

Pengaruh Hoax di Media Sosial Terhadap Preferensi Sosial Politik Remaja di Surabaya

Dinda Marta Almas Zakirah^{*1}

¹Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

e-mail: *Dindamarta17@gmail.com

Abstract

Easy access to social media has several impacts that can harm others. Irresponsible people are now abusing the freedom of expression, for example, the spread of fake news or hoaxes. Even though the government has made regulations and threats, it does not provide a deterrent effect for the perpetrators. This hoax news is intentionally created to influence or change the perception of readers. Surabaya is one of the cities where the majority of the population has access to social media, especially for today's youth. This study focuses on how hoax news on social media affects the mindset of adolescents in Surabaya and how adolescents respond to hoax news in social media. This study uses a qualitative method with Habermas's public space theory approach. The results showed that the emergence of hoax news can influence the views of Surabaya teenagers regarding the object being reported, then when spreading fake news or hoaxes, they do not do editing first, and there are several factors that influence teenagers to spread fake news, namely, for fun, share information and think that the news obtained is important news for other readers.

Keywords: hoax, social media, public space, preferences

Abstrak

Mudahnya mengakses media social memberikan beberapa dampak yang dapat merugikan orang lain. Kebebasan untuk berpendapat kini disalah gunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab, contohnya yaitu penyebaran berita bohong atau *hoax*. Meskipun pemerintah telah membuat peraturan serta ancaman namun tidak memberikan efek jera bagi para pelaku. Berita *hoax* ini sengaja dibuat untuk mempengaruhi atau merubah persepsi para pembaca. Surabaya adalah salah satu kota yang mayoritas penduduk dapat mengakses media social, terutama bagi anak muda jaman sekarang. Penelitian ini memfokuskan pada bagaimana pengaruh berita hoax di media sosial terhadap pola pikir remaja di Surabaya serta bagaimana cara remaja menanggapi berita *hoax* di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan teori ruang publik dari Habermas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa munculnya berita *hoax* dapat

¹ Mahasiswa Magister (S2) Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2019.

memberikan pengaruh terhadap pandangan pada remaja Surabaya mengenai objek yang diberitakan, kemudian pada saat menyebarkan berita bohong atau *hoax*, mereka tidak melakukan editing terlebih dahulu, serta ada beberapa factor yang mempengaruhi para remaja untuk menyebarkan berita bohong yaitu, karena iseng, berbagi informasi dan menganggap bahwa berita yang didapat adalah berita yang penting bagi pembaca lainnya.

Kata kunci : *hoax, media sosial, ruang publik, preferensi*

A. Pendahuluan

Berita palsu atau yang biasa disebut sebagai berita *hoax* kini sedang marak di Indonesia. Media sosial kini menjadi salah satu media untuk berkomunikasi antar individu ataupun kelompok di era modern ini yang memiliki banyak variasi, yang diantaranya yakni, *facebook, twitter*, ataupun pesan telpon genggam seperti, *Whatsapp* dan lain sebagainya yang tidak dapat di filter dengan baik isi dari pesan-pesan yang dikirimkan atau yang didapatinya (Simabur dan Bailussy, 2019).

Hoax kini menjadi focus perhatian terutama di media online. Banjir informasi yang membuat bingung khalayak untuk menentukan informasi atau berita mana yang benar dan mana yang palsu. Lebih jauh lagi, informasi palsu ini menjadi bagian dari konflik sehingga masing-masing mengklaim bahwa informasi yang disampaikan oleh orang terdekat atau kelompoknya adalah informasi yang benar, dan sebaliknya apabila informasi yang didapatnya dari orang yang tidak dikenal atau bukan dari kelompoknya adalah berita palsu (Gumilar, dkk, 2019). *Hoax* merupakan informasi yang direayasa untuk menutupi informasi yang sebenarnya. Selain itu *hoax* juga diartikan sebagai tindakan mengaburkan informasi yang sebenarnya, dengan cara membanjiri media dengan pesan yang salah agar dapat menutupi pesan yang sesungguhnya. Tujuan dari penyebaran berita palsu atau *hoax* yang sengaja ini adalah membuat masyarakat merasa tidak aman dan kebingungan. Dalam kondisi yang kebingungan ini masyarakat cenderung mengambil keputusan yang lemah, tidak meyakinkan, dan bahkan salah.

Dalam kamus Oxford, *hoax* diartikan sebagai suatu bentuk penipuan yang bertujuan untuk membuat kelucuan atau membawa sebuah bahaya (Oxford Dictionary, 2020). *Hoax* dalam Bahasa Indonesi berarti berita bohong, informasi palsu, atau kabar dusta. Sedangkan menurut kamus Bahasa Inggris, *hoax* artinya olok-olok, cerita bohong, dan memperdayakan atau menipu. Dalam buku “*Sins Against Science, The Scientific Media Hoaxes of Poe, Twain, and Other*” yang dituliskan oleh Walsh, menyatakan bahwa istilah *hoax* sudah ada sejak tahun 1800 pada awal era revolusi industry di Inggris. Asal kata dari *hoax* diyakini ada sejak beberapa ratus tahun yang lalu, yaitu ‘*hocus*’ dari mantra ‘*hocus pocus*’ frasa yang sering kali disebut oleh pesulap. Dalam buku Boeses yang berjudul “*Museum of Hoaxes*” menuliskan bahwa jauh sebelumnya istilah *hoax* istilah

hoax pertama kali terpublikasi melalui penggalan palsu yang dibuat oleh Isaac Bickerstaff di tahun 1709 untuk meramalkan kematian astrolog John Partridge.

Menurut Juditha, media sosial menjadi media penyebaran *hoax* terbanyak serta menjadi arus dalam penyebaran *hoax*, masing-masing sebesar 1,2% (radio), 5% (media cetak), dan 8,70% (televisi). Tidak hanya melalui media saja, namun *hoax* sangat banyak beredar di masyarakat melalui media online. Dari beberapa hasil penelitian terdahulu yang salah satunya yaitu Mastel, menyatakan bahwasannya media yang paling banyak digunakan untuk menjadi penyebaran *hoax* adalah situs web sebesar 34,90%, aplikasi chatting (*whatsapp*, *line*, *telegram*) sebanyak 62,80%, dan melalui media sosial (*facebook*, *twitter*, *Instagram*, dll) yang merupakan media terbanyak digunakan yaitu mencapai 92,40%. Sedangkan data yang dicatat oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi menyebutkan ada sebanyak 800 ribu situs di Indonesia yang terindikasi sebagai penyebar *hoax* (Juditha, Cristtiany, 2019).

Fenomena *hoax* kini menjadi keresahan bagi khalayak, serta menimbulkan beragam masalah. Pada saat Pemilihan Umum Presiden atau Pemilihan Kepada Daerah berlangsung, *hoax* semakin beredar di mana-mana dan semakin banyak beredar. Hal tersebut dapat kita lihat ketika Pilkada Jakarta 2017. Saat itu, *hoax* atau berita bohong banyak tersebar di masyarakat. Dewan Pers Indonesia menilai *hoax* telah memasuki tahap serius. Apabila *hoax* memiliki rentang uang sangat lebar, mulai dari yang satir untuk menyindir hingga yang dipublikasikan melalui berbagai kanal informasi. Pada awalnya masyarakat mencari informasi melalui media mainstream. Tapi pada saat ini *hoax* justru masuk ke dimensi lain di media sosial dan diadopsi begitu saja di media mainstream tanpa klarifikasi (Jemadu, 2020).

Pengertian media sosial sendiri menurut beberapa ahli yakni, definisi sosial dalam media sosial adalah individu yang ada dalam komunitas tidak hanya ada pada sebuah lingkungan, melainkan harus berkolaborasi dengan lingkungan lain sehingga tercipta suatu kerja sama karena kerja sama merupakan karakter dari sosial (Rulli, Nasrullah, 2017). Dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan para penggunanya untuk merepresentasikan dirinya, sehingga dirinya dapat berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan juga membentuk ikatan sosial secara virtual (Rulli, Nasrullah, 2017).

Lebih luas lagi, media sosial merupakan salah satu wadah yang sangat rentan dan sangatlah sering digunakan sebagai media penyebaran berita *hoax*. Banyaknya pengguna aktif bahkan dapat dikatakan sebagai panggilan media sosial di Indonesia ini memberikan kemudahan bagi para penyebar *hoax* dalam menjalankan aksinya. Selain itu pengawasan di media sosial juga tidak terlalu ketat yang mengakibatkan para oknum penyebar *hoax* bebas dalam menyebarkan aksinya, sehingga berita apapun yang di bagikan dapat tersebar dengan mudahnya. Dengan hadirnya media sosial ini juga memberikan dampak yang positif dan juga negative (Marwan, Rayii, 2019).

Dengan hadirnya media sosial banyak memberikan dampak positif bagi sang pengguna, dan tidak sedikit pula dampak negatifnya. Di Indonesia sendiri kehadiran media sosial juga memberikan pengaruh politik, sosial, budaya dan juga ekonomi di media sosial menggeser serta menembus batas-batas dari pola relasi interaksi hirarki menjadi

egaliter, baik di ruang politik maupun budaya. Informasi yang kurang bahkan tidak bermutu bertebaran secara masif tanpa verifikasi dan konfirmasi. *Hoax*, fitnah serta hujatan bersahut-sahutan nyaris tanpa henti (Marwan, Rayii, 2019).

Kemajuan serta ragam media komunikasi yang dimiliki oleh masyarakat memberikan dampak yang signifikan kepada penggunaannya, serta negara juga menghadapi efek dari *hoax* sebagai akibat *communication jammed* yang terjadi di masyarakat. *Communication jammed* disebabkan karena adanya perkembangan teknologi yang sudah tidak dapat terkontrol lagi. *Communication traffic* yang sangat rumit menyebabkan berita-berita *hoax* sebagai salah satu tindakan konstruksi sosial sederhana, akan tetapi menajdi musuh masyarakat serta negara, mudah bermunculan (Juditha, 2019).

Sosial media sering kali dikaitkan dengan remaja yang mayoritas dari mereka menghabiskan waktunya untuk berselancar di media sosial, apa lagi saat ini internet menyuguhkan banyak sekali aplikasi-aplikasi yang menarik bagi para penggunaannya. Tidak jarang para remaja saat ini menggunakan gadget nya untuk bermain sosial media, dan memanfaatkannya semaksimal mungkin. Mulai dari berbisnis online, mencari teman baru, belanj online dan masih banyak lagi. Berita *hoax* yang beredar bukan hanya melalui orang-orang dewasa, namun dikalangan para remaja berita *hoax* juga sering beredar, yang dimana berita-berita bohong tersebut dapat mempengaruhi cara berpikir dan menilai objek yang sedang diberitakan. Hal tersebut di takutkan akan merusak cara berfikir para penerus bangsa.

Berdasarkan latar belakang tersebut, hal yang menarik untuk dikaji lebih mendalam adalah tentang bagaimana pengaruh berita *hoax* di media sosial terhadap pola pikir remaja di Surabaya serta bagaimana cara remaja menanggapi berita *hoax* di media sosial. Mengingat media sosial adalah sebuah media yang paling banyak digunakan dalam penyebaran *hoax*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari berita *hoax* di media sosial terhadap pola pikir remaja di Surabaya serta untuk mengetahui lebih dalam lagi bagaimana cara para remaja menanggapi berita *hoax* di media sosial.

Sebelumnya penelitian tentang *hoax* juga pernah dilakukan oleh Situngkir pada tahun 2017 dengan judul "*Spread of Hoax in Social Media*". Dipenelitian yang dilakukan oleh Situngkir ini membahas cara menyebarkan tipuan sebagai gossip dan rumor di *twitter*, dengan mengamati kasus empiris di Indonesia. Studi ini juga membahas factor penyebaran gossip di media sosial serta melihat epidemiologi tipuan propagasi sebelum dan sesudah tipuan diklarifikasi di media massa konvensional. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwasannya *twitter* adalah sebagai layanan *micro-blogging* merupakan salah satu media yang efektif untuk menyebarkan berita dari orang satu ke orang lainnya dengan kecepatan yang sebanding dengan media massa konvensional.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Siswoko pada tahun 2017, dengan judul "Kebijakan Pemerintah Menangkal Penyebaran Berita Palsu atau *Hoax*". Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Siswoko menyimpulkan bahwa Pemerintah mengambil langkah-langkah lain diluar pemblokiran situs untuk mengantisipasi penyebaran berita *hoax*. Selain itu juga tentang konten *hoax* yang terus dilakukan berulang-ulang melalui media sosial akan berdampak mengubah opini dan pilihan masyarakat khususnya dalam kasus pemilihan presiden. Sedangkan penelitian ini membahas secara komprehensif tentang interaksi komunikasi *hoax* di media

sosial yang menyangkut pengirim dan penerima pesan hoax, medium yang digunakan, isi pesan, proses produksi, penyebaran dan dampak hoax bagi masyarakat.

Menurut Habermas, di dalam ruang publik “*private persons*” bergabung untuk mendiskusikan hal-hal yang menjadi perhatian publik atau kepentingan bersama. Ruang publik ini ditujukan sebagai mediasi antara masyarakat dan negara dengan memegang tanggung jawab negara pada masyarakat melalui publisitas. Tanggung jawab negara mensyaratkan bahwa informasi-informasi mengenai fungsi negara dibuat agar dapat diakses sehingga aktifitas-aktifitas negara menjadi subyek untuk dikritisi dan mendorong opini publik. Pada tahapan ini ruang publik dirancang untuk sebuah mekanisme institusi untuk merasionalisasikan dominasi politik dengan memberikan tanggung jawab negara pada warganegara. Sedangkan publisitas diartikan sebagai penyampaian hal-hal yang termasuk dalam kepentingan umum pada negara dalam bentuk-bentuk yang secara sah menjamin kebebasan berbicara, kebebasan pers, dan kebebasan berserikat. Pada tahap ini, ruang publik dirancang untuk jenis interaksi diskursif yang spesifik. Disini ruang publik dikonotasikan sebagai tempat untuk diskusi mengenai hal-hal rasional yang tidak terbatas mengenai hal-hal yang bersifat umum. Hasil dari diskusi merupakan opini publik yang menjadi konsensus mengenai kebaikan bersama (Kadarsih, Ristiana, 2018).

Singkatnya, *publik sphere* berarti sebuah ruang yang menjadi mediasi antara masyarakat dan negara dimana publik mengatur dan mengorganisirnya sendiri sebagai pemilik opini publik. Dalam pembahasan ini hanya akan membahas ruang publik di media massa yang sejak abad ke-18 digunakan sebagai wahana pertukaran pengalaman, informasi dan pengetahuan di antara warganegara. Dengan demikian, membahas tentang ruang publik di media massa berarti membicarakan otoritas individu atau warganegara sebagai pengguna dan pemanfaat media yang memiliki otonomi, sehingga dalam ruang publik tersebut setiap anggota masyarakat dari berbagai latar belakang yang berbeda sebagai warganegara yang posisinya setara melakukan diskursus tanpa mengalami kendala struktural. Media massa dalam konteks ini memiliki fungsi memasok dan menyebarkan informasi yang diperlukan untuk penentuan sikap, serta memfasilitasi pembentukan opini publik dengan menempatkan dirinya sebagai wadah independen dimana isu-isu permasalahan umum dapat diperdebatkan. Oleh karena itu media massa harus memiliki kemandirian serta bebas dari pengaruh dan dominasi kelompok-kelompok yang ada dalam publik, kepentingan negara serta tekanan pasar. *Publik sphere* sebaiknya menjamin terjadinya diskursus nasional untuk mencapai konsensus publik yang sah. Apalagi ketika media menjalankan fungsi ideologisnya yang menentukan kepentingan apa, masalah siapa, perspektif mana yang akan diakses ke dalam media mereka (ruang publik media) (Kadarsih, Ristiana, 2018).

Konsep utama dalam ruang publik Habermas ini menekankan pada konsepsi dialogis atau *dialogical conception* dengan asumsi bahwa individu-individu datang bersama-sama ke lokasi yang sama dan terjadi suatu dialog antara satu dengan yang lainnya, sebagai posisi yang sama dalam percakapan *face to face*. Namun konsep ruang publik yang telah di kemukakan oleh Habermas dalam arti *face to face* dalam “*Cyberdemocracy: Internet and the Public Sphere*” telah bergeser seiring perkembangan kemajuan dari teknologi komunikasi internet. Internet memberikan ruang untuk setiap individu untuk mendapatkan proses mengakses informasi yang dibutuhkan dengan mudah.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan atau metodologi deskriptif kualitatif. Metode kualitatif adalah suatu metode yang digunakan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah serta memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2010). Dalam penelitian ini, desain yang akan digunakan adalah deskriptif, yaitu penelitian yang memberikan gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu mengenai keadaan ataupun gejala yang terjadi. Selanjutnya penulis menggunakan metode purposive dan snowball dalam memilih informan. Metode penentuan informan berdasarkan kriteria tertentu yaitu remaja yang memiliki gadget, para remaja yang menggunakan media sosial, dan juga remaja yang pernah mengonsumsi berita *hoax*. Tujuan dari kriteria ini yaitu untuk memberikan variasi data dan melihat perbandingan dari hasil pengumpulan data. Dalam penentuan informan, peneliti pada mulanya menelusuri informan, penulis pada mulanya menelusuri informan, dalam penelitian ini kriteria untuk informan subjek yaitu mahasiswa yang mengonsumsi berita *hoax*, baik yang menyebarkannya maupun tidak. Kemudian informan kunci diperoleh berdasarkan pertimbangan kepemilikan informasi yang kuat yaitu mahasiswa yang sering menyebabkan informasi *hoax*. Selanjutnya informasi non-subjek yaitu mahasiswa yang hanya mengonsumsi berita *hoax*.

Menurut para ahli seperti Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah sebuah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwasannya langkah awal dari analisis data adalah mengumpulkan data yang ada, Menyusun secara lengkap, mengelola serta menganalisis (Moleong, 2010).

C. Hasil dan Pembahasan

C.1. Pengaruh Berita Hoax di Media Sosial Terhadap Pola Pikir Remaja di Surabaya

Beberapa remaja kini merasa enggan untuk memastikan lagi tentang keaslian berita yang diterimanya dari sumber lain. Hal ini dirasa kurang penting bagi beberapa mahasiswa karena hanya menghabiskan waktu dan tenaga saja. Tanggapan berbeda dari mahasiswa lainnya, apabila objek yang diberitakan menarik baginya, maka berita yang didapatnya akan lebih diamati dan mencari kebenarannya atau informasi-informasi yang valid terlebih dahulu sebelum membagikan berita tersebut ke orang lain.

Dalam menganalisis sebuah berita, sebagian besar mahasiswa sebenarnya telah mengetahui apa itu arti dari "*hoax*", ciri-cirinya, dll. Beberapa mahasiswa juga menyertakan pengetahuan mereka dalam menganalisis keterpercayaan berita, ada juga yang meskipun tahu bahwa berita tersebut belum tentu benar namun tetap menyebarkannya. Rata-rata mahasiswa memperoleh pengetahuan mengenai *hoax* biasanya diperoleh dari internet dan media sosial.

Hal tersebut memiliki persamaan dengan pendapat Habermas. Proses komunikasi dan perdebatan dalam ruang publik menurut Habermas idealnya harus dilakukan dalam kondisi

komunikasi ideal, dimana didalamnya tidak ada satupun pihak yang boleh dibiarkan melakukan cara-cara manipulasi, pemaksaan dan dominasi. Namun dalam kenyataannya, dalam proses komunikasi yang berkembang di masyarakat biasanya sering terjadi yaitu distorsi, seperti tekanan, ancaman, atau paksaan yang menyebabkan komunikasi menjadi tidak lancar dan seimbang.

Dalam beberapa kasus, ketika pengusa ingin mempertahankan status quo, atau ketika kekuatan kapitalisme ingin menguasai selera pasar, maka yang terjadi biasanya yaitu proses komunikasi akan terdistorsi secara sistematis. Anak-anak muda yang merupakan bagian dari digital natives, sebetulnya juga memiliki hak untuk mengakses ruang publik dan memanfaatkannya untuk menyalurkan aspirasi sosial politik mereka tanpa khawatir akan dihambat oleh regulasi kelas yang berkuasa melalui kelas yang berkuasa melalui wewenang mereka membatasi kebebasan media atau melakukan penyumbata media komunikasi yang ada. Namun ketika anak-anak muda ini hidup dalam habitat yang lebih banyak dikendalikan kekuatan industri komersial yang kapitalistik, serta cita rasa atau anak muda lebih banyak hasil bentukan hegemoni pasar daripada selera yang otonom, maka membayangkan kalangan digital natives ikut ambil bagian memanfaatkan ruang publik untuk mempercepat proses demokratisasi di Indonesia tampaknya masih jatuh dari panggang api (Sugiartati, 2014).

Munculnya berita bohong atau berita hoax dapat memberikan pengaruh atau cara pandang bagi mahasiswa mengenai objek yang diberitakan. Apabila berita yang didapatinya tergolong positif, maka mahasiswa yang awalnya tidak suka menjadi menyukai objek. Sebaliknya, jika berita yang didapatinya bersifat negatif maka mereka yang awalnya menyukai objek tersebut bisa menjadi tidak suka. Hal ini terjadi pada berita yang terus menerus dibahas diberbagai media massa.

Organ publik yang dulunya menjadi tempat diskusi publik, justru menjadi ruang iklan, ruang diskusi rasional, debat, dan penyebaran berita-berita yang tidak jarang berita tersebut tidak mengandung fakta. Refeodalisasi ruang publik menghasilkan opini publik yang tidak lagi terbentuk lewat perdebatan dan konsensus, namun opini publik yang dibentuk oleh kelompok elite media, politik, dan juga ekonomi. Hal ini sama dengan pernyataan dari Sugiartati bahwa, ruang public kini di kuasai oleh kekuatan komersial. Informasi atau berita yang fakta sudah jarang ditemukan karena media sering menjadi perpanjangan tangan para kapitalis global bahkan untuk kepentingan politik atau individu. Media yang dulunya bersifat komersial, kini dipenuhi dengan berbagai bentuk ilusi, fantasi dan citraan gaya hidup yang bersifat irasional dan semu (Sugiartati, 2014).

Beberapa mahasiswa tidak jarang mendapatkan pesan yang berisikan berita *hoax* dari media sosial. Bahkan, hampir disetiap hari mereka mengkonsumsi berita *hoax*, media sosialpun memberikan berita yang berbeda baik gaya penulisan ataupun bahasannya. Hal ini membuktikan bahwa ruang publik kini tidak digunakan sebagai mana mestinya. Media sosial yang awalnya difungsikan untuk kaum muda mudi agar lebih kritis, justru kini malah digunakan untuk menyebarkan berita hoax yang pada dasarnya dibuat untuk menjatuhkan citra seseorang. Ketika sebuah media berkembang begitu pesat, seharusnya dapat memunculkan atau melahirkan sikap kritis dikalangan generasi muda. Akan tetapi dikarenakan media massa yang berkembang di Indonesia ini umumnya dioperasikan sebagai entitas bisnis yang dikembangkan untuk meraih keuntungan pribadi, maka yang terjadi justru media massa lebih banyak digunakan sebagai kekuatan anti demokrasi.

Beberapa orang memanfaatkan media massa atau media sosial untuk mencapai kepentingan pribadinya masing-masing. Terkadang berita *hoax* disebarkan hanya untuk mencari popularitas

semata atau urusan politik, ada juga yang rela membayar orang lain untuk membuat dan menyebarkan berita hoax untuk menjatuhkan citra orang lain. Hal ini tentu menjadi ancaman besar dan sangat menyalahi aturan bermedia sosial. Tentunya pasti banyak sekali pihak-pihak yang akan dirugikan akan hal ini.

C.2. Cara Remaja Menanggapi Berita Hoax di Media Sosial

Mahasiswa seringkali melewati bagian editing terlebih dahulu terhadap berita yang didapatnya dari media sosial. Kebanyakan dari mereka langsung menyebarkan berita yang didapatnya tanpa mengurangi atau menambahi isi berita. Namun, beberapa dari mereka lebih memilih untuk melakukan editing terlebih dahulu, namun hal itu hanyalah menambahkan beberapa kata pembuka atau menghapus isi berita yang kurang pantas untuk dibaca oleh orang lain. Ketika hendak membagikan pesan kepada orang lain, biasanya mahasiswa hanya akan membagikannya kepada orang-orang yang dirasa dekat olehnya, selain itu biasanya pesan dikirimkan kepada orang-orang yang tidak kritis. Hal ini dikarenakan mereka takut jika nantinya akan terjadi perdebatan yang panjang.

Ketika selang beberapa hari berita telah disebarkan dan mereka mengetahuinya, maka terjadi dua hal yaitu, mahasiswa akan mengkonfirmasi ke penerima pesan bahwa berita yang dikirimnya tersebut adalah berita bohong atau hoax, ada juga yang tidak melakukan konfirmasi dengan alasan bahwa saat itu semua orang pasti memiliki media sosial dan seiring berjalannya waktu, mereka tentu akan tahu sendiri mengenai kebenaran berita tersebut. Mahasiswa memiliki alasan yang beragam mengapa mereka membagikan berita hoax tersebut ke orang lain, antaranya yaitu karena alasan iseng, ada juga yang memang sengaja menyebarkan berita tersebut karena ingin berbagi informasi dengan orang lain, ada pula karena menganggap bahwa mungkin saja ada orang lain yang membutuhkan berita tersebut.

D. Kesimpulan dan Saran

D.1. Kesimpulan

Di erah yang semakin berkembang ini, media juga semakin berkembang mengikuti perkembangan masyarakat sekitar dengan sesuai keperluan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Semakin canggih media, semakin banyak digemari oleh para peminatnya. Dengan adanya kebebasan berpendapat, masyarakat kini sering kali tidak berfikir berulang kali dalam membagikan sebuah informasi ataupun berita-berita yang didapatnya melalui media sosial.

Kebanyakan masyarakat saat ini menggunakan haknya yaitu hak untuk berdemokrasi dengan seenaknya, karena merasa memiliki hak, mereka merasa bebas untuk membagikan berbagai berita apapun yang dirasa benar walaupun belum tentu kebenarannya. Dengan begitu memicu semakin banyaknya *hoax* yang beredar dimasyarakat, bahkan oknum-oknum yang sengaja menyebarkan *hoax* juga kian meningkat.

Beberapa remaja ketika mendapatkan berita atau informasi yang bohong atau *hoax*, seringkali mereka tidak mengoreksi ulang berita tersebut, mereka lebih memilih langsung membagikan berita yang didapatnya kepada orang lain. Berbeda jika berita yang didapatnya itu mengenai objek yang menurutnya menarik, mereka akan melakukan koreksi ulang dan bahkan mencari

informasi-informasi lainnya tentang berita tersebut demi ingin mengetahui kebenaran berita yang didapatna. Dalam menganalisis berita, sebagian besar remaja telah memahami arti kata *hoax*, ciri-ciri, dan lain sebagainya, namun masih saja sebagian dari mereka tetap menyebarkan berita bohong tersebut tanpa mengoreksi ulang terlebih dahulu.

Berita *hoax* dapat memberikan pengaruh terhadap pandangan para remaja tentang objek yang diberitakan. Ketika mereka mendapatkan pesan yang berisi berita *hoax*, kebanyakan dari mereka langsung mengirimkan pesat tersebut ke orang lain tanpa proses editing. Biasanya mereka membagikan pesan tersebut kepada orang-orang terdekat mereka. Ketika setelah menyebarkan berita dan mereka menyadari bahwa berita yang dibagikannya itu adalah berita bohong, maka beberapa dari mereka memberikan konfirmasi kepada orang yang dikiriminya berita tersebut bahwa berita itu *hoax*, namun beberapa diantaranya lebih memilih untuk diam saja. Alasan mahasiswa menyebarkan berita *hoax* juga cukup beragam, ada yang karena iseng, *sharing*, dang beranggapan bahwa berita tersebut mungkin penting bagi orang lain.

D.2. Saran

Dalam mengurangi resiko menyebarnya berita bohong atau *hoax*, alangkah baiknya kita terutama generasi mudah menjalankan budaya membaca. Berita *hoax* dapat dihindari dengan salah satu cara yaitu dengan membacanya, serta tidak malas untuk mencari tahu informasi lainnya agar dapat mengetahui kebenaran berita yang didapat. Serta diharapkan bagi para penerima ataupun penyebar lebih berhati-hati dalam bermedia sosial. Dan yang terakhir pemerintah diharapkan memberikan pengamanan lebih ketat lagi pengawasan kegiatan di media sosial

Daftar Pustaka

- Bailussy, Wahyuni. Lisda Ariani Simabur. (2019). “Fenomena Berita Hoax Group Whatsapp UMMU Discussion Menjelang Pilpres. (2019). Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Maluku Utara.
- Gumilar, Gumgum, dkk. (2017). “Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita Palsu” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 1(1), 23-25.
- Irianti, Rosyida, (2018).“Hoax Dan Pergeseran Preferensi Sosial Politik Mahasiswa (StudiDeskriptif Mengenai Peran Ruang Publik Dalam Masyarakat Urban)” Prodi Ilmu SosiologiUniversitas Airlangga, Surabaya.
- Jemadu, L. (2017). Ancaman Hoax di Indonesia Sudah Capai Tahap Serius. Diperoleh4 September 2020 dari: <http://www.suara.com/tekno/2017/05/04/14822/ancaman-hoax-di-indonesia-sudah-capai-tahap-serius>.

- Judith, Christtiany (2018). "Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial Serta Antisipasinya" *Jurnal Pekommas*, 3 (1), 25-30.
- Kadarsih, Ristiana. (2008). "Demokrasi Dalam Ruang Publik: Sebuah Pemikiran Ulang Untuk Media Massa Di Indonesia".
- Marwan, M. Ravii. (2009). "Analisis Penyebaran Hoax Di Indonesia", Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma Jakarta.
- Moleong, L. J. (2007). *Qualitative Research Methodology*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)*. Bandung: Simbiosis Rektama Media.
- Oxford Dictionari.. (2017). Hoax. Diperoleh 5 September 2020 dari: <http://en.oxforddictionaries.com/definition/hoax>.
- Pratama, A. B. (2016). Ada 800 Penyebaran Hoax di Indonesia. Diperoleh 4 September 2020 dari: <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161229170130185182956/ada-800ribu-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/tanggal-4-september-2020>.
- Santosa, Bend Abidin. (2017). "Peran Media Massa Dalam Mencegah Konflik". Program Studi Ilmu Komunikasi Pasca Sarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Siswoko, K. H. (2017). "Kebijakan Pemerintah Menangkal Penyebaran Berita Palsu atau 'Hoax' " *Jurnal Muara Ilmu Sosial*, Vol.1, No. 1.
- Situngkir, H. (2017). "Spread of Hoax in Social Media A repost on Empirical Case" *Jurnal of Economic Perspectives*, Vol. 31, No. 2.
- Sugihartati, Rahma. (2014). *Perkembangan Masyarakat Informasi & Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Urban Land Institute. (1987). *Mixed-use Development Handbook*. Washington: D. C.