adanya kasus maraknya penyebaran informasi hoaks di media sosial, menjadi tantangan tersendiri bagi mahasiswa agar mampu menentukan sikap jika dia mendapatkan suatu Informasi, dan mampu

mengetahui kebenaran berita yang tersebar di media sosial. Mahasiswa juga dituntut untuk dapat berperan aktif dalam pencegahan penyebaran informasi hoaks di media sosial dengan memberikan edukasi bagi masyarakat sehingga masyarakat tidak mudah terhasut oleh informasi hoaks yang ada di media sosial (Zuria dan Suryanto, 2018, p. 570).

Metode penelitian yang digunakan oleh Zuria dan Suryanto dalam penelitian ini ialah deskriptif kuantitatif. Dan untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket tertutup, yaitu angket yang telah disediakan pilihan jawabannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Universitas Negeri Surabaya angkatan 2014-2017 yang berjumlah 19.281. Mahasiswa angkatan 2014 berjumlah 4.507 mahasiswa, angkatan 2015 berjumlah 4713 mahasiswa, angkatan 2016 berjumlah 4.736 mahasiswa, dan angkatan 2017 berjumlah 5.325 mahasiswa. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan jenis proportionate stratified random sampling. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah mahasiswa Unesa angkatan 2014, 2015, 2016, dan 2017, sehingga teknik proportionate stratified random sampling digunakan dalam menentukan jumlah sampel, dari perhitungan sampel tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa (Zuria dan Suryanto, 2018, p. 571).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keterampilan mahasiswa UNESA dalam mengenali informasi hoaks di media sosial, yang diukur melalui Indikator kecakapan mengidentifikasi berita yang ada di media sosial, yang terdiri dari 4 (empat) pernyataan, dapat diketahui bahwa mahasiswa Unesa sangat cakap dalam mengidentifikasi berita yang ada di media sosial. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat dari total skor sejumlah 1247. Dalam kecakapan mengidentifikasi, mahasiswa Unesa telah mampu menggolongkan informasi hoaks di media sosial. Mahasiswa UNESA memercayai berita hoax pada umumnya digolongkan sebagai berita yang memiliki judul provokatif (Zuria dan Suryanto, 2018, p. 573).

Selanjutnya mahasiswa UNESA juga setuju jika informasi hoaks, dapat dibuat oleh siapa saja termasuk kalangan terpelajar, dan orang memiliki pengaruh besar dalam masyarakat. Berita yang dibuat oleh orang yang berpengaruh besar dalam masyarakat akan cenderung lebih dipercayai oleh masyarakat. Informasi hoaks juga dapat menampilkan judul yang benar, namun setelah dibaca ternyata beberapa pernyataan yang dimuat dalam berita tersebut, tentunya hal ini akan dapat menimbulkan perpecahan dalam masyarakat. Kemudian, mahasiswa UNESA juga setuju kalau informasi hoaks tidak hanya berisikan berita yang dibuat oleh pemikiran individu, dan tidak dapat dibuktikan kebenarannya. Dalam penelitian ini mengungkapkan berita dapat digolongkan sebagai hoaks

apabila berita yang dimuat sudah tidak relevan jika diterapkan dalam kehidupan di era sekarang ini (Zuria dan Suryanto, 2018, p. 573).

Sementara itu pada indikator kecakapan mengidentifikasi informasi yang dimuat di media sosial, mahasiswa UNESA cakap dalam mendeskripsikan informasi yang dimuat di media sosial, hal tersebut dapat dilihat pada rata-rata jawaban mahasiswa sejumlah 12,94, sehingga menurut kriteria penilaian mahasiswa UNESA dinyatakan sangat cakap. Menurut hasil penelitian, mahasiswa UNESA sangat mampu mengidentifikasi informasi hoaks di media sosial, hal tersebut ditandai dengan, mahasiswa UNESA yang menyatakan kesetujuannya jika informasi hoaks di media sosial dapat dengan mudah tersebar dan mempengaruhi banyak orang, hal tersebut dikarenakan informasi hoaks pada umumnya memberi ajakan atau paksaan kepada penerima berita agar mau untuk menyebarkan berita tersebut ke sejumlah kontak yang ada pada akun media sosial yang dimiliki. Kemudian, informasi hoaks kerap kali tidak menyertakan sumber berita yang dapat dipercaya, hal ini menunjukkan bahwa informasi hoaks dibuat berdasarkan pemikiran individu, dan sulit untuk dibuktikan kebenarannya. Mahasiswa UNESA juga setuju bahwa hoaks sengaja di buat untuk menciptakan kegaduhan di masyarakat. Hal ini tentunya akan menimbulkan perselisihan di dalam masyarakat, karena adanya pro dan kontra. Kondisi seperti ini tentunya akan membuat

kehidupan berbangsa dan bernegara tidak dapat berjalan dengan rukun dan damai (Zuria dan Suryanto, 2018, p. 574).

Untuk hasil temuan yang menyatakan bahwa mahasiswa UNESA cakap dalam menjelaskan berita yang dimuat di media sosial. Mahasiswa UNESA yang sangat cakap dalam menjelaskan berita yang di muat di media sosial sejumlah 62 mahasiswa, kemudian cakap sejumlah 34 mahasiswa, dan 4 mahasiswa yang tidak cakap dalam menganalisis kebenaran berita. Dalam kecakapan menjelaskan, mahasiswa UNESA telah mampu menjabarkan berita-berita yang dimuat di media sosial. Mahasiswa UNESA menyatakan kesetujuannya jika latar belakang informasi hoaks dapat dengan mudah dan cepat tersebar di media sosial disebabkan karena netizen di Indonesia cenderung mempercayai satu berita, dan tidak mencari kebenaran berita tersebut dengan membaca berita dari portal berita resmi. Hal tersebut dikarenakan kemampuan literasi bermedia pengguna media sosial di Indonesia yang masih rendah (Zuria dan Suryanto, 2018, p. 574).

Selain kemampuan literasi bermedia yang rendah, yang menjadi penyebab informasi hoaks dengan mudah tersebar di media sosial yaitu sejumlah kebijakan pemerintah yang kurang tegas dalam memberikan sanksi kepada pelaku pembuatan dan penyebaran informasi hoaks. Hal ini mengakibatkan masih banyak pengguna media sosial yang berani untuk

membuat informasi hoaks dan disebar di media sosial (Zuria dan Suryanto, 2018, p. 574).

Sementara itu pada indikator kecakapan dalam menganalisis kebenaran berita yang ada di media sosial, diperoleh hasil temuan yang menyatakan bahwa mahasiswa UNESA sangat cakap dalam menganalisis kebenaran berita yang ada di media sosial. Mahasiswa Unesa yang sangat cakap dalam menganalisis kebenaran berita sejumlah 81 mahasiswa, kemudian cakap sejumlah 18 mahasiswa, dan 1 mahasiswa yang tidak cakap dalam menganalisis kebenaran berita. Mahasiswa UNESA menyatakan kesetujuannya, jika ingin mengetahui kebenaran berita yang ada di media sosial, maka yang harus dilakukan adalah mencari informasi dari berbagai sumber sehingga informasi yang didapat tentunya lebih luas lagi (Zuria dan Suryanto, 2018, p. 575).

Kemudian untuk Hasil tanggapan responden dalam menentukan pilihan dalam setiap pernyataan pada indikator dalam kecakapan menilai berita-berita yang ada di media sosial, diperoleh hasil temuan yang menyatakan bahwa mahasiswa UNESA sangat cakap dalam menilai berita-berita yang ada di media sosial. Mahasiswa UNESA yang sangat cakap dalam menilai informasi sejumlah 57 mahasiswa, kemudian cakap sejumlah 18 mahasiswa, dan 1 mahasiswa yang tidak cakap dalam menilai informasi. Mahasiswa UNESA menyatakan kesetujuannya, jika

mahasiswa seharusnya tidak akan mudah mempercayai berita-berita yang ada di media sosial, karena berita yang dimuat di media sosial tidak semua dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Namun dari jawaban mahasiswa juga dapat disimpulkan bahwa mahasiswa ragu-ragu untuk menyatakan bahwa mahasiswa dapat terhindar dari informasi hoaks di media sosial (Zuria dan Suryanto, 2018, p. 575).

Hasil penelitian yang selanjutnya mengungkapkan bahwa mahasiswa Unesa setuju untuk mempelajari biografi tokoh politik. Mempelajari biografi tokoh politik juga diperlukan agar terhindar dari informasi hoaks, dengan mempelajari biografi tokoh politik mahasiswa percaya bahwa akan dapat mendapatkan informasi yang lebih akurat. Mahasiswa yang sebagai kaum intelektual juga dituntut untuk mengamalkan Tri Dharma Perguruan Tinggi, salah satunya adalah melakukan penelitian atau riset. Dalam penelitian ini mahasiswa Unesa setuju untuk dapat melakukan penelitian atau riset terlebih dahulu agar berita-berita yang tersebar di media sosial dapat dibuktikan kebenarannya (Zuria dan Suryanto, 2018, p. 575).

Kemudian untuk hasil tanggapan responden dalam menentukan pilihan dalam setiap pernyataan pada indikator dalam kecakapan menilai informasi-informasi yang ada di media sosial, dari rata-rata jawaban responden sejumlah 13,19%, sehingga diperoleh hasil temuan yang menyatakan bahwa mahasiswa UNESA sangat cakap dalam mengambil

keputusan untuk menyebarkan atau tidak berita-berita yang ada di media sosial. Mahasiswa UNESA yang sangat cakap dalam mengambil keputusan sejumlah 62 mahasiswa, kemudian cakap sejumlah 37 mahasiswa, dan 1 mahasiswa yang tidak cakap dalam mengambil keputusan. Mahasiswa UNESA menyatakan kesetujuannya untuk mendukung pihak kampus dalam menerapkan aturan gerakan literasi kepada seluruh mahasiswa UNESA, langkah ini diambil sebagai antisipasi dalam maraknya penyebaran berita hoax di media sosial. Kemudian mahasiswa UNESA setuju jika mahasiswa perlu melakukan upaya pencegahan penyebaran berita hoax di media sosial dengan cara menginformasikan kepada masyarakat kebenaran berita yang telah beredar di masyarakat (Zuria dan Suryanto, 2018, p. 575-576).

Dalam mengenali berita hoax mahasiswa UNESA rata-rata telah mampu untuk membedakan berita-berita yang termasuk berita benar atau informasi hoaks yang banyak tersebar di media sosial. Namun tidak semua mahasiswa mampu untuk mengenali berita benar atau berita hoax di media sosial, masih ada peluang mahasiswa untuk dapat terprovokasi oleh informasi hoaks hal tersebut dikarenakan terdapat 2% dari total keseluruhan sampel yang dinyatakan tidak cakap. Sehingga hal ini perlu menjadi perhatian dari berbagai pihak terutama pihak Unesa untuk memberika perhatian yang lebih dalam melatih kemampuan intelektual

mahasiswa agar dapat mengenali berita hoax yang marak tersebar di media sosial (Zuria dan Suryanto, 2018, p. 577).

3. *'Misinformation? What of it?' Motivations and Individual Differences in Misinformation Sharing on Social Media (Chen dan Sin, 2013)*

Penelitian ketiga merupakan jurnal ilmiah berjudul *'Misinformation? What of it?' Motivations and Individual Differences in Misinformation Sharing on Social Media*. Penelitian tahun 2013 yang dibuat oleh Xinran Chen dan Sei-Ching Joanna Sin ini hendak melihat apa yang menjadi alasan seseorang untuk berbagi misinformasi di media sosial. Apakah terdapat perbedaan gender dan kepribadian yang menjadi alasan seseorang tersebut ikut menyebarkan misinformasi di media sosial (Chen, & Sin, 2013, p. 1)

Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa, jika penerima pesan cerdas, misinformasi mungkin masih menawarkan nilai informasi, akan tetapi tingkat informasi yang salah dan kecepatan tersebarnya di media sosial cukup memprihatinkan, hal ini dipercaya dapat membahayakan kredibilitas media sosial (Chen & Sin, 2013, p. 1). Mengingat kualitas sebuah informasi merupakan sebuah perhatian utama dalam literasi media dan informasi. Sehingga, alasan Chen dan Sin melakukan penelitian ini untuk memberikan kontribusi dalam memahami dan pada akhirnya

membantu mengurangi penyebaran misinformasi di media sosial (Chen & Sin, 2013, p. 2).

Chen dan Sin menerapkan metode penelitian survei dengan analisis data melibatkan statistik deskriptif, analisis faktor, dan regresi berganda yang dilakukan menggunakan SPSS (Chen & Sin, 2013, p. 2). Di mana responden dalam penelitian ini ialah mahasiswa dengan rentang usia di bawah 30 tahun yang merupakan pengguna media sosial. Populasi ini dipilih karena mereka cenderung nyaman dengan media sosial dan teknologi (p. 2). Dalam proses penyebaran kuesioner, Chen dan Sin melakukannya dengan dua metode, dengan membagikan salinan keras (*hard copy*) di sekitar kampus dari dua universitas dengan menggunakan *convenience sampling*, dan versi elektronik tersedia untuk para peserta yang hadir secara sukarela (Chen & Sin, 2013, p. 2).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan, dari total 171 responden 74,8% di antaranya menggunakan lebih dari satu platform di media sosial, dan 81,3% menjawab sering menggunakan media sosial setiap harinya. Para responden dalam penelitian ini juga menganggap kebenaran merupakan hal yang cukup penting dalam berbagi informasi di media sosial (Chen & Sin, 2013, p. 2). Namun demikian, lebih dari dua pertiga responden menunjukkan bahwa mereka sebelumnya pernah membagikan misinformasi di media sosial, sebagian besarnya menjawab alasan dibalik

mereka ikut menyebarkan misinformasi dikarenakan mereka melihat banyak orang lain yang telah berbagi misinformasi di media sosial sebelumnya (Chen & Sin, 2013, p. 2).

Para responden juga diminta untuk menilai sejauh mana mereka setuju bahwa alasan atau dorongan diterapkan pada keputusan mereka untuk berbagi misinformasi di media sosial. Dari 16 alasan atau dorongan, tiga teratas adalah: untuk mendapatkan pendapat orang lain (*Mean: 5,02*), untuk mengeskpresikan pendapat mereka sendiri (*Mean: 4,95*), dan untuk berinteraksi dengan yang lain (*Mean: 4,89*). Sementara itu, untuk tiga skor terendah adalah: menjadi yang pertama berbagi (*Mean: 3,37*), untuk terlihat baik kepada orang lain (*Mean:3,48*), dan untuk merasa berpengaruh (*Mean: 3,74*) (Chen & Sin, 2013, p. 2).

Kemudian untuk dimensi perbedaan gender individu dalam motivasi diekstraksi dengan menggunakan analisis faktor dengan rotasi varimax. Kesesuaian analisi faktor didukung oleh ukuran kecukupan sampel Kaiser-Meyer-Olkin (0,88) dan uji kebulatan Bartlett, $\chi^2(120, N = 171) = 1742,06, p = 0,000$. Berdasarkan Kriteria Kaiser (nilai eigen > 1), analisis ini menghasilkan solusi empat faktor. Ini menyumbang 72,55% dari total varians. Keempat pengelompokan empiris dari analisis faktor sebagian besar dapat dipetakan ke beberapa kategori yang disebutkan di atas. Yaitu, Faktor 1: Hiburan; Faktor 2: Pencarian Informasi; Faktor 3:

Sosialisasi; dan Faktor 4: Ekspresi Diri dan Pencarian Status. Analisis reliabilitas menunjukkan bahwa alpha Cronbach untuk empat faktor berkisar dari 0,77 hingga 0,9. Ini memenuhi tingkat yang direkomendasikan dari 0,7 dan menyarankan tingkat konsistensi internal yang memuaskan. Skor faktor untuk setiap responden dengan demikian digunakan untuk analisis regresi berganda berikutnya. Empat tes regresi berganda dilakukan, satu untuk masing-masing dari empat faktor yang diidentifikasi di atas menunjukkan beta standar mereka (β). Varians yang dijelaskan oleh variabel (R^2) berkisar dari 20% (Faktor 1) hingga 29% (Faktor 3). Dua sifat kepribadian ditemukan signifikan. Maka hasil temuannya menunjukkan, responden dengan extraversion yang lebih tinggi (*Extrovert*) lebih mungkin daripada individu introvert untuk berbagi misinformasi, untuk alasan/dorongan bersosialisasi (Faktor 3, $\beta = .25$, $p = 0,003$). Responden dengan kesadaran tinggi (*Introvert*), sebaliknya, cenderung berbagi misinformasi untuk alasan/dorongan ekspresi diri dan mencari status (Faktor 4, $\beta = -.16$, $p = 0,044$). Dan untuk tes perbedaan gender dapat mempengaruhi alasan/dorongan membagikan misinformasi di media sosial tidak menemukan hasil perbedaan yang signifikan (Chen & Sin, 2013, p. 2).

Dapat disimpulkan, pada penelitian ini ditemukan bahwa responden mengetahui norma-norma yang ada terkait misinformasi, dan

kebenaran suatu informasi pada umumnya dianggap penting, tetapi hal itu tidak serta merta dapat menghalangi responden dari berbagi misinformasi di media sosial. Hal itu didasari beberapa alasan/dorongan mengapa responden dalam penelitian ini ikut menyebarkan misinformasi, di antaranya: untuk memperoleh pendapat orang lain tentang informasi tersebut, untuk mengekspresikan pendapat mereka sendiri, dan untuk berinteraksi dengan orang lain (Chen dan Sin, 2013, p. 1-4).

4. *Why Do Social Media Users Share Misinformations?* (Chen, et.al, 2015)

Penelitian ke empat merupakan jurnal ilmiah berjudul *Why Do Social Media Users Share Misinformations?*. Penelitian tahun 2015 yang dibuat oleh Xinran Chen, Sei-Ching Joanna Sin, Yin-Leng Theng, dan Chei Sian Lee ini hendak melihat apa yang menjadi alasan utama pengguna aktif media sosial dalam berbagi informasi yang salah di media sosial (Chen, et.al, 2015, p. 111).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya popularitas dari platform media sosial seperti situs jejaring sosial (SNS) dan mikroblog berkontribusi pada koleksi online yang besar dan terus berkembang dari konten digital yang dibuat pengguna. Dalam lingkungan informasi kolaboratif ini, pengguna bukan lagi konsumen sederhana dari sebuah konten digital, mereka juga melayani peran pencipta informasi, kurator, promotor, dan pembagi. Sementara itu, potensi media sosial untuk

pencarian informasi kolaboratif dan deteksi peristiwa telah dikenali dengan sangat baik, informasi yang tersebar luas di media sosial menjadi perhatian utama belakangan ini. Peneliti dalam penelitian ini telah mengamati bahwa informasi yang salah tidak akan menjadi sangat viral jika hanya pengguna jahat yang mengirimkannya. Namun sebaliknya, pengguna media sosial biasa (yaitu, mereka yang tidak memiliki niat jahat) sering mengabadikan penyebaran informasi yang salah dengan secara tidak sengaja meneruskan informasi yang salah ke jaringan sosial mereka masing-masing (Chen, et.al, 2015, p. 111).

Tujuan dari penelitian ini ingin menginformasikan bagaimana desain aplikasi dari media sosial, sehingga dapat mencegah pengguna media sosial dalam berbagi informasi yang salah. Kemudian untuk temuan dari penelitian ini akan menginformasikan pengembangan intervensi literasi informasi yang sesuai. Dan untuk pertanyaan penelitian dalam penelitian ini ialah: (1) Seberapa lazimkah berbagi informasi yang salah media sosial di antara responden, dan apakah ada perbedaan gender dalam prevalensi? (2) Apa motivasi individu dan karakteristik informasi yang dirasakan mendorong pengguna reguler untuk berbagi informasi yang salah di media sosial, dan apakah ada perbedaan gender dalam alasan mereka? (Chen, et.al, 2015, p. 111).

Pegumpulan data dalam penelitian yang dilakukan oleh Chen dan rekan-rekannya, dilakukan dengan menggunakan metode survei. Responden menjawab pertanyaan tentang alasan mereka berbagi informasi yang salah di media sosial menggunakan skala Likert 7 (tujuh) poin, kuesioner ini termasuk 29 item, dari jumlah tersebut 16 mencakup motivasi individu yang dikembangkan untuk mewakili empat kategori motivasi *uses and gratification* utama yang dibahas di atas (yaitu, hiburan, sosialisasi, pencarian informasi, dan ekspresi diri dan pencarian status), 13 faktor lainnya terkait dengan karakteristik informasi yang dirasakan (Chen, et.al, 2015, p. 112) . Sementara itu, sampel dari penelitian ini ialah mahasiswa dari dua universitas negeri di Singapura, yang mana untuk kriteria sampel dalam penelitian ini serupa dengan kriteria sampel dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu, pengguna aktif media sosial, dengan rentang usia antara 18 sampai dengan 29 tahun.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan, dari total 200 kuesioner yang disebar, responden lebih banyak perempuan ($n = 98, 57,3\%$) dari responden laki-laki ($n = 73, 42,7\%$), dengan rata-rata usia 24 tahun, kemudian sekitar 81,3% responden menggunakan media sosial setiap harinya (Chen, et.al, 2015, p. 112).

Sekitar dua pertiga responden ($n = 116, 67,8\%$) melaporkan bahwa mereka telah berbagi informasi yang salah di media sosial, sampel t-tes

independen menunjukkan bahwa responden perempuan secara statistik signifikan lebih mungkin untuk berbagi informasi yang salah dari pada responden laki-laki (Chen, et.al, 2015, p. 112).

Hasil dari penelitian Chen bersama rekan-rekannya juga menunjukkan bahwa, yang menjadi alasan utama pengguna media sosial dalam berbagi informasi salah di media sosial, yaitu: (1) Informasi dapat menjadi topik pembicaraan yang bagus; (2) informasinya menarik; (3) informasinya baru dan menarik perhatian; (4) Berbagi membantu saya mendapatkan pendapat orang lain mengenai informasi; (5) Saya dapat mengungkapkan pendapat saya dengan membagikan informasi itu (Chen, et.al, 2015, p. 112).

Sementara itu, faktor lainnya yang juga memotivasi pengguna media sosial dalam menyebarkan informasi salah, yaitu: (1) Berbagi membantu saya menandai informasi yang berguna; (2) Berbagi membantu saya meningkatkan hubungan interpersonal; (3) Berbagi membantu saya terus mendapatkan informasi terbaru tentang kejadian terbaru; (4) Berbagi membantu saya tetap berhubungan dengan teman-teman; (5) Berbagi membantu saya mendapatkan informasi terkait lainnya; (6) Berbagi adalah cara yang baik untuk bersantai; (7) Informasi itu menyenangkan; (8) Berbagi adalah budaya, dan saya berbagi seperti orang lain; (9) Saya

merasakan kenikmatan saat berbagi; dan (10) Berbagi membantu saya berinteraksi dengan orang-orang (Chen, et.al, 2015, p. 112-113).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, rata-rata responden berbagi informasi yang salah sering karena alasan non-informasi. Temuan menunjukkan bahwa upaya bersama diperlukan dalam mendesain aplikasi media sosial dan pelatihan literasi media dan informasi agar tidak hanya membantu mengurangi penyebaran informasi yang salah, tetapi juga untuk mendorong pengguna untuk menandai dan secara konstruktif membantah informasi yang salah, mengingat popularitas dan jangkauan media sosial, upaya dalam mengoreksi penyebaran informasi yang salah dari pengguna akan sangat bermanfaat (Chen, et.al, 2015, p. 114).

Untuk memudahkan dalam proses menganalisa, peneliti membuat tabel rangkuman penelitian terdahulu, tabel tersebut dapat dilihat pada halaman selanjutnya.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

	Penelitian yang dilakukan oleh penulis	Penelitian Buddy Riganto dan Nurawati Hindra Hastuti	Penelitian Siti Fatimatus Zuria dan Totok Surtanto	Penelitian Xinran Chen dan Sei Ching Joanna Sin	Penelitian Xin
Judul	Hubungan Literasi Media dan Informasi dengan Perilaku Menyebar Hoaks di Media Sosial pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi	Literasi Media Digital Mahasiswa Surakarta dalam Mensikapi Hoaks di Media Sosial	Kajian Keterampilan Intelektual Mahasiswa UNESA dalam Mengenal Berita Hoaks di Media Sosial	<i>Misinformation? What of it? Motivations and Individual Differences in Misinformation Sharing on Social Media</i>	<i>Why Do Social Media Misinformation?</i>
Permasalahan	Media sosial saat ini, kerap menjadi candu bagi penggunanya. Dan tidak sedikit masyarakat yang bisa langsung mempercayai berita-berita yang tersebar di media sosial, tanpa adanya pemeriksaan kebenaran terlebih dahulu, dan parahnya masyarakat kerap langsung memposting ulang atau menyebarkannya secara luas.	Maraknya misinformasi atau yang biasa dikenal dengan sebutan hoaks semakin merisaukan pengguna media sosial.	Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, yang memudahkan kehidupan manusia nyatanya menjadi permasalahan sosial yang dapat mengancam keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Perkembangan teknologi yang pesat di negara Indonesia berbanding terbalik dengan karakteristik masyarakat Indonesia yang masih memiliki literasi yang rendah, sehingga berdampak pada kemampuan berpikir kritis dalam mengenali informasi hoaks di media	Jika penerima pesan, misinformasi mungkin masih menawarkan nilai informasi, akan tetapi tingkat informasi yang salah dan kecepatan tersebarinya di media sosial cukup memprihatinkan, hal ini dipercaya dapat membahayakan kredibilitas media sosial.	Popularitas dari platform media sosial seperti situs (SNS) dan mikroblog pada koleksi online terus berkembang yang dibuat pengguna lingkungan informasi pengguna bukan hanya sederhana dari sel digital, mereka juga pencipta informasi promotor, dan per
Tujuan	(1) Untuk mengetahui tingkat LMI mahasiswa Ilmu Komunikasi; (2) Untuk mengetahui tingkat kontrol penyebaran hoaks mahasiswa Ilmu Komunikasi; (3) Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara LMI dengan perilaku penyebaran hoaks mahasiswa Ilmu Komunikasi	Untuk melihat bagaimana sikap mahasiswa saat terpapar hoaks dan apa tindakan mahasiswa terkait persebaran hoaks	Untuk mengkaji bagaimana gambaran umum terkait keterampilan intelektual mahasiswa UNESA dalam mengenali berita hoaks di media sosial.	Untuk melihat apa yang menjadi alasan seseorang untuk berbagi misinformasi di media sosial. Apakah terdapat perbedaan gender dan kepribadian yang menjadi alasan seseorang tersebut ikut menyebarkan misinformasi di media sosial.	Ingin menginformasikan desain aplikasi dan sehingga dapat membantu pengguna media sosial berbagi informasi
Metode	Kuantitatif	Kualitatif	Kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif
Hasil	Hasil penelitian menunjukan bahwa literasi media dan informasi serta perilaku penyebaran hoaks mahasiswa Ilmu Komunikasi tergolong tinggi, dengan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,42 dan 3,55.	Mahasiswa Surakarta memiliki ketrampilan dalam mengakses dan mengeksplor media baru yang digunakan, mereka cukup dapat mengeksplorasi dan mengetahui seluk-beluk aplikasi media yang mereka gunakan, media sosial digunakan dalam keseharian mahasiswa di Surakarta, hal ini yang membuat mahasiswa Surakarta semakin melek terhadap media digital.	Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa keterampilan mahasiswa UNESA dalam mengenali informasi hoaks di media sosial, yang diukur melalui Indikator kecakapan mengidentifikasi berita yang ada di media sosial, yang terdiri dari 4 (empat) pernyataan, dapat diketahui bahwa bahwa mahasiswa Unesa sangat cakap dalam mengidentifikasi berita yang ada di media sosial.	Lebih dari dua pertiga responden menunjukkan bahwa mereka sebelumnya pernah membagikan misinformasi di media sosial, sebagian besarnya menjawab alasan dibalik mereka ikut menyebarkan misinformasi dikarenakan mereka melihat banyak orang lain yang telah berbagi misinformasi di media sosial sebelumnya.	Yang menjadi alasan pengguna media sosial berbagi informasi sosial, yaitu: (1) Informasi menjadi topik pembicaraan; (2) informasi barunya baru perhatian; (4) Berbagi informasi dapat meningkatkan reputasi saya dengan mem

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Literasi Media dan Informasi

Literasi media dan informasi atau biasa disingkat dengan LMI merupakan penggabungan dari tiga literasi yang sudah ada sebelumnya, yaitu literasi media, literasi informasi, dan literasi ICT atau digital (Global Media and Information Literacy Assesment Framework, 2013, p.27).

Literasi media dan informasi ialah sekelompok kompetensi yang memberdayakan masyarakat untuk dapat mengakses, mengambil, memahami, mengevaluasi, dan menggunakan, sekaligus membuat dan membagikan informasi dan konten media dalam berbagai format, dengan seluruh tindakan dilakukan

secara etis dan efektif, agar masyarakat dapat berpartisipasi dan terlibat kehidupan pribadi, profesional, dan sosial (Global Media and Information Literacy Assesment Framework, 2013, p. 29).

Seperti yang sudah dijelaskan di atas, LMI merupakan penggabungan dari tiga literasi, yaitu literasi media, literasi informasi, dan literasi ICT atau digital. Penggabungan ketiga literasi ini didasari oleh adanya perkembangan kompetensi yang dibutuhkan masyarakat di abad 21 dalam mengakses dan mengevaluasi informasi dari berbagai platform media menggunakan teknologi digital yang tentunya akan terus berkembang (Global Media and Information Literacy Assesment Framework, 2013, p. 29).

Literasi media, literasi informasi, dan literasi digital yang tergabung di dalam LMI memiliki kesamaan (Global Media and Information Literacy Assesment Framework, 2013, p. 30), ialah sebagai berikut:

- Mendukung hak asasi manusia, terutama hak kebebasan berekspresi dan hak mendapatkan akses informasi.
- Menekankan pentingnya evaluasi informasi dan konten media, sekaligus mendapatkan pemahaman atas fungsi media dan penyedia informasi dalam masyarakat.
- Menghitung kemampuan orang dalam mengakses, mengevaluasi, membuat, dan membagikan informasi dan pesan media melalui berbagai cara termasuk teknologi informasi.

- Memiliki nilai penting bagi masyarakat karena memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan informasi sehingga bisa dilibatkan dalam perkembangan sosial, ekonomi, dan politik sebagai contributor yang sepadan.
- Membekali orang dengan kompetensi yang dibutuhkan di kehidupan abad 21, seperti kemampuan mengolah data, informasi, dan pesan media yang datang dari berbagai platform komunikasi dan informasi.

Kemudian, untuk manfaat utama dari LMI (Global Media and Information Literacy Assesment Framework, 2013, p. 36) dirangkum menjadi sebagai berikut:

- Meningkatkan penghargaan terhadap hak asasi manusia dan mendorong masyarakat untuk mengambil keputusan berdasarkan informasi yang tepat.
- Menyediakan kompetensi yang dibutuhkan masyarakat abad 21 untuk menanggapi tantangan, risiko, dan kesempatan baru yang ditimbulkan dari perkembangan media, informasi, dan teknologi informasi dalam ruang lingkup personal, sosial, dan profesional.
- Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan atas fungsi media dan penyedia informasi dalam kehidupan masyarakat demokrasi.
- Membantu masyarakat memperoleh kompetensi yang diperlukan untuk mengakses informasi dan konten media, mengevaluasi performa media dan penyedia informasi dalam kaitannya dengan fungsinya, serta membuat dan membagikan informasi lewat cara yang etis dan efektif.

- Membantu meningkatkan kompetensi LMI di tingkat institusi maupun individu dengan membangun lingkungan yang mendukung LMI di tingkat nasional

Kerangka pengukuran LMI yang dikembangkan oleh UNESCO terdiri atas dua tingkatan, yaitu pengukuran untuk kesiapan negara dan pengukuran kompetensi LMI (Global Media and Information Literacy Assesment Framework, 2013, p. 47). Kesiapan negara merupakan pendeskripsian level kesiapan suatu negara untuk mengembangkan literasi media dan informasi pada tingkat nasional, kerangka pengukuran ini digunakan untuk mendapatkan gambaran kondisi suatu negara terkait kebijakan, infrastruktur, dan faktor-faktor lainnya yang berpengaruh terhadap perkembangan kompetensi LMI (Global Media and Information Literacy Assesment Framework, 2013, p. 51).

Akan tetapi, dikarenakan fokus dalam penelitian ini ada pada tingkat kompetensi LMI masyarakat, maka tingkatan yang relevan untuk diaplikasikan ialah kerangka pengukuran kompetensi LMI masyarakat. Dalam hal ini, kompetensi sendiri diartikan sebagai kemampuan untuk mengerahkan dan menggunakan kemampuan internal yang terdiri atas pengetahuan, keterampilan dan sikap (Global Media and Information Literacy Assesment Framework, 2013, p. 55).

Untuk mengukur kompetensi LMI, UNESCO merumuskan tiga buah dimensi yang terdiri atas dimensi akses; pemahaman dan evaluasi; serta kreasi (Global Media and Information Literacy Assesment Framework, 2013, p. 47).

Komponen LMI pertama, dimensi akses ini sangat penting dan dipahami sebagai kemampuan untuk mengakses, mengambil dan menyimpan informasi dan konten media, menggunakan teknologi yang sesuai. Ini mencakup kemampuan untuk mengenali kebutuhan akan informasi, konten media dan pengetahuan dan untuk dapat mengidentifikasi informasi yang berguna dan konten media dari semua sumber dan format, termasuk cetak, audio, visual, dan digital untuk memenuhi kebutuhan ini. Pengambilan dapat dari perpustakaan, museum, file pribadi atau sumber lain, dan yang dapat disimpan secara fisik atau elektronik (Global Media and Information Literacy Assesment Framework, 2013, p. 57).

Komponen LMI yang kedua, pemahaman dan evaluasi didefinisikan sebagai kemampuan untuk memahami, menganalisis secara kritis dan mengevaluasi informasi, konten media, pekerjaan dan fungsi media dan lembaga informasi, dalam konteks hak asasi manusia universal dan kebebasan mendasar. Ini termasuk membandingkan fakta, membedakan fakta dari opini, menyadari waktu (baru / berita / usang), mengidentifikasi menggarisbawahi ideologi dan nilai-nilai, dan mempertanyakan bagaimana kekuatan sosial, ekonomi, politik, profesional, dan teknologi membentuk media dan konten informasi. Ini juga melibatkan mengevaluasi kualitas (akurasi, relevansi, mata uang, keandalan, dan kelengkapan) informasi. Selain itu, di era informasi yang berlebihan, individu juga perlu menguasai keterampilan teknis mengorganisir, memilih dan mensintesis media dan informasi. Pemahaman tentang sifat, fungsi, dan operasi lembaga media, profesional media, dan penyedia informasi sangat penting untuk mengetahui cara mendekonstruksi informasi dan pesan media. Penting untuk

mengenali peran media dan informasi dalam konteks yang lebih luas, terutama untuk mempromosikan kebebasan berekspresi, kebebasan informasi dan akses ke informasi. Ini juga akan membantu untuk memahami hubungan dan dampak LMI, kewarganegaraan, demokrasi dan pemerintahan yang baik. Media dan individu yang melek informasi mengenali kekuatan ekonomi, sosial dan politik dan kontrol perusahaan media dan penyedia informasi, serta lembaga publik (Global Media and Information Literacy Assesment Framework, 2013, p. 57).

Komponen LMI ketiga, kreasi didefinisikan sebagai kemampuan untuk menguasai pengetahuan produksi, informasi, konten media, dan pengetahuan baru serta berkomunikasi secara efektif dengan orang lain. Ini juga mencakup penggunaan informasi, konten media yang etis dan efektif, serta dalam pengetahuan umum, misalnya aspek kekayaan intelektual. Menjadi media dan melek informasi tidak hanya berarti dilengkapi dengan keterampilan analitis dan produksi, tetapi juga membutuhkan pengetahuan tentang media dan informasi, dan membutuhkan sikap dan nilai-nilai untuk menggunakan media dan informasi secara etis. Abad ke-21 menawarkan cara-cara baru untuk menjadi kreatif dan inovatif serta kolaboratif: dengan aplikasi Internet Web 2.0, setiap orang dengan akses dan keterampilan TIK yang memadai dapat menghasilkan, berbagi, jaringan, dan memonitor informasi dan pesan media. Oleh karena itu produksi media dan penciptaan pengetahuan, serta pemantauan penggunaan dan dampak, merupakan elemen kunci LMI (Global Media and Information Literacy Assesment Framework, 2013, p. 57).

Sementara itu sekilas definisi terkait literasi media lainnya menurut para ahli. Potter dalam bukunya menjelaskan, bahwa orang-orang dengan literasi media yang tinggi, akan lebih dapat melihat lebih banyak makna dalam pesan yang diberikan, mereka akan lebih sadar akan tingkatan makna pesan tersebut (Potter, 2014, p. 31).

Potter (2014) ialah seperangkat perspektif yang digunakan secara aktif saat mengakses media massa untuk menginterpretasikan pesan yang dihadapi. Literasi media juga memberikan panduan tentang bagaimana mengambil kontrol atas informasi yang disediakan oleh media. Semakin tinggi literasi media seseorang, maka semakin mampu orang tersebut melihat batas antara dunia nyata dengan dunia yang dikonstruksi oleh media (Potter, 2014, p. 25).

Hobbs (1999) menyatakan sejarah literasi media dimulai pada tahun 1964 saat UNESCO mengembangkan prototipe model program pendidikan media yang akan dijalankan di seluruh dunia. Meski, literasi media atau melek media di Indonesia baru populer sekitar tahun 2000-an (Iriantara, 2017, p.13).

Hobbs (dalam Iriantara, 2017, p.22) melihat pada apa yang terjadi dengan pesan yang disampaikan oleh media, berlaku juga untuk media sosial. Dalam pandangan Hobbs, pesan-pesan yang disajikan oleh media ialah sebagai berikut:

1. Pesan-pesan di dalam media dikonstruksi
2. Pesan-pesan di dalam media merepresentasikan dunia
3. Pesan-pesan di dalam media memiliki tujuan dan konteks ekonomi dan politik

4. Individu membuat makna terhadap pesan media melalui suatu penafsiran.

Dengan literasi media juga, kita membutuhkan struktur pengetahuan yang kuat di dalam lima bidang ini; *efek media, konten media, industri media, dunia nyata, dan juga diri*. Dengan pengetahuan yang baik di lima bidang tersebut, seseorang akan dapat membuat keputusan yang lebih baik tentang pencarian kebenaran (Potter, 2014, p. 19).

Bajkiewicz dalam bukunya Iriantara yang berjudul *Literasi Media (apa, mengapa, bagaimana)* menjelaskan bahwa tujuan dari literasi media adalah mengembangkan pemikiran kritis terhadap media, dan terus mengembangkan kesadaran kritisnya atas media, serta mengembangkan kemandirian kritis terhadap media, dan pada puncaknya orang yang melek media akan mampu untuk memproduksi informasi untuk media (2017, p.25).

Khalayak media yang memiliki literasi media setidaknya memiliki kemampuan dalam menganalisis secara rinci pesan-pesan dari media, mengevaluasi sumber informasi dan membahas isu-isu tentang bias dan kredibilitas dari media tersebut (Iriantara, 2017, p.68).

Pengalaman dalam mengonsumsi media juga turut menentukan terbentuknya sebuah pengetahuan terkait media itu sendiri, yang kemudian publik akhirnya dapat memahami bagaimana media menyajikan suatu pesan yang memang sengaja dibuat semenarik mungkin. Setelah itu, masyarakat pun menjadi

lebih mahir dalam menilai pesan-pesan atau informasi yang diberikan oleh media (Iriantara, 2017, p.152).

Iriantara (2017) juga menegaskan bahwa masyarakat Indonesia masih lebih tertarik dengan kehebohan hadirnya hoaks, dibandingkan dengan memeriksa kebenaran dari pesan saat menyebarkan kembali pesan tersebut (p.156).

2.2.2 Perilaku Menyebarkan Hoaks di Media Sosial

A. Hoaks

Hoaks didefinisikan sebagai informasi palsu yang sengaja dibuat untuk menyamarkan kebenaran (MacDougall, 1958, p. vi). MacDougall juga menjelaskan bahwa, hoaks tidak memiliki dasar pada kebenaran, tetapi hoaks dilihat dari intensi pembuat konten, niat khusus untuk membuat orang lain tertipu (p. vi). Sementara itu, hoaks menurut *Collins Dictionary* ialah sebuah tipuan di mana seseorang memberitahu orang lain tentang suatu kebohongan tersebut. Hal tersebut didukung oleh definisi hoaks menurut Harry Collins (2015), hoaks bisa dikatakan sebagai hoaks jika sejumlah audiens pada awalnya menganggap kalau informasi yang mereka terima benar atau nyata sampai diberi tahu kalau informasi tersebut ternyata palsu (p. 4). Singkatnya, hoaks bukanlah sebuah hoaks jika si penerima pesan tidak menyadari kalau dirinya telah dibohongi. Jadi kebohongan tergantung pada pengetahuan para pembaca, bukan hanya pada niat penulis (Collins, 2015, p. 4-5).

Oleh karena itu, hoaks memiliki sifat harus menyerupai dengan yang aslinya (Collins, 2015, p. 5). Pembuat hoaks menginginkan audiensnya

mempercayai informasi yang mereka buat, sehingga dengan demikian hal tersebut menunjukkan kurangnya integritas audiens dalam mengevaluasi konten yang mereka terima.

Kemudian pengertian hoaks lainnya ialah sebagai informasi tipuan yang sengaja dibuat untuk mengecoh orang lain dengan menutupi atau memanipulasi fakta atau mengarang informasi palsu, pembuat hoaks dengan sengaja membuat konten dan mengedit video atau foto untuk membuatnya terlihat asli dan beredar melalui media sosial dengan tujuan untuk menipu publik (Utami, 2018, p. 88).

Menurut Harris (2018, p. 13) hoaks merupakan suatu informasi yang salah, namun terlihat seperti berita. Informasi yang salah tersebut dikemas sedemikian rupa agar dapat mengecoh pembaca.

Ali-Fauzi mengartikan hoaks sebagai informasi yang direkayasa, baik dengan cara memutarbalikkan fakta atau pun mengaburkan informasi, sehingga pesan yang benar tidak dapat diterima seseorang (2019, p.2). Hoaks juga didefinisikan sebagai kekacauan informasi yang sering dipahami sebagai misinformasi dan disinformasi (Ali-Fauzi et al., 2019, p.7).

Misinformasi adalah informasi yang tidak benar namun orang yang menyebarkannya percaya bahwa informasi tersebut benar tanpa bermaksud membahayakan orang lain (Ali-Fauzi et al., 2019, p. 7-8). Sebagai contoh adalah informasi yang salah terkait kesehatan dan atau informasi tentang perubahan suhu drastis yang belum lama ini ramai diperbincangkan. Kepala Seksi Data dan Informasi BMKG Jawa Tengah, Iis Widya Harmoko memverifikasi kalau

informasi tersebut tidak benar, Iis juga mengatakan kalau suhu tertinggi di Solo hingga sore hari hanya mencapai 37 derajat (*Ramai Pasang Status Suhu 40 Derajat di Solo, Ini Kata BMKG*, 2019, detik.com, 21 Oktober).

Informasi yang seperti itulah yang seringkali langsung disebarkan tanpa ada verifikasi dari ahli atau pihak yang berwenang. Namun, penyebar informasi tersebut tidak memiliki niat untuk menyesatkan orang lain, justru dengan maksud yang baik, supaya orang lain tidak mendapat masalah atau terlibat dalam bahaya (Fauzi et al., 2019, p. 8). Hal tersebut dilandaskan karena mereka terbawa oleh situasi emosional, sehingga mereka memiliki niat dan berusaha untuk membantu, tetapi mereka gagal untuk memeriksa dan memverifikasi terlebih dahulu informasi yang mereka bagikan secara memadai (UNESCO, 2019, p. 55).

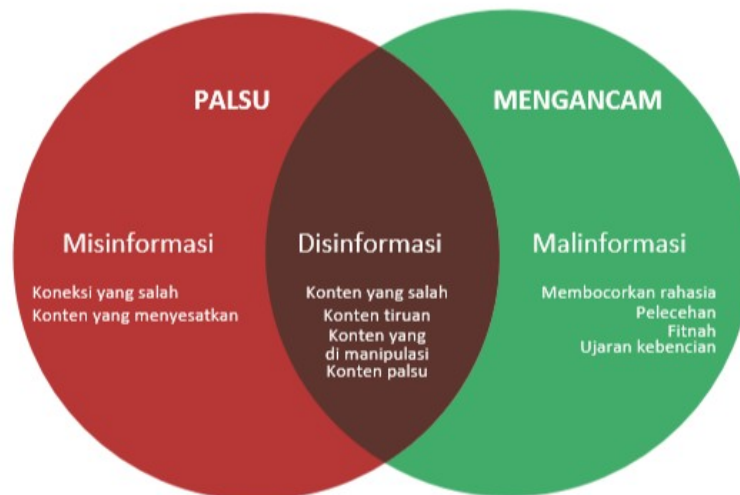
Sementara itu, disinformasi memiliki pengertian sebagai informasi yang tidak benar dan orang yang menyebarkannya juga tahu kalau itu salah, informasi tersebut merupakan sebuah kebohongan yang sengaja disebarkan guna untuk mengancam, menipu, bahkan membahayakan pihak lain. Sebagai contoh adalah beredarnya postingan yang memberikan informasi sampah kali bahagia Bekasi contoh kerja Gubernur Anis Baswedan (lihat pada gambar), sementara faktanya bahwa kali bahagia Bekasi bukan wilayah kerja Gubernur DKI Anis Baswedan, akan tetapi masuk wilayah Provinsi Jawa Barat (*Sampah Kali Bahagia Bekasi Contoh Kerja Anis Baswedan*, Kominfo, 31 Juli).

Gambar 2. 1 Contoh Disinformasi di Media Sosial



Jika, misinformasi memiliki pengertian sebagai informasi yang salah yang disebarkan oleh orang yang mempercayainya sebagai hal yang benar, disinformasi merupakan informasi salah yang mana orang yang menyebarkannya sudah mengetahui kalau informasi tersebut salah. Melihat dari ke dua definisi misinformasi dan disinformasi, hoaks berdiri di antara keduanya, dengan kata lain hoaks merupakan penggabungan dari dua hal tersebut (UNESCO, 2019, p. 53).

Gambar 2. 2 Perbedaan misinformasi, disinformasi, dan malinformasi

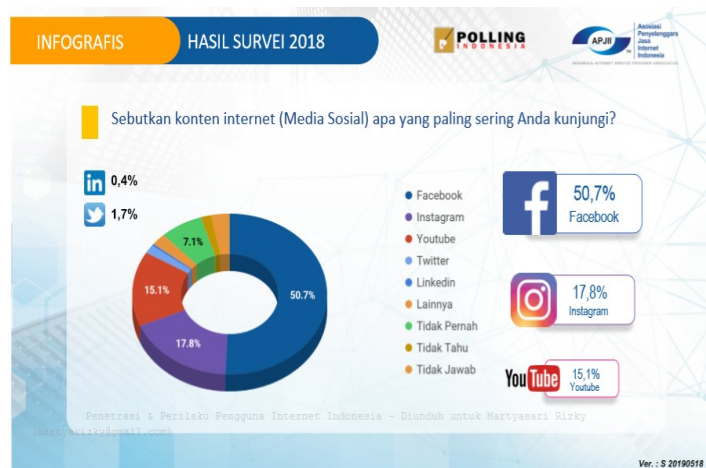


(Sumber: Ali-Fauzi et al., p.8)

Dailysocial pada tahun 2018 silam melakukan sebuah survei terhadap 2.032 pengguna internet di Indonesia. Hasil survei menunjukkan bahwa 81.25% responden menerima hoaks melalui media sosial Facebook, sekitar 56.55% melalui WhatsApp, sebanyak 29.48% melalui Instagram, dan tak kurang dari 32,97% responden menerima hoaks di Telegram. Masih ada platform media sosial lainnya yang juga dibanjiri hoaks, misalnya Twitter, namun jumlahnya di bawah 30%. Banyaknya pendistribusian hoaks di Facebook, WhatsApp, dan Instagram hal ini dikarenakan tiga aplikasi tersebutlah yang paling populer dan banyak digunakan di Indonesia (Ali-Fauzi et al., 2019, p.3).

Hal di atas juga didukung oleh hasil survei yang dilakukan oleh APJII (2018, p. 46) menjelaskan bahwa media sosial Facebook dan Instagram merupakan konten internet dalam media sosial yang memiliki tingkat kunjungan tertinggi di kalangan masyarakat Indonesia. Jadi tidak heran lagi jika hoaks banyak tersebar di kedua *platform* tersebut.

Gambar 2. 3 Hasil Survei APJII 2018



(Sumber: APJII 2018, p. 46)

Semakin banjirnya informasi yang dipertukarkan di media sosial setiap harinya, banyak pengguna media sosial yang tidak mengetahui kalau informasi tersebut merupakan palsu atau sebuah hoaks, dan mereka akan langsung ‘klik’, sampai dengan menyebarkan ulang hoaks tersebut. Tidak sedikit juga yang memulai dengan niat baik untuk menyebarkan informasi, tetapi mereka hanya tidak sadar kalau informasi tersebut palsu (Harris, 2018, p. 18).

Menurut hasil survey yang dilakukan Harris, terdapat 4,75 billion informasi yang disebarkan di Facebook setiap harinya, 432.000 jam dalam video yang diupload di Youtube, dan 500 millions cuitan pada Twitter setiap harinya (2018, p. 18). Hal tersebut membuktikan kalau persebaran arus informasi di media sosial saat ini memang sudah tidak terbantahkan lagi kuantitas maupun kecepatannya.

Untuk dapat mengidentifikasi apakah informasi itu hoaks atau bukan, kita perlu mengetahui jenis-jenisnya. Ali-Fauzi bersama dengan rekannya membagi hoaks menjadi beberapa jenis. Sejauh ini, sekiranya ada tujuh jenis-jenis hoaks yang beredar di masyarakat, tujuh jenis hoaks itu ialah sebagai berikut (UNESCO, 2019, p. 56-58):

1. Satir atau Parodi

Memasukkan satir atau sindiran dalam tipologi tentang disinformasi dan misinformasi mungkin mengejutkan. Satir dan parodi dapat dianggap sebagai bentuk seni. Namun, di dunia tempat orang semakin menerima informasi melalui media sosial, ada kebingungan

ketika tidak dipahami bahwa sebuah laman itu bersifat satir atau sindiran. Dengan pengertian lain, Satir merupakan sebuah sindiran yang ditujukan kepada seseorang atau peristiwa. Biasanya informasi ini dibungkus dalam konteks humor. Seringkali tidak semua orang memahami konteks dari satir dan parody, sehingga hal tersebutlah yang memungkinkan terjadinya misinformasi. Sebagai contoh, akun instagram capres Nurhadi-Aldo, ia berupaya untuk mencairkan suasana pemilu yang semakin memanas.

Gambar 2. 4 Contoh Informasi Satir dan Parodi di Media Sosial (kiri) dan Infografis Meme Nurhadi-Aldo (kanan)



Sumber: Detik.com (kiri) dan Tirto.id (kanan)

2. Hubungan yang Salah

Hubungan antar elemen dalam sebuah berita, seperti judul, isi berita, gambar, maupun keterangan gambar, tidak saling mendukung satu sama lain. Hal ini sering kita temukan dalam berita-berita dengan judul yang sensasional (*clickbait*). Dengan meningkatnya persaingan untuk mendapatkan perhatian khalayak, editor semakin harus menulis judul berita untuk menarik klik, bahayanya jika orang yang membaca artikel tersebut merasa telah tertipu. Karena seringkali kita tertarik

dengan judul yang bombastis, namun informasinya tidak sesuai bahkan berbeda sama sekali dengan apa yang dituliskan pada judul.

Ini juga dapat terjadi ketika visual atau keterangan digunakan, terutama di situs-situs seperti Facebook, untuk memberikan kesan tertentu, yang tidak didukung oleh kontennya. Ketika orang menggulir feed di media sosial mereka tanpa mengklik ke artikel (yang sering terjadi), visual dan keterangan yang menyesatkan bisa sangat menipu.

Gambar 2. 5 Contoh Informasi dengan Koneksi yang Salah



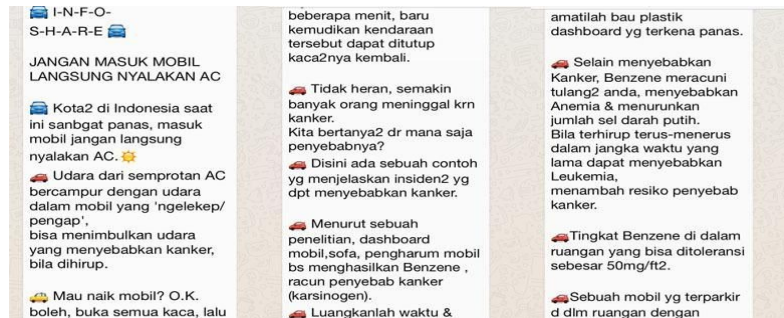
3. Konten yang Menyesatkan

Jenis konten ini adalah ketika ada penggunaan informasi yang menyesatkan untuk membingkai isu atau individu dalam cara tertentu dengan memotong foto, atau memilih kutipan atau statistik secara selektif, hal itu disebut *Framing Theory*. Visual adalah wahana yang sangat ampuh untuk menyebarkan informasi yang menyesatkan, karena otak kita cenderung tidak terlalu kritis terhadap visual. Iklan berbayar yang meniru konten editorial (*Native Ads & Endorsment*)

juga masuk dalam kategori ini jika tidak disertai keterangan yang memadai sebagai disponsori.

Pada konten-konten seperti ini, pengguna media sosial sengaja digiring untuk memiliki persepsi tertentu tentang sebuah isu atau peristiwa. Konten bisa juga berupa potongan ayat kitab suci. Hal seperti ini sering ditemui dalam iklan-iklan politik, propaganda, dan teori konspirasi.

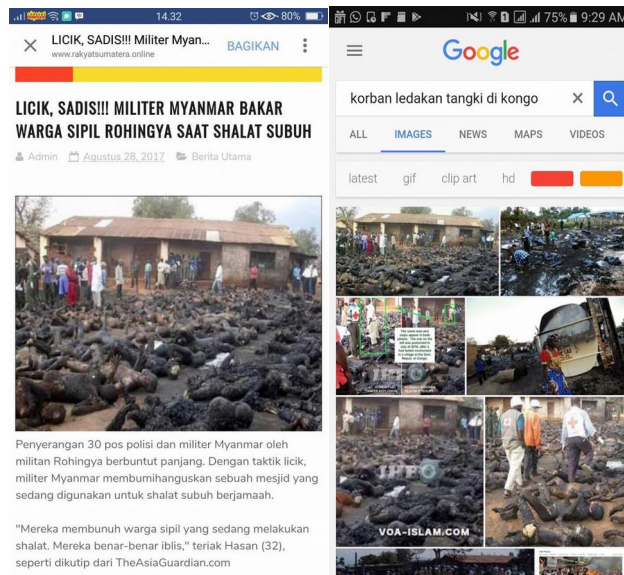
Gambar 2. 6 Contoh Konten yang Menyesatkan



4. Konteks yang Salah

Salah satu alasan istilah “hoaks” sangat tidak membantu adalah karena konten asli sering terlihat diedarkan kembali di luar konteks aslinya. Singkatnya, pengertian konteks yang salah ialah ketika informasi benar disebarakan dengan konteks yang sama sekali berbeda. Sebagai contoh, berita tentang muslim rohingya yang mendapatkan kekejaman dari pemerintah Myanmar. Namun, diketahui bahwa foto tersebut bukanlah foto terkait peristiwa tersebut, melainkan foto dari peristiwa lainnya yang sudah lama terjadi.

Gambar 2. 7 Contoh Konten yang Salah



5. Konten Tiruan

Ada masalah besar ketika nama seorang jurnalis diletakkan di bawah artikel yang tidak mereka tulis, atau logo organisasi yang digunakan dalam video atau gambar yang tidak mereka buat.

Konten tiruan merupakan sebuah informasi yang dibuat seolah-olah berasal dari seseorang, instansi resmi, atau sebuah perusahaan, namun sesungguhnya palsu. Informasi dengan konten tiruan ini biasanya sangat cepat dipercayai seseorang yang tidak teliti dan kritis untuk melihat sumber informasinya. Sebagai contoh, suatu

pemberitaan yang dirilis oleh *Kompas.com* dan diedit oleh oknum tidak bertanggung jawab.

Gambar 2. 8 Contoh Konten Tiruan



6. Konten yang Dimanipulasi

Konten yang dimanipulasi adalah ketika konten asli dimanipulasi untuk menipu. Konten ini merupakan hasil modifikasi dari sebuah gambar, video, atau tulisan, sehingga konten tersebut memiliki makna yang berbeda dari konten aslinya.

Gambar 2. 9 Contoh Konten Manipulasi



7. Konten Rekaan

Konten palsu ini ialah informasi yang sama sekali tidak benar dan 100% sengaja dibuat oleh oknum yang tidak bertanggungjawab untuk

menipu dan merugikan pihak lain. Jenis konten ini dapat berupa format teks, misalnya “laman berita” yang sepenuhnya dibuat-buat, seperti dibuat mirip dengan media berita liputan6.com, detik.com, kompas.com, dll. Namun, bedanya situs palsu tersebut menambahkan –news.com setelah nama media yang dipalsukan, contohnya menjadi seperti ini “detik.com—news.com”. Laman berita fantasi ini juga dapat berupa visual, seperti halnya grafik yang keliru melalui *Broadcast Message* Whatsapp. Konten palsu seperti ini menarget komunitas yang kurang bersikap kritis saat menemukan sebuah informasi.

Sementara itu, ketua Dewan Pers, Yosep Adi Prasetyo juga membeberkan beberapa ciri-ciri dari hoaks (Etika, 2017, p. 2), yang di antaranya ialah sebagai berikut:

- Mengakibatkan kecemasan, kebencian, dan permusuhan.
- Sumber informasi tidak jelas. Hoaks di media sosial biasanya merupakan suatu informasi yang tidak diverifikasi, tidak berimbang, dan cenderung menyudutkan salah satu pihak.
- Bermuatan fanatisme atas nama ideologi, judul, dan pengantarnya memberikan penghukuman, serta menyembunyikan fakta dan data.
- Terdapat HURUF KAPITAL, huruf dibuat tebal (**bold**), banyak menggunakan tanda seru.

B. Media Sosial

Sementara itu, media sosial dapat didefinisikan sebagai suatu perkembangan bagaimana hubungan dari individu dengan perangkat medianya (Nasrullah, 2016, p.8).

Sehingga, dapat dijelaskan bahwa keberadaan media sosial pada dasarnya merupakan suatu bentuk yang tidak berbeda dari hadirnya perangkat komputer serta cara kerjanya. Tiga bentuk dalam bersosialisasi dapat dianalogikan dengan cara kerja komputer. Seperti halnya pengenalan, komunikasi, dan kerja sama, yang juga mana membentuk sebuah sistem sebagaimana adanya sistem di antara individu atau masyarakat (Nasrullah, 2016, p.8).

Berikut beberapa definisi media sosial dari beberapa ahli (Fuchs, dalam Nasrullah, 2016, p.11):

1. Menurut Mandibergh (2012), media sosial ialah suatu media yang memudahkan kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan sebuah konten (*user-generated content*).
2. Menurut Boyd (2009), media sosial merupakan sebuah tempat berkumpulnya perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi.
3. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah sebuah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Maka dari itu, media sosial dapat dilihat

sebagai suatu medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar penggunanya sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Dari definisi-definisi media sosial di atas, Nasrullah menyimpulkan bahwa definisi dari media sosial ialah suatu medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan diri maupun berinteraksi, berkerja sama, berbagi, berkomunikasi, sampai dengan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2016, p.11).

Meskipun media sosial merupakan salah satu *platform* yang muncul di media siber, dan media siber dapat dilihat melalui media sosial, tetapi media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media siber lainnya (Nasrullah, 2016, p.15).

Berikut beberapa karakteristik dari media sosial menurut Nasrullah (2016, p.16), yaitu sebagai berikut:

1. Jaringan (*network*)
2. Informasi (*information*)
3. Arsip (*archive*)
4. Interaksi (*interactivity*)
5. Simulasi sosial (*simulation of society*)
6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Untuk pengertian dari jaringan-nya (*network*) sendiri ialah suatu infrastruktur yang bisa menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi baru bisa terjadi jika antar

komputer terhubung dengan suatu koneksi, termasuk di dalamnya perpindahan data (Castells, dalam Nasrullah, 2016, p.16).

Karakteristik dari media sosial ialah membentuk suatu jaringan di antara penggunanya, tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) antar pengguna tersebut saling mengenal ataupun tidak saling mengenal. Namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi penggunanya untuk terhubung dalam mekanisme teknologi (Nasrullah, 2016, p.16-17).

Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini lah yang pada akhirnya akan membentuk suatu komunitas, dan masyarakat yang masuk ke dalam komunitas tersebut secara sadar ataupun tidak sadar menjalankan nilai-nilai sosial yang selayaknya ada dalam teori-teori sosial (Nasrullah, 2016, p.17).

Kemudian informasi (*information*), Nasrullah mendefinisikan informasi menjadi suatu entitas yang penting dari media sosial. Hal ini disebabkan, media sosial tidak sama seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial lebih bisa mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, serta melakukan interaksi berdasarkan informasi (2016, p.19).

Selanjutnya, Nasrullah juga memberikan pengertian dari karakteristik arsip (*archive*). Karakter dari arsip sendiri memberikan pengertian bahwa informasi yang telah tersimpan di media sosial akan terus bisa disimpan dan diakses kapan pun dan dimana pun pengguna ingin mengaksesnya. Apa pun informasi, baik itu gambar, video, ataupun text tidak akan bisa hilang begitu saja

oleh karena pergantian hari, bulan, maupun tahun, atau dengan kata lain informasi tersebut akan terus tersimpan (2016, p.22).

Nasrullah (2016) dalam bukunya juga menyatakan, dengan hadirnya media sosial telah memberikan akses yang luar biasa terhadap penyimpanan. Pengguna tidak lagi terhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi informasi tersebut telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan (p.23).

Karakter dasar dari media sosial ialah terbentuknya jaringan antar pengguna, jaringan ini tidak hanya sekedar memperluas hubungan pertemanan, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna media sosial tersebut. Sederhananya, interaksi di media sosial dimulai dengan saling mengomentari atau dengan memberikan tanda suka atau kerap juga disebut ‘*like*’, hal tersebut baru lah yang dinamakan dengan interaksi (Nasrullah, 2016, p.25).

Sementara itu, untuk memahami makna dari karakteristik simulasi sosial, Baudrillard (dalam Nasrullah, 2016, p.28) mengungkapkan bahwa gagasan simulasi tersebut dikarenakan kesadaran akan yang *real* di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu, hal ini disebabkan oleh imaji yang diberikan oleh media secara terus-menerus.

Karakteristik media sosial yang terakhir ialah konten oleh pengguna atau yang sering disebut dengan *user-generated content* (UGC). Karakteristik ini menunjukkan kalau media sosial sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi dari penggunanya (Nasrullah, 2016, p.31).

Nasrullah menambahkan, UGC ini merupakan sebagai penanda bahwa di media sosial, khalayak bukan hanya memproduksi konten, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lainnya (2016, p.31).

2.2.3 Hubungan Literasi Media dan Informasi dengan Perilaku

Menyebarkan Hoaks

Perlu adanya pemahaman terkait literasi media, berikut beberapa cara mengidentifikasi hoaks menurut Harris (2018, p. 37- 41):

- Periksa siapa yang membuat informasi atau berita, dapat mengungkapkan petunjuk tentang apakah sumber tersebut dapat dipercaya.
- Lihatlah apakah pembuat konten tersebut memberikan kredensial. Lakukan pencarian web untuk melihat apakah penulis telah menulis artikel lain. Jika anda tidak dapat menemukan informasi tentang si pembuat konten, berhati-hatilah.
- Artikel berita yang dapat dipercaya akan menyediakan sumber dari fakta dan angka yang disertakan. Bersikap skeptislah terhadap artikel yang memberikan data tanpa menyantumkan sumber yang sah.
- Penulisan berita yang buruk. Situs web berita nyata menggunakan penulis dan editor profesional.
- Situs web seperti *FactCheck.org* dan *Politifact* menyelidiki berita karena ketidaktepatan. Periksa untuk melihat apakah cerita atau berita yang dibaca atau dengar muncul di salah satu situs web ini.

- Menghentikan persebaran berita bohong, dengan tidak menyebarkan ulang berita bohong tersebut. Mereka perlu memeriksa fakta sebelum membagikannya kepada orang lain.

Menghentikan penyebaran hoaks sama pentingnya dengan belajar mengidentifikasikannya. Sebelum berbagi, selidiki berita tersebut dengan menggunakan sumber lain. Lakukan beberapa pekerjaan detektif dasar untuk membantu memutuskan apakah cerita itu benar, sebagian benar, atau sepenuhnya palsu (Harris, 2018, p. 41).

Jika Anda melihat sesuatu yang kelihatannya salah, tetapi anda masih belum yakin akan hal itu, pastikan kalau anda jangan meneruskannya sampai anda melakukan sedikit riset terkait informasi tersebut (Gallagher & Larry, 2017, p. 10). Salah satu cara untuk memulainya ialah dengan menyorot atau menyalin bagian dari teks di dalam informasi, dan mencari untuk melihat apakah orang lain juga ikut berkomentar, memverifikasi atau membantah cerita tersebut. Hal sederhana seperti itu lah yang perlu diterapkan pada kehidupan kita sehari-hari, saat kita menemukan informasi yang belum jelas kebenarannya.

Kendati demikian, selain perlu adanya literasi media dan informasi agar tidak ikut menyebarkan ulang hoaks di media sosial. Pengguna media sosial yang dinilai sudah cermat mengenali hoaks dan juga memahami apa itu literasi media dan informasi, seharusnya membantu masyarakat yang masih belum memahami dengan betul konsep dari literasi media dan informasi, dengan cara pertimbangan untuk campur tangan, sehingga orang lain tahu untuk tidak menyebarkan ulang informasi yang mereka dapati di media sosial (Gallagher & Larry, 2017, p. 10).

Terkadang orang yang membagikan informasi di media sosial tidak sadar bahwa informasi yang mereka sebarkan memiliki kemungkinan berupa informasi hoaks atau palsu (Gallagher & Larry, 2017, p. 10). Maka dari itu, perlu adanya dorongan lembut agar mereka menjadi sedikit lebih kritis, sehingga pada waktu berikutnya mereka tidak lagi tergoda untuk menyebarkan informasi yang kebenarannya masih dipertanyakan. Dorongan lembut yang dimaksudkan sebelumnya ialah dengan cara ikut memberikan komentar yang bersifat informatif, agar orang lain dapat mengetahui kalau informasi yang disebarakan merupakan hoaks (Gallagher & Larry, 2017, p. 10).

Sebagai contoh dalam memberikan komentar informatif menurut Gallagher dan Larry (2017, p. 10), ialah sebagai berikut:

“Hai teman! Banyak orang khawatir tentang informasi ini. Ternyata informasi yang kamu sebarkan ini bukan informasi yang akurat. Berikut ini tautan yang menjelaskan apa yang terjadi, kupikir kamu ingin tahu bahwa informasi ini telah diperdebatkan. Kamu mungkin ingin menghapusnya sehingga orang tidak menjadi bingung. Terima kasih”

2.3 Hipotesis Penelitian

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

H₀: Tidak ada hubungan antara tingkat literasi media dan informasi dengan perilaku menyebarkan hoaks di media sosial pada mahasiswa Ilmu Komunikasi.

H_a: Terdapat hubungan antara tingkat literasi media dan informasi dengan perilaku menyebarkan hoaks di media sosial pada mahasiswa Ilmu Komunikasi.

2.4 Kerangka Pemikiran

Perkembangan media sosial sekarang ini sangat berkembang pesat, sejalan dengan pertumbuhan dan kemudahan akses informasi yang didukung oleh kekuatan teknologi komunikasi. Namun, bersamaan dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat, kerap sekali dapat ditemukan hoaks yang dapat menyesatkan pengguna media sosial.

Menurut artikel yang dirilis oleh *Kompas.com* khalayak akan lebih mudah percaya berita bohong jika informasinya sesuai dengan opini mereka, serta kurangnya pengetahuan dan pemahaman (Respati, 2017, para. 5&8).

Maka dari itu, untuk dapat terhindar dari hoaks, pengguna media sosial membutuhkan yang namanya literasi media. Potter menjelaskan bahwa literasi media adalah seperangkat perspektif yang digunakan secara aktif saat mengakses suatu media untuk menginterpretasikan pesan yang dihadapi (Potter, 2014, p. 25).

Tujuan dari penelitian ini ingin melihat hubungan tingkat literasi media dan informasi terhadap perilaku menyebarkan hoaks di media sosial pada mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi.

Gambar 2. 10 Bagan Alur Penelitian

