

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, penulis telah mengkaji dan menelaah penelitian sebelumnya yang dibuat oleh penulis lain. Terdapat beberapa penelitian yang dapat dijadikan bahan referensi tambahan peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini diantaranya :

Febri Nurrahmi & Hamdani M. Syam. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Vol 4, No.2 (2020) dengan judul “Perilaku Informasi Mahasiswa dan Hoaks di Media Sosial”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji perilaku informasi mahasiswa terkait hoaks di media sosial. Model perilaku informasi Wilson digunakan dalam penelitian ini (1996). Menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut temuan penelitian ini, perilaku yang paling dominan di kalangan mahasiswa adalah perhatian dan perilaku pencarian pasif.<sup>2</sup>

Ahmad Fauzi. Jurnal Public Relation dan Media Komunikasi (PROMEDIA), Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, Vol 4, No. 2 (2018) dengan judul “Memahami Literasi Media Baru dalam Penyebaran Informasi Hoax dan *Hate Speech* (Studi Fenomenologi Dosen Pengguna Facebook dan Whatsapp)”. Tujuan dari penelitian ini untuk memahami pengalaman dosen dengan literasi

---

<sup>2</sup> Febri Nurrahmi & Hamdani M. Syam. *Perilaku Informasi Mahasiswa dan Hoaks di Media Sosial*. Vol 4, No.2, Jurnal Ilmu Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati (2020), hlm 129-146.

media baru dalam menyebarkan informasi palsu dan ujaran kebencian melalui media sosial Whatsapp dan Facebook. Teori yang digunakan Teori New Media. Penelitian ini disusun menggunakan metode penelitian Kualitatif. Hasil penelitian tersebut yaitu informan menggunakan media sosial, untuk berbagai alasan termasuk menjalin silaturahmi, serta untuk menyampaikan pesan dan informan kepada khalayak media baru *Hate speech* didefinisikan sebagai ujaran kebencian yang sengaja ditujukan kepada orang lain.<sup>3</sup>

Yanti Dwi Astuti, Mustofa dalam jurnal Komunika : Jurnal Dakwah dan Komunikasi, UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri, Vol. 14, No. 1, April 2020 dengan judul “Persepsi Remaja Muslim Yogyakarta Terhadap Peredaran Hoaks di Media Sosial”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara pemahaman terhadap hoaks sebagai berita bohong yang terdesain menjadi ancaman bagi kehidupan sosial. Teori yang digunakan ialah teori Stimulus, Organisme dan Respon (SOR) dan melalui pendekatan kualitatif. Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui metode FDG, Observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian tersebut yaitu memperjelas bahwa ada banyak metode untuk menentukan dan membedakan informasi atau berita itu hoax dengan cara mengecek kelengkapan data-data dari berita atau juga membandingkan dengan informasi atau berita dengan media-media lainnya. Menurut temuan, banyak pengaruh adalah hasil dari memperhatikan informasi atau berita hoax misalnya munculnya saling fitnah,

---

<sup>3</sup> Ahmad Fauzi, *Memahami Literasi Media Baru dalam Penyebaran Informasi Hoax dan Hate Speech (Studi Fenomenologi Dosen Pengguna Facebook dan Whatsapp)*, Vol 4, No.2, Jurnal PROMEDIA Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, (2018), hlm 56-76

memecah belah masyarakat, pencemaran nama baik yang berujung pada kekerasan.<sup>4</sup>

Ludia Saure, Max Rembang, Jeffry Londa dalam eJournal Komunikasi Universitas Sam Ratulangi Vol 7, No. 3 tahun 2018 dengan judul “Analisi Media Sosial Whats App Tentang Berita-Berita Hoax Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan hasil analisis media sosial WhatsApp mahasiswa FISIP Unsrat Manado terhadap berita Hoax. Teori Media Baru digunakan. Metode penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Menurut temuan penelitian ini, pengetahuan dan pemahaman siswa terhadap berita hoax yang beredar di media sosial sudah akurat dan komprehensif.<sup>5</sup>

I Komang Agus Widianara, Niluh Wiwik Eka Putri, NI Ketut Yuniati dalam Jurnal Ilmu UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi Sekolah Tinggi Agama Hindu (STAH), Volume 6, No.4, Oktober 2021, hlm 417-438 dengan judul “Literasi Digital dan Pandemi Covid-19: Persepsi Mahasiswa Menyikapi Fenomena Infodemik”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari referensi media para mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Agama Hindu (STAH) Negeri Mpu Kutiran Singaraja di Masa Pandemi Covid-19 sera untuk mengetahui persepsi dan tingkat literasi

---

<sup>4</sup> Yanti Dwi Astuti dan Mustofa, *Persepsi Remaja Muslim Yogyakarta Terhadap Peredaran Hoaks di Media Sosial*. Vol 14, No. 1, jurnal Komunika : Jurnal Dakwah dan Komunikasi UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri, (2020), hlm 47

<sup>5</sup> Laudie Saure, Max Rembang dan Jeffry Londa, *Analisi Media Sosial Whats App Tentang Berita-Berita Hoax Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manad*, eJournal Komunikasi Universitas Sam Ratulangi , Vol 7, No.3, (2018)

digital mahasiswa dalam menyikapi berbagai informasi infodemik Covid-19. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori Penggunaan dan Pemenuh Kebutuhan (*Uses and Gratification*) yang berfokus pada khalayak memilih media yang mereka inginkan. Pendekatan kualitatif dengan paradigma fenomenologi digunakan dalam penelitian ini. Menurut temuan studi tersebut, mahasiswa diliputi jaringan konspirasi, rumor, dan stigma. Banyak lapisan masyarakat yang bereaksi dingin ketika Covid-19 mulai muncul, bahkan berbagai berita bohong yang banyak tersebar di media sosial dikonsumsi tanpa aktivasi.<sup>6</sup>



---

<sup>6</sup> I komang Agus Widianara, Niluh Wiwik Eka Putri dan Ni Ketut Yuniati, *Literasi Digital dan Pandemi Covid-19: Persepsi Mahasiswa Menyikapi Fenomena Infodemik*, Jurnal Ilmu UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi Sekolah Tinggi Agama Hindu (STAH), Vol 6, No. 4, Oktober 2021, hlm 417-438

**Tabel 1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

No.	Nama	Judul dan Bentuk	Tujuan	Teori	Metode	Hasil	Kesimpulan
1.	Febri Nurrahmi & Hamdani M. Syam	“Perilaku Informasi Mahasiswa dan Hoaks di Media Sosial”  Jurnal Ilmu Komunikasi, Universitas UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Vol 4, No.2. (2020)	Untuk mengamati perilaku informasi mahasiswa dalam menghadapi hoax di media sosial	Teori Perilaku Informasi	Metode Penelitian Kualitatif	Menurut temuan penelitian ini, perilaku mencari perhatian dan pasif adalah yang paling umum di kalangan mahasiswa.	Perilaku mahasiswa masih belum cukup untuk mendeteksi hoaks di media sosial.
2.	Ahmad Fauzi	“Memahami Literasi Media Baru dalam Penyebaran Informasi Hoax dan <i>Hate Speech</i> (Studi Fenomenologi Dosen Pengguna Facebook dan Whatsapp)”  Jurnal Public Relation dan Media Komunikasi (PROMEDIA), Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, Vol 4, No.2. (2018)	Untuk mempelajari pengalaman dosen dengan literasi media baru dalam menyebarkan informasi bohong dan ujaran kebencian di Facebook dan WhatsApp.	Teori New Media	Metode Penelitian Kualitatif	Informan menggunakan media sosial, tidak hanya untuk menjalin mencari teman, tetapi juga untuk mengkomunikasikan pesan dan informasi kepada khalayak media baru. Ujaran kebencian didefinisikan sebagai ekspresi kebencian yang disengaja yang ditujukan kepada orang lain.	Informan menggunakan Whatsapp dan Facebook untuk berkomunikasi, berteman, dan bertukar informasi. Meskipun pengetahuan awal informasi tentang hoaks dan ujaran kebencian dapat dipahami, namun alasan utama penyebaran informasi terkait dengan kepentingan dan penggunaan oleh informan.
3.	Yanti Dwi Astuti dan Mustofa	“Persepsi Remaja Muslim Yogyakarta Terhadap Peredaran Hoax di Media Sosial”  Ejournal Komunika UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri,	Untuk mengetahui hubungan antara pemahaman terhadap hoax adalah jenias berita palsu yang dimaksudkan	Teori Stimulus, Organisme dan Respon (SOR)	Metode Penelitian Kualitatif	Ada keterkaitan antara pemahaman anak muda muslim di Yogyakarta tentang hoax dengan penolakan mereka terhadap hoax. Perempuan muda lebih rentan terhadap pengaruh berita bohong.	Bahwa ada banyak cara untuk menentukan suatu informasi atau berita hoax atau bukan, seperti meneliti kelengkapan data dari berita atau membandingkan informasi

		Vol. 14, No. 1, April 2020	untuk menajadi ancaman bagi kehidupan sosial				atau berita dengan media lain. Banyak analisis menunjukkan bahwa memperhatikan informasi atau berita hoax memiliki banyak konsekuensi, seperti munculnya saling fitnah, memecah belah masyarakat, pencemaran nama baik, dan tindakan kekerasan.
4.	Laudia Saure, Max Rembang, Jeffry Londa	“Analisis Media Sosial <i>Whats App</i> Tentang Berita – Berita Hoax Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado”  eJournal Komunikasi Universitas Sam Ratulangi, Vol 7, No.3 (2018)	Untuk menemukan referensi bermedia para mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Mpu Kutiran Singaraja di masa Pandemi Covid	Teori Media Baru	Metode Penelitian Kualitatif	Pengetahuan dan pemahaman mahasiswa tentang berita hoax yang beredar di media sosial <i>WhatsApp</i> sudah sangat paham tentang berita hoax dan isunya.	Dengan adanya berita hoax yang beredar di media sosial khususnya <i>WhatsApp</i> , para pelajar dapat mengetahui lebih jauh perbedaan antara berita hoax dan berita yang sebenarnya.
5.	I Komang Agus Widianara, Niluh Wiwiwk Eka Putri, Ni Ketut Yuniati	“Literasi Digital dan Pandemi Covid-19: Persepsi Mahasiswa Menyikapi Fenomena Infodemik”  Jurnal Ilmu Komuniaksi UHO Sekolah Tinggi	Untuk mengetahui persepsi dan tingkat literasi digital mahasiswa dalam menyikapi berbagai informasi infodemik Covid-19.	Teori <i>Uses and Gratification</i>	Metode Penelitian Kualitatif	Mahasiswa diliputi jaringan konspirasi, rumor, dan stigma. Banyak lapisan masyarakat yang bereaksi dingin ketika Covid-19 mulai muncul, bahkan berbagai berita bohong yang beredar di media sosial dikonsumsi tanpa aktivasi.	Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi STAHN Mpu Kutiran Singaraja telah menjadikan media sosial sebagai prioritas pengaruh yang dominan bagi mahasiswa dalam memberikan pandangan

		Agama Hindu (STAH), Volume 6, No. 4, Oktober 2021, hlm 417-438						dan sikap terkait perkembangan Covid-19 termasuk potensi penyebaran berita hoax.
--	--	--	--	--	--	--	--	---

Sumber : Diolah Oleh Peneliti 2022



Setelah dilakukan penjabaran terkait penelitian terdahulu yang menjadikan bahan referensi bagi peneliti, kemudian peneliti menafsirkan setiap persamaan dan perbedaan yang ditemukan dalam setiap referensi penelitian terdahulu karena setiap referensi dari penelitian tersebut memiliki persamaan dan perbedaan yang mendasari penelitian masing-masing.

Pada penelitian yang berjudul “Perilaku Informasi Mahasiswa dan Hoaks di Media Sosial”, relevansi kesamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis yaitu keduanya ingin meneliti informasi yang terdapat dalam media sosial. Adapun yang membedakan pada penelitian sebelumnya yaitu terletak pada objek penelitiannya.

Pada penelitian yang berjudul “Memahami Literasi Media Baru dalam Penyebaran Informasi Hoax dan Hate Speech (Studi Fenomenologi Dosen Pengguna Facebook dan Whatsapp”, relevansi persamaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis secara khusus keduanya ingin mempelajari fenomena hoax di Media Sosial. Ada juga perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian penulis terhadap teori yang digunakan serta *platform* media yang digunakan oleh penulis lebih meluas.

Pada penelitian yang berjudul “Persepsi Remaja Muslim Yogyakarta Terhadap Peredaran Hoax di Media Sosial”, relevansi persamaan pada penelitian sebelumnya yang sebanding dengan penelitian penulis ingin meneliti persepsi remaja terhadap beredarnya hoax di media sosia. Adapun perbedaannya terletak pada tujuan, peneliti terdahulu hanya memfokuskan khususnya remaja muslim,



sedangkan penelitian penulis memfokuskan pada semua remaja yang menganut agama apapun tanpa terkecuali serta perbedaan teori yang digunakan.

Pada penelitian yang berjudul “Analisis Media Sosial *Whats App* Tentang Berita – Berita Hoax Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado”, relevansi kesamaan peneliti sebelumnya dengan peneliti yang telah melakukan kedua penelitian tersebut yaitu media sosial dalam menyampaikan berita dalam peredaran berita hoax. Yang menjadikan perbedaan peneliti sebelumnya dengan peneliti penulis yaitu terdapat pada teori yang digunakan serta objek yang di analisis.

Pada penelitian yang berjudul “Literasi Digital dan Pandemi Covid-19: Persepsi Mahasiswa Menyikapi Fenomena Infodemik”, relevansi persamaan pada penelitian sebelumnya dengan peneliti penulis yaitu sama-sama ingin mengetahui persepsi dan tingkat literasi digital mahasiswa dalam menanggapi berbagai informasi yang ada. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek yang ingin diteliti.

Kebaruan (Novelty) dalam penelitian ini menjadi penemuan baru dan berguna untuk masyarakat khususnya Remaja generasi milenial untuk bisa memilih berita yang beredar di Media Sosial, supaya tidak terseret dalam berita hoax. Dengan harapan generasi remaja milenial dapat berpikir kritis dalam menggunakan media sosial.

## 2.2 Teori Yang Digunakan

### 2.2.1 Teori Persepsi Selektif Warner J. Severin

Persepsi Selektif (dalam, Warner J. Severin (2011:83) merupakan istilah yang diaplikasikan pada kecenderungan persepsi manusia yang terdiri atas unsur keinginan-keinginan, kebutuhan-kebutuhan, sikap-sikap, dan faktor-faktor psikologi lainnya. Persepsi selektif memainkan peranan penting dalam komunikasi seseorang. Persepsi selektif menyiratkan bahwa orang yang berbeda dapat bereaksi berbeda terhadap pesan yang sama. Tidak ada komunikator yang dapat berasumsi bahwa sebuah pesan akan memiliki arti yang persis sama bagi semua penerima pesan atau sesekali memiliki arti identik untuk semua penerima pesan<sup>7</sup>. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh melalui inferensi informasi dan interpretasi pesan.<sup>8</sup>

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi antara lain<sup>9</sup> :

a. Faktor Fungsional

Faktor fungsional adalah elemen yang berasal dari suatu kebutuhan, dari masa lalu dan apa adanya yang mencangkku siapa kita sebagai individu. Apa yang mengungkap persepsi bukanlah jenis atau bentuk rangsangan, tetapi karakteristik orang yang menanggapi rangsangan itu

---

<sup>7</sup> Warner J. Severin, 2011. *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode dan Terpaan di Dalam Media Massa*. Di alih bahasakan Sugeng Harianto: (Jakarta Prenada Media). Hlm 83

<sup>8</sup> Jalaludin Rahmat. *Psikologi Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset, 1998) hlm 51

<sup>9</sup> Jalaluddin, Rahmat, *Psikologi Komunikasi Edisi kelima*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 1985) hlm 55.

## b. Faktor Struktural

Faktor Struktural adalah faktor yang muncul semata-mata dari sifat rangsangan fisik hingga efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu.<sup>10</sup>

Persepsi pada dasarnya hanya muncul jika individu menerima rangsangan dari luar dirinya, sehingga persepsi akan muncul setelah mengamati objek bahwa setiap individu mempunyai kecenderungan untuk selalu memberikan makna terhadap rangsangan yang diterimanya dengan pengetahuan dan pengalaman yang ada padanya, yang kemudian ditanggapi oleh individu menanggapi memberikan pasangan apa yang diterimanya. Kemampuan untuk mempersepsi mengacu pada kemampuan individu untuk menanggapi rangsangan, namun begitu individu berinteraksi dengan objek yang dirasakan, maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu<sup>11</sup> :

### a. Persepsi Positif

Persepsi yang mencakup semua pengetahuan (entah anda mengetahuinya atau tidak) dan jawaban yang disampaikan melalui upaya untuk menerapkannya. Ini akan diikuti dengan lebih banyak aktivitas atau penerimaan dan dukungan terhadap objek yang dirasakan.

### b. Persepsi Negatif

Persepsi yang mencakup semua pengetahuan (baik yang diketahui maupun yang tidak diketahui) dan reaksi yang sumbang dengan objek

---

<sup>10</sup> *Ibid*; hlm 55

<sup>11</sup> Irwanto, *Psikologi Umum*, (Jakarta : PT. Prehallindo, 2002) hlm 71.

yang dirasakan. Itu akan secara pasif mengejar atau menolak dan menentang objek yang dirasakan.<sup>12</sup>

Dalam teori Persepsi Selektif ini penulis dapat menginterpretasikan remaja dalam menggunakan media sosial sehingga penulis dapat memperoleh pengetahuan serta melihat minat, latar belakang, serta pengalaman remaja milenial dalam membaca dan mencari informasi yang beredar di media sosial.

### 1. Proses Persepsi

Proses persepsi terdiri dari :<sup>13</sup>

#### a. Seleksi perseptual

Seleksi perseptual terjadi ketika konsumen merasakan dan memilih stimulus berdasarkan perangkat psikologis mereka, ini dikenal sebagai seleksi perseptual. *Psikologikal set* adalah berbagi informasi dalam memori konsumen. Akibatnya, proses berikut termasuk dalam definisi seleksi :

- 1) Perhatian baik-baik (*attention*)
- 2) Persepsi yang Selektif (*selective perception*)

### 2. Jenis-jenis Persepsi

Menurut Deddy Mulyana, persepsi terbagi menjadi dua kategori yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap orang atau masyarakat. Persepsi manusia adalah yang paling kompleks

---

<sup>12</sup> *Ibid*; hlm 71

<sup>13</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. (Jakarta : Kencana, 2003), hlm 102.

dan sulit dikuasai karena manusia pada dasarnya bersifat dinamis. Ada perbedaan yang dignifikan antara kedua jenis persepsi ini, yaitu :

- a. Persepsi objek melalui simbol fisik. Simbol fisik dapat digunakan untuk memahami objek, dan simbol nonverbal dapat digunakan untuk memahami orang. Manusia lebih efisien daripada kebanyakan objek, tetapi mereka juga sulit diprediksi.
- b. Persepsi objek yang dapat merespons properti eksternal. Persepsi manusia dapat mengambil karakteristik eksternal dan internal. (Motivasi, paralel, harapan, dan sebagainya).
- c. Objek adalah sesuatu yang tidak bereaksi, sedangkan manusia bisa. Dengan kata lain, objek bersifat statis, sedangkan sifat manusia bersifat dinamis.<sup>14</sup>

### 2.3 Komunikasi

Dalam bukunya, Leland Brown (1970) mendefinisikan komunikasi sebagai transmisi dan pertukaran fakta, ide, perasaan, dan tindakan.<sup>15</sup> Komunikasi sangat diperlukan untuk berinteraksi dengan manusia lain, komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari, kehidupan manusia tidak akan berfungsi dengan baik tanpa komunikasi, komunikasi sangat penting. Berikut macam-macam komunikasi :

---

<sup>14</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005) hlm 184

<sup>15</sup> Leland Brown, *Communicating Facts and Ideas in Business*, (New Jersey: Prentice Hall Brown, 1970)

1) Komunikasi dengan diri sendiri (interpersonal communication), komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri individu atau proses berkomunikasi dengan diri sendiri.

2) Komunikasi antarpribadi (interpersonal communication),

dalam konteks ini, komunikasi mengacu pada interaksi tatap muka antara dua orang atau lebih.

3) Komunikasi publik (public communication),

Proses komunikasi dimana pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan audiens yang lebih besar disebut sebagai komunikasi publik.

4) Komunikasi massa (mass communication),

komunikasi massa adalah proses komunikasi yang terus menerus dimana pesan dikirim dari sumber institusional kepada khalayak massa melalui alat-alat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya<sup>16</sup>.

Harold D. Lasswell mengemukakan bahwa fungsi komunikasi meliputi (1) kemampuan manusia untuk mengendalikan lingkungannya, (2) adaptasi untuk mengendalikan lingkungannya, serta (3) transmisi warisan sosial kepada generasi berikutnya.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Hafied H. Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok : Rajawali Pers hlm 140.

<sup>17</sup> *Ibid*; hlm 59

Hakikat komunikasi adalah suatu proses ekspresi antara manusia, dimana pikiran dan perasaan terhadap orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai sarana transmisi. Ada yang menyampaikan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan (*communicator*), dan orang yang menerima pernyataan dalam hal komunikasi (*komunikan*). Pesan dalam komunikasi memiliki dua komponen, yang pertama adalah isi pesan, dan yang kedua adalah simbol. Pesan adalah pikiran atau perasaan, sedangkan simbol adalah bahasa (Effendy, 2003)<sup>18</sup>.

#### 2.4 Media Sosial

Boyd mendefinisikan media sosial dalam Nasrullah (2015) sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu dan komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus berkolaborasi atau bermain satu sama lain<sup>19</sup>. Selama bertahun-tahun, media sosial telah berkembang secara signifikan. Menjadi manusia itu penting di media sosial. Orang biasa yang berbagi pemikiran mereka, berkolaborasi dan bekerja sama untuk membuat kreasi, bertukar pikiran, berdebat, mencari citra, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Pada dasarnya, menggunakan media sosial membuat kita menjadi diri kita sendiri.<sup>20</sup>

Media sosial adalah jenis media online yang mendorong interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi situs web yang mengubah komunikasi

---

<sup>18</sup> Geofakta Rizali, Markus Kristian Retu, dkk, *Ilmu Komunikasi dan Informasi & Transaksi Elektronik*. (Bandung CV. Media Sains Indonesia, 2022), hlm. 8

<sup>19</sup> Astari Clara Sari, “*Komunikasi dan Media Sosial*”, *Jurnal The Manager*, Vol.3 No. 2 (2018), hlm 69

<sup>20</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hlm 11

menjadi dialog interaktif. Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path dan Wikipedia adalah beberapa situs media sosial paling populer saat ini. Media sosial dianggap sebagai alat dukungan online yang membantu memperkuat hubungan antar pengguna serta sebagai sebuah ikatan sosial.<sup>21</sup>

Secara umum, media sosial diklasifikasikan menjadi 4 jenis yaitu:

- 1) Proyek kolaborasi Proyek kolaborasi situs web seperti Wikipedia, di mana pengguna diizinkan untuk mengubah, menambah, atau menghapus konten dari situs web.
- 2) Blog atau microblog, dimana dimana pengguna dapat mengekspresikan diri secara bebas, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap sesuatu, seperti Twitter.
- 3) Konten atau isi, dimana para pengguna di website ini berbagi konten multimedia seperti ebook, video, foto, gambar, dan lain-lain seperti Instagram dan Youtube.
- 4) Di situs jejaring sosial, pengguna memperoleh izin untuk terhubung dengan membuat informasi yang bersifat pribadi, grup atau sosial sehingga yang dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti Facebook.<sup>22</sup>

Perkembangan media sosial semakin beragam, unik dan berkarakteristik<sup>23</sup>.

Perkembangan teknologi informasi ekspansi di seluruh dunia semakin cepat juga

---

<sup>21</sup> *Ibid*; hlm 11

<sup>22</sup> Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*. (Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), hlm 26.

<sup>23</sup> *Ibid*; hlm 10.



berdampak pada meningkatnya penggunaan media sosial di masyarakat. Dengan berkembangnya teknologi, terdapat komunikasi memiliki hubungan yang erat dengan media sosial. Akibat adanya media sosial, komunikasi menjadi lebih cepat dan mudah, baik melalui *chat*, telepon, maupun *video call*.<sup>24</sup>

Paparan media baru khususnya media sosial telah memberikan dampak yang signifikan bagi eksistensi manusia individu dan masyarakat umum serta mengubah perilaku manusia dalam penggunaan teknologi. Akibatnya, media sosial dapat mempengaruhi dilakukannya proses interaksi sosial dan hubungan sosial yang. Modus komunikasi ditentukan oleh proses interaksi sosial yang terlibat dalam komunikasi.<sup>25</sup>

## 2.5 Berita Hoax

Berita adalah laporan peristiwa aktual dan hangat melalui proses kerja jurnalistik sehingga layak dipublikasikan oleh media massa. Proses kerja suatu peristiwa sehingga menjadi berita, dilakukan melalui kegiatan jurnalistik, yaitu kegiatan mencari peristiwa atau kejadian, mengumpulkan fakta, mengolah menjadi berita dan menyebarkan melalui media massa. Informasi tersebut telah diteliti dengan cermat dan seksama, sehingga informasi yang disajikan telah mencapai ketetapan. Menyampaikan informasi secara tepat merupakan landasan pokok untuk tidak mengakibatkan masyarakat pembaca, pemirsa dan pendengar mengalami kesalahan. Kesalahan yang ditimbulkan oleh kesesatan informasi pada

---

<sup>24</sup> Rahmanita Ginting, dkk, *Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring sebelum Sharing*. (Cirebon: Penerbit Insania, Cetakan Pertama, Maret 2021) hlm 27

<sup>25</sup> *Ibid*; hlm 28

media massa, tentu bisa diperkirakan betapa besar bahaya dan kerugian yang diderita masyarakat banyak.<sup>26</sup>

Hoax merupakan kebohongan berita yang jauh dari kebenaran namun terkemas seakan dalam kebaikan. Berita hoax adalah berita yang dibuat dan disiarkan melalui media apapun dengan muatan yang tidak berdasar pada kebenaran. Media sosial sebagai *platform* yang bekerja berdasarkan informasi untuk kemudian didistribusikan melalui berbagai perangkat sampai terakses ke pengguna. Informasi menjadi komoditas yang ada di media sosial. Data-data yang diunggah dapat menjadi komoditas yang dari bisnis dapat diperdagangkan.<sup>27</sup>

Penyiaran informasi merupakan salah satu aspek dalam komunikasi. komunikasi sangat erat kaitannya dengan berbagai hal dalam kehidupan, sehingga setiap perubahan penting yang terjadi pada komunikasi akan memiliki pengaruh, dampak, dan implikasi pada keseluruhan kehidupan manusia dan masyarakat, tidak terkecuali pada pranata dan lembaganya. Proses komunikasi dapat dilakukan secara bertatap muka atau dilakukan dengan menggunakan bantuan media<sup>28</sup>. Dengan bantuan dari media-media tersebut, setiap individu dapat dengan mudah menyampaikan pesan-pesan komunikasinya tanpa mengenal ruang dan waktu.<sup>29</sup>

---

<sup>26</sup> Drs. H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta: PT. Logos Wacana Ilmu, 1999, hlm 40

<sup>27</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, Cet. III, 2017), hlm 21

<sup>28</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, Cet II, 2000), hlm 41-42

<sup>29</sup> Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), hlm 19.

Berdasarkan buku *Common Hoaxes and Chain Letters*, ada beberapa aturan praktis yang digunakan mengenali ciri-ciri berita hoax secara umum, yaitu:<sup>30</sup>

- 1) Berita hoax biasanya memiliki karakteristik surat berantai dengan menyebutkan kalimat “*sebarlah ini ke semua orang yang anda tahu, jika tidak sesuatu yang tidak menyenangkan akan terjadi*”.
- 2) Berita hoax biasanya tidak menyertakan tanggal kejadian dan tidak memiliki tanggal yang realistis atau bisa di verifikasi, contohnya “*kemarin*” atau “*dikeluarkan oleh...*” pernyataan yang tidak menunjukkan kejelasan.
- 3) Berita hoax biasanya tidak memiliki tanggal kadaluwarsa pada informasi, meskipun kehadiran tanggal tersebut tidak membuktikan apa-apa.
- 4) Tidak ada organisasi yang dapat mengidentifikasi atau yang dikutip dari sumber informasi atau menyertakan organisasi, biasanya tidak terkait dengan informasi.

Harley membuat sebuah panduan untuk mengenali berita hoax dan email berantai dengan tujuan banyak laporan mengenai berita hoax dan email berantai yang beredar, sehingga menimbulkan keresahan di masyarakat. Meskipun sudah dikonfirmasi, informasi tersebut masih beredar, sehingga Harley membuat panduan untuk mengenali dan mencegah hoax. Adapun ciri-ciri berita hoax dan email berantai seperti yang dikemukakan Harley, antara lain :

---

<sup>30</sup> Harley, *Common Hoaxes and Chain Letters* (San Diego: ESET, 2008) hlm 2.

- 1) Memuat kalimat yang mengajak untuk menyebarkan informasi seluas-luasnya.
- 2) Tidak mencantumkan tanggal pembuatan dan tanggal kadaluarsa.
- 3) Tidak menyantumkan sumber informasi yang valid.

Dari ciri-ciri tersebut setidaknya dapat membantu masyarakat khususnya remaja yang aktif menggunakan media sosial dapat memfokuskan pemikirannya ketika berhadapan dengan informasi, sehingga mereka bisa bersikap bijak terhadap setiap informasi yang diperolehnya. Harley menyatakan bahwa kebanyakan berita hoax beredar dari niat untuk menunjukkan keprihatinan atau membantu orang lain. Namun, berita hoax yang dimaksudkan untuk kesenangan individu ketika berhasil menipu orang lain.

## 2.6 Literasi Media

Literasi media merujuk pada kemampuan seseorang yang melek terhadap media dan pesan media dalam konteks komunikasi. dalam hal ini literasi media adalah suatu gerakan melek media untuk meningkatkan kontrol individu terhadap media yang mereka gunakan untuk mengirim maupun menerima pesan.<sup>31</sup> Pendekatan literasi media tidak hanya terbatas pada kemampuan seseorang atau sebatas kajian akademik, melainkan lebih jauh mempersiapkan generasi selanjutnya dalam memahami literasi media. Artinya, literasi media memiliki

---

<sup>31</sup> Stanley Baran J dan Dennis Davis K, *Teori Dasar Komunikasi Pergolakan dan Masa Depan Massa*, (Salemba Humanika, 2010)

ikatan dengan membantu seseorang dalam mengembangkan satu pemahaman agar lebih kritis dan bijak menggunakan media.<sup>32</sup>

Konsep literasi media semakin berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Dengan munculnya kecanggihan teknologi, peran media tradisional semakin tersisihkan, salah satunya dipengaruhi oleh masuknya media konvergensi yaitu internet. Melalui internet, maka literasi tradisional tidak bisa membuat individu bertahan pada era konvergensi media seperti saat ini, dengan kata lain media baru memainkan sebuah peran penting dalam masyarakat dan individu. Oleh karena itu, penting bagi individu dan masyarakat untuk membekali diri dengan literasi media.<sup>33</sup>

Literasi media merupakan suatu keterampilan yang tidak hanya menekannya pada melek media, melainkan juga kritis dalam memahami, mengevaluasi, menganalisis isi pesan di media sosial. Serta memiliki kemampuan untuk melakukan aktivitas di dunia maya seperti memahami makna isi informasi, memproduksi informasi, dan berpartisipasi dalam kegiatan kelompok media sosial.

Silvertblatt mengidentifikasi beberapa macam elemen literasi media, diantaranya yaitu :

- a. Sebuah keterampilan berpikir kritis yang memungkinkan anggota khalayak untuk mengembangkan penilaian independen tentang konten media.

---

<sup>32</sup> Apriadi' Tamburaka, Literasi Media : Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013). Hlm 23

<sup>33</sup> Der-Thang Chen, Wu Jing, dan Wang Yu-Mei. Unpacking New Media Literacy. Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics 9(2) (2011); 84-88

- b. Sebuah kesadaran akan dampak media pada individu dan masyarakat.
- c. Strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan-pesan media.
- d. Kemampuan untuk menikmati, memahami, dan menghargai isi media.
- e. Pembangunan dari keterampilan produksi yang efektif dan bertanggung jawab.<sup>34</sup>

Menurut Livingstone (2004), ia mengemukakan bahwa terdapat empat komponen dari literasi media, yaitu diantaranya :

- a. *Acces* (Akses)
- b. *Analys* (analisis)
- c. *Evaluation* (evaluasi)
- d. *Content Creation*<sup>35</sup>

Keempat komponen tersebut mendukung agar komponen yang lainnya. Dimana literasi media diungkapkan dengan belajar untuk menciptakan keterampilan di dalam analisis, kemudian dari analisis tersebut dapat mencoba mengevaluasi untuk mengembangkan kemampuan mengakses.

---

<sup>34</sup> Apriadi Tambruca, *Literasi Media*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013) hlm 14.

<sup>35</sup> *Ibid.*

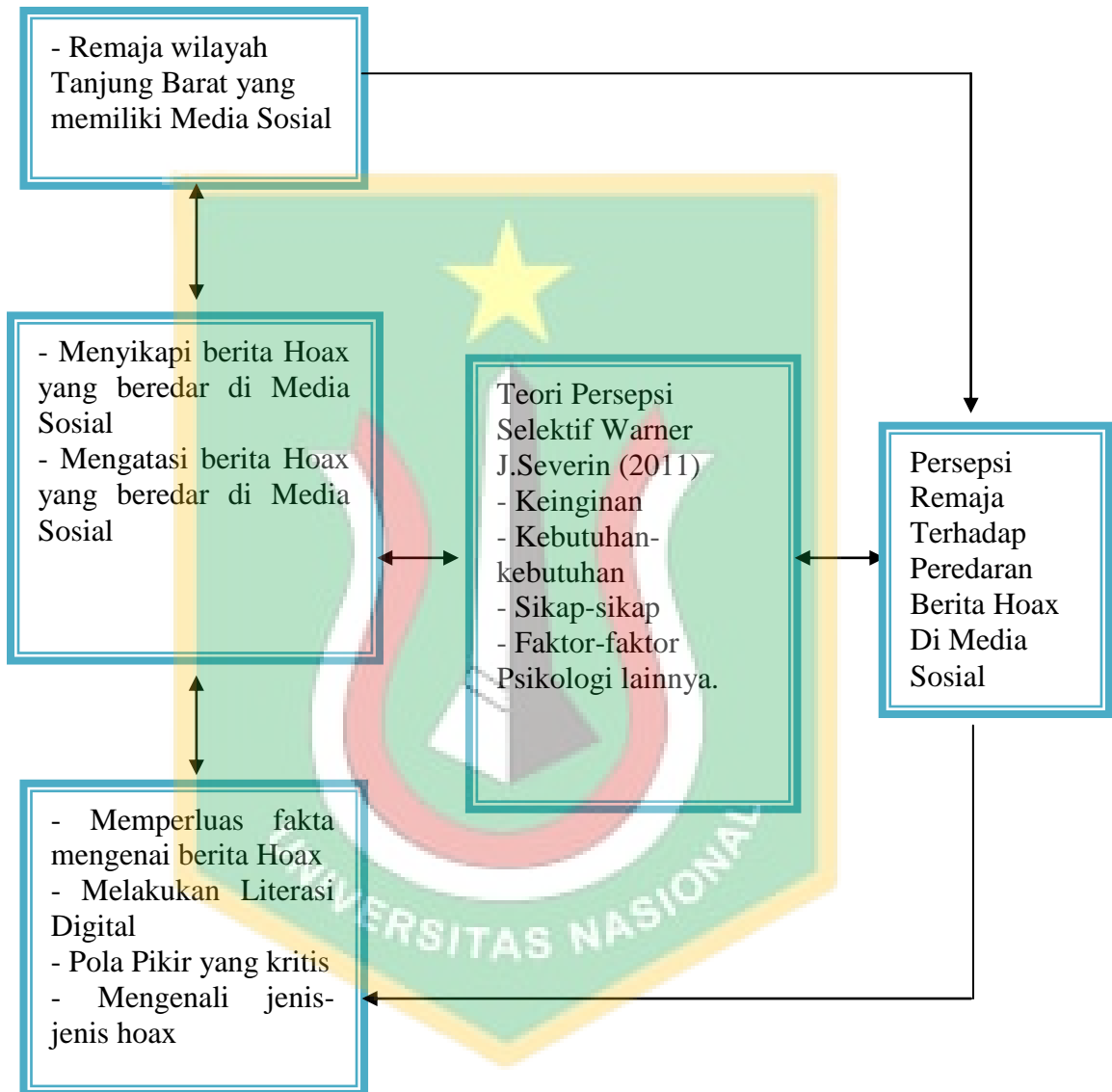
## 2.7 Kerangka Pemikiran

Sikap remaja terhadap informasi yang disebarakan melalui media sosial berbeda-beda. Ada remaja yang resah dan khawatir dengan banyaknya berita hoax yang beredar di media sosial, remaja yang langsung merespon pesan di media sosial tanpa mencari sumber kebenarannya, dan remaja yang ikut menyebarkan berita hoax di media sosial. Hal tersebut menunjukkan sikap remaja yang kurangnya memahami literasi digital terhadap berita hoax. Masih rendahnya minat keingintahuan serta kemauan dalam membiasakan diri untuk melakukan literasi digital. Dengan begitu, semua kalangan masyarakat tentunya generasi remaja milenial dapat melihat suatu berita secara objektif, yang nyaman untuk memproses dan menyaring informasi yang diterima dengan baik, tidak mudah menerima dan menyebarkan informasi yang tidak menjamin keakuratannya, demikian halnya penyebaran berita hoax dapat diminimalisasikan.

Upaya yang dapat dilakukan remaja dalam pencegahan pada berita hoax, dengan diharapkannya membaca informasi yang didapat dengan utuh, mengembangkan pemikiran kritis, mencari kebenaran informasi agar tidak mudah terprovokasi oleh berita yang memang belum terlihat kebenarannya. Untuk itu, penelitian ini menggunakan pendekatan teori Persepsi Selektif dari Warner J. Severin (2011) yang terdiri atas keinginan, kebutuhan-kebutuhan, sikap-sikap, serta faktor-faktor psikologi lainnya untuk menafsirkan hasil informasi yang didapat dari remaja wilayah Tanjung Barat dalam persepsinya terhadap berita hoax yang beredar.

## 2.8 Model Kerangka Pemikiran Penelitian

Gambar 2.4 Analisis Data Model Kerangka Pemikiran



Sumber : diolah oleh peneliti 2022