

**LAPORAN KEMAJUAN  
PENELITIAN PENDANAAN INTERNAL  
SKEMA: B**



**PENGARUH HOAKS TERHADAP POLA PIKIR MAHASISWA**

**PENELITI / TIM PENELITIAN**

**Ketua**

**Dr. Rosida Tiurma Manurung, M.Hum./320064**

**Anggota**

**Dr. Evany Victoriana, M.Psi., Psikolog./310146**

**Mahasiswa**

**Alfredo Ezra Amadeus/1852028**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA  
BANDUNG  
2018**

## LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN PROPOSAL

1. **Judul Penelitian** : Pengaruh Hoaks Terhadap Pola Pikir Mahasiswa
2. **Skema** : B
3. **Ketua Peneliti**
  - Nama lengkap : Dr. Rosida Tiurma Manurung, M.Hum.
  - NIK / NIDN : 320064/ 0419106702
  - Jabatan fungsional : Lektor Kepala
  - Fakultas/Jurusan : Psikologi
  - Bidang keahlian: Psikolinguistik
  - Email dan HP : rosidatm@gmail.com
  - Sinta ID : 5980850
4. **Anggota Peneliti 1:**
  - Nama lengkap : Dr. Evany Victoriana, M.Psi., Psikolog.
  - NIK / NIDN : 310146/ 0412057802
  - Jabatan fungsional : Lektor
  - Fakultas/Jurusan : Psikologi
  - Bidang keahlian: Psikologi
  - Email dan HP : evany.victoriana@gmail.com
  - Sinta ID : 5989600
5. **Mahasiswa** :
  - Nama lengkap : Alfredo Ezra Amadeus
  - NRP : 1852028
6. **Luaran yang ditargetkan**
  - Luaran 1 : Jurnal Internasional
  - Luaran 2 :
7. **Waktu Penelitian : 6 Bulan**
8. **Biaya Penelitian : 13.000.000**

Bandung, 10 Juni 2019

Menyetujui,  
Dekan Fakultas Psikologi  
Universitas Kristen Maranatha

Ketua Peneliti,

(Dr. Dra. O. Irene Prameswari Edwina, M.Si.)  
NIK.: 310033

(Dr. Rosida Tiurma Manurung, M.Hum.)  
NIK.: 320064

Mengetahui,  
Ketua LPPM UK Maranatha,

(Dr. Teresa Liliana Wargasetia, S.Si., M.Kes., PA(K).)  
NIK.: 110325

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan dan mendalami kepercayaan dan ketidakpercayaan mahasiswa Kota Bandung terhadap pemberitaan di *Instagram*; (2) Untuk mengetahui tanggapan mahasiswa Kota Bandung terhadap berita palsu (*hoax*) pada pemberitaan di *Instagram*; (3) Untuk mengetahui sikap mahasiswa Kota Bandung setelah membaca berita palsu (*hoax*) pada pemberitaan di *Instagram*. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Kota Bandung. Responden penelitian ini di tentukan secara *probability sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian berupa persentase yang menunjukkan kondisi kepercayaan mahasiswa terhadap berita palsu (*hoax*), dan menunjukkan bahwa mahasiswa Kota Bandung sudah cukup lama mengetahui adanya berita palsu (*hoax*) pada pemberitaan di *Instagram* dan menganggap berita palsu (*hoax*) pada *instagram* sangat tidak menarik untuk dibaca. Tetapi beberapa mahasiswa di Kota Bandung tertarik dengan *headline* berita, isi berita, dan gambar berita palsu yang disajikan. Oleh karena itu, berita palsu (*hoax*) yang diterbitkan pada *instagram* sangat berdampak dan berkembang di tengah mahasiswa yang kurang memperhatikan sumber berita yang mereka akses dan kemampuan mahasiswa dalam memilah berita. *Instagram* menjadi penyalur berita palsu (*hoax*) yang cukup produktif. Dengan demikian, sikap mahasiswa di Kota Bandung setelah membaca berita palsu (*hoax*) di *instagram* hanya mengabaikan berita tersebut. Luaran penelitian ini berupa artikel yang akan dipublikasikan dalam jurnal terindeks dan modul praktis “Stop Hoaks”.

**Kata Kunci :** Pola Pikir, Kepercayaan, Tanggapan, Mahasiswa, Berita Palsu, Instagram



# BAB I

## Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini media informasi sudah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari dari manusia. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi, manusia pada era ini ingin mengetahui informasi tentang peristiwa, pesan, pendapat, maupun berita yang berada di sekitar maupun di belahan dunia untuk dapat diakses lebih mudah. Redaksi berita daring didesain menarik bagi khalayak agar nyaman dan tertarik dengan informasi berita yang disajikan. Biasanya ketika mengakses berita daring akan muncul beberapa pilihan berita, jenis berita yang ingin dibaca. Akan tetapi, kepercayaan pada redaksi berita daring sangat berpengaruh kepada tanggapan dan sikap dari pengguna media masa. Pengguna media massa (pembaca, pemirsa, dan pendengar) tidak mungkin menggunakan, memperhatikan, atau menyimpan informasi dari sumber yang tidak mereka percayai (Kiousis, 2001)<sup>[1]</sup>. Dari perspektif masyarakat yang lebih luas, ketidakpercayaan terhadap media massa dapat merusak kemampuan media untuk menginformasikan kepada publik, dan akibatnya konsumen mungkin tidak menyadari isu ataupun perspektif alternatif lain di luar jaringan pribadi mereka. Salah satu dampak yang begitu signifikan dengan melihat akses penyebaran informasi lebih mudah dan praktis karena prosesnya yang tidak begitu lama, dibandingkan dengan media cetak. Proses penyaringan sebelum

---

<sup>1</sup> (2001). *Kiousis* .

Asrori, H. M. (2009). *Penelitian Tindakan Kelas*. Bandung: CV Wacana Prima.

Effendy, U. O. (2004). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

grafindo, C. H. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja grafindo.

Kiousis, S. (2001). Public trust or mistrust? Perceptions of media credibility in the information age. *Mass communication and society* , 381-403.

Liliweri, A. (1991). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.

Matthes, K. &. (2007).

Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

*Pew Research Center*. (2018). Diambil kembali dari News use across social media platforms 2016: <http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-mediaplatforms-2016/>.

Shirley, B. (2010). *Media / Impact Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

Tamburaka. (2013). *Literasi Media*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

diterbitkannya sebuah berita telah disampingkan. Sehingga hal ini tidak sedikit media di internet membuat dan menyebarkan informasi yang tidak benar atau palsu yang biasa dikenal dengan istilah *Hoaks*. Berdasarkan *Pew Research Center* (2016)<sup>[2]</sup> *WhatsApp, Facebook, dan Instagram* adalah salah satu *platform* yang sering ditemukan berita daring didalamnya, dalam memaparkan berita, *WhatsApp, Facebook, dan Instagram* memiliki karakteristik unik dibanding *platform-platform* yang lain dimana kebanyakan pengguna *WhatsApp, Facebook, dan Instagram* berasal dari kelompok mahasiswa dan merupakan kelompok anak muda yang berusia 18-29 tahun. *Platform WhatsApp, Facebook, dan Instagram*, dulunya hanya digunakan untuk mengunggah foto pribadi dengan caption. Akan tetapi, seiring dengan perkembangan teknologi yang lebih canggih, *WhatsApp, Facebook, dan Instagram* mulai memiliki peran dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan berita dan mendapatkan berbagai informasi. Tampilannya yang menarik dan *eye cathcing* membuat masyarakat modern terutama kaum muda lebih memilih untuk membaca dan mengikuti akun berita media mainstream di *WhatsApp, Facebook, dan Instagram*.

Jika *WhatsApp, Facebook, dan Instagram* adalah jenis dari media sosial yang notabennya banyak ditemukan *hoaks*, sementara populer di kalangan mahasiswa, bagaimana mahasiswa mempercayai berita-berita yang ditemukan di *WhatsApp, Facebook, dan Instagram*? Lalu bagaimana tanggapan mahasiswa terhadap *hoaks* yang di temukan di *WhatsApp, Facebook, dan Instagram*? Bagaimana pula tindakan selanjutnya yang dilakukan mahasiswa setelah membaca *hoaks* di *WhatsApp, Facebook, dan Instagram*? Kondisi di atas membuat peneliti tertarik untuk meneliti secara lebih dalam tentang bagaimana kepercayaan dan tanggapan mahasiswa terhadap berita palsu (*hoaks*) pada pemberitaan di *WhatsApp, Facebook, dan Instagram* saat ini.

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah bagi pengembangan ilmu khususnya media daring dalam bentuk penelitian. Selain itu, penelitian ini bisa menjadi bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak yang membutuhkan pustaka mengenai penyebaran berita palsu (*hoaks*), khususnya dampak dari penyebaran berita palsu (*hoaks*) dan tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap berita daring, serta tindakan selanjutnya yang dilakukan oleh mahasiswa setelah membaca berita palsu (*hoaks*).

---

<sup>2</sup> (Pew Research Center, 2018)

Berita merupakan informasi baru atau informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi atau informasi yang sebelumnya tidak di ketahui, disajikan lewat bentuk cetak, siaran, internet, atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak. Ketika berita dipalsukan oleh orang yang tidak bertanggung jawab yang bertujuan untuk agar pembaca mempercayai sesuatu yang tidak benar keadaannya. Dan berita tersebut ditemukan dalam salah satu *platform* yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa, hal ini akan berdampak kepada kepercayaan mahasiswa terhadap berita daring dan tanggapan mahasiswa terhadap berita daring tersebut bahkan dapat mempengaruhi tindakan yang di lakukan mahasiswa setelah membaca berita palsu tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

- 1) Bagaimana gambaran tingkat kepercayaan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha terhadap hoaks
- 2) Bagaimana respons mahasiswa Universitas Kristen Maranatha terhadap hoaks
- 3) Pola sikap seperti apa yang teregister dari mahasiswa Universitas Kristen Maranatha tentang hoaks.

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

- 1) Untuk menguraikan dan mengeksposisi kepercayaan dan ketidakpercayaan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha terhadap pemberitaan di WhatsApp, Facebook, dan Instagram
- 2) Untuk mendeskripsikan tanggapan mahasiswa kota Bandung terhadap berita palsu (*hoaks*) pada pemberitaan di WhatsApp, Facebook, dan Instagram
- 3) Untuk menjabarkan sikap mahasiswa kota Bandung setelah membaca berita palsu pada pemberitaan di WhatsApp, Facebook, dan Instagram

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kajian Teori

Komunikasi secara mudah diartikan sebagai proses transfer pesan melalui sarana atau media komunikasi kepada komunikan yang dituju. Menurut Hovland “*Communication is the process to the modify the behavior of other individuals*” Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (Effendy, 2004)<sup>[3]</sup>. Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi yang telah banyak memberi perhatian pada riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa: “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.” (Cangara, 2008:20)<sup>[4]</sup> Definisi tersebut kemudian dikembangkan lagi oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa: “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.” (Cangara, 2008:20)<sup>[5]</sup>.

*Hoaks* adalah salah satu konten media yang sengaja dibuat oleh institusi atau perusahaan media dan dibuat untuk mempengaruhi persepsi tentang bagaimana cara seseorang memandang dunia nyata (Tamburaka, 2013)<sup>[6]</sup>, pikiran, dan perilaku khalayak. Sehingga apa yang muncul di media sosial seperti *WhatsApp, Facebook, dan Instagram* baik secara langsung ataupun tidak, akan mempengaruhi seseorang dalam bertindak dan berperilaku. Begitu pula sebaliknya, dimana media massa dipengaruhi pula oleh adanya perubahan-perubahan yang ada di masyarakat seperti perubahan kepercayaan (Biagi, 2010)<sup>[7]</sup>. Apalagi bila dikaitkan dengan kepercayaan sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa kepercayaan merupakan kondisi psikologis yang mendasari perilaku. Dimana kepercayaan sendiri dipengaruhi diantaranya oleh pengetahuan dan pengalaman, sebagaimana kedua hal tersebut merubah persepsi seseorang (Asrori, 2009)<sup>[8]</sup>.

---

<sup>3</sup> (Effendy, 2004)

<sup>4</sup> (grafindo, 2008)

<sup>5</sup> (grafindo, 2008)

<sup>6</sup> (Tamburaka, 2013)

<sup>7</sup> (Shirley, 2010)

<sup>8</sup> (Asrori, 2009)



Sementara itu, Baron dan Paulus dalam Mulyana (2000:167)<sup>[9]</sup> Mengatakan persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita. Tanggapan sangat erat hubungannya dengan rangsangan, sehingga apabila rangsangan timbul maka mungkin sekali diikuti oleh tanggapan. Perilaku yang muncul setelah stimulus ditransmisikan ke komunikan adalah sebuah bentuk tanggapan, sebagaimana Liliweri (1991:109)<sup>[10]</sup> menjelaskan bahwa tanggapan adalah hasil yang berupa perilaku yang timbul karena rangsangan.

---

<sup>9</sup> (Mulyana, 2000)

<sup>10</sup> (Liliweri, 1991)

### BAB III

#### METODOLOGI PENELITIAN

Riset ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, yaitu menggambarkan atau menjelaskan objek penelitian berdasarkan data dari jawaban responden yang diperoleh melalui kuisisioner. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data *daring*. Pengumpulan data *daring* yang dimaksud adalah tata cara melakukan penelusuran data melalui media *daring* seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas *daring*, sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data informasi *daring* yang berupa data maupun informasi teori, secepat atau semudah mungkin, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

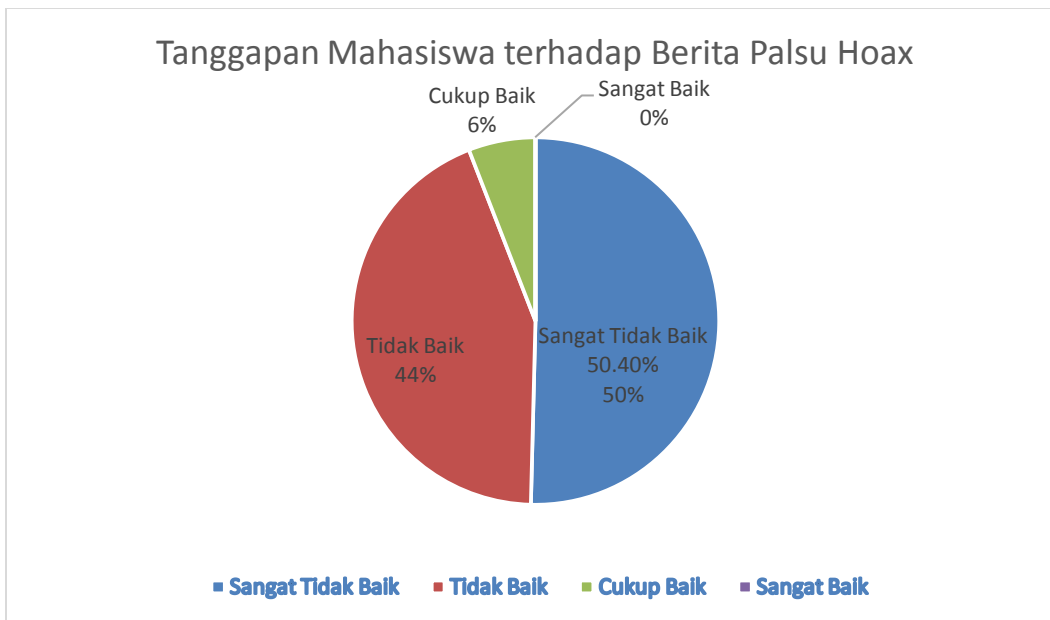
Terdapat dua teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu : (1) Teknik survey. Teknik survei dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan (kuisisioner) kepada para responden untuk dijawab. Kuisisioner diberikan kepada Mahasiswa/i Kota Bandung yang aktif menggunakan aplikasi *WhatsApp*, *Facebook*, dan *Instagram* untuk memperoleh informasi atau data mengenai kepercayaan dan tanggapan mahasiswa terhadap berita palsu (*hoaks*) pada pemberitaan di *WhatsApp*, *Facebook*, dan *Instagram*. (2) Studi Pustaka. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan.

Penelitian ini menggunakan tehnik *purposive sampling* (Sampel Bertujuan). *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Oleh karena itu sampel yang digunakan disesuaikan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian. Adapun kriteria-kriteria sampel dalam penelitian ini adalah : a) Sampel adalah mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang masih aktif. b) Sampel pernah memperoleh informasi berita palsu dari aplikasi *WhatsApp*, *Facebook*, dan *Instagram*.

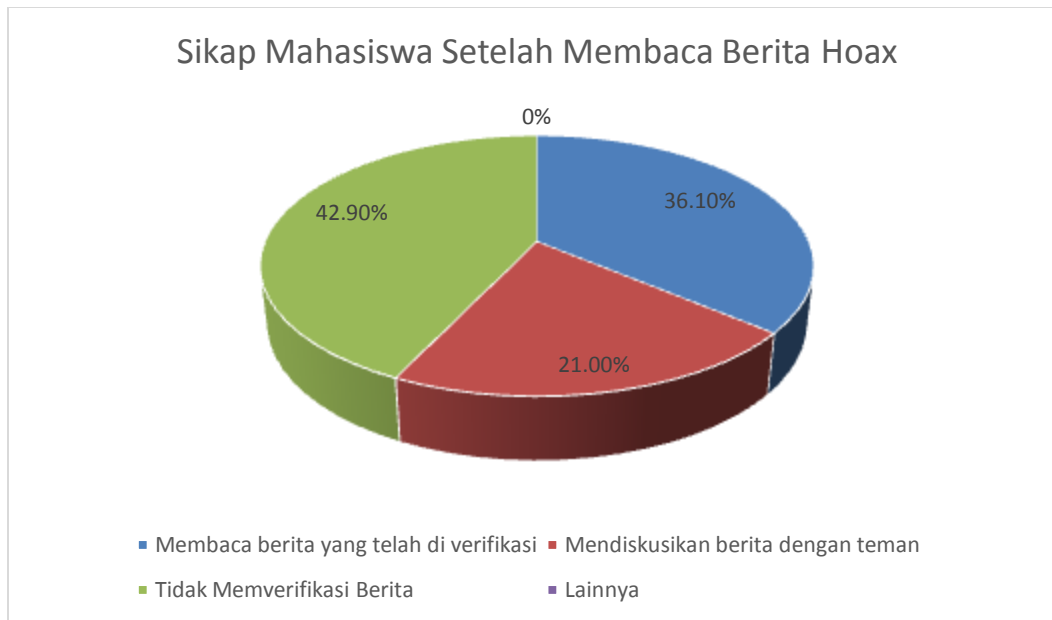
Pada penelitian ini diterapkan tiga prosedural pengolahan data dan keabsahan data yaitu: (1) Uji Validitas. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen mengukur apa

yang dimaksudkan untuk diukur dengan tepat. Hasil penelitian dikatakan valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. (2) Uji Reliabilitas. Uji reliabilitas adalah tingkat kemampuan atau konsistensi suatu alat ukur. Uji reliabilitas adalah uji tingkat keandalan kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. (3) Analisis statistik deskriptif. Data dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dengan menghitung frekuensi, dan persentase. Rangking skor tiap variabel observasi.

Berikut ini, hasil survei awal tanggapan mahasiswa terhadap berita palsu/ hoaks



Sikap mahasiswa setelah mempercayai dan memberi tanggapan mengenai berita *hoaks* yang beredar di WhatsApp, Facebook, dan Instagram dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan tidak memverifikasi berita palsu setelah membaca sebanyak 51 responden (42,9%), kemudian responden yang menyatakan membaca berita yang sama dari sumber yang berbeda dan telah diverifikasi oleh portal berita lain sebanyak 43 responden (36,1%), dan responden yang menyatakan mendiskusikan berita tersebut dengan teman sebanyak 25 responden (21,0%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :



Berdasarkan pola pikir mahasiswa, berikut ini alur skema yang teridentifikasi setelah mahasiswa membaca berita berita palsu (*Hoaks*) pada WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Responden menyatakan sikap setelah membaca berita palsu akan membaca berita yang sama dari sumber yang berbeda dan telah diverifikasi oleh portal berita lain. Kemudian, responden menyatakan perkembangan berita palsu (*Hoaks*) pada portal berita cukup mempengaruhi kehidupan responden. Dan akhirnya dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini, sebagian besar menyatakan bahwa penyebaran berita palsu (*Hoaks*) pada WhatsApp, Facebook, dan Instagram sangat tidak baik untuk dibaca. Hal ini dapat dilihat dari daya tarik responden tidak begitu antusias untuk membaca berita palsu dikarenakan konten dan isi berita tersebut tidak sesuai dengan realitas yang terjadi di tengah masyarakat. Akan tetapi, responden juga tertarik untuk membaca berita palsu (*Hoaks*) disebabkan *headline* berita, isi berita, dan gambar berita mempunyai daya tarik tersendiri untuk diakses. Selain itu, responden juga menyatakan bahwa WhatsApp, Facebook, dan Instagram menjadi media yang cukup produktif menjadi penyalur berita palsu.

*Hoaks* dianalogikan sebagai sebuah racun informasi yang implikasinya lebih berbahaya dibandingkan dengan racun pada makanan atau minuman. Karena racun pada makanan atau minuman dapat segera diobati karena orang yang keracunan sadar bahwa dirinya terkena racun, sedangkan orang yang keracunan informasi tidak akan pernah tahu bahwa dirinya terkena racun, hanya orang-orang di sekitarnya yang mungkin tahu tetapi mereka tidak akan dapat berbuat

banyak untuk menolong orang yang sudah terkena racun informasi tersebut. menjadi ladang bisnis dan industri yang menjanjikan. Pihak-pihak yang menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuannya tidak segan-segan mengeluarkan uang ratusan juta rupiah untuk membayar seseorang atau sebuah sindikat agar memproduksi *hoaks* dan menyebarkannya ke masyarakat.

Setelah melihat betapa besarnya pengaruh *hoaks* terhadap kehidupan sosial di tengah masyarakat, para pengguna WhatsApp, Facebook, dan Instagram, khususnya mahasiswa, harus bijak dalam memilih informasi yang didapatnya selain peran pemerintah melalui instansi-instansi yang terkait, khususnya divisi *Cyber Crime* harus berperan aktif untuk menanggulangi dan mengantisipasi bahaya *hoaks*, dari sisi dunia pendidikan semua institusi pendidikan harus berperan aktif memberikan edukasi untuk menanggulangi dan mengantisipasi bahaya *hoaks* agar tidak ada lagi orang yang terpapar racun informasi. Demikianlah, penelitian tentang pengaruh *hoaks* terhadap pola pikir mahasiswa menjadi sangat penting dan relevan dilakukan dalam kondisi dan situasi saat ini.

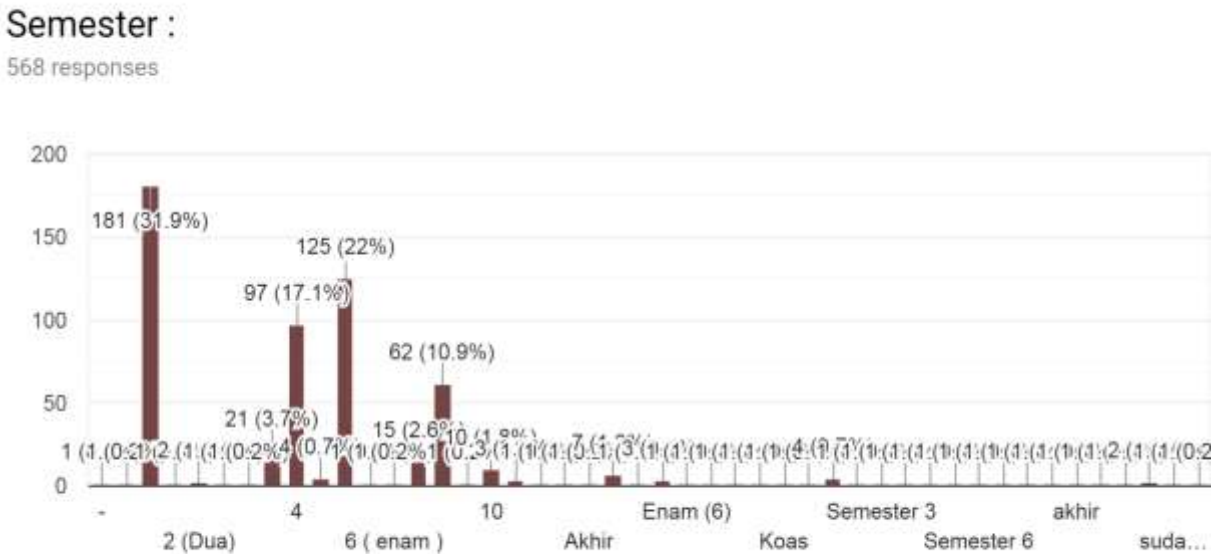
**BAB IV**  
**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Hasil**

Berdasarkan hasil pencacahan data di lapangan, diperoleh hasil sebagai berikut.

**4.1.1 Deskripsi dan Kualitas Data**

Sumber data primer adalah hasil kuesioner dari 572 responden yang merupakan mahasiswa aktif di lingkungan Universitas Kristen Maranatha, dengan klasifikasi sebagai berikut (lihat tabel).



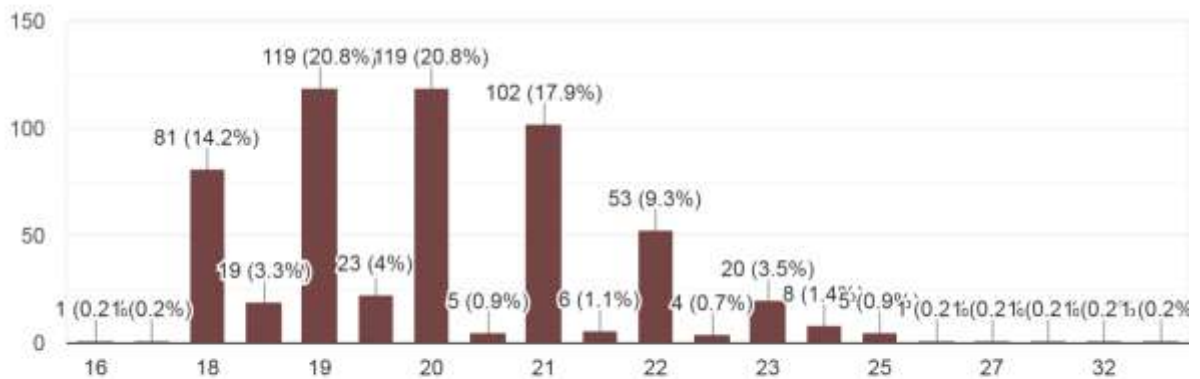
Sebanyak 31,9% responden merupakan mahasiswa semester II, 22% merupakan mahasiswa semester VI, 17,1% merupakan mahasiswa semester IV, 10,9% merupakan mahasiswa semester di atas VI, dan sisanya semester lainnya. Responden yang masih duduk di semester II merupakan mahasiswa yang cenderung sangat rentan menjadi pelaku penyebaran hoaks atau berita bohong di jagat maya. Menurut Head of Social Media Management Center dari Kantor Staf Presiden RI, Alois Wisnuhardana, anak muda, termasuk mahasiswa semester awal, mudah percaya pada hoaks karena anak muda memang cenderung emosional. Setiap informasi yang masuk, apalagi yang sensasional, akan langsung disebarkan. Selain itu, banyak anak muda yang

malas membaca. Berdasarkan data statistik, minat baca orang Indonesia berada di urutan 60 dari 61 negara.

Berdasarkan usia, responden yang berusia 19—20 tahun berjumlah 56%, tempat kedua sebanyak 17,9% berusia 21 tahun, 14,2% berusia 18 tahun, dan sisanya yang lainnya (lihat tabel).

### Umur :

571 responses



Responden dengan usia 19—20 tahun termasuk dewasa awal yang masih belum memiliki kestabilan dan kematangan dalam pengelolaan emosi. Padahal, informasi atau berita yang terdapat di internet dalam hitungan detik muncul secara bebas. Pengguna internet harus mampu menahan emosi. Di samping itu, publik pun diimbau agar mampu menahan keinginan untuk menyebarkan informasi yang masih belum teruji validitasnya.

#### 4.1.2 Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan hasil kuesioner, diperoleh hasil sebagai berikut.

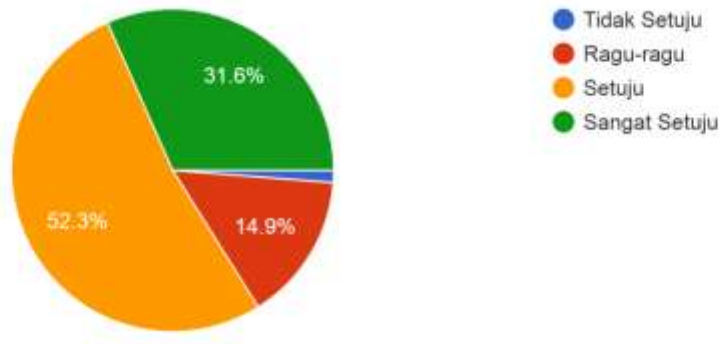
##### 4.1.2.1 Ditinjau dari Sumber Asli Informasi

Ditinjau dari sumber asli informasi, sebanyak 52,3% setuju, 31,6% sangat setuju, dan 14,9% menyatakan ragu-ragu untuk melakukan verifikasi sebelum memviralkan atau meneruskan informasi yang diterima, responden akan terlebih dahulu menelusuri dan

mengecek sumber asli berita tersebut dengan cara mencari literatur dan referensi berita tersebut, seperti terlihat dalam diagram di bawah ini.

### 1. Ketika Anda membaca informasi di media sosial, Anda akan mengecek dahulu sumber berita yang valid.

572 responses



Pengguna internet seyogianya tidak hanya membaca satu berita dari satu sumber saja, pastikan ada lebih dari satu sumber berita yang melaporkan suatu topik atau peristiwa tersebut. Sangat disarankan untuk membaca beberapa sumber informasi untuk memahami berbagai sudut pandang sebuah berita secara lebih baik. Untuk mengecek kredibilitas suatu sumber berita, pastikan terpampang atribusi dan afiliasi penulisnya. Ketiadaan atribusi penulis kadang kala menandakan bahwa suatu berita patut dicurigai dan perlu diverifikasi kebenarannya. Situs berita kredibel selalu memuat siapa penulis atau reporter berita itu dan siapa yang mengeditnya, serta memiliki laman khusus yang memuat susunan redaksinya. Sumber berita yang relevan dengan peristiwa yang diberitakan merupakan kategori akurasi berikutnya yang diteliti. Sumber berita relevan dimaksud adalah narasumber yang cocok dan pas dengan peristiwa yang sedang terjadi.

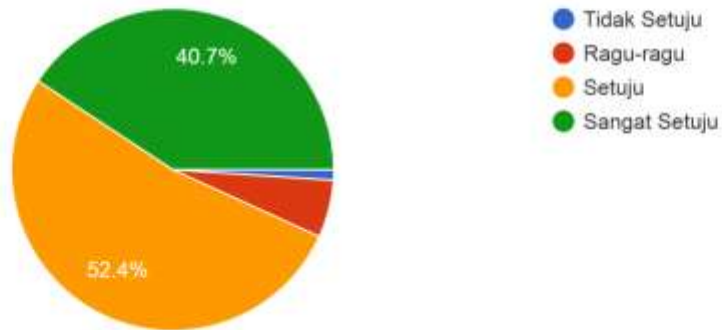
#### 4.1.2.2 Ditinjau dari Urgensi Berita

Jika ditinjau dari penting atau tidaknya suatu berita dibaca, sebanyak 52,4% setuju untuk memilah-milah berita berdasarkan penting atau tidaknya berita tersebut dibaca, 40,7% menyatakan sangat setuju, dan sisanya selebihnya (tersaji dalam diagram di bawah ini).



## 2. Sebelum mulai membaca suatu berita, Anda akan memilah-milah terlebih dahulu mana berita yang perlu dibaca d... mana berita yang tidak perlu dibaca.

572 responses



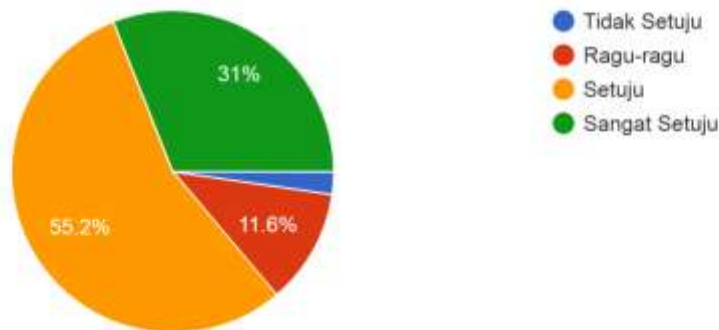
Salah satu karya jurnalistik yang ditulis berdasarkan fakta atau data peristiwa adalah berita. Berita adalah laporan peristiwa terbaru. Tidak semua peristiwa layak dan penting untuk dilaporkan, hanyalah peristiwa yang memenuhi kriteria yaitu yang mengandung nilai berita (Romli, 2012: 68). Di samping itu, menurut Doug Newson dan James A. Wollert (Sumadiria, 2005: 64) berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat. Media massa, termasuk berita dalam media sosial, memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang mereka butuhkan. Dari batasan di atas dapat disimpulkan bahwa berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak (Sumadiria, 2005:65). Berita-berita yang lengkap dan disertai oleh sumber informasi yang jelas digolongkan sebagai informasi yang penting.

### 4.1.2.3 Ditinjau dari Nama Situs

Berdasarkan hasil kuesioner, sebanyak 55, 2% menyatakan setuju bahwa kredibilitas berita dapat dicek dari nama situs yang memuat berita tersebut (lihat tabel).

### 3. Nama situs yang memuat berita atau informasi menjadikan salah satu alasan Anda membaca atau tidak berita tersebut.

571 responses



Nama situs yang memuat berita diraskan sangat penting karena pengguna internet cenderung hanya membaca berita-berita dari situs/ sumber berita yang dianggap kredibel. Kredibilitas dan akuntabel situs menjadi perhatian pembaca berita di media sosial. Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh respons bahwa nama situs yang terpercaya menjadi sumber berita yang tidak bias dan berpihak. Mereka pun yakin bahwa berita daring yang dipublikasikan tervalidasi dan dapat dipercaya kebenarannya. Oleh karena, situs yang bereputasi akan menjaga nama baik dari media mereka sehingga dituntut harus menyuguhkan berita yang memang dapat dipercaya.

#### 4.1.2.4 Ditinjau dari Judul Berita

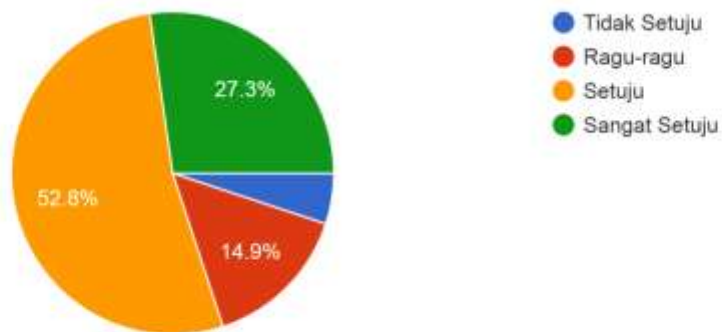
Sebanyak 52,8% akan membaca judul berita sebelum membaca isinya. Sebanyak 45,7% yang menyoroti judul berita yang tidak relevan. Sebagian besar responden menganggap masih banyak artikel yang judulnya bersifat clickbait dan tidak memiliki relevansi terhadap isi beritanya. Berdasarkan hasil wawancara, berikut respons mengenai judul berita:

- Terkadang antara judul dan isi berita tidak menunjukkan kesinambungan
- Terkadang headlinenya tidak berkaitan dengan isi berita, ada media yang memang suka cari sensasi sehingga berita dibuat-buat.

- Beberapa artikel memiliki judul yang tidak berhubungan atau bersifat *click bait*, ada juga yang masih *false alarm*.
- Sebagian berita daring di Indonesia menggunakan judul berita yang bombastis. Oleh karena itu, responden lebih memilih untuk melihat beritanya lebih langsung daripada hanya kutipan dari judul berita daring.

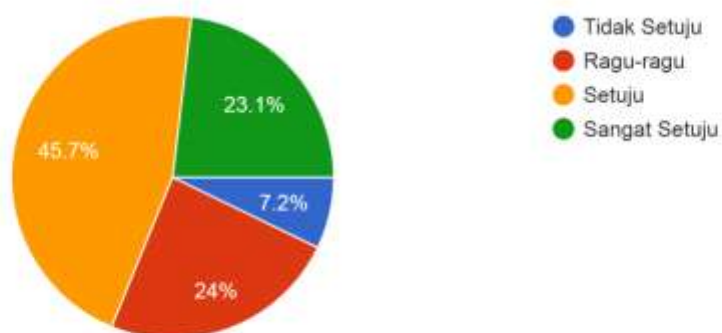
4. Anda cenderung tertarik membaca berita karena judul berita itu menarik/fantastik sehingga memancing Anda untuk mengklik link/tautannya.

572 responses



5. Kadang-kadang Anda merasa teperdaya karena judul dan isi berita tidak relevan.

571 responses



## **BAB V**

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut.

- 1) Para mahasiswa masih belum optimal mempergunakan kemampuan bernalar karena masih ada yang belum mampu menahan emosi. Di samping itu, perlu adanya edukasi kepada mereka agar mampu menahan keinginan untuk menyebarkan informasi yang masih belum teruji validitasnya.
- 2) Pola sikap mahasiswa Universitas Kristen Maranatha untuk menangkal hoaks adalah pemilihan situs sumber berita. Situs yang kredibel seharusnya memuat berita yang merupakan laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak.
- 3) Berdasarkan pola pikir, mahasiswa cenderung membedakan berita itu hoaks atau bukan berdasarkan situs sumber berita. Situs yang dianggap bereputasi akan menjaga nama baik dari medianya sehingga dituntut harus menyuguhkan berita yang memang dapat dipercaya.
- 4) Respons mahasiswa Universitas Kristen Maranatha terhadap judul berita sudah cukup baik. Mereka berpendapat bahwa sebagian berita daring di Indonesia menggunakan judul berita yang bombastis. Oleh karena itu, responden lebih memilih untuk membaca beritanya secara keseluruhan lebih lanjut daripada hanya kutipan/penggalan dari judul berita daring.
- 5) Tingkat kepercayaan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha terhadap hoaks cukup rendah.

## VI. LUARAN PENELITIAN

### 6.1 Luaran yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan dari penelitian ini dapat dideskripsikannya gambaran, pola sikap, respons, dan tingkat kepercayaan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha terhadap hoaks. Luaran penelitian ini pun akan menjabarkan karakteristik sumber berita yang diakses dan kemampuan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha dalam pemilahan berita agar tidak diperdaya oleh hoaks.

### 6.2 Produk Luaran

Luaran penelitian ini berupa

- a. Publikasi hasil penelitian dalam Jurnal METALINGUA <http://metalingua.kemdikbud.go.id> (Terindeks DOAJ dan SINTA 2)
- b. Modul Praktis “Stop Hoaks”
- c. HAKI “Pengaruh Hoaks terhadap Pola Pikir Mahasiswa”.

# LAMPIRAN-LAMPIRAN

# Pengaruh Hoaks terhadap Pola Pikir Mahasiswa

oleh Rosida Tiurma Manurung<sup>1</sup>, Evany Victoriana<sup>2</sup>, dan Alfredo Ezra Amadeus<sup>3</sup>  
Universitas Kristen Maranatha

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan dan mendalami kepercayaan dan ketidakpercayaan mahasiswa Kota Bandung terhadap pemberitaan di *Instagram*; (2) Untuk mengetahui tanggapan mahasiswa Kota Bandung terhadap berita palsu (*hoax*) pada pemberitaan di *Instagram*; (3) Untuk mengetahui sikap mahasiswa Kota Bandung setelah membaca berita palsu (*hoax*) pada pemberitaan di *Instagram*. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Kota Bandung. Responden penelitian ini di tentukan secara *probability sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian berupa persentase yang menunjukkan kondisi kepercayaan mahasiswa terhadap berita palsu (*hoax*), dan menunjukkan bahwa mahasiswa Kota Bandung sudah cukup lama mengetahui adanya berita palsu (*hoax*) pada pemberitaan di *Instagram* dan menganggap berita palsu (*hoax*) pada *instagram* sangat tidak menarik untuk dibaca. Tetapi beberapa mahasiswa di Kota Bandung tertarik dengan *headline* berita, isi berita, dan gambar berita palsu yang disajikan. Oleh karena itu, berita palsu (*hoax*) yang diterbitkan pada *instagram* sangat berdampak dan berkembang di tengah mahasiswa yang kurang memperhatikan sumber berita yang mereka akses dan kemampuan mahasiswa dalam memilah berita. *Instagram* menjadi penyalur berita palsu (*hoax*) yang cukup produktif. Dengan demikian, sikap mahasiswa di Kota Bandung setelah membaca berita palsu (*hoax*) di *instagram* hanya mengabaikan berita tersebut. Luaran penelitian ini berupa artikel yang akan dipublikasikan dalam jurnal terindeks dan modul praktis “Stop Hoaks”.

**Kata Kunci :** Pola Pikir, Kepercayaan, Tanggapan, Mahasiswa, Berita Palsu, Instagram

## I. Pendahuluan

Pada saat ini media informasi sudah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari dari manusia. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi, manusia pada era ini ingin mengetahui informasi tentang peristiwa, pesan, pendapat, maupun berita yang berada di sekitar maupun di belahan dunia untuk dapat diakses lebih mudah. Redaksi berita online didesain menarik bagi khalayak agar nyaman dan tertarik dengan informasi berita yang disajikan. Biasanya ketika mengakses berita online akan muncul beberapa pilihan berita, jenis berita yang ingin dibaca. Akan tetapi, kepercayaan pada redaksi berita online sangat berpengaruh kepada tanggapan dan sikap dari pengguna media masa. Pengguna media massa (pembaca, pemirsa, dan pendengar) tidak mungkin menggunakan, memperhatikan, atau menyimpan informasi dari sumber yang tidak mereka percayai (Kiouisis, 2001)<sup>[11]</sup>. Dari perspektif

---

<sup>11</sup> (2001). *Kiouisis* .

masyarakat yang lebih luas, ketidakpercayaan terhadap media massa dapat merusak kemampuan media untuk menginformasikan kepada publik, dan akibatnya konsumen mungkin tidak menyadari isu ataupun perspektif alternatif lain di luar jaringan pribadi mereka. Salah satu dampak yang begitu signifikan dengan melihat akses penyebaran informasi lebih mudah dan praktis karena prosesnya yang tidak begitu lama, dibandingkan dengan media cetak. Proses penyaringan sebelum diterbitkannya sebuah berita telah disampingkan. Sehingga hal ini tidak sedikit media di internet membuat dan menyebarkan informasi yang tidak benar atau palsu yang biasa dikenal dengan istilah *Hoax*. Berdasarkan *Pew Research Center* (2016)<sup>[12]</sup> *instagram* adalah salah satu *platform* yang sering ditemukan berita online didalamnya, dalam memaparkan berita, *Instagram* memiliki karakteristik unik dibanding *platform-platform* yang lain dimana kebanyakan pengguna *instagram* berasal dari kelompok mahasiswa dan merupakan kelompok anak muda yang berusia 18-29 tahun. *Platform instagram*, dulunya hanya digunakan untuk mengunggah foto pribadi dengan caption. Namun kini, seiring perkembangan teknologi yang lebih canggih, *instagram* mulai memiliki peran dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan berita dan mendapatkan berbagai informasi. Tampilannya yang menarik dan *eye cathcing* membuat masyarakat modern terutama kaum muda lebih memilih untuk membaca dan mengikuti akun berita media mainstream di *instagram*.

Jika *instagram* adalah salah satu jenis dari media sosial yang notabennya banyak ditemukan *hoax*, sementara populer di kalangan mahasiswa, bagaimana mahasiswa mempercayai berita-berita yang ditemukan di *instagram*? Lalu bagaimana tanggapan mahasiswa terhadap *hoax* yang di temukan di *instagram*? Dan bagaimana tindakan selanjutnya yang dilakukan mahasiswa

- 
- Asrori, H. M. (2009). *Penelitian Tindakan Kelas*. Bandung: CV Wacana Prima.
- Effendy, U. O. (2004). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- grafindo, C. H. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja grafindo.
- Kiousis, S. (2001). Public trust or mistrust? Perceptions of media credibility in the information age. *Mass communication and society* , 381-403.
- Liliweri, A. (1991). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Matthes, K. &. (2007).
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Pew Research Center*. (2018). Diambil kembali dari News use across social media platforms 2016: <http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-mediaplatforms-2016/>.
- Shirley, B. (2010). *Media / Impact Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Tamburaka. (2013). *Literasi Media*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

<sup>12</sup> (Pew Research Center, 2018)



setelah membaca *hoax* di *instagram*? Kondisi di atas membuat peneliti tertarik untuk meneliti secara lebih dalam tentang bagaimana kepercayaan dan tanggapan mahasiswa terhadap berita palsu (*hoax*) pada pemberitaan di *instagram* saat ini.

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah bagi pengembangan ilmu khususnya media online dalam bentuk penelitian. Selain itu, penelitian ini bisa menjadi bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak yang membutuhkan pustaka mengenai penyebaran berita palsu (*hoax*), khususnya dampak dari penyebaran berita palsu (*hoax*) dan tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap berita online, serta tindakan selanjutnya yang dilakukan oleh mahasiswa setelah membaca berita palsu (*hoax*).

Berita merupakan informasi baru atau informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi atau informasi yang sebelumnya tidak di ketahui, disajikan lewat bentuk cetak, siaran, internet, atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak. Ketika berita dipalsukan oleh orang yang tidak bertanggung jawab yang bertujuan untuk agar pembaca mempercayai sesuatu yang tidak benar keadaannya. Dan berita tersebut ditemukan dalam salah satu *platform* yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa, hal ini akan berdampak kepada kepercayaan mahasiswa terhadap berita online dan tanggapan mahasiswa terhadap berita online tersebut bahkan dapat mempengaruhi tindakan yang di lakukan mahasiswa setelah membaca berita palsu tersebut.

## II. Kajian Teori

Komunikasi secara mudah diartikan sebagai proses transfer pesan melalui sarana atau media komunikasi kepada komunikan yang dituju. Menurut Hovland “*Communication is the process to the modify the behavior of other individuals*” Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (Effendy, 2004)<sup>[13]</sup>. Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi yang telah banyak memberi perhatian pada riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa: “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.” (Cangara, 2008:20)<sup>[14]</sup> Definisi tersebut kemudian dikembangkan lagi oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa:

---

<sup>13</sup> (Effendy, 2004)

<sup>14</sup> (grafindo, 2008)

“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.” (Cangara, 2008:20)<sup>[15]</sup>.

*Hoax* adalah salah satu konten media yang sengaja dibuat oleh institusi atau perusahaan media dan dibuat untuk mempengaruhi persepsi tentang bagaimana cara seseorang memandang dunia nyata (Tamburaka, 2013)<sup>[16]</sup>, pikiran, dan perilaku khalayak. Sehingga apa yang muncul di media sosial seperti *Instagram* baik secara langsung ataupun tidak, akan mempengaruhi seseorang dalam bertindak dan berperilaku. Begitu pula sebaliknya, dimana media massa dipengaruhi pula oleh adanya perubahan-perubahan yang ada di masyarakat seperti perubahan kepercayaan (Biagi, 2010)<sup>[17]</sup>. Apalagi bila dikaitkan dengan kepercayaan sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa kepercayaan merupakan kondisi psikologis yang mendasari perilaku. Dimana kepercayaan sendiri dipengaruhi diantaranya oleh pengetahuan dan pengalaman, sebagaimana kedua hal tersebut merubah persepsi seseorang (Asrori, 2009)<sup>[18]</sup>.

Sementara itu, Baron dan Paulus dalam Mulyana (2000:167)<sup>[19]</sup> Mengatakan persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita. Tanggapan sangat erat hubungannya dengan rangsangan, sehingga apabila rangsangan timbul maka mungkin sekali diikuti oleh tanggapan. Perilaku yang muncul setelah stimulus ditransmisikan ke komunikan adalah sebuah bentuk tanggapan, sebagaimana Liliweri (1991:109)<sup>[20]</sup> menjelaskan bahwa tanggapan adalah hasil yang berupa perilaku yang timbul karena rangsangan.

### III. Metodologi

Riset ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, yaitu menggambarkan atau menjelaskan objek penelitian berdasarkan data dari jawaban responden yang diperoleh melalui kuisioner. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data *online*. Pengumpulan data *online* yang dimaksud adalah tata cara melakukan penelusuran data melalui media *online* seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan

---

<sup>15</sup> (grafindo, 2008)

<sup>16</sup> (Tamburaka, 2013)

<sup>17</sup> (Shirley, 2010)

<sup>18</sup> (Asrori, 2009)

<sup>19</sup> (Mulyana, 2000)

<sup>20</sup> (Liliweri, 1991)

fasilitas *online*, sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data informasi *online* yang berupa data maupun informasi teori, secepat atau semudah mungkin, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

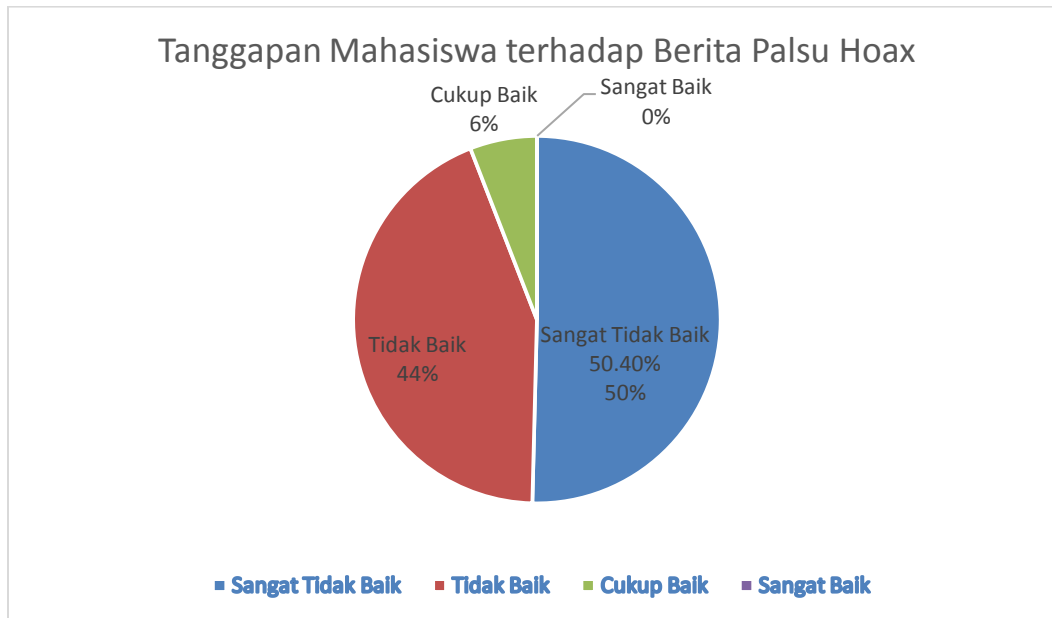
Terdapat dua teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu : (1) Teknik survey. Teknik survei dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan (kuesioner) kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner diberikan kepada Mahasiswa/i Kota Bandung yang aktif menggunakan aplikasi *Instagram* untuk memperoleh informasi atau data mengenai kepercayaan dan tanggapan mahasiswa terhadap berita palsu (*hoax*) pada pemberitaan di *Instagram*. (2) Studi Pustaka. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan.

Penelitian ini menggunakan tehnik *purposive sampling* (Sampel Bertujuan). *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Oleh karena itu sampel yang digunakan disesuaikan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian. Adapun kriteria-kriteria sampel dalam penelitian ini adalah : a) Sampel adalah mahasiswa Kota Bandung yang masih aktif. b) Sampel pernah memperoleh informasi berita palsu dari aplikasi *Instagram*.

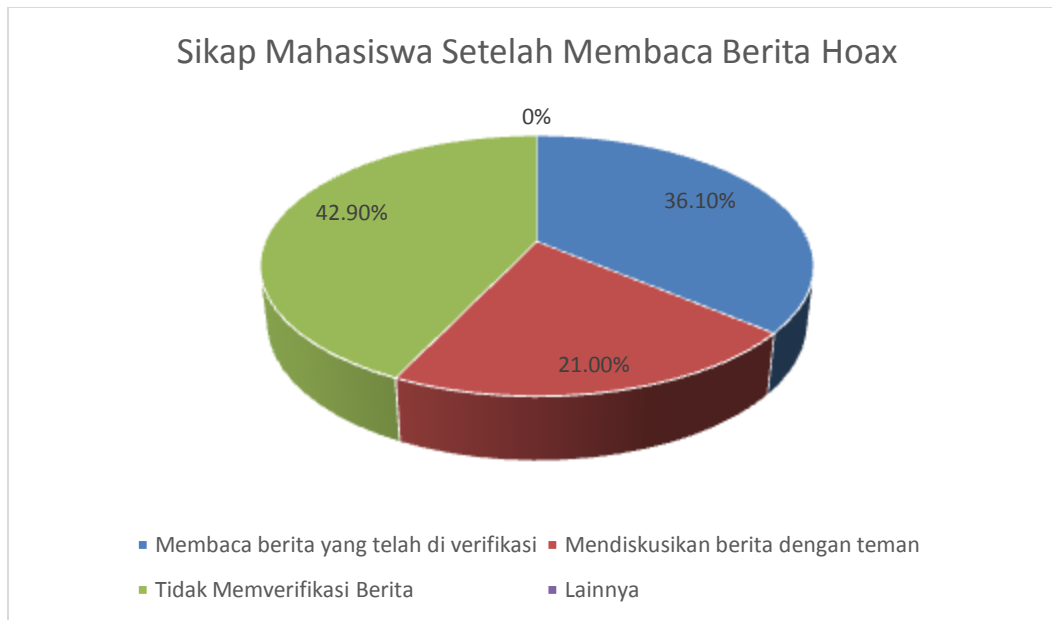
Pada penelitian ini diterapkan tiga prosedural pengolahan data dan keabsahan data yaitu: (1) Uji Validitas. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur dengan tepat. Hasil penelitian dikatakan valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. (2) Uji Reliabilitas. Uji reliabilitas adalah tingkat kemampuan atau konsistensi suatu alat ukur. Uji reliabilitas adalah uji tingkat keandalan kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. (3) Analisis statistik deskriptif. Data dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dengan menghitung frekuensi, dan persentase. Rangking skor tiap variabel observasi.

#### IV. Hasil dan Pembahasan

Berikut ini, hasil survei “pola pikir mahasiswa terhadap berita palsu/ hoaks” yang dapat dideskripsikan sebagai berikut.



Sikap mahasiswa setelah mempercayai dan memberi tanggapan mengenai berita *hoax* yang beredar di Instagram dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan tidak memverifikasi berita palsu setelah membaca sebanyak 51 responden (42,9%), kemudian responden yang menyatakan membaca berita yang sama dari sumber yang berbeda dan telah diverifikasi oleh portal berita lain sebanyak 43 responden (36,1%), dan responden yang menyatakan mendiskusikan berita tersebut dengan teman sebanyak 25 responden (21,0%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :



Berdasarkan pola pikir mahasiswa, berikut ini alur skema yang teridentifikasi setelah mahasiswa membaca berita palsu (*Hoax*) pada instagram. Responden menyatakan sikap setelah membaca berita palsu akan membaca berita yang sama dari sumber yang berbeda dan telah diverifikasi oleh portal berita lain. Kemudian, responden menyatakan perkembangan berita palsu (*Hoax*) pada portal berita cukup mempengaruhi kehidupan responden. Dan akhirnya dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini, sebagian besar menyatakan bahwa penyebaran berita palsu (*Hoax*) pada instagram sangat tidak baik untuk dibaca. Hal ini dapat dilihat dari daya tarik responden tidak begitu antusias untuk membaca berita palsu dikarenakan konten dan isi berita tersebut tidak sesuai dengan realitas yang terjadi di tengah masyarakat. Akan tetapi, responden juga tertarik untuk membaca berita palsu (*Hoax*) disebabkan *headline* berita, isi berita, dan gambar berita mempunyai daya tarik tersendiri untuk diakses. Selain itu, responden juga menyatakan bahwa instagram menjadi media yang cukup produktif menjadi penyalur berita palsu.

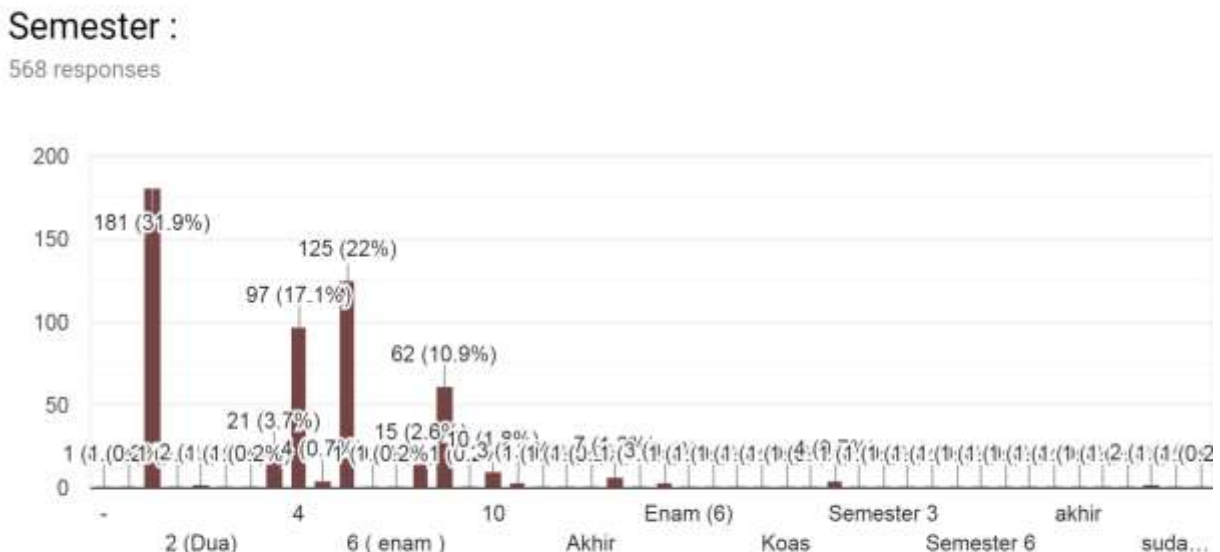
*Hoax* dianalogikan sebagai sebuah racun informasi yang implikasinya lebih berbahaya dibandingkan dengan racun pada makanan atau minuman. Karena racun pada makanan atau minuman dapat segera diobati karena orang yang keracunan sadar bahwa dirinya terkena racun, sedangkan orang yang keracunan informasi tidak akan pernah tahu bahwa dirinya terkena racun, hanya orang-orang disekitarnya yang mungkin tahu tetapi mereka tidak akan dapat berbuat banyak untuk menolong orang yang sudah terkena racun informasi tersebut. menjadi ladang

bisnis dan industri yang menjanjikan. Pihak-pihak yang menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuannya tidak segan-segan mengeluarkan uang ratusan juta rupiah untuk membayar seseorang atau sebuah sindikat agar memproduksi *hoax* dan menyebarkannya ke masyarakat.

Setelah melihat betapa besarnya pengaruh *hoax* terhadap kehidupan sosial di tengah masyarakat, para pengguna instagram, khususnya mahasiswa, harus bijak dalam memilih informasi yang didapatnya selain peran pemerintah melalui instansi-instansi yang terkait, khususnya divisi *Cyber Crime* harus berperan aktif untuk menanggulangi dan mengantisipasi bahaya *hoax*, dari sisi dunia pendidikan semua institusi pendidikan harus berperan aktif memberikan edukasi untuk menanggulangi dan mengantisipasi bahaya *hoax* agar tidak ada lagi orang yang terpapar racun informasi. Demikianlah, penelitian tentang pengaruh hoaks terhadap pola pikir mahasiswa menjadi sangat penting dan relevan dilakukan dalam kondisi dan situasi saat ini.

#### 4.1.1 Deskripsi dan Kualitas Data

Sumber data primer adalah hasil kuesioner dari 572 responden yang merupakan mahasiswa aktif di lingkungan Universitas Kristen Maranatha, dengan klasifikasi sebagai berikut (lihat tabel).



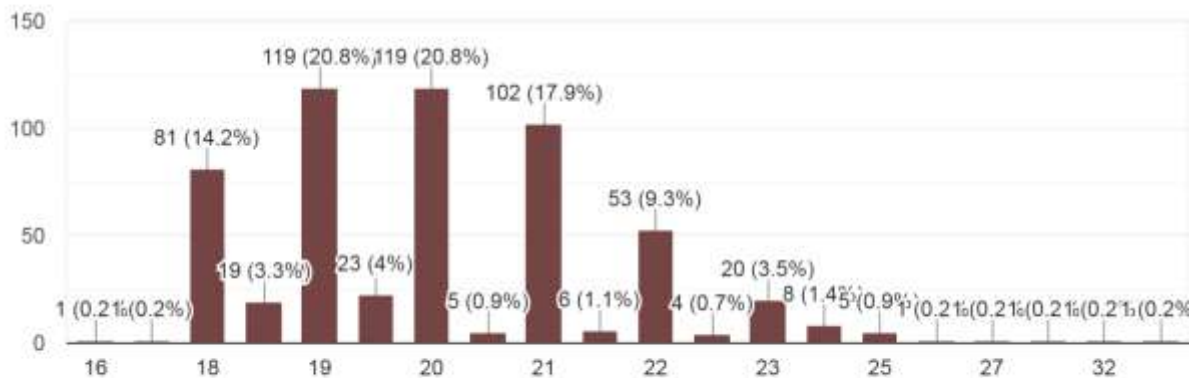
Sebanyak 31,9% responden merupakan mahasiswa semester II, 22% merupakan mahasiswa semester VI, 17,1% merupakan mahasiswa semester IV, 10,9% merupakan mahasiswa semester di

atas VI, dan sisanya semester lainnya. Responden yang masih duduk di semester II merupakan mahasiswa yang cenderung sangat rentan menjadi pelaku penyebaran hoaks atau berita bohong di jagat maya. Menurut Head of Social Media Management Center dari Kantor Staf Presiden RI, Alois Wisnuhardana, anak muda, termasuk mahasiswa semester awal, mudah percaya pada hoaks karena anak muda memang cenderung emosional. Setiap informasi yang masuk, apalagi yang sensasional, akan langsung disebar. Selain itu, banyak anak muda yang malas membaca. Berdasarkan data statistik, minat baca orang Indonesia berada di urutan 60 dari 61 negara.

Berdasarkan usia, responden yang berusia 19—20 tahun berjumlah 56%, tempat kedua sebanyak 17,9% berusia 21 tahun, 14,2% berusia 18 tahun, dan sisanya yang lainnya (lihat tabel).

### Umur :

571 responses



Responden dengan usia 19—20 tahun termasuk dewasa awal yang masih belum memiliki kestabilan dan kematangan dalam pengelolaan emosi. Padahal, informasi atau berita yang terdapat di internet dalam hitungan detik muncul secara bebas. Pengguna internet harus mampu menahan emosi. Di samping itu, publik pun diimbau agar mampu menahan keinginan untuk menyebarkan informasi yang masih belum teruji validitasnya.

#### 4.1.2 Hasil Pengolahan Data Primer

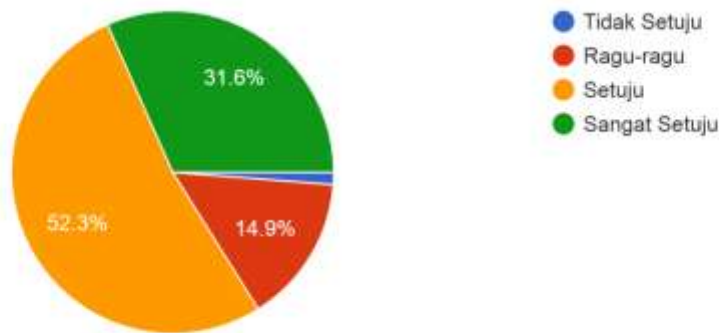
Berdasarkan hasil kuesioner, diperoleh hasil sebagai berikut.

#### 4.1.2.1 Ditinjau dari Sumber Asli Informasi

Ditinjau dari sumber asli informasi, sebanyak 52,3% setuju, 31,6% sangat setuju, dan 14,9% menyatakan ragu-ragu untuk melakukan verifikasi sebelum memviralkan atau meneruskan informasi yang diterima, responden akan terlebih dahulu menelusuri dan mengecek sumber asli berita tersebut dengan cara mencari literatur dan referensi berita tersebut, seperti terlihat dalam diagram di bawah ini.

##### 1. Ketika Anda membaca informasi di media sosial, Anda akan mengecek dahulu sumber berita yang valid.

572 responses



Pengguna internet seyogianya tidak hanya membaca satu berita dari satu sumber saja, pastikan ada lebih dari satu sumber berita yang melaporkan suatu topik atau peristiwa tersebut. Sangat disarankan untuk membaca beberapa sumber informasi untuk memahami berbagai sudut pandang sebuah berita secara lebih baik. Untuk mengecek kredibilitas suatu sumber berita, pastikan terpampang atribusi dan afiliasi penulisnya. Ketiadaan atribusi penulis kadang kala menandakan bahwa suatu berita patut dicurigai dan perlu diverifikasi kebenarannya. Situs berita kredibel selalu memuat siapa penulis atau reporter berita itu dan siapa yang mengeditnya, serta memiliki laman khusus yang memuat susunan redaksinya. Sumber berita yang relevan dengan peristiwa yang diberitakan merupakan kategori akurasi berikutnya yang diteliti. Sumber berita relevan dimaksud adalah narasumber yang cocok dan pas dengan peristiwa yang sedang terjadi.

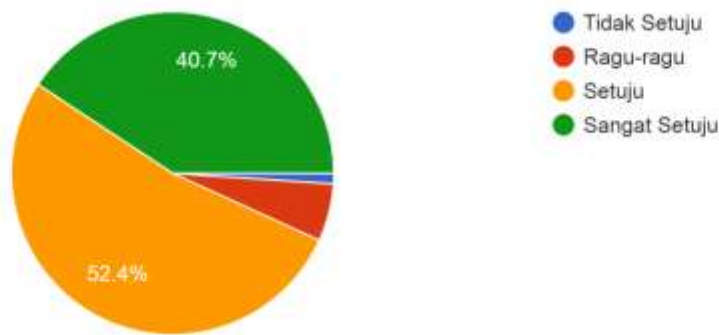
#### 4.1.2.2 Ditinjau dari Urgensi Berita



Jika ditinjau dari penting atau tidaknya suatu berita dibaca, sebanyak 52,4% setuju untuk memilah-milah berita berdasarkan penting atau tidaknya berita tersebut dibaca, 40,7% menyatakan sangat setuju, dan sisanya selebihnya (tersaji dalam diagram di bawah ini).

## 2. Sebelum mulai membaca suatu berita, Anda akan memilah-milah terlebih dahulu mana berita yang perlu dibaca dan mana berita yang tidak perlu dibaca.

572 responses



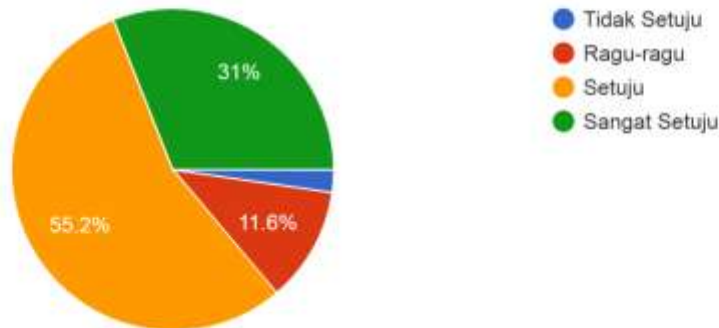
Salah satu karya jurnalistik yang ditulis berdasarkan fakta atau data peristiwa adalah berita. Berita adalah laporan peristiwa terbaru. Tidak semua peristiwa layak dan penting untuk dilaporkan, hanyalah peristiwa yang memenuhi kriteria yaitu yang mengandung nilai berita (Romli, 2012: 68). Di samping itu, menurut Doug Newson dan James A. Wollert (Sumadiria, 2005: 64) berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat. Media massa, termasuk berita dalam media sosial, memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang mereka butuhkan. Dari batasan di atas dapat disimpulkan bahwa berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak (Sumadiria, 2005:65). Berita-berita yang lengkap dan disertai oleh sumber informasi yang jelas digolongkan sebagai informasi yang penting.

### 4.1.2.3 Ditinjau dari Nama Situs

Berdasarkan hasil kuesioner, sebanyak 55, 2% menyatakan setuju bahwa kredibilitas berita dapat dicek dari nama situs yang memuat berita tersebut (lihat tabel).

### 3. Nama situs yang memuat berita atau informasi menjadikan salah satu alasan Anda membaca atau tidak berita tersebut.

571 responses



Nama situs yang memuat berita diraskan sangat penting karena pengguna internet cenderung hanya membaca berita-berita dari situs/ sumber berita yang dianggap kredibel. Kredibilitas dan akuntabel situs menjadi perhatian pembaca berita di media sosial. Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh respons bahwa nama situs yang terpercaya menjadi sumber berita yang tidak bias dan berpihak. Mereka pun yakin bahwa berita daring yang dipublikasikan tervalidasi dan dapat dipercaya kebenarannya. Oleh karena, situs yang bereputasi akan menjaga nama baik dari media mereka sehingga dituntut harus menyuguhkan berita yang memang dapat dipercaya.

#### 4.1.2.4 Ditinjau dari Judul Berita

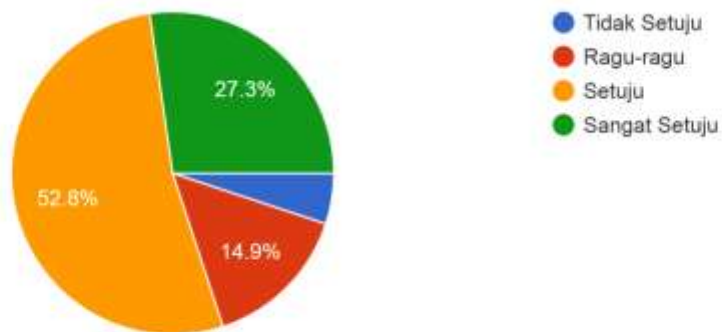
Sebanyak 52,8% akan membaca judul berita sebelum membaca isinya. Sebanyak 45,7% yang menyoroti judul berita yang tidak relevan. Sebagian besar responden menganggap masih banyak artikel yang judulnya bersifat clickbait dan tidak memiliki relevansi terhadap isi beritanya. Berdasarkan hasil wawancara, berikut respons mengenai judul berita:

- Terkadang antara judul dan isi berita tidak menunjukkan kesinambungan
- Terkadang headlinenya tidak berkaitan dengan isi berita, ada media yang memang suka cari sensasi sehingga berita dibuat-buat.

- Beberapa artikel memiliki judul yang tidak berhubungan atau bersifat *click bait*, ada juga yang masih *false alarm*.
- Sebagian berita daring di Indonesia menggunakan judul berita yang bombastis. Oleh karena itu, responden lebih memilih untuk melihat beritanya lebih langsung daripada hanya kutipan dari judul berita daring.

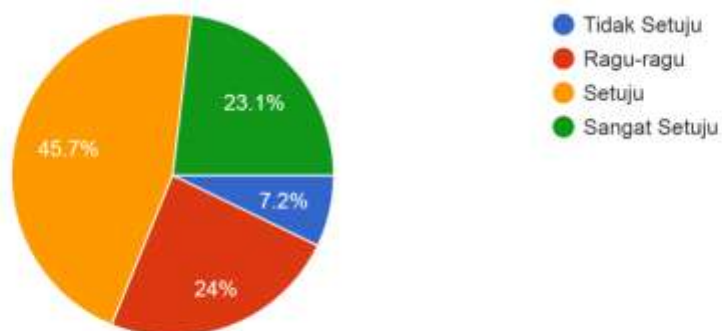
4. Anda cenderung tertarik membaca berita karena judul berita itu menarik/fantastik sehingga memancing Anda untuk mengklik link/tautannya.

572 responses



5. Kadang-kadang Anda merasa teperdaya karena judul dan isi berita tidak relevan.

571 responses



## V. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut.

- 1) Pengguna internet harus mampu menahan emosi. Di samping itu, publik pun diimbau agar mampu menahan keinginan untuk menyebarluaskan informasi yang masih belum teruji validitasnya.
- 2) Pola sikap mahasiswa Universitas Kristen Maranatha untuk menangkah hoaks adalah pemilihan situs sumber berita. Situs yang kredibel seharusnya memuat berita yang merupakan laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak.
- 3) Situs yang bereputasi akan menjaga nama baik dari media mereka sehingga dituntut harus menyuguhkan berita yang memang dapat dipercaya.
- 4) Respons mahasiswa Universitas Kristen Maranatha terhadap judul berita sudah cukup baik. Mereka berpendapat bahwa sebagian berita daring di Indonesia menggunakan judul berita yang bombastis. Oleh karena itu, responden lebih memilih untuk melihat beritanya lebih langsung daripada hanya kutipan dari judul berita daring.
- 5) Tingkat kepercayaan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha terhadap hoaks cukup rendah.

## VI. Daftar Pustaka

(2001). *Kiouis* .

Asrori, H. M. (2009). *Penelitian Tindakan Kelas*. Bandung: CV Wacana Prima.

Effendy, U. O. (2004). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

grafindo, C. H. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja grafindo.

Kiouis, S. (2001). Public trust or mistrust? Perceptions of media credibility in the information age. *Mass communication and society* , 381-403.

Liliweri, A. (1991). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.

Matthes, K. &. (2007).

Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

*Pew Research Center*. (2018). Retrieved from News use across social media platforms 2016: <http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-mediaplatforms-2016/>.

Shirley, B. (2010). *Media / Impact Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

Tamburaka. (2013). *Literasi Media*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

## KUESIONER

Kami sedang melakukan penelitian tentang tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap hoaks. Tidak dapat dimungkiri bahwa lalu lintas informasi terasa begitu cepat semenjak internet mudah diakses saat ini. Begitu banyak informasi yang beredar, seakan membuat bias mana informasi yang dapat dipercaya, mana informasi yang nyata, dan mana berita bohong yang sengaja dilempar untuk mengacaukan tatanan hidup manusia. Berita bohong atau hoaks dapat dilawan dengan cara cerdas dalam literasi informasi, khususnya informasi dalam media sosial.

Mohon Anda memilih :

- TS : jika tidak setuju
- R : jika ragu-ragu
- S : jika setuju
- SS : jika sangat setuju

1. Ketika Anda membaca informasi di media sosial, Anda akan mengecek dahulu sumber berita yang valid.
2. Sebelum mulai membaca suatu berita, Anda akan memilah-milah terlebih dahulu mana berita yang perlu dibaca dan mana berita yang tidak perlu dibaca.
3. Nama situs yang memuat berita atau informasi menjadikan salah satu alasan Anda membaca atau tidak berita tersebut.
4. Anda cenderung tertarik membaca berita karena judul berita itu menarik/fantastik sehingga memancing Anda untuk mengklik link/tautannya.
5. Kadang-kadang Anda merasa teperdaya karena judul dan isi berita tidak relevan.
6. Anda akan mengecek dahulu dengan cara browsing/meramban melalui mesin pencarian/Google pada saat Anda menerima kiriman foto atau video melalui media sosial.
7. Anda mengontrol diri terhadap hoaks dengan memfilter berita-berita yang Anda terima agar Anda tidak terpapar oleh berita bohong.
8. Berdasarkan kenyataan, dewasa ini adanya hoaks telah mengganggu dan menimbulkan keresahan.
9. Setujukah Anda jika hoaks telah menyebabkan kebinekaan dan kerukunan beragama menjadi ternoda.
10. Sangat masuk akal jika hoaks telah menghambat pembangunan.
11. Hoaks telah menyebabkan gangguan stabilitas bangsa dan negara. Dampak hoaks dapat menghancurkan bangsa.
12. Hoaks yang sering muncul justru di bidang politik dan SARA.
13. Saluran penyebaran hoaks yang paling dominan ialah situs web.
14. Setiap hari Anda menemukan dan mengidentifikasi adanya hoaks dalam media sosial.

15. Jika menganggap suatu berita itu hoaks, Anda langsung memberikan komentar untuk menunjukkan bahwa itu berita bohong.
16. Setujukah Anda bahwa moralitas dan spiritualitas dapat membuat kita imun dari hoaks.
17. Jika Anda mendapati suatu fakta yang dimodifikasi menjadi berita baru yang terkategori sebagai hoaks yang sengaja dibuat untuk kepentingan tertentu, Anda langsung menunjukkan berita aslinya agar korban hoaks dapat diminimalkan.
18. Melek terhadap bahaya hoaks dapat membuat pengguna media sosial cerdas dan terhindar dari penyakit sosial.
19. Setujukah Anda adanya hoaks telah membuat relasi sosial Anda terganggu?
20. Sebagai mahasiswa, Anda merasa perlu untuk membentengi diri dari hoaks dengan cara berpikir logis dan mempergunakan nalar.