

**KEMAMPUAN LITERASI MEDIA SOSIAL  
KELOMPOK INFORMASI MASYARAKAT (KIM)  
KABUPATEN PINRANG TERHADAP PENYEBARAN  
INFORMASI *HOAX***



Oleh

**HAYYU HUMAERA**

**NIM : 14.3100.024**

**Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial  
(S. Sos) Pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Dakwah  
dan Komunikasi Institut Agama Islam Negeri Parepare**

**PAREPARE**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

**2018**

**KEMAMPUAN LITERASI MEDIA SOSIAL  
KELOMPOK INFORMASI MASYARAKAT (KIM)  
KABUPATEN PINRANG TERHADAP PENYEBARAN  
INFORMASI *HOAX***

**Skripsi**

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Sosial**



**Program Studi  
Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Disusun dan diajukan oleh**

**HAYYU HUMAERA  
NIM : 14.3100.024**

**Kepada  
PAREPARE**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

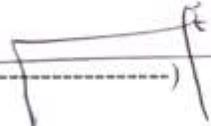
**2018**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : Hayyu Humaera  
Judul Skripsi : Kemampuan Literasi Media Sosial Kelompok  
Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Pinrang  
Terhadap Penyebaran Informasi *Hoax*  
NIM : 14.3100.024  
Jurusan : Dakwah dan Komunikasi  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua Jurusan Dakwah dan Komunikasi  
Nomor B-722/Sti.08/KP.01.1/10/2017

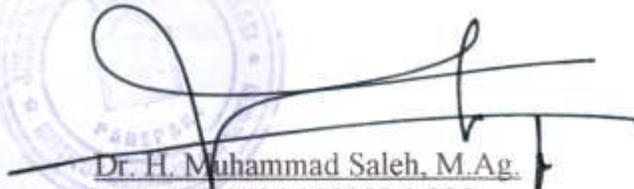
Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Drs. A. Nurkidam, M.Hum.  
NIP : 19641231 199203 1 045  
Pembimbing Pendamping : Dr. Muh. Qadaruddin, M.Sos.I.  
NIP : 19830116 200912 1 005

  
(-----)  
  
(-----)

Mengetahui:

Ketua Jurusan Dakwah dan Komunikasi

  
  
Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag.  
NIP. 19680404 199303 1 005

**SKRIPSI**  
**KEMAMPUAN LITERASI MEDIA SOSIAL KELOMPOK**  
**INFORMASI MASYARAKAT (KIM) KABUPATEN PINRANG**  
**TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI HOAX**

Disusun dan diajukan oleh

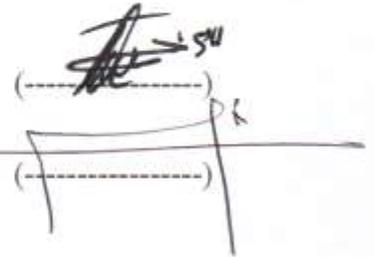
**HAYYU HUMAERA**  
**NIM : 14.3100.024**

telah dipertahankan di depan komisi penguji ujian munaqasyah  
pada tanggal 22 November 2018 dan  
dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan  
Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Drs. A. Nurkidam, M.Hum.  
NIP : 19641231 199203 1 045

Pembimbing Pendamping : Dr. Muh. Qadaruddin, M.Sos.I.  
NIP : 19830116 200912 1 005

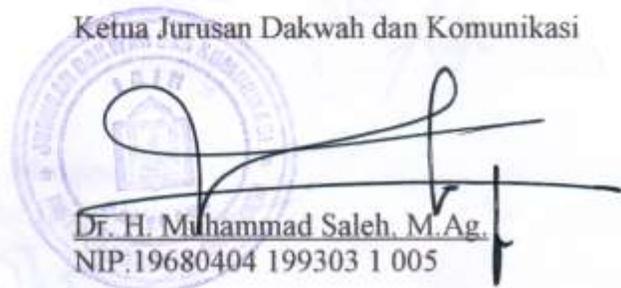


Rektor IAIN Parepare



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.  
NIP.19640427 198703 1 002

Ketua Jurusan Dakwah dan Komunikasi



Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag.  
NIP.19680404 199303 1 005



## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Kemampuan Literasi Media Sosial Kelompok  
Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Pinrang  
Terhadap Penyebaran Informasi *Hoax*

Nama Mahasiswa : Hayyu Humaera

Nomor Induk Mahasiswa : 14.3100.024

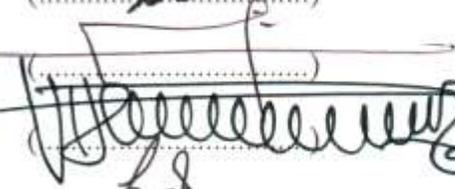
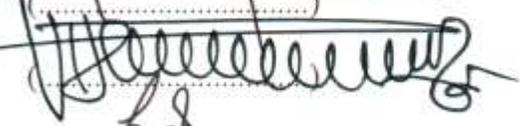
Jurusan : Dakwah dan Komunikasi

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua Jurusan Dakwah dan Komunikasi  
Nomor B-722/Sti.08/KP.01.1/10/2017

Tanggal Kelulusan : 22 November 2018

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Drs. A. Nurkidam, M.Hum.	(Ketua)	(.....  )
Dr. Muh. Qadaruddin, M.Sos.I.	(Sekretaris)	(.....  )
Iskandar, S.Ag.,M.Sos.I.	(Anggota)	(.....  )
Nurhakki, S.Sos.,M.Si.	(Anggota)	(.....  )

Mengetahui,-  
Rektor IAIN Parepare

  
  
Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.  
NIP.19640427 198703 1 002



## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Tiada kata paling indah dan mulia selain kalimat syukur, *Alhamdulillah robbil'alamin*. Segala puji-pujian hanya milik Allah SWT. Kesehatan, kesempatan dan kekuatan tak pernah terputus dari raga ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai syarat untuk menyelesaikan gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Dakwah dan Komunikasi di kampus tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Tak luput dari ingatan, Rasulullah SAW., sang panutan yang menjadi penyemangat dalam menuntut ilmu dan motivasi untuk terus menyebarkan benih-benih dakwah Islam. *Allahummasholli' alaa Muhammad*.

Hasil karya dan kerja ini, penulis persembahkan kepada kedua orangtua, Bapak Muh. Yusuf Abdullah dan ibu Hj. Haisah, serta suami Ario Sandy. Semangat, dukungan dan do'a mereka yang tak pernah putus hingga selesainya studi ini. Tanpa bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, baik yang berbentuk moral maupun material, penulis sadari tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini. Maka, dengan penuh kerendahan hati mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si. selaku Rektor IAIN Parepare yang telah telah bekerja keras mengelola lembaga pendidikan ini demi kemajuan IAIN Parepare. Selain itu telah menjadi dosen yang telah menyumbangkan ilmu komunikasinya sehingga dirasa sangat berguna bagi penulis.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Dakwah dan Komunikasi atas ilmu dan dukungannya dalam memperlancar urusan akademik.

3. Bapak Drs. A. Nurkidam, M.Hum dan Bapak Dr. Muh. Qadaruddin, M.Sos.I, atas kesabaran dan ketulusannya dalam membimbing penulis.
4. Ibu Nurhakki, S.Sos M.Si. selaku Penanggung Jawab Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), terimakasih atas segala ilmu, dukungan, bantuan dan motivasi tiada henti yang telah diberikan kepada penulis.
5. Bapak Iskandar, S.Ag.,M.Sos.I. selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasihat-nasihat demi kelancaran akademik dan prestasi penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat, baik pada jam kuliah maupun diluar perkuliahan. Serta jajaran staf administrasi yang telah Obanyak membantu.
7. Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Pinrang beserta staf bidang Informasi dan Komunikasi Publik yang telah banyak membantu dalam pengumpulan data penelitian.
8. Bapak dan ibu guru SD, SMP dan SMA yang telah menyumbangkan ilmu dan tenaga demi mendidik penulis menjadi pribadi yang lebih baik dan berprestasi.
9. Sahabat penulis, Klikik gens (Sri, Ani, Ita, Rezki, Sudi, Icca, Anto, Nasir), teman- teman KPI angkatan 2014, Alumni Jurusan Dakwah dan Komunikasi, teman- teman seperjuangan di organisasi dan komunitas yang pernah dan masih digeluti penulis.
10. Seluruh kerabat dan teman – teman yang tak mampu penulis sebutkan satu per satu, rasa bangga telah mengenal kalian dan terimakasih atas doa dan dukungannya selama ini. Semoga pertemanan kita panjang umur.

Akhirnya berkat bantuan dan doa mereka, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun harus melalui rintangan dan hambatan yang tiada henti. Semoga Allah SWT. senantiasa melindungi dan meridhoi aktivitas kita. Salam cinta.

*Wassalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Parepare, 9 Agustus 2018

Penulis



HAYYU HUMAERA  
NIM. 14.3100.024



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : HAYYU HUMAERA  
Nomor Induk Mahasiswa : 14.3100.024  
Jurusan : DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Program Studi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “**KEMAMPUAN LITERASI MEDIA SOSIAL KELOMPOK INFORMASI MASYARAKAT (KIM) KABUPATEN PINRANG TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI HOAX**” benar merupakan hasil karya sendiri dan jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atas keseluruhan skripsi dan hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 9 Agustus 2018

Penulis

  
HAYYU HUMAERA  
NIM: 14.3100.024

## ABSTRAK

**HAYYU HUMAERA.** *Kemampuan Literasi Media Sosial Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Pinrang Terhadap Penyebaran Informasi Hoax*, dibimbing oleh A Nurkidam dan Muh. Qadaruddin.

Media sosial dan informasi *hoax* menjadi hal sepaket yang hadir di tengah masyarakat. Kurangnya pengetahuan akan membawa dampak yang buruk. Sehingga, Kelompok Informasi Masyarakat hadir sebagai duta informasi memiliki peran dalam memilah informasi yang layak untuk masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman media sosial dan pemahaman informasi *hoax* anggota Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) agar dapat mengoptimalkan tugas dan fungsinya sebagai lembaga peningkatan literasi media informasi masyarakat.

Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mengumpulkan data terkait sikap informan terhadap informasi *hoax* dan pemahamannya terhadap media. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Pinrang dengan memilih KIM dari Kecamatan Watang Sawitto, Kecamatan Paleteang, Kecamatan Lanrisang, Kecamatan Suppa dan Kecamatan Mattirobulu dengan tetap berkoordinasi dengan Dinas Komunikasi dan Informatika sebagai lembaga yang menaungi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan belum sepenuhnya memiliki kemampuan literasi media berdasarkan unit analisis kemampuan literasi media Jenkis. Kemampuan *play*, *negotiation* dan *simulation* dimiliki semua informan, *appropriation* tidak dimiliki oleh satu informan pun, *judgment* tidak dimiliki oleh satu informan. Sementara kemampuan memahami *hoax* hanya sebatas pengertian secara umum namun tidak mengetahui ciri – ciri *hoax* secara detail. Sehingga dalam penelitian didapatkan salah satu anggota KIM mengirimkan informasi *hoax* jenis hadiah.

Kata Kunci: Literasi Media, Informasi *Hoax*, Kemampuan Anggota KIM.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGAJUAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN KOMISI PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN KOMISI PENGUJI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	x
ABSTRAK .....	xi
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Tinjauan Teoritis.....	8
2.2.1 Teori Literasi Media.....	8
2.2.2 Teori Media Siber ( <i>Cybermedia</i> ) .....	17
2.3 Tinjauan Konseptual .....	20

2.3.1 Literasi Media Sosial.....	20
2.3.2 Kelompok Informasi Masyarakat (KIM).....	22
2.3.3 Informasi <i>Hoax</i> .....	26
2.4 Kerangka Pikir .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	31
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
3.3 Fokus Penelitian.....	32
3.4 Jenis dan Sumber Penelitian .....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum KIM Kabupaten Pinrang.....	36
4.2 Kemampuan Literasi Media Anggota KIM.....	42
4.3 Pengetahuan Tentang Informasi <i>Hoax</i> .....	62
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	74
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	77

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Perbedaan <i>First Media Age</i> dan <i>Second Media Age</i>	18
1.2	Kemampuan Informan	59

## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Jenis Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	30
2.2	Grup <i>WhatsApp</i> Anggota KIM	39
2.3	Grup <i>WhatsApp</i> KIM Kecamatan Mattiro Bulu	40
2.4	Informasi Yang Disampaikan KIM	41
2.5	Akun <i>Facebook</i> Mirwan	44
2.6	Akun <i>Facebook</i> Paharuddin	46
2.7	Akun <i>Facebook</i> Saripuddin	47
2.8	Kategori <i>Hoax</i>	71

## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran
1	Surat Izin Penelitian dari IAIN Parepare
2	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Pemerintah Daerah Kabupaten Pinrang
4	Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Lokasi Penelitian
3	Pedoman Wawancara
4	Keterangan Wawancara
5	SK Bupati Pinrang Nomor 490/330/2018 Tentang Pembentukan Kelompok Informasi Masyarakat Tingkat Kecamatan Se Kabupaten Pinrang Tahun 2018 – 2021
6	Dokumentasi
7	Biografi Penulis

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kecanggihan media membawa manusia menuju tingkat peradaban mutakhir. Hadirnya media sosial sebagai media komunikasi dan informasi memberikan segala kemudahan. Namun, seiring dengan segala kemudahan tersebut, semakin mudah pula virus – virus kebencian dan kebohongan hadir di media sosial. Menteri Agama R.I, Lukman Hakim Syaifuddin mengatakan bahwa:

Dunia maya kita sedang dilanda penyakit hati. Sampah informasi bertebaran secara masif tanpa verifikasi dan konfirmasi. *Hoax*, sas-sus, fitnah, dan hujatan bersahut-sahutan nyaris tiada henti. Informasi sumir yang sudah usang datang silih berganti. Penyakit ini kini mewabah nyaris tak terperi. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, pada akhir 2016 terdapat sedikitnya 800 situs yang diduga menjadi produsen virus *hoax*, berita palsu dan ujaran kebencian. Tersebar melalui *Facebook*, *Twitter*, hingga grup-grup *WhatsApp*.<sup>1</sup>

*Hoax* yang menyebar di masyarakat, akan sangat mudah memberikan pengaruh negatif jika anggota masyarakat tidak memiliki kemampuan literasi media. Menurut Baran dan Davis, literasi media menjadi sangat penting karena khalayak aktif, tetapi mereka tidak sadar dengan apa yang mereka lakukan dengan media. Informasi yang tidak layak akan mempengaruhi dan mereka tidak sadar akan hal tersebut. Sehingga penyimpangan – penyimpangan pun terjadi hanya karena mempercayai informasi yang tidak benar (*hoax*). Selain itu, kebutuhan dan pilihan khalayak didorong oleh media. Hal ini terkait dengan agenda setting media yang menuntut khalayak untuk mengikuti apa yang disajikan media. Khalayak akan begitu

---

<sup>1</sup>Lukman Hakim Syaifuddin, “Pengantar” dalam Asosiasi Komunikasi dan Penyiaran Islam, *Melawan Hoax di Media Sosial dan Media Massa*, h. ix

mudah menerima apa yang tersaji di media, lalu kemudian menjadi candu. Seperti halnya game online, seorang anak yang telah mencoba satu kali game online akan terus mencoba hingga ia candu. Begitupun media sosial. Setiap hari, semua orang menunduk sambil memegang gawai, hanya sekedar mengecek *feed*. Apakah postingan hari ini banyak yang suka dan memberikan komentar? Jika tidak sesuai dengan ekspektasi, maka akan beralih mengecek profil orang lain hingga melupakan waktu. Jika hal tersebut dilakukan setiap hari dan tidak terkontrol maka akan menjadi candu yang menyebabkan hilangnya kepercayaan diri terhadap dunia nyata.

Faktor pentingnya literasi media selanjutnya adalah media tidak serta merta memberikan petunjuk yang jelas atas apa yang harus dilakukan khalayak, sehingga mereka yang tidak mampu memahami konten media akan terjerumus pada konten negatif. Media sosial *facebook* misalnya, khalayak bebas mau menggunakan *facebook* untuk apa karena tidak ada petunjuk yang jelas apa yang harus khalayak lakukan di media sosial tersebut. Apakah hanya untuk menjaring pertemanan dan bersenang – senang atau justru sebagai media menyebarkan informasi *hoax*? Hal ini terkait dengan faktor pentingnya literasi media selanjutnya yaitu khalayak memiliki tingkatan berbeda dalam pengolahan kognitif. Hal ini dapat mempengaruhi mereka menggunakan media dan apa yang bisa mereka dapatkan dari media. Sehingga mereka bebas menerima informasi apa yang mereka inginkan tergantung kepribadian masing-masing, apakah lebih condong kepada kebaikan atau keburukan.

Kehadiran media sosial di satu sisi memang menawarkan berbagai kelebihan dan kemudahan bagi para khalayak untuk mengakses dan membagikan informasi secara cepat, mudah dan murah. Namun, di sisi lain, ketika khalayak keluar dari



Terjemahan : *Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.* (Q.S. Al-Hujurat: 6)

Ayat di atas menegaskan bahwa ketika informasi datang, maka yang harus dilakukan adalah memeriksa dengan teliti apakah informasi tersebut benar atau tidak. Informasi perlu diklarifikasi agar terhindar dari kerugian yang ditimbulkan. Kerugian yang diterima tercantum dalam Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik pasal 45 ayat 2 bahwa:

Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah)<sup>2</sup>

Kemampuan literasi media wajib dimiliki setiap lapisan masyarakat. Khususnya Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo), yang dalam penelitian ini dikhususkan di Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. KIM Diskominfo Pinrang telah memasuki periode kedua atau tahun kedua. Pada masa tersebut, anggota KIM aktif memberikan informasi. Namun, kita belum mengetahui apakah anggota yang memberikan informasi tersebut telah memiliki kemampuan literasi media yang baik. Maka keaktifan anggota KIM tersebutlah yang menjadi dasar penelitian. Aktifnya memberi informasi di media sosial tentu harus berbanding lurus dengan pengetahuan tentang media itu sendiri.

Berdasarkan Keputusan Bupati Pinrang Nomor 490/330/2018 Tentang Pembentukan Kelompok Informasi Masyarakat Tingkat Kecamatan Se Kabupaten

---

<sup>2</sup>Republik Indonesia, "Undang-Undang RI Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik," dalam Maskun, *Kejahatan Siber Cyber Crime*, h. 136

Pinrang Tahun 2018 – 2021. Terbentuknya KIM Kabupaten Pinrang sebagai wujud kepedulian Pemerintah dalam melindungi masyarakat dari berbagai informasi yang dapat merugikan masyarakat itu sendiri. Namun, perlindungan terhadap masyarakat tersebut tidak akan tercapai jika anggota KIM yang memiliki peran tersebut tidak mampu melindungi dirinya sendiri dari informasi yang merugikan. Sehingga, pentingnya literasi media khususnya di media sosial menjadi hal yang harus diperhatikan setiap individu anggota KIM demi mewujudkan tugas dan fungsinya.

Tugas KIM dalam SK Bupati Pinrang diantaranya, mewujudkan masyarakat yang mengerti dan peduli informasi serta memberdayakan masyarakat agar dapat memilih informasi yang dibutuhkan. Demi optimalisasi tugas KIM tersebut, maka pemahaman tentang informasi *hoax* yang diwujudkan melalui kemampuan literasi media menjadi hal yang sangat penting dan perlu perhatian. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mengetahui kemampuan Literasi Media Anggota KIM Diskominfo Pinrang dalam memahami Informasi *Hoax*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, peneliti merumuskan yang harus diselesaikan yaitu:

- 1.2.1 Bagaimana kemampuan literasi media sosial anggota Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Pinrang terhadap penyebaran informasi *hoax*?
- 1.2.2 Bagaimana pemahaman anggota Kelompok Informasi Masyarakat tentang informasi *hoax*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memecahkan masalah yang telah dirumuskan peneliti. Adapun tujuan peneliti yaitu:

- 1.3.1 Mengetahui dan merumuskan kemampuan literasi media sosial anggota Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Pinrang terhadap penyebaran informasi *hoax*
- 1.3.2 Mengetahui pemahaman anggota anggota Kelompok Informasi Masyarakat tentang informasi *hoax*?

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini diantaranya :

- 1.4.1 Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Pinrang dalam meningkatkan sosialisasi literasi media dan informasi *hoax*. Serta memberikan kesadaran kepada Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) akan pentingnya literasi media.
- 1.4.2 Secara teoritis, penelitian ini bisa bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai literasi media dan informasi *hoax* sebagai bagian ilmu komunikasi dan dapat menjadi referensi penulisan skripsi selanjutnya.

**PAREPARE**

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu terkait tesis Clara Novita A Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gajah Mada (UGM) dengan judul Literasi Media Baru dan Penyebaran Informasi *Hoax* (Studi Fenomenologi Pengguna *WhatsApp* dalam Penyebaran Informasi *Hoax* Periode Januari-Maret 2016). Penelitian tersebut bertujuan melihat kemampuan literasi media baru mahasiswa penyebar informasi *hoax*, serta pengetahuan dan motivasi menyebarkan informasi *hoax* tersebut.<sup>3</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan literasi media baru dua mahasiswa penyebar informasi *hoax* dalam penelitian ini sangat rendah dan satu orang belum memiliki kemampuan literasi media apapun. Adapun perbedaan penelitian Clara Novita dan penelitian ini yaitu terletak pada objek media sosial. Penelitian terdahulu melakukan penelitian pada media sosial *WhatsApp*, sedangkan penelitian ini hanya berfokus pada semua media sosial. Penelitian terdahulu meneliti motivasi penyebar *hoax* sedangkan penelitian ini meneliti tingkat pemahaman dan sikap mahasiswa terhadap penyebaran informasi *hoax*. Namun, kedua penelitian tersebut menggunakan teori yang sama yaitu teori literasi media.

Peneliti terdahulu selanjutnya yaitu penelitian kelompok oleh Gracia Rachmi Adiarsi, Yolanda Stellarosa dan Martha Warta Silaban Jurusan Ilmu Komunikasi STIKOM *The London School of Public Relation* (STIKOM-LSPR) dengan judul

---

<sup>3</sup>Clara Novita A, *Literasi Media Baru dan Penyebaran Informasi Hoax (Studi Fenomenologi Pengguna WhatsApp dalam Penyebaran Informasi Hoax Periode Januari-Maret 2016)*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gajah Mada, 2016 (Diakses pada tanggal 18 Januari 2018)

penelitian Literasi Media Internet Dikalangan Mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang mengakses internet dibawah lima jam per hari umumnya sudah sibuk dengan pekerjaannya dan tidak terlalu intens menggunakan media internet baik melalui gawai maupun komputer. Sikap kritis terhadap pesan media yang dikonsumsi oleh para narasumber tergantung dari informasi yang menarik perhatian mereka.<sup>4</sup> Penelitian tersebut menggunakan teori yang sama dengan penelitian saat ini yaitu teori literasi media. Namun penelitian terdahulu fokus pada media internet, sedangkan penelitian saat ini fokus pada media sosial yang merupakan bagian dari media internet.

## 2.2 Tinjauan Teoritis

### 2.2.1 Teori Literasi Media

“Literasi media berasal dari bahasa Inggris yaitu *Media Literacy*, terdiri dari dua suku kata yaitu *Media* berarti tempat pertukaran pesan dan *Literacy* berarti melek.”<sup>5</sup> Dalam hal ini literasi media merujuk pada kemampuan khalayak untuk memahami media, termasuk dalamnya memahami pesan atau isi dari media. Literasi media lebih sering dipadankan dengan kata melek media karena keduanya sama. Melek media adalah keterampilan untuk mencermati dan menganalisis isi media. Dalam tataran sederhana, melek media adalah keterampilan untuk mencerna tayangan media, mengkritisi dan memilih untuk tidak mengonsumsi tayangan karena menyadari isi tayangan tersebut memunculkan resiko.<sup>6</sup> Tujuannya agar khalayak lebih mampu memahami dan tidak mudah meniru atau menyebarkan pesan apabila

---

<sup>4</sup>Gracia Rachmi Adiarsi, Yolanda Stellarosa, dan Martha Warta Silaban, *Literasi Media Internet Dikalangan Mahasiswa*, Jurusan Ilmu Komunikasi STIKOM The London School of Public Relations (STIKOM-LSPR), 2015 (Diakses pada tanggal 7 Maret 2018)

<sup>5</sup>Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, h. 7

<sup>6</sup>Rachmat Kriyantono, dkk., *Potret Media Massa di Indonesia*, (Cet. I, Malang: UB Press, 2013), h. 17

hal tersebut berbahaya atau memiliki dampak negatif. Literasi media merupakan kemampuan khalayak dalam memahami sifat dan pesan media. Tujuan literasi media tidak lain untuk mengajak khalayak dan pengguna media untuk menganalisis pesan yang disampaikan media massa, mempertimbangkan tujuan komersial dan politik dibalik citra media serta meneliti siapa yang bertanggungjawab atas pesan yang diimplikasikan oleh pesan tersebut.<sup>7</sup>

Literasi media adalah pendidikan yang mengajari khalayak media agar memiliki kemampuan menganalisis dan mengetahui makna dari pesan media sehingga mereka dapat bertanggungjawab dan memberikan apresiasi yang benar ketika berhadapan dengan media. Literasi media merupakan pendidikan tentang bagaimana khalayak seharusnya bermedia. Tentunya ini berbeda dengan literasi pada umumnya yang lebih kompleks. Literasi media fokus pada media, tidak pada buku dan lainnya. Sebagaimana pengertian media menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai: “(1) alat, dan (2) alat atau sarana komunikasi seperti majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk. Jadi media merupakan alat komunikasi penyalur informasi.”<sup>8</sup>

#### 2.2.1.1 Elemen Penting Literasi Media

Istilah literasi media sering disalahkaprahkan sebagai pendidikan media. Padahal literasi media bukanlah pendidikan media, meskipun untuk memahami literasi media juga diperlukan pengetahuan / pendidikan terkait media. Perbedaannya adalah pendidikan media memandang fungsi media massa yang senantiasa positif,

---

<sup>7</sup>Elvinaro Ardianto, Lukita Komala, dan Siti Karlinah, *Komunikasi Massa*, edisi revisi dan diperluas (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h. 222. (Catatan: Edisi pertama buku ini terbit pada 2004)

<sup>8</sup>Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, “Kamus Besar Bahasa Indonesia Online,” *Official Website Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia* <http://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Media> (diakses pada tanggal 03 Maret 2018)

yaitu sebagai *a site of pleasure* dalam berbagai bentuk, sedangkan literasi media yang memakai pendekatan *innoculations* yang berupaya melindungi khlayak dari dampak buruk pesan media massa.<sup>9</sup>

Salah seorang pakar komunikasi, Art Silverblatt mengemukakan suatu upaya untuk menjadikan melek media sebagai bagian dari budaya khlayak. Silverblatt membagi lima elemen literasi media, yaitu:

1. Kesadaran akan dampak media.
2. Pemahaman terhadap proses komunikasi massa
3. Pengembangan strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan media
4. Kesadaran akan konten media sebagai sebuah teks yang memberikan pemahaman.
5. Pemahaman dan apresiasi yang ditingkatkan terhadap konten media.

Dari hal di atas dipahami bahwa literasi media merupakan upaya untuk menyadarkan khlayak akan dampak media dengan memahami proses komunikasi massa sehingga melahirkan kesadaran dan apresiasi terhadap konten media. Dalam upaya menyadarkan khlayak, literasi media juga mengembangkan kemampuan khlayak baik secara intelektual yaitu pendidikan literasi media dalam memahami pesan media yang khas. Kemudian mengembangkan kemampuan emosi, yaitu merasakan apa yang dirasakan diri sendiri dan orang lain dari suatu pesan media. Terakhir mengembangkan kematangan moral dalam kaitannya dengan konsekuensi moralitas bagi setiap orang.<sup>10</sup> Karena menurut Potter bahwa salah satu cakupan literasimedia yaitu multidimensional yang mencakup tiga aspek: kognitif, emosi dan

---

<sup>9</sup>Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khlayak Media Massa*, h. 11

<sup>10</sup>Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khlayak Media Massa*, h. 13

estetika. Aspek kognitif merujuk pada proses mental dan pemikiran. Literasi media tidak hanya mengetahui apa itu media tapi mengulas bagaimana penggunaan media, apa yang harus ada dalam media, serta bagaimana seharusnya konten media. Aspek kognitif mengajak khalayak berpikir kritis terhadap konten media.

Aspek emosi yaitu mencakup dimensi perasaan. Literasi media tidak hanya sekedar kritis terhadap konten media tapi juga peka. Khalayak mampu mengetahui dan membedakan tentang apa yang dialami dan dirasakannya terhadap konten media dengan apa yang dialami dan dirasakan oleh orang lain. Seperti ketika melihat informasi *hoax*, khalayak yang menggunakan aspek emosi akan berpikir panjang untuk membagikan informasi tersebut. Dalam artian, khalayak telah mengetahui bahwa informasi tersebut *hoax* dan akan merugikan orang lain jika disebarluaskan seperti yang dirasakan. Aspek emosi ini mengajak khalayak untuk selalu menggunakan emosi dan perasaannya ketika berhadapan dengan media.

Aspek estetika yaitu kemampuan menikmati, memahami dan menghargai konten media dengan seni / artistik. Khalayak akan melihat konten media sebagai kreativitas sebuah karya seni dari pembuat konten untuk menarik perhatian. Sehingga literasi media tidak hanya memahami konten media akan tetapi mengapresiasi konten media tersebut. Sebagaimana informasi *hoax*, khalayak tidak hanya perlu memahami *hoax* tetapi juga mengapresiasi sebagai bentuk literasi. Dengan mengapresiasi informasi, maka khalayak mengetahui perlakuan yang pantas untuk informasi tersebut.

Selain dari aspek kognitif, emosi dan estetika, literasi media juga erat kaitannya dengan moral yaitu kemampuan menangkap makna yang mendasari pesan. Dengan moral, khalayak dapat melihat konten media sebagai sebuah makna yang memiliki nilai-nilai moral baik dan buruk yang diberikan. Karena salah satu konsep

utama tentang media agar individu dapat secara cerdas memahami media secara utuh yaitu pesan media berisi nilai dan ideologi.<sup>11</sup> Masyarakat perlu tahu bahwa media mengkonstruksikan nilai dan kepercayaan tertentu, termasuk menjadi alat ideologis bagi pengusaha untuk melontarkan pesan propaganda politik ataupun pemodal yang mendidik masyarakat sebagai konsumen produk-produk kapitalis. Dengan begitu, masyarakat akan kritis menanggapi pesan-pesan yang disampaikan oleh media.<sup>12</sup>

#### 2.2.1.2 Indikator Kemampuan Literasi Media

Konferensi Kepemimpinan Nasional Literasi Media (*National Leadership Conference of Media Literacy*) di AS tahun 1992, literasi media didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan.<sup>13</sup> Mengakses berarti kemampuan mengetahui cara menemukan pesan dan mengetahui sumber pesan. Setelah mengetahui sumber pesan, langkah selanjutnya adalah menganalisis pesan yaitu mencari apa yang terkandung dalam pesan dan apa tujuannya. Selanjutnya yaitu, mengevaluasi pesan. Apakah pesan tersebut benar atau tidak, bermanfaat atau malah merugikan. Setelah itu, langkah terakhir adalah mampu menafsirkan dan mengkomunikasikan pesan tersebut ke dalam konten media. Sehingga literasi media berkaitan dengan karya.

Kemampuan literasi media tentunya dapat terwujud jika khalayak memiliki sikap kritis pada isi pesan media. Mengadopsi *Center for Media Literacy*, ada beberapa kemampuan literasi media yang harus dimiliki, yaitu:

---

<sup>11</sup>Asosiasi Komunikasi dan Penyiaran Islam, *Melawan Hoax di Media Sosial dan Media Massa*, (Jakarta: Askopis, 2017), h. 165.

<sup>12</sup>Potter, W.J. *Media Literacy – 2nd ed.* (California: SAGE Publications, Inc) dalam tesis Clara Novita A, *Literasi Media Baru dan Penyebaran Informasi Hoax (Studi Fenomenologi Pengguna WhatsApp dalam Penyebaran Informasi Hoax Periode Januari-Maret 2016)*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gajah Mada.

<sup>13</sup>Asosiasi Komunikasi dan Penyiaran Islam, *Melawan Hoax di Media Sosial dan Media Massa*, h. 13

1. Kemampuan mengkritisi media. Kredibilitas media tidak menjamin layaknya informasi yang disampaikan. Sehingga pemahaman terhadap media sangat dibutuhkan.
2. Kemampuan memproduksi informasi yang sehat.
3. Kemampuan mengajarkan/berbagi isi media yang mencerdaskan
4. Kemampuan mengeksplorasi sistem pembuatan informasi di online
5. Kemampuan mengeksplorasi berbagai posisi informasi di online
6. Kemampuan berpikir kritis atas isi media

Porter menilai bahwa semakin tinggi tingkat literasi media yang dimiliki seseorang maka semakin banyak makna yang dapat digali dan dipahami pada suatu pesan media. Sebaliknya, semakin rendah tingkat literasi media maka semakin sedikit makna pesan yang didapatnya. Khalayak yang memiliki tingkat kemampuan literasi media yang rendah maka ia akan kesulitan mengidentifikasi pesan, mengenali ketidakakuratan pesan, keberpihakan media, memahami kontroversi, mengapresiasi ironi dan sebagainya. Sementara Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton, & Robinson muncul literasi media baru dengan dua belas inti kemampuan: *play, performance, simulation, appropriation, multitasking, distributed cognition, collective intelligence, judgment, transmedia navigation, networking, negotiation, visualization*.<sup>14</sup>

a. *Play*

*Play* merupakan kemampuan menggunakan media. Tidak hanya sekedar mengakses, tetapi juga mengeksplor media baru yang digunakan. Menurut Jenkins, pengguna media baru wajib mengeksplorasi dan mengetahui seluk-beluk aplikasi media baru yang digunakan. Hal ini akan membentuk hubungan pengguna dengan pikiran, komunitas dan lingkungan aplikasi serta menambah

---

<sup>14</sup>Porter dalam Clara Novita A, *Literasi Media Baru dan Penyebaran Informasi Hoax (Studi Fenomenologi Pengguna WhatsApp dalam Penyebaran Informasi Hoax Periode Januari-Maret 2016)*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gajah Mada, 2016 (Diakses pada 31 Januari 2018)

pengetahuan pengguna. Sehingga semakin banyak kita menggunakan media, semakin kita melek terhadapnya. Pengguna media baru akan mengetahui fungsi, kelemahan, kelebihan, maupun cara penggunaan media baru tersebut yang akan menciptakan kesadaran.

*b. Simulation*

*Simulation* diartikan sebagai kemampuan menginterpretasikan pesan media. Kemampuan ini didapatkan melalui eksperimen dan hipotesis yang tentunya didapatkan melalui pengalaman. Semakin sering khalayak melakukan simulasi terhadap pesan media maka ia akan semakin paham dengan isi pesan media.

*c. Performance*

*Performance* merupakan kemampuan bermain peran dan mengadopsi identitas dalam memahami pengetahuan media baru. Kemampuan ini dimiliki khalayak dalam melihat bagaimana dirinya terkoneksi dengan orang lain dalam dunia maya dan dunia nyata.

*d. Appropriation*

*Appropriation* merupakan kemampuan menyatukan budaya dengan konten media. Dengan kemampuan tersebut, khalayak akan melek media karena dari proses tersebut khalayak mampu berpikir tentang budaya yang akan digunakan, etika dan dampak dari mengreasikan konten media. Khalayak sadar akan keberagaman budaya sehingga dalam membuat konten atau menyebarkan informasi disesuaikan dengan siapa konten tersebut. Konten budaya Bali tentu tidak cocok untuk khalayak di Sulawesi Selatan yang memiliki budaya Bugis – Makassar.

*e. Multitasking*

Kemampuan *multitasking* dapat diartikan sebagai kemampuan memindai lingkungan dan fokus pada elemen – elemen pesan. Ada dua hal yang harus diperhatikan dalam kemampuan ini yaitu perhatian dan pemetaan informasi. Perhatian diartikan sebagai kemampuan mengkritisi, menyaring informasi dan fokus pada rincian paling detail dari lingkungan informasi tersebut. Kemudian memetakan informasi ke dalam kategorinya masing-masing sehingga mengurangi

masuknya informasi. Kemampuan *multitasking* meningkatkan metode memonitor dan merespon informasi yang beredar di sekitar kita. Sehingga dalam kondisi apapun, khalayak mampu merespon informasi yang datang.

f. *Distribute Cognition*

*Distribute Cognition* merupakan kemampuan berinteraksi dengan menyadari fungsi dari elemen media baru seperti *Facebook* yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah interaksi yang terjadi dalam media baru.

g. *Collective Intelligence*

Kemampuan ini bertujuan untuk menyatukan pengetahuan dan membandingkan pendapat diri sendiri dengan orang lain guna mencapai tujuan bersama. Dalam media baru khususnya *Facebook* dan *WhatsApp*, kerap terjadi komentar – komentar yang berlainan dalam suatu status yang ditanggapi. Sehingga khalayak yang memiliki kemampuan *collective intelligence* ini berperan dalam menyatukan pendapat yang berlainan tersebut. Khalayak cenderung menjadi penengah dan tidak mengeluarkan kata – kata yang dapat menyulut emosi.

h. *Judgment*

*Judgment* merupakan kemampuan mengevaluasi kredibilitas sumber – sumber informasi yang berbeda. Sumber informasi yang terpercaya pun tidak terlepas dari cacat, sehingga perlunya kemampuan khalayak untuk berpikir kritis dalam menerima informasi. Khalayak dengan kemampuan ini akan membandingkan informasi yang diterima dengan sumber lain dan mengecek sumber informasi tersebut, apakah memiliki kredibilitas tinggi atau rendah.

i. *Transmedia Navigation*

*Transmedia navigation* merupakan kemampuan untuk mengikuti aliran informasi. Kemampuan ini meningkatkan pembelajaran untuk memahami hubungan antar sistem media yang berbeda. Khalayak memahami bahwa setiap media sosial memiliki fungsi yang berbeda sehingga konten yang disajikan juga berbeda. Ada media sosial yang lebih privasi seperti *WhatsApp*, adapula yang bersifat publik.

j. *Networking*

*Networking* merupakan kemampuan mencari, menyaring dan menyebarkan informasi. Sehingga informasi yang tersebar merupakan informasi yang layak karena telah melalui proses penyaringan. Khalayak tanpa kemampuan ini akan sangat mudah menyebarkan informasi *hoax*, karena mereka hanya mencari lalu menyebarkan tanpa menyaring.

k. *Negotiation*

*Negotiation* merupakan kemampuan untuk melayari beragam komunitas, memahami dan menghargai beragam perspektif serta berpegang dan mengikuti berbagai norma di setiap komunitas. Arus komunikasi dalam media baru dapat membuat budaya berjalan dengan mudahnya. Manusia dapat membentuk komunitas bahkan tanpa saling mengenal sebelumnya, keberagaman budaya di dalamnya dapat menjadi permasalahan.

l. *Visualization*

Kemampuan ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami representasi visual informasi dalam tujuan mengekspresikan ide, menemukan pola dan mengidentifikasi tren.

Menyebarkan informasi idealnya seseorang mampu melakukan apa yang dikatakan Jenkins dkk. sebagai *appropriation* dalam teori literasi media baru, yaitu mampu menyadur informasi yang diterima di media baru secara legal dan etis. Mulai dari meminta izin menyebarkan, mencantumkan sumber yang dapat ditelusuri kebenarannya, sampai dengan memahami konsekuensi penyebaran tak terbatas yang dimungkinkan oleh aplikasi media sosial.

Keduabelas inti kemampuan tersebut disaring kembali berdasarkan kebutuhan penelitian, yaitu kemampuan literasi media dalam penyebaran informasi *hoax*.

Sebagaimana penyebaran informasi meliputi penggunaan media, pencarian dan penerimaan informasi, mengkreasikan atau mengedit informasi, dan membagikan informasi. Sehingga, penelitian ini hanya menggunakan kemampuan *play, simulation, appropriaton, judgment, networking, visualization* dan *negotiation*.

### 2.2.2 Teori Media Siber (*Cybermedia*)

Media siber (*cybermedia*) merupakan istilah lain dari media baru (*new media*). Selain itu *cybermedia* sering dipadankan dengan istilah media *online, digital media, media virtual, e-media, network media*, dan media web. Namun pada intinya beragam penyebutan tersebut memiliki muara yang sama, yakni merujuk pada perangkat media baik itu perangkat keras (*hardware*) maupun perangkat lunak (*software*).<sup>15</sup> Kehadiran media siber dipandang sebagai bentuk komunikasi yang baru dengan pola *many-to-many* dan *few-to-few* atau dari banyak sumber ke khalayak banyak. Media baru tidak lagi sama dengan media lama yang menggunakan pola *one-to-many* atau dari satu sumber ke banyak penerima (seperti buku, radio dan televisi) dan pola *one-to-one* atau dari satu sumber ke satu penerima (seperti telepon dan surat). Hal ini dikarenakan media baru memiliki koneksi internet yang dapat menghubungkan secara global yang terhubung di dalam jaringan (*online*) tanpa mempertimbangkan lokasi, perangkat keras, dan program apa yang digunakan.

Media siber atau media baru disebut juga sebagai media kedua atau *second media age* yang memiliki karakter *interactivity*. Sementara media lama disebut juga media pertama atau *first media age* yang memiliki karakter *broadcast*. Roger Fidler menyebut peralihan dan perubahan media pertama ke media kedua disebut

---

<sup>15</sup>Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Cet. 2, Jakarta: Kencana, 2016), h. 13

mediamorfosis yang disebabkan oleh interaksi kompleks dari kebutuhan – kebutuhan penting. Esensi dari mediamorfosis adalah pemikiran bahwa media adalah sistem adaptif yang kompleks.<sup>16</sup>

Dibandingkan dengan bentuk *broadcast*, internet yang merupakan media kedua menawarkan kemungkinan bebas berekspresi dan jauh lebih sedikit menemui kendala, baik teknis, politis maupun sosial.<sup>17</sup> Berikut perbedaan antara *first media age* dan *second media age*.

**Tabel 1.1 Perbedaan *First Media Age* dan *Second Media Age***

<b><i>First Media Age</i> (Media Pertama)</b>	<b><i>Second Media Age</i> (Media Kedua)</b>
Tersentral ( dari satu sumber dan sedikit berbicara)	Tersebar (dari banyak sumber dan banyak berbicara)
Komunikasi satu arah	Komunikasi dua arah
Cenderung dikontrol oleh penguasa	Bebas terhadap kontrol penguasa
Hanya memfasilitasi kelas-kelas tertentu (stratifikasi sosial)	Memfasilitasi setiap khalayak (universal)
Khalayak terfragmentasi dan dianggap sebagai massa yang mengikuti alur media	Khalayak dipandang tetap bisa mempertahankan individualitas dan karakter mereka
Memengaruhi kesadaran	Memengaruhi pengalaman individu tentang ruang dan waktu

Melihat perbedaan di atas, media siber memberikan ruang sebeb-bebasnya kepada khalayak. Hal ini bisa kita lihat dengan munculnya berbagai blog dari khalayak

<sup>16</sup>Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Cet. IV, Jakarta: Kencana, 2009), h. 459

<sup>17</sup>David Holmes, *Teori Komunikasi Media, Teknologi dan Masyarakat*, (Cet. I, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), h. 20

yang memuat tulisan, gambar dan video yang berisi curahan hati, kritikan, ataupun hanya sekedar guyonan. Nicholas Gane dan David Beer memaparkan karakteristik media baru dengan term *network* (jaringan), *interactivity* (interaksi), *information* (informasi), *interface* (perangkat), *archive* dan *simulation*.<sup>18</sup>

Selain karakteristik tersebut, media baru juga menyediakan berbagai pilihan kepada khalayak. Tak terhitung berapa banyak *channel* televisi yang bisa ditonton, belum lagi internet yang memiliki isi beraneka ragam dan tanpa batas. Bahkan saat ini media baru memberi peluang bagi individu untuk menyesuaikan dengan kebutuhannya, merencanakan sesuai selera, dan mengkreasikan isi media seperti *blog*, halaman *Facebook*, catatan harian *YouTube* dan portal.<sup>19</sup> Dengan itu khalayak pun bebas membuat informasi *hoax* demi kepentingan tertentu dan khalayak yang tidak paham literasi media akan menjadi konsumen sejati.

Melihat sifat media siber yang memberikan ruang bebas kepada khalayak untuk memproduksi dan mengonsumsi menjadi kesempatan bagi informasi *hoax* yang berbentuk teks bersarang dan bertahan lama. Salah satu poin yang dinyatakan oleh Lorenzo dan Stefano (2006) terkait teks pada media siber (*elektronik texts*) yaitu teks di media siber bisa diproduksi kembali, berlangsung secara terus menerus serta tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Selagi ada akses internet, informasi yang diinginkan oleh khalayak akan selalu tersedia. Selain itu modifikasi terhadap teks bisa terjadi di media siber. Seperti halnya Wikipedia, salah satu portal informasi yang menyebut dirinya sebagai ensiklopedia, memberikan ruang kepada khalayak untuk mengedit

---

<sup>18</sup>Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, h. 14

<sup>19</sup>Charles R. Berger, Michael E. Roloff dan David R. Roskos-Ewoldsen, *The Handbook of Communication Science*, terj. Derta Sri Widowatie, *Handbook Ilmu Komunikasi* (Bandung: Nusa Media, 2014), h. 381

atau mengubah informasi yang disajikan. Hal sederhana lainnya adalah postingan kita di media sosial dapat diubah atau disunting. Sehingga hal tersebut memberikan kesempatan kepada pelaku hoax untuk memodifikasi informasi pada media siber.

## 2.3 Tinjauan Konseptual

### 2.3.1 Literasi Media Sosial

#### 2.3.1.1 Literasi

Literasi secara etimologi berasal dari bahasa Inggris yaitu *literacy* yang berarti melek huruf yang melibatkan penguasaan sistem – sistem tulisan. Umumnya, literasi selalu dihubungkan dengan sastra dan bahasa. Namun, literasi tidak sesempit itu. Literasi merupakan istilah dalam memahami dan mempelajari berbagai hal sehingga mampu menghasilkan sesuatu yang baik dan berkeadaban. Literasi terbagi dalam beberapa aspek: literasi media, literasi pendidikan, literasi keuangan dan sebagainya. Pada penelitian ini menggunakan aspek media karena menyangkut informasi pada media sosial. Pengertian literasi media telah banyak dijabarkan pada tinjauan teoritis, dimana literasi media merupakan kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan media dengan bijak dan etis.

#### 2.3.1.2 Media Sosial

##### 2.3.1.2.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial terdiri dari dua kata yaitu media dan sosial. Pengertian media dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu: “(1) alat; (2) alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk; (3) yang terletak diantara dua pihak; (4) perantara; penghubung.”<sup>20</sup> Jadi, bisa diartikan bahwa media merupakan alat komunikasi yang berfungsi sebagai penghubung. Sedangkan sosial

---

<sup>20</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*, (Jakarta: Gramedia, Cet. VII, 2013), h. 892.

merupakan suatu kumpulan dari individu-individu yang saling berinteraksi sehingga menumbuhkan perasaan bersama. Sehingga media sosial merupakan media daring dimana para penggunanya bisa saling berkomunikasi dan berinteraksi. Media sosial merupakan media baru (*new media*) yang menerapkan pola komunikasi dua arah. Sehingga, penggunanya mampu berinteraksi secara langsung, baik melalui pesan teks, suara, gambar maupun video. Berbeda dengan media *mainstream* seperti televisi, surat kabar dan radio yang menerapkan pola komunikasi satu arah. Pengguna hanya mampu menikmati media tanpa berinteraksi dengan pengguna media tersebut.

#### 2.3.1.2.2 Ciri – Ciri Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik yang menjadikannya berbeda dengan media lainnya, diantaranya pesan tidak hanya bisa disampaikan untuk seorang saja, akan tetapi juga bisa dikirimkan ke banyak orang. Selain itu, pesan media sosial lebih cepat sampai ke khalayak dibanding media lain. Membuat pesan atau informasi pun jauh lebih mudah. Sehingga dimanapun dan kapanpun bisa mengirimkan informasi, cukup memiliki akun media sosial dan jaringan internet. Karakteristik terakhir adalah informasi apapun bebas masuk di media sosial, karena tidak memiliki seorang pengelola informasi yang bisa menyaring mana yang layak dan tidak. Meskipun sudah ada Undang Undang Interaksi dan Transaksi Elektronik, informasi tetap bebas. Kebebasan informasi di media sosial seharusnya dimanfaatkan sebaik mungkin untuk menyampaikan informasi yang menggembirakan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al- Baqarah: 25

وَهَبْ لَنَا مِنْ لَدُنْكَ رِزْقًا نَّحْمَدُكَ فِيهِ وَرِزْقًا لَنَا وَرِزْقًا لِعِبَادِنَا وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الْعَظِيمِ  
 وَهَبْ لَنَا مِنْ لَدُنْكَ رِزْقًا نَّحْمَدُكَ فِيهِ وَرِزْقًا لَنَا وَرِزْقًا لِعِبَادِنَا وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الْعَظِيمِ  
 وَهَبْ لَنَا مِنْ لَدُنْكَ رِزْقًا نَّحْمَدُكَ فِيهِ وَرِزْقًا لَنَا وَرِزْقًا لِعِبَادِنَا وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الْعَظِيمِ

Terjemahan: “Dan sampaikanlah kabar gembira kepada orang-orang yang

beriman dan berbuat kebajikan, bahwa untuk mereka (disediakan) surga-surga yang mengalir di bawahnya sungai-sungai. Setiap kali mereka diberi rezeki



buah-buahan dari surga, mereka berkata, ‘ inilah rezeki yang diberikan kepada kami dahulu’. Mereka telah diberi (buah-buahan) yang serupa dan disana mereka (memperoleh) pasangan-pasangan yang suci. Mereka kekal di dalamnya”<sup>21</sup>

Firman Allah di atas menunjukkan bahwa selalu ada kebaikan untuk mereka yang senantiasa menyampaikan kabar gembira. Maka kebebasan informasi di media sosial sepatutnya dipenuhi dengan kabar yang menggebiarkan yakni informasi yang bermanfaat.

### 2.3.2 Kelompok Informasi Masyarakat (KIM)

Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) merupakan kelompok pemberdayaan masyarakat yang dibentuk oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika yang memiliki cakupan di tingkat kecamatan/lurah. Berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI Nomor 22 /PER/M.KOMINFO/12/2010 Tentang Standar Pelayanan Minimal Bidang Komunikasi dan Informatika di Kabupaten/Kota menyebutkan pengertian KIM:

Kelompok Informasi Masyarakat, selanjutnya disebut KIM, adalah kelompok yang dibentuk oleh masyarakat, dari masyarakat, dan untuk masyarakat secara mandiri dan kreatif yang aktivitasnya melakukan kegiatan pengelolaan informasi dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka meningkatkan nilai tambah.<sup>22</sup>

Jadi, KIM dibentuk sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan nilai tambah yang perannya sebagai penyalur informasi. Adapun konten informasi yang menjadi rujukan KIM adalah informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Sebagaimana KIM dibentuk oleh masyarakat, dari masyarakat dan untuk

<sup>21</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Terbit Terang), h. 5

<sup>22</sup>Kementerian Hukum dan HAM. “Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI Nomor 22 /PER/M.KOMINFO/12/2010 Tentang Standar Pelayanan Minimal Bidang Komunikasi Dan Informatika di Kabupaten/Kota ,” *Official Website Kementerian Hukum dan HAM*, <http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/arsip/bn/2010/bn651-2010.pdf>

masyarakat, sehingga konten informasi yang disampaikan merupakan kebutuhan masyarakat. Selain itu, konten informasi diambil dari sumber yang dapat dipertanggungjawabkan. Maka perlunya pengetahuan KIM tentang sumber – sumber informasi yang kredibel. Adapun dasar hukum dibentuknya KIM diantaranya:

1. PP No. 38 Tahun 2007 Tentang Pembagian Urusan Pemerintahan Antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Provinsi, dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota
2. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI No. 17 Tahun 2009 Tentang Diseminasi Informasi Nasional Oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah daerah Kabupaten/Kota
3. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI No. 08/PER/M.KOMINFO/6/2010 tentang Pedoman Pengembangan dan Pemberdayaan Lembaga Komunikasi Sosial, tanggal 1 Juni 2010.

#### 2.3.2.1 Tugas dan Fungsi KIM

KIM tidak hanya bertanggung jawab terhadap informasi yang sampai di masyarakat, namun KIM memiliki visi yaitu terwujudnya masyarakat informasi yang dinamis sebagai dasar bagi terbentuknya masyarakat madani yang sehat, cerdas, terampil, kreatif, inovatif, produktif, mandiri dan berbudaya tinggi. Misinya adalah mengembangkan, memberdayakan, memfasilitasi dan mendinamisasi pelayanan informasi melalui diseminasi informasi untuk anggota masyarakat. Melalui visi tersebut, KIM memiliki tanggungjawab terhadap diseminasi atau penyebaran informasi. Sehingga KIM dibentuk dengan maksud untuk meningkatkan pengetahuan, kecerdasan, keterampilan, kearifan yang mendorong berkembangnya

motivasi masyarakat dalam berpartisipasi aktif dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan. KIM memiliki fungsi sebagai berikut.

1. Wahana untuk penerimaan, pengelolaan dan penyebaran informasi pemerintahan dan pembangunan kepada masyarakat
2. Wahana interaksi dan berkomunikasi antar masyarakat/anggota KIM, antara masyarakat/anggota KIM dengan pemerintah
3. Peningkatan media literasi di lingkungan anggota
4. Lembaga swadaya masyarakat yang memiliki dampak dan nilai ekonomis melalui pengelolaan informasi
5. Ajang silaturahmi antar anggota masyarakat dan antara masyarakat dan pemerintah untuk memperkokoh kebersamaan, persatuan dan kesatuan.

Salah satu tujuan KIM ialah sebagai media literasi. Sehingga penelitian ini sangat relevan dengan tujuan KIM. Demi mewujudkan tujuan tersebut, tentunya anggota KIM harus memiliki kemampuan literasi media yang baik sehingga mampu meliterasi anggota masyarakat lainnya. Adapun tugas KIM diantaranya.

1. Mewujudkan masyarakat yang dinamis, peduli dan peka terhadap arus informasi
2. Memberdayakan masyarakat agar memiliki kecerdasan dalam mencerna, memilih dan memilah informasi yang menjadi kebutuhannya untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya
3. Menjadikan KIM sebagai katalisator dan dinamisator dalam memelihara dan meningkatkan semangat kegotongroyongan dan kebersamaan dalam masyarakat.

Berdasarkan tujuan, tugas dan fungsi di atas, maka KIM berperan sebagai manajemen informasi, mediasi informasi dan alat edukasi.

1. Manajemen Informasi , yaitu mencari, mengumpulkan, mengelola dan mendesiminasikan informasi kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhannya
2. Mediasi Informasi , yaitu menjembatani arus informasi antar anggota masyarakat, antara masyarakat dengan pemerintah
3. Mengedukasi Insan Informasi, yaitu meningkatkan sumber daya masyarakat di bidang informasi, agar memiliki kecerdasan dalam menerima terpaan arus Informasi.

Adapun langkah kegiatan yang dilakukan KIM berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI Nomor 22 /PER/M.KOMINFO/12/2010 Tentang Standar Pelayanan Minimal Bidang Komunikasi dan Informatika di Kabupaten/Kota diantaranya:

- 1) bimbingan teknis;
- 2) pengembangan model;
- 3) penyelenggaraan jaringan komunikasi;
- 4) sarana dan prasarana;
- 5) workshop, sarasehan, forum;
- 6) penyediaan bahan-bahan informasi;
- 7) simulasi aktivitas;
- 8) kompetisi dan pemberian penghargaan bagi yang berprestasi secara berkala
- 9) studi banding.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup>Kementrian Hukum dan HAM. "Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI Nomor 22

/PER/M.KOMINFO/12/2010 Tentang Standar Pelayanan Minimal Bidang Komunikasi Dan Informatika di Kabupaten/Kota ,” *Official Website Kementerian Hukum dan HAM*, <http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/arsip/bn/2010/bn651-2010.pdf>

### 2.3.3 Informasi *Hoax*

Informasi menurut sudut pandang dunia kepastakaan dan perpustakaan, iadalah “suatu rekaman fenomena yang diamati, atau bisa juga berupa putusan-putusan yang dibuat seseorang.”<sup>24</sup> Sehingga informasi bisa saja baik atau buruk, bisa saja dikonstruksi menjadi informasi *hoax*, tergantung kepentingan pembuat informasi. *Hoax* pertama kali dipopulerkan pada pertengahan hingga akhir abad ke-18. Berasal dari kata yang kerap digunakan pesulap yakni “*hocus pocus*”. Istilah tersebut diambil dari nama pesulap yang kerap menyebut dirinya dengan julukan “*The Kings Majecties most excellent Hocus Pocus*” karena dalam setiap penampilannya menggunakan beragam trik sulap, dia selalu melafalkan ucapan atau mantra “*hocus pocus, tontus talontos, vade celeriter jubeo*”. Pesulap yang terkenal berikutnya menggunakan frase “*Hax pax max deus adimax*”. Frase yang digunakan para pesulap ini sesungguhnya tiruan dari frassa yang digunakan oleh para imam Gereja Roma dalam prosesi transubstansi “*hoc est corpus*”. Sehingga kata kunci *hoax* adalah penipuan ke publik.

Informasi *hoax* merupakan pemberitaan palsu yang dibuat seolah-olah benar adanya. Sehingga *hoax* memiliki unsur kesengajaan daripihak yang memiliki kepentingan. Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudi Antara mengatakan bahwa “*hoax* itu ibaratnya menipu, *hoax* itu ibaratnya mengkorupsi informasi.”<sup>25</sup> Hal tersebut terjadi karena tidak adanya tanggung jawab. Seperti yang termuat dalam

---

<sup>24</sup>Pawit M. Yusup, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 11

<sup>25</sup>Kemertrian Komunikasi dan Informatika. “Menkominfo: Hoax Itu Seperti Korupsi Harus Diperangi,” *Official Website Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia*. [https://kominfo.go.id/content/detail/9156/menkominfo-hoax-itu-seperti-korupsi-harus-diperangi/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/9156/menkominfo-hoax-itu-seperti-korupsi-harus-diperangi/0/sorotan_media) (15 Februari 2018)



<sup>26</sup>Majelis Ulama Indonesia. “Fatwa No. 24 Tahun 2017 Tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial,” *Official Website Majelis Ulama Indonesia*. <https://mui.or.id/wp-content/uploads/2017/06/Fatwa-No.24-Tahun-2017-Tentang-Hukum-dan-Pedoman-Bermuamalah-Melalui-Media-Sosial.pdf> (diakses tanggal 13 Februari 2018)



Neraka. Dan jika seseorang senantiasa berdusta dan memilih kedustaan maka akan dicatat di sisi Allah sebagai pendusta (pembohong).<sup>27</sup>

Sabda Rasulullah SAW. di atas menunjukkan bahwa tidak ada satu pun kebaikan untuk para pendusta. *Hoax* sama halnya dengan dusta yang membawa pada kejahatan dan tidak ada manfaat. Maka, dalam agama Islam, umat Rasulullah dilarang berdusta dan senantiasa berlaku jujur agar mendapatkan kebaikan di dunia maupun di akhirat.

### 2.3.3.1 Ciri – Ciri Informasi *Hoax*

Membedakan informasi *hoax* dan informasi yang benar terbilang susah, apalagi masyarakat awam. Informasi *hoax* telah diketahui bahwa informasi tersebut bohong dan menipu, namun kejahatan cybermedia akan menggunakan taktik yang membuat khalayak bingung membedakan informasi *hoax* dengan informasi benar. Sehingga David Harley, Director of Malware Intelligence dalam tulisannya *Common Hoaxes and Chain Letters* mengungkap beberapa cara untuk mengidentifikasi informasi *hoax*.

1. Memiliki karakteristik pesan berantai, seperti “sebar ini ke semua orang, jika tidak Anda akan mendapat musibah”
2. Tidak menyertakan tanggal kejadian atau tanggal yang realistis yang mampu diverifikasi. Misalnya kata “kemarin” dan “dikeluarkan oleh..” yang merupakan pernyataan yang tidak memiliki kejelasan.
3. Menyatakan bahwa informasi tersebut bukan penipuan atau berita palsu.
4. Tidak memiliki tanggal peringatan kadaluarsa

<sup>27</sup>Muslim Dakwah. “Hadits Tentang Kejujuran,” *Situs Resmi Muslim Dakwah*. <https://www.muslimdakwah.com/2017/10/hadits-tentang-kejujuran.html> (diakses tanggal 13 Februari 2018)

5. Mengutip organisasi, nama tokoh ataupun *link* yang tak memiliki hubungan dengan informasi dan tidak mampu diidentifikasi.<sup>28</sup>

Sementara situs *hoaxbuster* menyebutkan beberapa jenis *hoax*, antara lain *hoax* hadiah (menyebutkan bahwa anda memenangkan sejumlah hadiah), *hoax* simpati (menyebarkan informasi tentang orang yang sakit, butuh bantuan atau penculikan) dan *urband legend* (menyebarkan tentang parfum merek tertentu tidak tahan lama baunya).<sup>29</sup> Jenis-jenis *hoax* ini disebar oleh orang-orang yang hanya tertarik membaca berita yang sesuai dengan sudut pandang mereka. Tidak peduli fakta sebenarnya, orang akan percaya apa yang mereka inginkan, dan kebenaran tidak relevan.

#### 2.4 Kerangka Pikir

Kerangka berpikir adalah serangkaian konsep dan kejelasan hubungan antar konsep tersebut yang dirumuskan oleh peneliti berdasar tinjauan pustaka, dengan meninjau teori yang disusun digunakan sebagai dasar untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diangkat agar peneliti mudah dalam melakukan penelitian.<sup>30</sup>

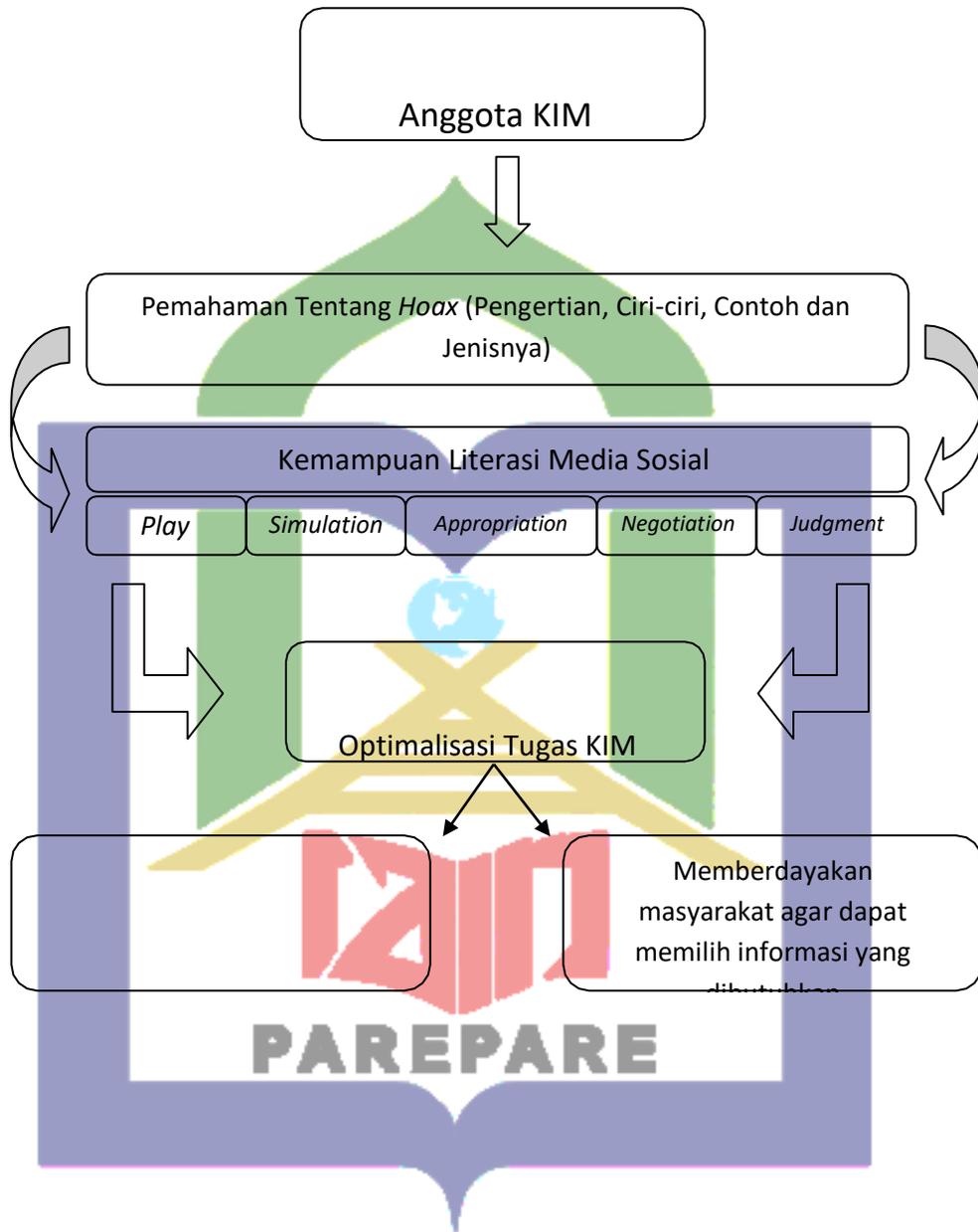
---

<sup>28</sup>Welive Security. "Common Hoaxes Chain Letters," *Situs Resmi Welive Security*. [https://www.welivesecurity.com/media\\_files/white-papers/CommonHoaxes+ChainLetters%28May2008%29.pdf](https://www.welivesecurity.com/media_files/white-papers/CommonHoaxes+ChainLetters%28May2008%29.pdf) (diakses pada 13 Februari 2018)

<sup>29</sup>Hoax Busters. "Hoax 10," *Situs Resmi Hoax Busters*. <http://hoaxbusters.org/> (diakses pada 13 Februari 2018)

<sup>30</sup>Husaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009). h. 34.

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang merupakan suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia.<sup>31</sup> Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, minat, motivasi dan tindakan, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk mendapatkan informasi lengkap tentang sejauh mana kemampuan literasi media anggota Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo Pinrang) terhadap penyebaran informasi *hoax* yang terintegrasi dengan tugas KIM.

#### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

##### 3.2.1 Lokasi penelitian

Pelaksanaan penelitian dilakukan di beberapa tempat di Kabupaten Pinrang, yakni di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika, kediaman anggota KIM di Kecamatan Sawitto, Kecamatan Paleteang, Kecamatan Lanrisang, Kecamatan Suppa dan Kecamatan Mattiro Bulu.

---

<sup>31</sup>Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, (Cet. I, Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h.

### 3.2.2 Waktu penelitian

Kegiatan penelitian akan dilakukan dalam waktu kurang lebih satu bulan lamanya terhitung setelah proposal penelitian ini telah diseminarkan.

### 3.3. Fokus penelitian

Penelitian ini difokuskan pada sikap dan cara anggota KIM dalam memahami media dan informasi *hoax* sehingga akan diketahui sejauh mana kemampuan literasi media anggota KIM terhadap penyebaran informasi *hoax*.

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang menggunakan data dalam bentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus, atau observasi yang telah dituangkan dalam catatan lapangan (transkrip).

#### 3.4.1 Data primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian.<sup>32</sup> Data primer peneliti yang secara langsung dari sumber data yaitu anggota KIM dan pegawai Dinas Komunikasi dan Informatika. Teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Pinrang, wawancara dengan pegawai Dinas Komunikasi dan Informatika serta anggota KIM dan dokumentasi.

<sup>32</sup>Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, h. 359

### 3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada dan berasal dari data primer yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar dan sebagainya.<sup>33</sup> Data sekunder penelitian diperoleh dari literatur seperti buku, laporan, jurnal, dan lain-lain.

## 3.5 Teknik Pengumpulan Data

“Setiap kegiatan penelitian dibutuhkan objek atau sasaran.”<sup>34</sup> Pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data.<sup>35</sup> Mengumpulkan data merupakan langkah yang tidak dapat dihindari dalam kegiatan penelitian dengan pendekatan apa pun, pengumpulan data menjadi satu fase yang sangat strategis bagi dihasilkannya penelitian yang bermutu.<sup>36</sup>

Melakukan sebuah penelitian dibutuhkan teknik dan instrumen pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti antara lain:

### 3.5.1 Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung dengan modal panca indera. Kegiatan observasi ini merupakan salah satu kegiatan dalam memahami

---

<sup>33</sup>Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, h. 359.

<sup>34</sup>Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h.43.

<sup>35</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 90.

<sup>36</sup>Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Jakarta: CV Pustaka Setia, 2002), h. 51.

lingkungan.<sup>37</sup> Dalam penelitian ini, peneliti melakukan metode observasi dalam melihat perilaku objek penelitian dalam menggunakan dan memanfaatkan media massa.

### 3.5.2 Wawancara

Wawancara dalam penelitian adalah percakapan antara peneliti dengan informan untuk memperoleh data penelitian. Adapun informan dalam penelitian ini yaitu Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, Sekretaris KIM Kecamatan Paleteang, Ketua KIM Kecamatan Mattiro Bulu, Sekretaris KIM Kecamatan Suppa dan Ketua KIM Kecamatan Lanrisang dengan menggunakan teknik wawancara semistruktur, yaitu wawancara dilakukan secara bebas, namun tetap terstruktur dan tetap berada pada jalur pokok permasalahan yang akan ditanyakan dan memiliki pedoman wawancara.

### 2.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi yaitu suatu cara mendapatkan data primer dengan mempelajari dan mencatat buku, arsip, atau dokumen yang dalam hal ini terkait dengan penelitian. Untuk mendapatkan data primer, peneliti mempelajari dokumen-dokumen dan arsip lainnya yang mampu digunakan untuk memperkuat data dan hasil penelitian.

## 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, pengamatan lapangan, dan dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif, analisis data harus seiring dengan pengumpulan fakta-fakta di

<sup>37</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, h. 106

lapangan. Dengan demikian, analisis data dapat dilakukan sepanjang proses penelitian. Adapun analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga alur yang terjadi secara bersamaan diantaranya:

### 3.6.1 Reduksi Data

Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga terdapat kesimpulan akhir yang menjadi hasil penelitian. Reduksi data merupakan proses memilah data mana yang diperlukan, sehingga hasil penelitian sesuai dengan tujuan dan fokus penelitian.

### 3.6.2 Penyajian Data

Langkah selanjutnya yaitu data yang telah diperoleh dari lapangan terkait dengan seluruh permasalahan penelitian, dipilah antara mana yang dibutuhkan dengan yang tidak, lalu dikelompokkan, kemudian diberikan batasan masalah. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi serta merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami.

### 3.6.3 Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan, sehingga perlunya verifikasi. Verifikasi dilakukan karena kesimpulan awal masih bersifat sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti kuat untuk pengumpulan data selanjutnya. Tetapi apabila kesimpulan awal telah didukung oleh bukti – bukti dan data valid maka tidak diperlukan verifikasi.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum KIM Diskominfo

##### 4.1.1 Profil KIM Diskominfo Kabupaten Pinrang

KIM Diskominfo Pinrang dibentuk pada 10 Juni 2015 dan tahun ini telah memasuki periode kedua. Untuk periode kedua ini, SK KIM Diskominfo Pinrang dikeluarkan oleh Bupati Pinrang berdasarkan Keputusan Bupati Pinrang Nomor 490/330/2018 Tentang Pembentukan Kelompok Informasi Masyarakat Tingkat Kecamatan Se Kabupaten Pinrang Tahun 2018 – 2021. Terbentuknya KIM Kabupaten Pinrang sebagai wujud kepedulian Pemerintah dalam melindungi masyarakat dari berbagai informasi yang dapat merugikan masyarakat itu sendiri.

Landasan terbentuknya KIM Kabupaten Pinrang yaitu berdasarkan Undang Undang Nomor 29 Tahun 1959 Tentang Pembentukan Daerah Tingkat II di Sulawesi Selatan, Undang Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, Undang Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, Undang Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah, Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah, Peraturan Daerah Kabupaten Pinrang Nomor 2 Tahun 2008 Tentang Pokok – Pokok Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Pinrang, Peraturan Daerah Kabupaten Pinrang Nomor 6 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah dan Peraturan Daerah Kabupaten Pinrang Nomor 1 tahun 2008 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kabupaten Pinrang Tahun Anggaran 2018.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup>Pemerintah Kabupaten Pinrang, *Keputusan Bupati Pinrang Nomor 490/330/2018 Tentang Pembentukan Kelompok Informasi Masyarakat Tingkat Kecamatan Se Kabupaten Pinrang Tahun 2018 – 2021*

Jumlah KIM yang ada di Kabupaten Pinrang sebanyak jumlah kecamatan yaitu 12, artinya presentasi keberadaan KIM di Kabupaten Pinrang adalah 100% dengan rumus sebagai berikut.

$$\frac{\text{Jumlah KIM (12)}}{\text{Jumlah Kecamatan (12)}} \times 100\% = 100\%$$

Adapun 12 Kecamatan tersebut yaitu: Kecamatan Watang Sawitto, Kecamatan Paleteang, Kecamatan Suppa, Kecamatan Mattiro Bulu, Kecamatan Lanrisang, Kecamatan Mattiro Sompe, Kecamatan Cempa, Kecamatan Duampanua, Kecamatan Patampanua, Kecamatan Lembang, Kecamatan Batulappa, dan Kecamatan Tiroang. Hal tersebut mengindikasikan keaktifan Kabupaten Pinrang dalam hal pemberdayaan informasi masyarakat.

#### 4.1.2 Tugas KIM Kabupaten Pinrang

Kelompok Informasi Masyarakat sebagai pelopor informasi tentu memiliki tanggungjawab terhadap informasi yang sampai kepada masyarakat. Berdasarkan Surat Keputusan Bupati Pinrang, tugas KIM diantaranya:

- a. Melaksanakan kegiatan yang bertujuan mewujudkan masyarakat yang mengerti, mengetahui, peduli dan memahami informasi;
- b. Memberdayakan masyarakat agar dapat memilah / memilih informasi yang dibutuhkan;
- c. Mewujudkan jaringan informasi serta media Komunikasi dua arah antara Pemerintah dan masyarakat maupun dengan pihak lainnya; dan
- d. Menghubungkan kelompok masyarakat dengan kelompok lainnya untuk mewujudkan rasa kebersamaan, solidaritas, kesatuan dan persatuan bangsa.<sup>39</sup>

KIM memiliki tanggung jawab penuh terhadap informasi yang layak untuk masyarakat. Selain bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang mengerti,

<sup>39</sup>Pemerintah Kabupaten Pinrang, *Keputusan Bupati Pinrang Nomor 490/330/2018 Tentang Pembentukan Kelompok Informasi Masyarakat Tingkat Kecamatan Se Kabupaten Pinrang Tahun 2018 – 2021*

memahami, mengetahui dan peduli terhadap informasi, KIM juga menjadi penyambung lidah atau media komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, serta masyarakat dan masyarakat. Sehingga, KIM bersifat independen yang tidak berpihak pada salah satunya. Selain itu KIM bersifat mandiri dan swadaya dengan masa kepengurusan selama tiga tahun dan wajib melaporkan pelaksanaan tugasnya kepada Bupati melalui Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Pinrang.

Tugas dan kinerja KIM selama periode ini dirasakan belum maksimal oleh beberapa anggota KIM. Hal tersebut dikarenakan kurangnya fasilitas seperti komputer dan jaringan internet yang dibutuhkan untuk menyampaikan informasi di media sosial. Hal tersebut diungkapkan oleh Ketua KIM Kecamatan Paleteang.

Untuk Pinrang saya anggap masih minim, artinya masih minuslah. Kalau dipresentasikan itu baru 30%. Karena masyarakat butuh informasi sementara peralatan masih kurang seperti komputer, *wifi* dan peralatan yang menunjang sampainya berita.<sup>40</sup>

Hal senada disampaikan oleh Ketua KIM Kecamatan Mattiro Bulu, Sarifuddin. Faktor penunjang penyampaian informasi belum terpenuhi, sehingga tugas dan tujuan KIM yang menurutnya sangat baik menjadi terhambat. Ia mengatakan bahwa secara garis besar, tujuannya KIM luar biasa. Hanya saja ada faktor yang tidak mendukung.<sup>41</sup> Faktor yang dimaksud ialah masalah anggaran. Selain itu yang menjadi faktor penghambat maksimalnya tugas KIM adalah anggota yang direkrut tidak aktif dan sudah berumur. Hal tersebut diungkapkan oleh Sekretaris KIM Kecamatan Suppa, Paharuddin.

---

<sup>40</sup>Mirwan, Ketua KIM Kecamatan Paleteang, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

2018. <sup>41</sup>Sarifuddin, Ketua KIM Kecamatan Mattiro Bulu, wawancara oleh penulis, 29 November

Kepengurusannya KIM ini kan direkomendasikan Camat, orang-orang yang direkomendasikan oleh Camat itu tidak aktif, memang tokoh masyarakat tapi sudah tua. Jadi kalau ada pertemuan terkait KIM tidak ada yang bisa datang, akhirnya tidak ada yang kita tau.<sup>42</sup>

Namun, sejauh ini Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Pinrang telah berusaha semaksimal mungkin. Salah satu usaha yang dilakukan adalah dibentuknya grup *WhatsApp* anggota KIM sebagai media berbagi informasi, khususnya informasi terkait Kecamatan masing – masing. Berikut adalah gambar grup anggota KIM yang telah dibuat oleh Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Pinrang.



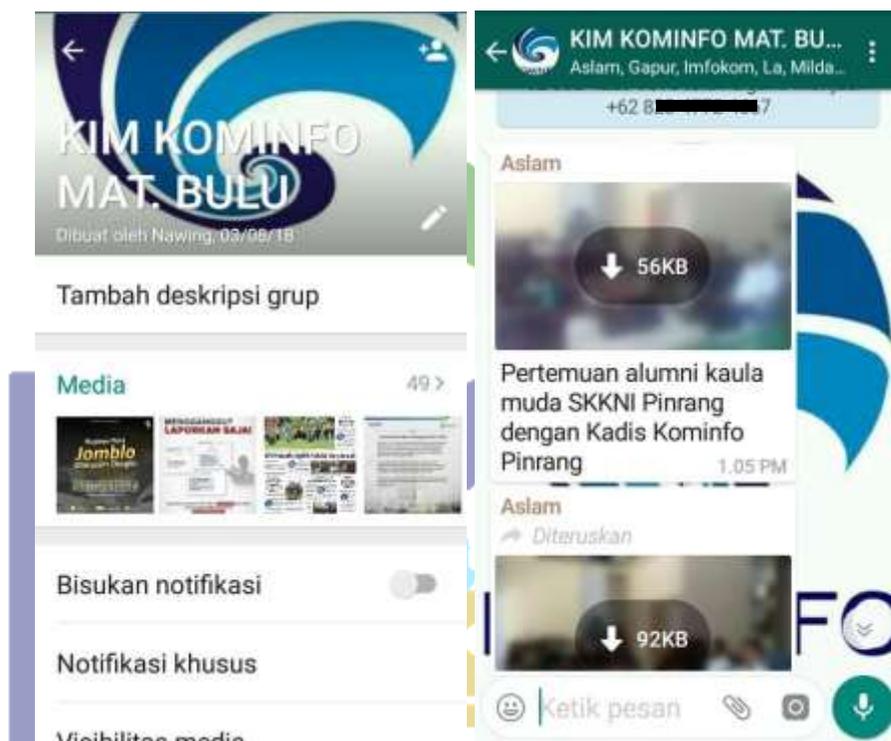
**Gambar 2.2 Grup *WhatsApp* Anggota KIM<sup>43</sup>**

Selain grup KIM Kabupaten, adapula grup di masing-masing kecamatan. Seperti KIM Kecamatan Mattiro Bulu. Grup tersebut dibuat untuk menyatukan persepsi dan saling berbagi informasi yang akan disampaikan ke masyarakat.

<sup>42</sup>Paharuddin, Sekretaris KIM Kecamatan Suppa, wawancara oleh Penulis, 28 November 2018

<sup>43</sup>Tangkapan Layar dari Gawai Staf Dinas Kominfo Pinrang, Harumin.

Gambar 2.3 Grup *WhatsApp* KIM Kecamatan Mattiro Bulu<sup>44</sup>



Tugas KIM secara khusus disebutkan oleh Ketua KIM Kecamatan Mattiro Bulu, ia mengatakan bahwa KIM sebenarnya nama lainnya adalah wartawan, karena KIM memiliki tugas untuk menyampaikan informasi sebagaimana wartawan.<sup>45</sup> Beberapa informasi pun sering disebarkan anggota KIM. Baik itu melalui media sosial maupun secara langsung di masyarakat. Berikut contoh informasi yang disampaikan oleh Sekretaris KIM Kecamatan Suppa di grup KIM Kabupaten Pinrang.

<sup>44</sup>Tangkapan Layar dari Gawai Ketua KIM Kecamatan Mattiro Bulu, Sarifuddin. 28 November 2018

<sup>45</sup>Sarifuddin, Ketua KIM Kecamatan Mattiro Bulu, wawancara oleh penulis, 29 November 2018.

Gambar 2.4 Informasi Yang Disampaikan KIM<sup>46</sup>



Gambar di atas menunjukkan informasi yang disampaikan Paharuddin selaku Sekretaris KIM Kecamatan Suppa. Ia menyampaikan informasi terkait lomba cabang olahraga Dayung pada Pekan Olahraga Daerah (PORDA) Sulawesi Selatan yang bertempat di Marabombang Kecamatan Suppa berlangsung ricuh. Selanjutnya ditanggapi oleh anggota KIM lainnya yang menanyakan penyebab kericuhan tersebut. Paharuddin kembali menjelaskan bahwa kericuhan terjadi karena kontingen Pinrang tidak mengakui kekalahannya yang mendapatkan posisi peringkat ketiga. Selanjutnya ia menegaskan bahwa pertandingan tersebut masih pada babak penyisihan. Informasi yang disampaikan Paharuddin tersebut menunjukkan bahwa KIM bisa dikatakan sebagai netizen jurnalis yang bisa mengabarkan apa saja yang terjadi di daerahnya.

<sup>46</sup>Tangkapan Layar dari Gawai Sekretaris KIM Kecamatan Suppa, Paharuddin. 28 November

## 4.2 Kemampuan Literasi Media Anggota KIM Terhadap Informasi *Hoax*

Kemampuan literasi media anggota KIM diukur berdasarkan 12 inti kemampuan literasi media Jenkis, diantaranya *play*, *performance*, *simulation*, *appropriation*, *multitasking*, *distributed cognition*, *collective intelligence*, *judgment*, *transmedia navigation*, *networking*, *negotiation* dan *visualization*. Namun pada penelitian ini hanya menggunakan lima kemampuan, yaitu *play*, *simulation*, *judgment*, *appropriation* dan *negotiation*. Serta pemahaman anggota KIM terhadap informasi *hoax*.

### 4.2.1 *Play*

*Play* merupakan kemampuan dalam menggunakan media. Tidak hanya sekedar mengakses tetapi juga mengetahui seluk beluk aplikasi media sosial yang digunakan sehingga mengetahui kelebihan dan kelemahan serta fungsi dan tujuan dari media sosial yang digunakan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti, informan mengaku telah mengetahui kelebihan dan kelemahan media sosial yang ia gunakan.

Ya, kelebihan media sosial itu informasinya cepat, orang langsung cepat bisa mengakses. Kekurangannya itu tadi, karena orang kadang tidak baku kenal berteman di media kadang muncul mi informasi-informasi miring dan sebagainya yang seharusnya tidak begitu.<sup>47</sup>

Pernyataan informan di atas menunjukkan bahwa ia telah mengetahui kelebihan media sosial pada umumnya yaitu akses informasi cepat. Sedangkan, kekurangan media sosial yaitu informasi apa saja bisa hadir termasuk informasi yang tidak layak. Ini sesuai dengan teori media siber yang memberikan ruang bebas kepada khalayak untuk memproduksi informasi. Namun begitu, masih banyak kelebihan dan kekurangan media sosial yang tidak diungkapkan informan.

<sup>47</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

Selain kelebihan dan kelemahan media sosial, informan juga memaparkan fungsi dari media sosial yang ia gunakan. Salah satunya adalah *Facebook*. Ia mengatakan bahwa *Facebook* berfungsi sebagai media informasi yang sangat berperan penting dalam kehidupan kita sehari-hari.

*Facebook* itu kan salah satu media sosial yang kita gunakan untuk memberikan informasi, tentunya informasi yang benar. Tapi yaa saat ini kan banyak yang salah gunakan itu medsos.<sup>48</sup>

Pernyataan informan di atas menunjukkan bahwa ia mengetahui fungsi media sosial pada umumnya yaitu sebagai media informasi. Berdasarkan hasil wawancara, informan memiliki beberapa media sosial diantaranya *WhatsApp*, *Facebook* dan *Twitter*. Namun, diantara ketiga media sosial tersebut, yang paling sering digunakan adalah *WhatsApp* dan *Facebook*. Selain mengetahui fungsi, kelemahan dan kelebihan media sosial, khalayak juga mampu menggunakan media sosial. Melihat akun *Facebook* informan, ia telah memiliki kemampuan dalam menggunakannya meskipun hanya sebatas mengirim dan berbagi pesan teks dan gambar, mengubah foto profil, meneruskan kiriman orang lain serta mengirimkan dan menerima pertemanan pengguna lain, dan membalas komentar.

Namun kemampuan *play* pada penelitian ini menitikberatkan pada kemampuan informan membuat dan membagikan informasi di media sosial. Melihat akun media sosial informan, beberapa diantaranya aktif memberikan informasi. Namun adapula yang tidak memilih media sosial sebagai media informasi yang utama. Seperti Syahrudin, akun *facebooknya* hanya penuh kiriman orang lain yang menandai dirinya. Berdasarkan pengakuan informan, ia telah lama menggunakan

---

<sup>48</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

*Facebook*. “Mungkin 10 tahun lebih, sudah lama sekali,”<sup>49</sup> ungkapnya. Sedangkan *WhatsApp* belum terlalu lama. “Kalau *WhatsApp* itu baru-baru ji,”<sup>50</sup>

Informan selanjutnya yaitu Ketua KIM Kecamatan Paleteang, Mirwan. Informan hampir memiliki semua akun media sosial. Ia mengungkapkan bahwa ia memiliki media sosial berupa *Facebook*, *WhatsApp*, *Line*, dan *We-Chat*. “Media sosial ada fb, wa, line, we-chat. Paling sering fb sama wa,” ungkapnya.<sup>51</sup> Mirwan mengaku belum mengetahui cara penggunaan semua item di media sosial. Ia hanya bisa mengirimkan pesan, membagi, mengubah foto profil dan foto sampul serta mengomentari status seperti yang terlihat pada tampilan akun media sosial *Facebook* informan. “Tidak semua tau fungsi item media sosial tapi sedikit tau seperti mengirim, membagikan, menyukai dan mengomentari informasi,” ungkapnya.<sup>52</sup> Informasi yang disampaikan oleh Mirwan pun merupakan informasi yang bermanfaat. Seperti yang terlihat pada akun *facebooknya*.

**Gambar 2.5 Akun Facebook Mirwan**



<sup>49</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

<sup>50</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

<sup>51</sup>Mirwan, Sekretaris KIM Kecamatan Paleteang, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018

<sup>52</sup>Mirwan, Sekretaris KIM Kecamatan Paleteang, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018

Informasi yang disampaikan Mirwan pada akun *facebooknya* tersebut merupakan informasi yang bermanfaat. Ia membagikan pesan Bawaslu Kabupaten Wajo untuk menghindari politik uang atau *money politic*. Sebagaimana yang diketahui bahwa politik uang merupakan hal negatif yang dapat menjerumuskan kita pada api neraka, karena hal tersebut termasuk suap yang sangat dibenci Allah. Kemudian informasi kedua, ia membagikan informasi dari sumber Erabaru. Informasi tersebut berisi cara mengatasi wastafel yang tersumbat tanpa menggunakan bahan kimia. Hal tersebut menunjukkan bahwa ia mampu menggunakan sosial dengan baik sesuai fungsinya. Ia mengungkapkan bahwa media sosial memiliki jangkauan yang sangat luas dan sangat bermanfaat dalam penyebaran informasi, namun disisi lain media sosial sering disalahgunakan oleh para pemuda dan tidak terlepas dari situs-situs yang tidak sepatasnya yang dikirim oleh orang-orang yang tidak bertanggungjawab.

Fungsi media sosial sangat bagus. Secara otomatis kita masih di daerah tapi sudah tau informasi dari belahan dunia manapun. Kelemahannya itu, bagi anak-anak muda sering menyalahgunakan seperti membuka situs-situs porno dan sejenisnya meskipun Kominfo sudah memblokir situs-situsnya tapi nyatanya masih ada cela, bagaimanapun caranya pemerintah, tetap ada cela bagi orang-orang yang memang betul-betul ingin merusak anak muda. Seperti memberikan situs tertentu, bilangannya pakai ini untuk tau informasi ini, padahal itu bukan media resmi dan jauh dari pengawasan pemerintah.<sup>53</sup>

Hal tersebut sesuai dengan teori media siber yang mengungkapkan bahwa media sosial memiliki ruang sebebaskan-bebasnya kepada khalayak, karena media sosial yang merupakan *second media age* atau media kedua memfasilitasi setiap khalayak dalam artian bersifat universal dan global. Sehingga, khalayak darimanapun dan

---

<sup>53</sup>Mirwan, Sekretaris KIM Kecamatan Paleteang, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018



orang lain yang menandai dirinya. Berbeda dengan Saripuddin, ia lebih aktif memberikan informasi di *facebook*.



**Gambar 2.7 Akun Facebook Saripuddin**

Informasi yang disampaikan Saripuddin pada akun *facebooknya* tersebut adalah tradisi baru pada pelaksanaan maulid Nabi Muhammad SAW. Yaitu telur – telur dicabut pada tusukan yang disimpan di batang pohon pisang sebelum ustadz atau penyampai hikmah maulid naik ke atas mimbar. Ada tradisi bugis, setelah penyampaian hikmah maulid, maka seluruh jamaah akan berebutan telur. Untuk mengantisipasi hal – hal yang berbahaya maka dilakukan hal tersebut.

Pada dasarnya, kelima informan telah memiliki kemampuan *play* yang baik. Terlihat pada akun media sosial masing-masing informan. Ketiganya mampu menggunakan item media sosial untuk mengirim dan berbagi informasi. Terkait fungsi dan kelebihan media sosial, kelima informan mengetahui fungsi dasar media sosial yaitu untuk mengirim dan berbagi pesan atau informasi untuk diketahui masyarakat. Informan Arpah Anwar mengaku sangat terbantu dengan adanya media sosial. “Ya media sosial sangat membantu dalam hal mendapatkan informasi,

kemudian memberikan informasi,”<sup>54</sup> ungkapnya. Kekurangan media sosial pada umumnya pun dibenarkan Arpah Anwar yaitu banyaknya informasi *hoax* yang bertebaran di media sosial. Selain Arpah Anwar, informan yang lain pun membenarkan hal tersebut. Sehingga media sosial, jika dibawa ke hal positif maka manfaatnya juga positif, begitupun sebaliknya.

#### 4.2.2 Simulation

Kemampuan *simulation* merujuk pada kemampuan khalayak dalam memeriksa kredibilitas informasi. Apakah informasi yang disampaikan dapat dipercaya atau tidak. Sehingga berpikir kritis terhadap informasi merupakan unsur dari kemampuan ini. Kemampuan *simulation* meliputi indikator:

- a. mengecek kebenaran informasi,
- b. memeriksa kelengkapan informasi,
- c. membandingkan informasi dengan kehidupan nyata
- d. membandingkan informasi dengan membuka media lain.

Berdasarkan hasil wawancara, Syahrudin mengaku selalu memperhatikan baik-baik dan memeriksa kevalidan informasi. “Ketika saya mendapatkan informasi, saya tidak langsung bagi, saya perhatikan baik-baik ini informasi valid atau tidak,”<sup>55</sup> ungkap informan. Ungkapan informan tersebut membuktikan bahwa ketika mendapatkan informasi dan ingin membagikan maka hal pertama yang dilakukan adalah memperhatikan baik – baik. Begitupun yang dilakukan Mirwan ketika mendapatkan informasi, hal yang pertama dilakukan yaitu menelusuri kebenaran informasi. “Seumpama ada berita bahwa ini begini kita harus cek apa betul begini,”<sup>56</sup> ungkapnya. Hal sama pun dilakukan informan ketiga, Arpah Anwar. Ia selalu

<sup>54</sup>Arpah Anwar, Ketua KIM Kecamatan Lanrisang, wawancara oleh penulis, 29 Agustus 2018

<sup>55</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

<sup>56</sup>Mirwan, Sekretaris KIM Kecamatan Paleteang, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018

mengecek kebenaran informasi dengan berkoordinasi langsung dengan sumber informasi.<sup>57</sup> Hal ini sesuai dengan indikator pertama yaitu mengecek kebenaran informasi.

Mengecek kebenaran informasi dapat dilakukan dengan cara memeriksa kelengkapan informasi tersebut. Informasi yang lengkap memenuhi unsur 5W 1H (*What*:Apa; *Who*:Siapa; *When*:Kapan; *Where*:Dimana; *Why*:Kenapa; *How*:Bagaimana) sesuai dengan prinsip jurnalistik, terlepas dari benar tidaknya informasi tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, ketiga informan tidak memiliki kemampuan pada indikator kedua ini.

Cara lain untuk mengenali kredibilitas informasi yang dilakukan informan yaitu melihat apakah informasi yang disampaikan memiliki dasar dan masuk akal. Hal tersebut disebutkan ketika mengidentifikasi informasi *hoax*. “Ciri-ciri informasi *hoax* itu adalah informasi yang tidak berdasarlah artinya secara akal sehat tidak masuk akal,” ungkap Syahrudin. Dalam mengetahui kredibilitas informasi, informan melihat dasar atau sumber informasi serta berpikir kritis atas informasi tersebut. Mirwan pun memiliki cara demikian yaitu membandingkan informasi dengan kehidupan nyata.

Seperti misalnya pengobatan herbal, kalau masalah itu kan nenek-nenek moyang kita sudah melakukan jadi tidak perlu diragukan lagi dan perlu disebarkan. Tapi kalau hanya informasi yang tidak pernah kita lakukan dan diajar sama nenek, saya abaikan saja.<sup>58</sup>

Pernyataan informan di atas sesuai dengan indikator ketiga yaitu membandingkan informasi dengan kehidupan nyata, karena pada dasarnya *hoax* datang dari informasi yang tidak terjadi di kehidupan nyata kemudian dimanipulasi seolah-olah hal tersebut

---

<sup>57</sup>Arpah Anwar, Ketua KIM Kecamatan Lanrisang, wawancara oleh penulis, 29 Agustus 2018

<sup>58</sup>Mirwan, Sekretaris KIM Kecamatan Paleteang, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

terjadi. Inilah yang dinamakan dengan penipuan, sebagaimana yang telah dibahas sebelumnya bahwa *hoax* mengandung unsur penipuan. Hal yang sama pun dilakukan oleh informan ketiga, Arpah Anwar. “Tentu kita bandingkan informasi dengan apa yang terjadi di lapangan,”<sup>59</sup> ungkapnya.

Indikator selanjutnya adalah membandingkan informasi dengan membuka media lain. Membandingkan informasi diperlukan karena informasi bisa saja berbeda dari setiap media, jika hal tersebut terjadi maka perlunya pengecekan selanjutnya untuk mengetahui mana *hoax* dan mana yang benar. Berdasarkan hasil wawancara, dalam menerima informasi, Syahrudin membaca informasi yang sama di media lain. “Tentu kita membaca juga di media lain apakah informasinya ini betul atau tidak,”<sup>60</sup> ungkapnya. Hal senada diungkapkan Mirwan. Selain membandingkan informasi di media lain, Mirwan menambahkan dalam mengenali kredibilitas informasi juga perlu diteliti narasumber atau tokoh dalam informasi tersebut.

Kita teliti siapa narasumbernya ini apa betul-betul ini orangnya atau hanya mengatasnamakan. Kita juga harus *sharing-sharing* dengan media, sering-sering nonton, banyak-banyak melihat berita.<sup>61</sup>

#### 4.2.3 Appropriation

*Appropriation* merupakan kemampuan menyadur informasi media sosial secara legal dan etis. Salah satu contohnya adalah meminta izin kepada sumber informasi ketika ingin menyebarkan informasi yang disampaikan. Hal ini berkaitan dengan apresiasi khalayak terhadap konten media informasi yang merupakan salah satu dari lima elemen literasi media menurut Silverbatt. Apresiasi tersebut merupakan bentuk penghargaan terhadap hasil karya yang merupakan kebutuhan dasar manusia.

<sup>59</sup>Arpah Anwar, Ketua KIM Kecamatan Lanrisang, wawancara oleh penulis, 29 Agustus 2018

<sup>60</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018

<sup>61</sup>Mirwan, Sekretaris KIM Kecamatan Paleteang, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

Sebagaimana yang telah dijabarkan oleh Abraham Maslow tentang kebutuhan dasar manusia yang salah satunya adalah kebutuhan akan penghargaan (*esteem needs*).

Berdasarkan hasil wawancara, informan menyatakan dirinya tidak pernah meminta izin kecuali informasi tersebut layak tanpa perlu diverifikasi. Syahrudin mengungkapkan bahwa dirinya akan membaca terlebih dahulu, jika informasinya bisa disebarkan maka tidak perlu meminta izin. “Saya baca dulu baik-baik, cocok tidak saya sebarkan ke teman yg lain. Jadi ketika cocok saya tidak perlu minta ijin,”<sup>62</sup> ungkapnya. Begitupun dengan Mirwan yang mengatakan bahwa dirinya jarang meminta izin. “Jarang saya minta izin, jika menurut saya ini benar, bagus dan bermanfaat bagi masyarakat saya tidak minta izin,”<sup>63</sup> ungkapnya. Hal senada pun diungkapkan Arpah Anwar. “Ya kita teruskan saja, saya tidak pernah minta izin jika informasinya memang benar,”<sup>64</sup> ungkapnya.

Permintaan izin informan tergantung dari informasi yang diterima. Bagaimanapun sikap tersebut menunjukkan bahwa informan kurang memiliki sikap etis dan legal dalam menyadur informasi. Justru ketika informasi tersebut layak, maka perlu menunjukkan sikap penghargaan dengan meminta izin kepada sumber informasi atas karya yang baik. Sama halnya ketika menyusun tulisan, dalam mengutip kalimat perlu dicantumkan nama orang yang menyatakan kalimat tersebut sehingga tidak terkesan plagiat atau penciplak karya orang lain. Terkait plagiat, pemerintah telah tegas atas pelanggaran hak cipta tersebut yang telah diatur dalam Undang Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta pada pasal 49 ayat (1) yang berbunyi: “Pelaku memiliki hak eksklusif untuk memberikan izin atau melarang pihak lain yang tanpa persetujuannya membuat, memperbanyak, atau menyiarkan rekaman suara

---

<sup>62</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

<sup>63</sup>Mirwan, Sekretaris KIM Kecamatan Paleteang, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018

<sup>64</sup>Arpah Anwar, Ketua KIM Kecamatan Lanrisang, wawancara oleh penulis, 29 Agustus 2018

dan/atau gambar pertunjukannya.”<sup>65</sup> Pelanggaran atas pasal tersebut dikenakan sanksi penjara satu bulan sampai tujuh tahun.

Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1(satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).<sup>66</sup>

Maka dari itu, kemampuan *appropriation* tidak terlepas dari penghargaan hak cipta orang lain. Selain mampu menyadur informasi secara legal dan etis, kemampuan yang harus dimiliki khalayak ialah memahami perbedaan budaya di media sosial. Terkait kemampuan ini, Syahrudin menyatakan, “tentu kita harus bijak dan saya jarang memberikan komentar kecuali memang hal-hal yang saya bisa luruskan.”<sup>67</sup> Jelas bahwa informan mampu memahami perbedaan budaya dan pendapat di media sosial, sehingga yang harus dilakukan adalah bijak dalam menanggapi perbedaan tersebut. Kemampuan ini tentu berhubungan dengan aspek moral Potter, bahwa dalam memperlakukan media kita harus memahami perbedaan nilai dan moral yang ada di media.

#### 4.2.4 Judgment

Kemampuan selanjutnya adalah *judgment*, merupakan kemampuan khalayak dalam mengenali kredibilitas sumber informasi serta mampu membandingkan informasi yang sama di sumber – sumber informasi lainnya. Karena pada kenyataannya, sumber informasi yang dianggap terpercaya pun tidak jauh dari cacat

<sup>65</sup>Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, “Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta,” *Official Website Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual RI*, [http://www.dgip.go.id/images/ki-images/pdf-files/uu\\_pp1/uu\\_no\\_19\\_th\\_2002.pdf](http://www.dgip.go.id/images/ki-images/pdf-files/uu_pp1/uu_no_19_th_2002.pdf)

<sup>66</sup>Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, “Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta,” *Official Website Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual RI*, [http://www.dgip.go.id/images/ki-images/pdf-files/uu\\_pp1/uu\\_no\\_19\\_th\\_2002.pdf](http://www.dgip.go.id/images/ki-images/pdf-files/uu_pp1/uu_no_19_th_2002.pdf)

<sup>67</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

atau kekurangan, sehingga perlu perbandingan dengan sumber informasi lainnya untuk memastikan apakah informasi tersebut benar. Oleh karena itu, disinilah perlunya kemampuan kognitif yang telah dikemukakan oleh Potter. Manusia sebagai makhluk berfikir, harus mampu membaca sumber informasi dari perspektif kritis. Informasi yang diterima perlu pengkajian pikiran dengan memeriksa dan membandingkan sumber informasi dengan sumber lainnya untuk memastikan kebenaran informasi.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ketika menerima informasi, informan mengecek kebenaran informasi dengan melihat sumbernya. “Kalau kita ragu-ragu tentu kita koordinasikan dulu apa ini betul, sumbernya darimana. Tentu kita membaca juga di media lain apakah informasinya ini betul atau tidak,”<sup>68</sup> ungkap Syahrudin. Selain melihat sumbernya, informan juga membandingkan informasi dengan media lain. Kemampuan ini berkaitan dengan kemampuan sebelumnya yakni *simulation*.

Mirwan mengungkapkan hal senada, sumber informasi penting untuk dicek. “Jangan sampai sumbernya hanya mengatasnamakan,”<sup>69</sup> ungkapnya. Ini terkait dengan informasi *hoax* yang banyak beredar tentang hadiah dan pemberian. Informasi tersebut memuat *link* atau alamat *website* sebuah badan atau lembaga namun bukan situs resmi. Sehingga, khalayak akan tertipu.

Informan ketiga, Arpah Anwar mengaku tidak pernah mengecek sumber informasi yang diterima. Ia mengatakan bahwa jika informasi tersebut datang dari orang yang dikenal maka informasi itu tentu benar.<sup>70</sup> Ia tidak pernah memperhatikan sumber utama informasi.

---

<sup>68</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018

<sup>69</sup>Mirwan, Sekretaris KIM Kecamatan Paleteang, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018

<sup>70</sup>Arpah Anwar, Ketua KIM Kecamatan Lanrisang, wawancara oleh penulis, 29 Agustus 2018

#### 4.2.5 *Negotiation*

Kemampuan *negotiation* merupakan kemampuan khalayak dalam memahami perbedaan etika, nilai dan norma antar pengguna media sosial. Sehingga kemampuan ini membuat khalayak bijak dalam merespon pesan, seperti memahami perbedaan pendapat, tidak mengeluarkan kalimat yang dapat menyulut emosi ketika terjadi perdebatan, memilih pengguna media sosial ketika ingin menyebarkan informasi serta memberitahu pengguna lain ketika ada informasi *hoax*.

Sebagai media yang memiliki jangkauan luas, media sosial memiliki pengguna dengan beragam asal, etnis, bahasa, suku dan budaya yang memiliki pandangan dan pendapat yang berbeda pula. Seperti yang diungkapkan Hiebert, lima karakteristik khalayak media siber, salah satu diantaranya yaitu khalayak bersifat heterogen, yang berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial.<sup>71</sup> Tidak jarang, konflik bermula dari percakapan dan komentar di media sosial. Hambatan semantik pun sering terjadi di media sosial. Perbedaan makna akan suatu pendapat sering terjadi. Namun, dalam menyikapi hal tersebut, khalayak yang memiliki literasi media tidak akan terpengaruh dan tidak mengeluarkan kalimat yang dapat menyulut emosi karena memahami konsep perbedaan dan keberagaman di media sosial. Berdasarkan hasil wawancara, Syahrudin cukup bijak dalam menanggapi perbedaan di media sosial. Ia mengatakan,

“Tentu, di media sosial itu ada hal-hal yang lagi panas, tentu kita harus bijak dan saya jarang memberikan komentar kecuali memang hal-hal yang saya bisa luruskan, saya luruskan dengan tentu ada fakta-fakta yang bisa saya hadirkan disitu. Ketika saya tidak punya data atau fakta, saya baca saja tapi saya nda komen. Tetapi kalau ada yang penting saya harus sampaikan apakah mungkin

---

<sup>71</sup>Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, h. 55

beritanya harus dari daerah yg betul-betul valid, saya sampaikan di media bahwa begini sebenarnya persoalan”<sup>72</sup>

Berdasarkan ungkapan tersebut, informan memiliki sikap dalam menyatukan perbedaan dengan cara meluruskan hal-hal yang didebatkan dengan menghadirkan fakta dan data yang sesuai.

Namun informan bukan tipe agresif yang selalu ingin ikut berdiskusi dalam grup media sosial. Informan memiliki tipe pengguna penetap (*recidents*) pasif di media sosial. Tipe pengguna tersebut pernah dipaparkan White & Le Cornu yang membagi pengguna internet kedalam dua tipe yakni, sebagai pengunjung (*visitor*) dan sebagai penetap (*residents*). Sebagai pengunjung, pengguna hanya menyambangi situs di internet karena minat mereka dan tidak pernah meninggalkan jejak keberadaan mereka. Sementara sebagai penetap, pengguna dengan sadar menghabiskan waktu daring mereka untuk melakukan interaksi sosial, mengumpulkan informasi dan keberadaan mereka bisa diketahui.<sup>73</sup>

Dapat dikatakan bahwa informan sebagai pengguna penetap pasif karena ia memiliki akun media sosial dan melakukan interaksi namun keberadaannya tidak selalu ingin diketahui. Ia hanya akan bergabung dalam diskusi jika ia merasa ada yang perlu disampaikan dan dibenarkan. Ia pun menambahkan “saya jarang sekali *mengupload–upload*. Saya cuma baca-baca postingan teman–teman. Takut jangan sampai ada lagi berita-berita miring dan sebagainya. Cuma kadang kalau ada waktu, saya kasi informasi yang mungkin bermanfaat.”<sup>74</sup>

Inilah mengapa media sosial tidak sepenuhnya dikatakan sebagai ruang publik virtual. Ada posisi dimana pengguna sebagai anggota, tidak terlibat dalam diskusi

---

<sup>72</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

<sup>73</sup>Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, h. 55

<sup>74</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

atau debat dalam hal yang dibicarakan. Namun, informan merasakan bahwa keterlibatannya di ruang publik media sosial yang pasif membuatnya aman bebas dari ancaman. “Makanya jarang orang yang bully saya karena saya jarang komen. Nanti saya komen ketika ada hal-hal yang perlu saya sampaikan,”<sup>75</sup> ungkapnya. Sikap informan merupakan wujud dari perilaku komunikasi asertif yang menghargai diri sendiri dan orang lain, sehingga terhindar dari hal – hal yang merugikan. Goldsmith mengungkapkan bahwa pesan yang disampaikan dengan penghargaan secara konsisten lebih efektif dibandingkan pesan yang disampaikan tanpa penghargaan.

Informan kedua, Mirwan memiliki sikap yang sama dengan informan pertama. Ia cenderung menjadi penengah ketika ada konflik di media sosial dan tidak pernah memberikan komentar yang memicu perdebatan.

Kalau ada perdebatan saya tidak pernah membantu salah satunya, saya cuma terima solusi. Saya selalu berada di tengah-tengah, artinya saya tidak pernah mendukung yang ini kemudian saya menjelekkkan yang lain. Mari sama-sama cari jalan terbaik jangan selalu membuat hal ini menjadi penyakit dan bentrok untuk memecah belah persatuan.<sup>76</sup>

Berbeda dengan informan ketiga, Arpah Anwar. Ia mengaku mengabaikan jika terjadi konflik dan perdebatan.<sup>77</sup> Sedangkan, Saripuddin mengaku selalu menjadi penengah ketika terjadi konflik di media sosial. Namun sering juga ia mengabaikan jika ada konflik yang menurutnya tidak perlu ditanggapi.<sup>78</sup> Selain memahami perbedaan pengguna media sosial, kemampuan *negotiation* juga mampu memilih calon penerima pesan saat akan menyebarkan informasi. Hal tersebut terkait dengan

---

<sup>75</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

<sup>76</sup>Mirwan, Sekretaris KIM Kecamatan Paletang, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018

<sup>77</sup>Arpah Anwar, Ketua KIM Kecamatan Lanrisang, wawancara oleh penulis, 29 Agustus 2018

<sup>78</sup>Saripuddin, Ketua KIM Kecamatan Mattiro Bulu, wawancara oleh penulis, 29 November

kemampuan merespon pesan dengan bijak. Terkait kemampuan tersebut, informan mengungkapkan bahwa dirinya memilih penerima pesan tergantung isi pesan tersebut. “Iya, tergantung topiknya apa,”<sup>79</sup> ungkapnya singkat. Berbeda dengan informan Arpah Anwar ia membagikan informasi tanpa memilih-milih khalayak. “Yaa diteruskan saja ke semua,” ungkapnya.<sup>80</sup>

Indikator terakhir yang harus dimiliki khalayak dalam kemampuan *negotiation* ini yaitu memberitahu pengguna media sosial ketika menemukan informasi *hoax* yang tersebar. Dengan indikator tersebut maka khalayak telah memenuhi aspek emosi yang dikemukakan Potter. Aspek emosi berkaitan dengan perasaan, sehingga peka terhadap informasi media. Terkait kemampuan ini, informan Syahrudin mengatakan,

Kalau saya mau sebarkan informasi saya harus hati-hati. Saya baca dulu baik-baik, cocok tidak saya sebarkan ke teman yang lain. Tapi kalau kita ragu-ragu tentu kita koordinasikan dulu apa ini betul, sumbernya darimana. Kayak kemarin ada informasi di WA katanya Habibie sudah meninggal, ini saya juga kaget tapi saya masih diam tidak terlalu tanggap akhirnya lama-lama terjawab bahwa ternyata tidak meninggal.<sup>81</sup>

Pernyataan di atas menunjukkan kepekaan informan pada kalimatnya yang mengatakan “saya baca dulu baik-baik, cocok tidak saya sebarkan ke teman yang lain”. Hal ini menunjukkan bahwa informan memikirkan dampaknya ke pengguna yang lain. Ketika mendapatkan informasi *hoax*, khalayak yang menggunakan aspek emosi akan berpikir panjang untuk membagikan informasi tersebut. Dalam artian, khalayak telah mengetahui bahwa informasi tersebut *hoax* dan akan merugikan orang lain jika disebarluaskan seperti yang dirasakan sendiri oleh khalayak tersebut.

<sup>79</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

<sup>80</sup>Arpah Anwar, Ketua KIM Kecamatan Lanrisang, wawancara oleh penulis, 29 Agustus 2018

<sup>81</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

Namun disisi lain, informan juga tidak peduli terhadap informasi *hoax* tentang Habibie yang meninggal. Informan sadar dan tahu bahwa informasi tersebut *hoax* namun ia tetap diam hingga kebenaran informasi tersebut terungkap dengan sendirinya. Maka dapat disimpulkan bahwa informan telah memiliki kemampuan untuk tidak menyebarkan informasi *hoax*, namun tidak mampu memberitahu khalayak bahwa informasi yang menyebar adalah *hoax*. Informan hanya mampu membendung penyebaran *hoax* untuk dirinya sendiri namun tidak pada orang lain. Sehingga, kemampuan emosi informan masih kurang. Aspek emosi ini mengajak khalayak untuk selalu menggunakan emosi dan perasaannya ketika berhadapan dengan media. Aspek emosi ini pun berlaku untuk mengajak khalayak lain untuk tidak menyebarkan informasi *hoax*. Namun, ketika mengkonfirmasi ulang hal tersebut, informan mengaku pernah memberitahu temannya.

“Biasa disampaikan bahwa kau ini menyebar *hoax*, katanya saya juga ambil dari teman. Makanya saya beritahu hati-hatiki’, kalau ada begitu harus valid sumbernya darimana. Ketika masuk di grup, informasi itu bukanmi kita yang punya.”<sup>82</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa informan telah memiliki cukup kepekaan terhadap dampak penyebaran informasi *hoax*. Meskipun pada kenyataannya, kepekaan tersebut tidak digunakan secara aktif untuk menangkal informasi *hoax* yang telah menyebar di masyarakat. Informan masih diam ketika melihat informasi *hoax* menyebar. Sikap yang sama ditunjukkan oleh informan kedua, Mirwan mengaku bahwa ketika mendapatkan *hoax* dari temannya maka ia memberikan bantahan. Namun, disisi lain, ia juga sering mengabaikan informasi *hoax*. “Kita berikan bantahan bahwa ini yang perlu diperbaiki, ini yang

---

<sup>82</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

tidak benar. Kalau biasa ada *hoax* begitu, saya abaikan saja, saya hapus,”<sup>83</sup> ungkapnya. Informan ketiga pun memiliki sikap yang sama, ia cenderung mengabaikan jika ada *hoax* yang diterima.

Berdasarkan hasil penelitian tentang kemampuan literasi media informan maka dapat dihasilkan pemetaan sebagai berikut.

**Tabel 1.2 Kemampuan Literasi Media Sosial Informan**

Kemampuan	Syahrudin	Mirwan	Arpah Anwar	Paharuddin	Saripuddin
<i>Play</i>	Menggunakan <i>Facebook</i> <i>WhatsApp</i>	Menggunakan <i>Facebook</i> , <i>WhatsApp</i> , <i>Line</i> , <i>We-Chat</i>	Menggunakan <i>Facebook</i> dan <i>WhatsApp</i>	Menggunakan <i>Facebook</i> <i>WhatsApp</i>	Menggunakan <i>Facebook</i> <i>WhatsApp</i>
	Mengetahui fungsi dan kelebihan media sosial sebagai media pemberi informasi	Mengetahui fungsi dan kelebihan media sosial sebagai media informasi.	Mengetahui fungsi dan kelebihan media sosial sebagai media informasi	Mengetahui fungsi dan kelebihan media sosial sebagai media informasi	Mengetahui fungsi dan kelebihan media sosial sebagai media informasi
	Mengetahui kekurangan	Mengetahui kekurangan	Mengetahui kekurangan	Mengetahui kelebihan	Mengetahui kekurangan

<sup>83</sup>Mirwan, Sekretaris KIM Kecamatan Paleteang, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018

	media sosial yaitu adanya informasi yang tidak layak	media sosial yaitu banyaknya informasi yang tidak pantas	media sosial yaitu banyaknya informasi <i>hoax</i> .	media sosial yaitu jangkauann ya luas	media sosial yaitu banyaknya informasi <i>hoax</i> .
<i>Simulasi</i>	membanding kan informasi dengan kehidupan nyata	membanding kan informasi dengan kehidupan nyata	membandin gkan informasi dengan kehidupan nyata	membandin gkan informasi dengan kehidupan nyata	membandin gkan informasi dengan kehidupan nyata
	membanding kan informasi dengan membuka media lain.	membanding kan informasi dengan membuka media lain.	membandin gkan informasi dengan membuka media lain.	membandin gkan informasi dengan membuka media lain.	membandin gkan informasi dengan membuka media lain.
<i>Appropriation</i>	tidak pernah meminta izin kepada sumber informasi	tidak pernah meminta izin kepada sumber informasi	tidak pernah meminta izin kepada sumber informasi	tidak pernah meminta izin kepada sumber informasi	tidak pernah meminta izin kepada sumber informasi

<i>Judgment</i>	informan mengecek kebenaran informasi dengan membaca juga di media lain	membuka media lain untuk membandingkan informasi	informan tidak pernah mengecek sumber informasi.	Mengetahui media sosial yang informasinya terpercaya	Mengetahui sumber informasi terpercaya.
<i>Negotiation</i>	menghargai pendapat, menjadi penengah	menghargai pendapat, menjadi penengah	menghargai pendapat	menghargai pendapat	menghargai pendapat, menjadi penengah
Pengetahuan Tentang Hoax	mengetahui pengertian <i>hoax</i> secara umum dan ciri – ciri <i>hoax</i> serta cara penanggulngannya.	mengetahui pengertian dan mampu menyebutkan ciri – ciri <i>hoax</i> berdasarkan teori konseptual yang dikemukakan David Harley	Mengetahui pengertian <i>hoax</i> secara umum, namun tidak mampu menyebutkan ciri – ciri <i>hoax</i>	Mengetahui pengertian <i>hoax</i> secara umum, namun tidak mampu menyebutkan ciri – ciri <i>hoax</i>	Mengetahui pengertian <i>hoax</i> secara umum, namun tidak mampu menyebutkan ciri – ciri <i>hoax</i> secara detail

### 4.3 Pengetahuan Tentang Informasi *Hoax*

#### 4.3.1 Pengertian *Hoax*

Selain memiliki kemampuan memahami media, informan juga harus mampu memahami informasi *hoax*. Mulai dari pengertian informasi *hoax* hingga ciri – cirinya. Agar tujuan dari penelitian dapat tercapai. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, informasi *hoax* merupakan informasi bohong yang bertujuan untuk merugikan penerima pesan ataupun subjek informasi. Sehingga *hoax* merupakan kejahatan yang memiliki sanksi pidana maupun denda. Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa pengertian *hoax* menurut informan diantaranya bohong, fitnah, adu domba

##### 4.3.1.1 Bohong

Bohong merupakan salah satu ciri informasi *hoax*. Informasi yang disampaikan tidak berdasarkan fakta yang ada. Informan pertama mengatakan bahwa inti *hoax* sebenarnya adalah kebohongan. “Itu inti sebenarnya *hoax* yaitu kebohongan,”<sup>84</sup> ungkapnya. Informan kedua pun mengatakan bahwa informasi *hoax* merupakan informasi bohong yang mengandung unsur ajakan dan menyesatkan.<sup>85</sup> Seperti yang telah dibahas pada bab II, *hoax* memiliki tujuan untuk memperdaya, menipu dan menyesatkan, sehingga untuk memenuhi itu maka orang-orang diajak untuk bergabung atau ikut untuk menyebarkan informasi yang tidak benar tersebut. Informan ketiga, Arpah Anwar pun mengungkapkan pengertian yang sama bahwa *hoax* merupakan informasi bohong atau tidak benar.<sup>86</sup>

---

<sup>84</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

<sup>85</sup>Mirwan, Sekretaris KIM Kecamatan Paletang, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

<sup>86</sup>Arpah Anwar, Ketua KIM Kecamatan Lanrisang, wawancara oleh penulis, 29 Agustus 2018

#### 4.3.1.2 Fitnah

Fitnah merupakan perbuatan yang menuduh atau mengubah sesuatu yang benar menjadi tidak benar. Fitnah merupakan bagian dari kebohongan. Sehingga benar, jika fitnah merupakan unsur dari *hoax* yang dapat merugikan orang lain. Sebagaimana yang terjadi di Bekasi beberapa waktu yang lalu. Sebuah warung bakso Kumis Permai VI, di jalan utama Perumahan Graha Prima Baru Blok M, Mangunjaya, Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi langsung sepi pelanggan. Hal tersebut terjadi karena berita bohong yang tersebar melalui media sosial *Facebook* dan grup *Whatsapp* menyebut, kalau warnungnya digerebek polisi karena menggunakan daging babi.<sup>87</sup> Tidak hanya di Bekasi, di Kabupaten Pinrang tempat tinggal peneliti pun sering terdengar hal yang sama. Beberapa warung bakso atau warung makanan diduga menggunakan daging yang tidak halal ataupun menggunakan jimat-jimat yang terdengar jijik agar makanannya laris. *Hoax* memang selalu berimplikasi pada kerugian. Informan pertama mengatakan bahwa “informasi *hoax* itu tentu orang sudah paham bahwa informasi yang menyebar fitnah”.<sup>88</sup>

#### 4.3.1.3 Intimidasi

Intimidasi merupakan perbuatan menakut-nakuti orang lain agar kehidupan mereka tidak nyaman, aman dan tentram. Seperti kasus di Bekasi tersebut, khalayak ditakut-takuti dan dibuat khawatir tentang warung bakso dan akan berimplikasi pada selera makan khalayak. Selain khalayak, implikasi dari intimidasi tersebut juga diterima pemilik warung. Melihat warnungnya sepi,

---

<sup>87</sup>Okezone. “Kasihan! Jadi Korban *Hoax* di Medsos, Pedagang Bakso Ini Ditinggal Pelanggan,” *situs resmi Harian Okezone*. <https://news.okezone.com/read/2017/09/28/338/1784702/kasihan-jadi-korban-hoax-di-medsos-pedagang-bakso-ini-ditinggal-pelanggan>

<sup>88</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

tentu akan menimbulkan kekhawatiran dan ketakutan akan hidup yang sejahtera. Karena warung tersebut merupakan sumber pendapatan mereka. Sehingga benar yang dikatakan oleh informan bahwa *hoax* mengandung kebohongan, fitnah dan intimidasi. Maka sangat rugilah mereka yang menyebarkan informasi *hoax* karena dalam Al-Qur'an Allah sangat membenci fitnah dan kebohongan. Keduanya merupakan sifat yang sangat berbahaya bagi diri sendiri maupun orang lain. Fitnah pun dikatakan lebih kejam dari pembunuhan.

#### 4.3.2 Ciri – Ciri Informasi *Hoax*

Informasi *hoax* menjadi sebuah hal yang sulit diketahui karena memiliki sifat manipulatif sehingga tidak sedikit orang yang tertipu. Sehingga untuk mengetahui informasi yang mengandung *hoax*, maka khalayak harus mengetahui ciri – ciri atau karakteristik informasi *hoax*. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan beberapa ciri *hoax* yaitu tidak memiliki sumber yang jelas, tidak masuk akal dan mengandung unsur ajakan.

##### 4.3.2.1 Tidak masuk akal

Informasi yang benar dan sesuai fakta tentu masuk akal. Informan mengatakan bahwa informasi *hoax* memiliki ciri tidak masuk akal.

Ciri ciri informasi *hoax* itu adalah informasi yang tidak berdasarlah artinya secara akal sehat tidak masuk akal. Kemudian tentu kita bandingkan fakta di lapangan, benar nda itu informasi kalau tidak, jelas itu *hoax*.<sup>89</sup>

Tidak masuk akal menurut informan ialah informasi yang tidak sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan atau kejadian sebenarnya. Hal senada dikatakan oleh informan ketiga Arpah Anwar. Ia mengatakan bahwa *hoax* itu informasi

<sup>89</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

yang tidak sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan. Pada hal ini, informan menggunakan kemampuan literasi media aspek kognitif dalam mengidentifikasi informasi *hoax*. Sebagaimana yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya bahwa aspek kognitif menurut Potter merujuk pada proses mental dan pemikiran. Meskipun sebenarnya tidak semua informasi yang tidak masuk akal adalah *hoax*. Contohnya informasi yang unik dan langka. Jika dipikir secara logika, informasi tersebut masuk akal namun benar – benar terjadi.

#### 4.3.2.2 Tidak memiliki sumber yang jelas

Berdasarkan ungkapan diatas, menurut informan ciri – ciri informasi *hoax* yaitu informasi yang tidak memiliki dasar, dalam artian tidak memiliki sumber yang jelas. Informasi *hoax* biasanya memiliki pesan yang memuat suatu *link* atau alamat *website*, Namun, ketika *link* tersebut di klik maka yang muncul tidak sesuai dengan informasi yang dibagikan. Seperti informasi yang beredar di *WhatsApp* baru-baru ini.

**Gambar 2.9 Contoh Informasi Hoax**



Informasi *hoax* diatas memiliki sumber yang tidak jelas dan nama website yang tidak terpercaya. Jika khalayak mengklik *link* tersebut, maka mereka diarahkan untuk menyebarkan informasi tersebut sebagai syarat untuk mendapatkan 20 GB. Ini merupakan salah satu ciri – ciri *hoax* yang dikemukakan David Harley bahwa *hoax* memiliki pesan berantai.

#### 4.3.2.3 Mengandung Unsur Ajakan

Salah satu ciri *hoax* yaitu pesannya berantai. Sehingga mengandung unsur ajakan untuk mengikut dan menyebarkan informasi tersebut. Informan kedua, Mirwan mengungkapkan ciri-ciri *hoax* dengan jelas bahwa *hoax* mengandung unsur ajakan yang memuat kata-kata sebarkan, viralkan dan bagikan.

*Hoax* itu ada kata-kata viralkan, sebarkan dan lainnya. Ada kata-kata selalu ingin mengajak orang lain untuk mengajak bergabung. Jadi *hoax* sebenarnya itu, jika orang awam dan kurang wawasannya itu memang sulit dibedakan<sup>90</sup>

Hal tersebut pun sesuai dengan ungkapan David Harley bahwa salah satu ciri informasi *hoax* yaitu memiliki karakteristik pesan berantai seperti sebarkan ini ke semua orang.<sup>91</sup>

#### 4.3.2.4 Mengandung Unsur Adu Domba

Ciri lain yang disebutkan informan yaitu mengandung unsur adu domba. Hal tersebut disebutkan oleh informan kedua Mirwan, bahwa informasi *hoax* mengandung unsur adu domba dan mengumbar kepribadian seseorang yang mengarah pada hal negatif, seperti memunculkan aib.

Termasuk juga ingin mengadu domba, memunculkan pribadi seseorang. Meskipun itu benar tapi kan itu aib orang tidak boleh disebarakan apalagi sudah ada larangan yang jelas dalam agama.

Seperti yang dikatakan oleh Potter bahwa literasi media tidak pernah lepas dari yang namanya etika. *Hoax* pun muncul karena tidak adanya etika.

<sup>90</sup>Mirwan, Sekretaris KIM Kecamatan Paletang, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018

<sup>91</sup>Welive Security. "Common Hoaxes Chain Letters," *Situs Resmi Welive Security*. [https://www.welivesecurity.com/media\\_files/white-papers/CommonHoaxes+ChainLetters%28May2008%29.pdf](https://www.welivesecurity.com/media_files/white-papers/CommonHoaxes+ChainLetters%28May2008%29.pdf) (diakses pada 13 Februari 2018)

#### 4.3.2.4 Mengandung Unsur Tipuan

*Hoax* merupakan informasi bohong yang tidak pernah lepas dari tipuan. Hal tersebut diungkapkan oleh informan Saripuddin. Ia memberikan contoh ketika ada informasi di Pinrang bahwa akan ada tsunami. Informasi tersebut merupakan tipuan yang dibuat oleh orang – orang yang tidak bertanggungjawab untuk memanfaatkan keadaan. Akhirnya, banyak warga Pinrang yang berada di pesisir bahkan yang jauh dari laut, mengungsi mencari tempat aman. Akibatnya, banyak rumah yang tidak terkunci karena kepanikan yang luar biasa dirasakan warga. Mereka hanya berpikir keselamatan. Pada akhirnya, situasi tersebut dimanfaatkan oleh mereka yang menyebar *hoax* untuk masuk ke rumah warga mengambil barang – barang.

Pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa informan memiliki pengetahuan *hoax* yang baik dengan menggunakan kemampuan kognitif dalam menganalisis mana informasi yang benar dan tidak. Selain kognitif, informan juga menggunakan kemampuan emosinya. Ia mengatakan, “kentara ji itu kalau informasi *hoax*, baru diliat ditaumi.”<sup>92</sup> Informan menggunakan perasaannya dalam mengetahui informasi *hoax* namun tidak mampu mendeskripsikan secara jelas. Informan hanya mampu menyebutkan bahwa informasi *hoax* merupakan berita bohong yang tidak berdasar dan tidak masuk akal.

KIM memiliki andil besar dalam penanganan informasi *hoax*. Informan Syahrudin memiliki cara agar *hoax* tidak menyebarluas di masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara, ketika mendapatkan informasi *hoax* yang sudah meresahkan masyarakat maka ia bersama anggotanya akan rembukkan dengan lurah.

---

<sup>92</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

Biasa kalau ada berita – berita *hoax*, itu kita sampaikan, kita rembukkan bersama pak lurah. Pak lurah biasa sampaikan ke mesjid-mesjid, disampaikan bahwa inilah informasi yang benar, yang berkembang itu tidak benar. Jadi biasa hari Jumat disampaikan bahwa inilah informasi yang benar yang berkembang itu tidak benar.<sup>93</sup>

Informasi *hoax* yang memiliki karakter pesan berantai juga harus ditanggulangi dengan pesan berantai pula. Cara informan diatas sangat efektif dalam menangkali informasi *hoax* yang telah menyebar dan meresahkan masyarakat. Lurah sebagai pemimpin masyarakat tentu memiliki peran yang sangat penting. Waktu penyampaian yaitu pada saat sholat Jumat merupakan waktu yang efektif karena seluruh kepala keluarga berkumpul. Sehingga, informasi yang benar akan disampaikan berulang kepada anggota keluarga lainnya ketika pulang ke rumah masing – masing. Dengan cara tersebut, masyarakat akan terhindar dari informasi *hoax*.

Berbeda halnya dengan Arpah Anwar yang lebih memilih mesjid sebagai media penyampai kebenaran. Namun tujuan mereka sama. Begitupun dengan Saripuddin, ketika ada informasi *hoax* yang meresahkan masyarakat, maka ia akan sampaikan ke anggota KIM yang lain untuk disampaikan ke masyarakat.

Berita tentang mau tsunami itu dulu kan sempat ramai, tapi langsung ada pemberitahuan dari pak Kadis Kominfo di grup bahwa berita itu hanya *hoax*, akhirnya saya bagikan ke grup untuk disampaikan ke anggota yang lain. Sehingga mereka juga sampaikan ke keluarganya yang lain.

Hal di atas merupakan upaya dari KIM Kecamatan Mattiro Bulu. Selain menyampaikan di media sosial, mereka juga menelpon langsung ke keluarga agar disampaikan kepada masyarakat lainnya

---

<sup>93</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

#### 4.3.3 Jenis Informasi *Hoax*

Informasi *hoax* datang dari berbagai aspek, mulai dari ekonomi, sosial, kesehatan hingga politik. Berdasarkan hasil penelitian, ketiga informan lebih banyak mendapatkan informasi *hoax* tentang politik. Informan pertama menyebutkan salah satu contoh *hoax* politik yang pernah menyebar dan meresahkan masyarakat.

Mengenai inikan lagi gaduh-gaduhnya capres – cawapres. Jokowi dikatakan kristenlah, PKI lah. Itukan *hoax*. Jokowi itu haji, bukan PKI, jadi *hoax* itu. Banyak sekali *hoax*, terutama di dunia politik.<sup>94</sup>

Salah satu contoh *hoax* yang dikemukakan informan yaitu Jokowi diduga kristen dan PKI. Informan mengatakan hal tersebut *hoax* karena Jokowi beragama Islam dan telah menunaikan ibadah haji. Jadi menurutnya, informasi tersebut *hoax* karena tidak sesuai dengan fakta dan tentunya tidak masuk akal. Informan juga menyebutkan begitu banyaknya informasi *hoax* yang menyebar, terutama dalam dunia politik. Hal tersebut membenarkan survei Co-Founder Provetic, Syafiq Pontoh yang mengatakan, bahwa jenis *hoax* yang paling sering diterima masyarakat adalah masalah sosial politik yaitu sekitar 91,8 persen. Kemudian disusul masalah suku, agama, ras dan antargolongan (SARA) sebanyak 88,6 persen. Selanjutnya kesehatan sebanyak 41,2 persen, makanan dan minuman sebanyak 32,6 persen, penipuan keuangan 24,5 persen, masalah ilmu pengetahuan dan teknologi atau Iptek 23,7 persen, berita duka 18,8 persen, candaan 17,6 persen, bencana alam 10,3 persen, dan terakhir masalah lalu lintas sebanyak 4 persen.<sup>95</sup> Berdasarkan data tersebut, sangat jelas bahwa jenis informasi *hoax* yang banyak tersebar ialah masalah politik. Hal tersebut berkaitan dengan kekuasaan yang merupakan kebutuhan dasar manusia. Para

<sup>94</sup>Syahrudin, Ketua KIM Kecamatan Watang Sawitto, wawancara oleh penulis, 25 Juli 2018.

<sup>95</sup>Republika, “Begini Dampak Berita *Hoax*”. *Situs Resmi Republika*. <https://www.republika.co.id/berita/trendtek/internet/17/04/11/oo7uxj359-begini-dampak-berita-hoax>

elit politik menggunakan segala macam cara untuk memenangkan pemilihan umum ataupun pemilihan kepala daerah. Salah satunya dengan menyebarkan informasi *hoax* yang menguntungkan dirinya namun merugikan orang lain. Anita sebagai Ketua Masyarakat Anti Fitnah dan *Hoax* Indonesia (Mafindo) mengatakan bahwa *hoax* dijadikan sebagai salah satu instrumen untuk merebut kekuasaan dan dapat melenyapkan rasa kemanusiaan.<sup>96</sup>

Jenis informasi *hoax* lainnya yang pernah didapatkan oleh informan ialah soal undian dan hadiah. Jenis *hoax* yang satu ini bertujuan untuk menipu khalayak agar memberikan sejumlah uang atau harta untuk menebus sesuatu. Namun, semua informan mengaku tidak mepedulikan *hoax* semacam ini. Ia lebih tertarik pada *hoax* masalah politik. *Hoax* yang satu ini memang selalu menjadi hal yang diacuhkan, karena dianggap sebagai hal biasa. Namun, dampaknya bisa berbahaya. Yaitu, harta korban bisa saja raib karena informasi tersebut. Beberapa masyarakat mengaku pernah mendapatkan informasi tersebut, baik melalui telpon, sms maupun media sosial. Jika masyarakat tidak memiliki pengetahuan yang luas dan pengalaman yang baik, maka akan sangat mudah tertipu dan menjadi korban. Namun, yang sangat penting adalah tidak menjadikan orang lain sebagai korban, karena informasi seperti ini akan memberikan sugesti untuk meneruskan kepada yang lain karena dianggap sebagai hal yang menarik.

KIM sebagai duta informasi, haruslah menjadi garda terdepan dalam penanganan *hoax*. Namun, berdasarkan hasil penelitian, salah satu anggota KIM di grup *WhatsApp* KIM Kabupaten mengirimkan informasi *hoax* jenis ini.

---

<sup>96</sup>Tempo, "Mafindo: Isu Politik Paling Banyak Dijadikan Bahan Hoax", *Situs Resmi Tempo*, <https://nasional.tempo.co/read/1131680/mafindo-isu-politik-paling-banyak-dijadikan-bahan-hoax/full&view=ok>

Gambar 2.8 Kategori *Hoax*



Paharuddin mengatakan bahwa informasi tersebut merupakan *hoax*, “nah *hoax* ini (sambil menunjuk gambar tersebut).”<sup>97</sup> Informasi tersebut menunjukkan bahwa masih ada anggota KIM yang belum mengetahui ciri – ciri *hoax* secara detail. Seperti informasi yang dibagikan, tidak jelas tokoh yang ada di dalam gambar dan apa sebabnya ia dicari. Informasi tersebut merupakan jenis *hoax* hadiah yang menawarkan uang ratusan juta.

<sup>97</sup>Paharuddin, Sekretaris KIM Kecamatan Suppa, wawancara oleh penulis, 28 November 2018

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 KESIMPULAN

##### 5.1.1 Kemampuan Literasi Media Sosial Informan

Berdasarkan hasil penelitian, lima informan yang merupakan pengurus Kelompok Informasi Masyarakat di Kecamatan Suppa, Mattiro Bulu, Paleteang, Watang Sawitto dan Lanrisang belum sepenuhnya memiliki kemampuan literasi media berdasarkan unit analisis kemampuan literasi media Jenkis yaitu *play*, *simulation*, *appropriation*, *judgment* dan *negotiaton*.

Lima kemampuan tersebut tidak sepenuhnya dimiliki masing – masing informan. Kemampuan *play* dan *simulation* dimiliki semua informan, *appropriation* tidak dimiliki oleh satu informan pun, *judgment* tidak dimiliki oleh informan ketiga dan *negotiation* dimiliki semua informan.

##### 5.2.2 Pemahaman Tentang Informasi *Hoax*

Pemahaman informasi *hoax* ketiga informan cukup baik. Pemahaman ini terbagi menjadi tiga bagian diantaranya mengetahui pengertian informasi *hoax*, mengetahui ciri – cirinya dan mengetahui jenis-jenis *hoax*. Kelima informan telah mampu memanfaatkan media dengan bijak dan telah memahami bahaya dari penyebaran informasi *hoax*. Namun, pengetahuan tentang informasi *hoax* secara detail masih rendah. Informan belum mampu menyebutkan ciri – ciri *hoax* secara detail. Sehingga, besar kemungkinan mereka belum mampu membedakan informasi *hoax* dengan lainnya. Terbukti ditemukannya informasi *hoax* yang disebar langsung oleh anggota KIM pada grup *whatsapp*.

## 5.1 SARAN

- 5.1.1 Media sosial sebagai media komunikasi yang memiliki kekuatan dan pengaruh yang besar dalam penyebaran informasi sebaiknya mampu memberikan efek terhadap masyarakat tentang kebaikan serta tidak terlepas dari nilai dan moral. Maka dari itu perlunya kesadaran khalayak akan dampak media sehingga mampu memanfaatkan media sosial dengan bijak.
- 5.1.2 Diharapkan Kelompok Informasi Masyarakat lebih literasi media dan informasi *hoax*, agar tugas dan fungsinya dapat berjalan dengan baik.
- 5.1.3 Pemilihan anggota Kelompok Informasi Masyarakat melalui proses seleksi dengan melihat kualitas. Orang-orang yang dipilih memiliki kemampuan literasi media yang baik dan aktif dalam tugasnya sebagai media informasi masyarakat.
- 5.1.4 Perlunya peningkatan pemberdayaan anggota KIM terkait literasi media sosial dan pemahaman terhadap informasi *hoax*.
- 5.1.5 Peningkatan fasilitas KIM demi menunjang tugas dan fungsinya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro, Lukita Komala, dan Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa*.  
Edisi revisi dan diperluas. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Asosiasi Komunikasi dan Penyiaran Islam. 2017. *Melawan Hoax di Media Sosial dan Media Massa*. Yogyakarta: Trustmedia.
- Aspikom. 2017. *Komunikasi di Era Teknologi Digital*. Yogyakarta: Himpenindo.
- Berger, C.R., Michael E. Roloff dan David R. Roskos-Ewoldsen. 2014. *The Handbook of Communication Science*, diterjemahkan Derta Sri Widowatie dengan judul, *Handbook Ilmu Komunikasi*. Bandung: Nusa Media.
- Bungin, Burhan. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Jakarta: CV Pustaka Setia.
- Departemen Agama. 2007. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Semarang: Toha Putra
- Departemen Pendidikan Nasional. 2013. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*. Jakarta: Gramedia.
- Fachrul Nurhadi, Zikri. 2015. *Teori-Teori Komunikasi dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*. Bogor: Ghalia.
- Fidler, Rogert. 2009. Dikutip dalam Werner J. Severin dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Gane, Nicholas dan David Beer. 2016. Dikutip dalam Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- Gracia Rahmi Adiarsi, Yolanda Stellarosa dan Martha Warta Silaban. 2015. "Literasi Media Internet Dikalangan Mahasiswa," Jurusan Ilmu Komunikasi STIKOM The London School of Public Relation
- Holmes, David. 2012. *Teori Komunikasi Media, Teknologi dan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat, dkk.. 2013. *Potret Media Massa di Indonesia*, Malang: UB Press.
- M. Yusup, Pawit. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy dkk. 2016. *Komunikasi Media dan Masyarakat*. Bandung: Rosda.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Kencana.
- Novita A, Clara. 2016. *Literasi Media Baru dan Penyebaran Informasi Hoax (Studi Fenomenologi Pengguna WhatsApp dalam Penyebaran Informasi Hoax Periode Januari-Maret 2016)*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gajah Mada.
- Pemerintah Kabupaten Pinrang. 2018. *Keputusan Bupati Pinrang Nomor 490/330/2018 Tentang Pembentukan Kelompok Informasi Masyarakat Tingkat Kecamatan Se Kabupaten Pinrang Tahun 2018 – 2021*.
- Republik Indonesia. 2013. “Undang-Undang RI Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik,” dalam Maskun, *Kejahatan Siber Cyber Crime*. Jakarta: Kencana
- Severin, Werner J. dan James W. Tankard, Jr.. 2009. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*, Jakarta: Kencana.
- Sukardi. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, Depok: Grafindo.
- Usman, Husaini. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara

### **Sumber Lainnya**

- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektua. 2018., “Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta,” *Official Website Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual RI*, [http://www.dgip.go.id/images/ki-images/pdf-files/uu\\_pp1/uu\\_no\\_19\\_th\\_2002.pdf](http://www.dgip.go.id/images/ki-images/pdf-files/uu_pp1/uu_no_19_th_2002.pdf)
- Hoaxes. 2018. “*What is A Hoax*”. Situs Resmi Hoaxes. <http://hoaxes.org/Hoaxpedia/What-is-a-hoax>. (13 Februari)
- Hoax Busters. 2018. “*Hoax 10*,” *Situs Resmi Hoax Busters*. <http://hoaxbusters.org/> (13 Februari)

- Kementrian Hukum dan HAM. 2018. "Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI Nomor 22 /PER/M.KOMINFO/12/2010 Tentang Standar Pelayanan Minimal Bidang Komunikasi Dan Informatika di Kabupaten/Kota," *Official Website Kementerian Hukum dan HAM*,  
<http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/arsip/bn/2010/bn651-2010.pdf>
- Kementrian Komunikasi dan Informatika. 2018. "Menkominfo: Hoax Itu Seperti Korupsi Harus Diperangi," *Official Website Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia*.  
[https://kominfo.go.id/content/detail/9156/menkominfo-hoax-itu-seperti-korupsi-harus-diperangi/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/9156/menkominfo-hoax-itu-seperti-korupsi-harus-diperangi/0/sorotan_media) (15 Februari)
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan. 2018. "Kamus Besar Bahasa Indonesia Online," *Official Website Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia* <http://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Media> (03 Maret)
- Majelis Ulama Indonesia. 2018. "Fatwa No. 24 Tahun 2017 Tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial," *Official Website Majelis Ulama Indonesia*. <https://mui.or.id/wp-content/uploads/2017/06/Fatwa-No.24-Tahun-2017-Tentang-Hukum-dan-Pedoman-Bermuamalah-Melalui-Media-Sosial.pdf> (13 Februari)
- Muslim Dakwah. 2018. "Hadits Tentang Kejujuran," *Situs Resmi Muslim Dakwah*. <https://www.muslimdakwah.com/2017/10/hadits-tentang-kejujuran.html> (13 Februari)
- Okezone. 2018. "Kasihan! Jadi Korban *Hoax* di Medsos, Pedagang Bakso Ini Ditinggal Pelanggan," *Situs resmi Harian Okezone*.  
<https://news.okezone.com/read/2017/09/28/338/1784702/>  
kasihan-jadi-korban-hoax-di-medsos-pedagang-bakso-ini-ditinggal-pelanggan (10 Maret)
- Republika. 2018. "Begini Dampak Berita *Hoax*". *Situs Resmi Republika*.  
<https://www.republika.co.id/berita/trendtek/internet/17/04/11/oo7uxj359-begini-dampak-berita-hoax> (11 Maret)
- Welive Security. 2018. "Common Hoaxes Chain Letters," *Situs Resmi Welive Security*. <https://www.welivesecurity.com/mediafiles/whitepapers/CommonHoaxes+ChainLetters%28May2008%29.pdf> (13 Februari)

# LAMPIRAN





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8 Soreang Kota Parepare 91132 ☎ (0421)21307 📠 (0421) 24404

Po Box : 909 Parepare 91100 Website : www.iainparepare.ac.id Email: info.iainparepare.ac.id

Nomor : B 405 /In.39/PP.00.9/06/2018  
Lampiran : -  
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.  
Kepala Daerah KAB. PINRANG  
di  
KAB. PINRANG

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE :

Nama : HAYYU HUMAERA  
Tempat/Tgl. Lahir : BELA-BELAWA, 18 Desember 1996  
NIM : 14.3100.024  
Jurusan / Program Studi : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi Penyiaran Islam  
Semester : VIII (Delapan)  
Alamat : BELA-BELAWA, KEC. SUPPA, KAB. PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **KAB. PINRANG** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

**"KEMAMPUAN LITERASI MEDIA SOSIAL KELOMPOK INFORMASI MASYARAKAT (KIM) KABUPATEN PINRANG TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI HOAX"**

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **Juni** sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

5 Juni 2018

A.n Rektor

Plt. Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL)



Muh. Djunaidi



**PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG**  
**SEKRETARIAT DAERAH**  
Jln. Bintang No. 01 Telp (0421) 923 056 – 922 914 - 923 213  
**PINRANG**

Pinrang, 6 Juni 2018

Kepada

Nomor : 070 / 357./ Kemasy.  
Lamp. : -  
Perihal : **Rekomendasi Penelitian.**

Yth **Kepala Dinas Komunikasi dan  
Informatika Kab.Pinrang**  
di-

**Pinrang.**

Berdasarkan Surat Plt.Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare Nomor : B-485/In.39/PP.00.9/06/2018 tanggal 5 Juni 2018 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian, mahasiswa atau peneliti di bawah ini :

Nama : HAYYU HUMAERA  
Nim : 14.3100.024  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan/Prog Study : Mahasiswi/Dakwah dan Komunikasi/  
Komunikasi Penyiaran Islam  
Alamat : Dusun Bela-belawa Kec.Suppa Kab.Pinrang  
Telephone : 082349 339 298.

Bermaksud mengadakan Penelitian di Daerah / Instansi Saudara dalam rangka Penyusunan Skripsi dengan judul "**KEMAMPUAN LITERASI MEDIA SOSIAL KELOMPOK INFORMASI MASYARAKAT (KIM) KABUPATEN PINRANG TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI HOAX**" yang pelaksanaannya pada tanggal 7 Juni s/d 17 Juli 2018.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami menyetujui atau merekomendasikan kegiatan yang dimaksud dan dalam pelaksanaan kegiatan wajib memenuhi ketentuan yang tertera di belakang surat rekomendasi penelitian ini:

Demikian rekomendasi ini disampaikan kepada Saudara untuk diketahui dan pelaksanaan sebagaimana mestinya.

An. **SEKRETARIS DAERAH**

Asisten Pemerintahan dan Kesra

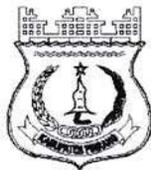
**Drs. RISMAN LAUPE**

Pangkat: Pembina Utama Muda

Nip. 19590305 1990202 1 001

**Tembusan:**

1. Bupati Pinrang sebagai laporan di Pinrang;
2. Dandim 1404 Pinrang di Pinrang;
3. Kapolres Pinrang di Pinrang;
4. Kepala Kantor Kementerian Agama Kab.Pinrang di Pinrang;
5. Kepala Badan Kesbang dan Politik Kab.Pinrang di Pinrang;
6. Plt Wakil Rektor Bidang APL IAIN Parepare di Parepare;
7. Camat Watang Sawitto di Pinrang;
8. Yang bersangkutan untuk diketahui;
9. Arsip.



**PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG**  
**DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**

Jalan. Bintang No.1 Kabupaten Pinrang  
Telp. (0421) 921 071

**SURAT KETERANGAN**

Nomor:555/190/Diskominfo/X/2018

Yang bertanda tangan dibawah ini:

**Nama** : Drs. Moh. Zainal Hafid, MM

**Nip** : 19641210 199303 1 006

**Pangkat/gol** : Pembina Utama Muda

**Jabatan** : Kepala Dinas

Menerangkan bahwa

**Nama** : Hayyu Humaera

**NIM** : 14.3100.024

**Jurusan** : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi dan Penyiaran Islam

**Lembaga** : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Telah melaksanakan penelitian di lingkup Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Pinrang.dengan judul **“Kemampuan Literasi Media Sosial Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Pinrang Terhadap Penyebaran Informasi Hoax”**

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

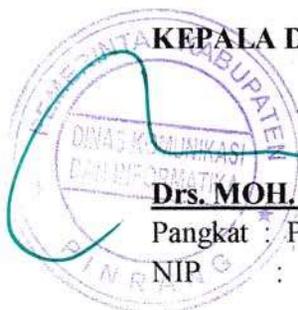
Dikeluarkan di : Pinrang  
Pada Tanggal : 26 Oktober 2018

**KEPALA DINAS,**

**Drs. MOH. ZAINAL HAFID**

Pangkat : Pembina Utama Muda

NIP : 19641210 199303 1 006



## PANDUAN WAWANCARA

No	Kemampuan	Unit Analisis	Pertanyaan
1	Play	Mengetahui fungsi, kelemahan, kelebihan, maupun cara penggunaan media baru tersebut	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menurut Anda, apa sajakah fungsi media sosial yang Anda gunakan?</li> <li>2. Apakah kelemahan dan kelebihan dari media sosial tersebut?</li> <li>3. Dari semua item media sosial, apakah Anda tahu fungsi dan cara penggunaannya?</li> <li>4. Apakah Anda mengetahui cara menyebarkan informasi di akun media sosial yang Anda gunakan?</li> </ol>
2	Simulation	<p>Bisa mengenali kredibilitas informasi yang ditemui</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mengecek kebenaran</li> <li>- memeriksa kelengkapan</li> <li>- membandingkan informasi dengan kehidupan nyata</li> <li>- membandingkan informasi dengan membuka media lain</li> <li>- memberikan penilaian</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Apa yang Anda lakukan ketika mendapatkan informasi ?</li> <li>6. Bagaimana cara Anda mengecek kebenaran informasi?</li> <li>7. Apakah Anda memeriksa kelengkapan informasi? Jika Ya, mengapa dan bagaimana? Jika tidak, mengapa?</li> <li>8. Apakah Anda mengetahui ciri – ciri informasi yang lengkap?</li> <li>9. Apakah Anda mengetahui prinsip 5W 1H?</li> <li>10. Apakah Anda membandingkan informasi dengan kehidupan nyata? Jika Ya, mengapa dan bagaimana? Jika</li> </ol>

			<p>tidak, mengapa?</p> <p>11. Apakah Anda membandingkan informasi dengan membuka media lain? Kenapa?</p> <p>12. Apakah Anda memberikan penilaian terhadap informasi? Bagaimana caranya?</p>
3	Appropriation	<p>Bisa menyadur informasi secara legal dan etis dan mampu memahami konsekuensi penyebaran informasi yang tak terbatas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meminta izin pada pengirim informasi saat akan mengedit dan atau menyebarkan informasi</li> <li>- Mencantumkan sumber saat menyebarkan informasi</li> <li>- Memahami konsekuensi penyebaran sebuah informasi yang tidak terbatas di media sosial</li> </ul>	<p>13. Apakah Anda meminta izin pada pengirim informasi ketika ingin menyebarkan informasi yang ia kirim? Mengapa?</p> <p>14. Apakah Anda mencantumkan sumber informasi saat menyebarkan informasi? Mengapa?</p> <p>15. Menurut Anda, apa konsekuensi dari penyebaran informasi yang tidak terbatas di media sosial?</p> <p>16. Hal lain yang Anda lakukan ketika ingin menyadur atau mengcopy paste sebuah informasi.</p>
4	Multitasking	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mencermati pesan saat membuka media sosial</li> <li>- Memetakan manfaat informasi saat mencermati pesan</li> <li>- Mampu merespon pesan dengan tepat sambil mengerjakan pekerjaan lain</li> </ul>	<p>17. Apakah Anda mampu mencermati isi informasi media ketika bekerja? Mengapa? Bagaimana cara melakukannya?</p> <p>18. Selain mencermati isi informasi, apakah Anda juga mampu merespon informasi, seperti memberikan komentar atau membagikan informasi pada saat</p>

			<p>Anda bekerja?</p> <p>19. Apakah Anda dapat mengetahui manfaat dari informasi yang diterima?</p>
5	Judgment	Mampu mengenali kredibilitas sumber informasi	<p>20. Ketika mendapatkan informasi apakah Anda mengecek sumbernya? Mengapa?</p> <p>21. Apakah Anda menganalisa keterpercayaan sumber informasi? Bagaimana caranya dan mengapa?</p> <p>22. Apakah Anda membandingkan informasi dengan informasi yang sama di sumber yang lain? Mengapa?</p> <p>23. Sumber informasi yang terpercaya menurut Anda. Mengapa ?</p>
6	Negotiation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mampu memahami adanya perbedaan etika, nilai dan norma antar pengguna media sosial</li> <li>- Mampu merespon pesan dengan bijak</li> </ul>	<p>24. Bagaimana Anda menanggapi keberagaman seperti perbedaan pendapat antar pengguna media sosial ?</p> <p>25. Apa yang Anda lakukan ketika terjadi perdebatan atau konflik di media sosial? Apakah Anda bisa menahan diri untuk tidak mengeluarkan kata – kata yang bisa menyulut emosi?</p> <p>26. Apakah Anda memilih pengguna medsos ketika ingin menyebarkan informasi?</p> <p>27. Apakah Anda memberitahu pengguna lain ketika</p>

			ada informasi hoax?
7	Visualization	Mampu membuat konten media/informasi	<p>28. Apakah Anda sering membuat informasi untuk disebar di media sosial?</p> <p>29. Apa tujuan Anda membuat informasi tersebut?</p>
8	Networking	Kemampuan dalam mencari, menyaring dan menyebarkan informasi	<p>30. Apakah Anda sering mencari informasi?</p> <p>31. Informasi apa saja?</p> <p>32. Ketika mendapatkan informasi, apakah anda mampu menyaring mana yang layak dan tidak? Bagaimana cara Anda membedakannya?</p> <p>33. Seberapa sering Anda menyebarkan informasi? Informasi apa saja?</p> <p>34. Media sosial yang paling sering digunakan untuk menyebarkan informasi?</p> <p>35. Apa tujuan Anda menyebarkan informasi?</p>
9	Pengetahuan tentang informasi hoax	Mengetahui ciri – ciri hoax	<p>36. Apa yang Anda ketahui tentang informasi <i>hoax</i>?</p> <p>37. Apa ciri – ciri <i>hoax</i> yang Anda ketahui?</p> <p>38. Apa saja jenis <i>hoax</i> yang Anda ketahui ?</p>

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama : Ir. SYAHRUDDIN

Umur : 48 TAHUN

Alamat : TASSOKKOE KELURAHAN SALO KEP. WT. SAWITTO

Pekerjaan : WIRASWASTA

Menerangkan bahwa benar telah diwawancarai oleh Hayyu Humaera untuk keperluan penelitian Skripsi dengan judul penelitian "*Kemampuan Literasi Media Sosial Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Pinrang Terhadap Penyebaran Informasi Hoax*", demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang,.....2018

Yang bersangkutan,

  
.....Ir. SYAHRUDDIN.....

**SURAT KETERANGAN WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama **HARUDIN. SE**

Umur **42 TAHUN**

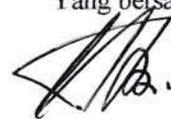
Alamat **BTN CARAWALI BLOK C. 181**

Pekerjaan **PNS (DISKOMINFO)**

Menerangkan bahwa benar telah diwawancarai oleh Hayyu Humaera untuk keperluan penelitian Skripsi dengan judul penelitian "***Kemampuan Literasi Media Sosial Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Pinrang Terhadap Penyebaran Informasi Hoax***", demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang,.....2018

Yang bersangkutan,



**HARUDIN. SE**

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama : MIRWAN KADIR MIRW

Umur : 46 TAHUN

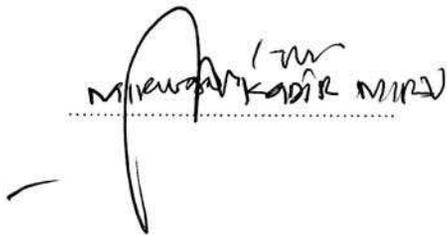
Alamat : JL BULO MANARANG NO. 459 PINRANG

Pekerjaan : WIRASWASTA

Menerangkan bahwa benar telah diwawancarai oleh Hayyu Humaera untuk keperluan penelitian Skripsi dengan judul penelitian "*Kemampuan Literasi Media Sosial Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Pinrang Terhadap Penyebaran Informasi Hoax*", demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Juli ..... 2018

Yang bersangkutan,

  
MIRWAN KADIR MIRW

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

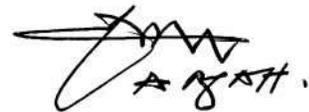
Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama : **ARAH ANWAR**  
Umur : **45 THN**  
Alamat : **TERKIE,**  
Pekerjaan : **GLORI PNS**

Menerangkan bahwa benar telah diwawancarai oleh Hayyu Humaera untuk keperluan penelitian Skripsi dengan judul penelitian "***Kemampuan Literasi Media Sosial Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Pinrang Terhadap Penyebaran Informasi Hoax***", demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, ..... **AGUSTUS** , 2018

Yang bersangkutan,

  
.....

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

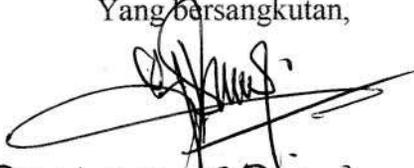
Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama : PAHARUDDIN  
Umur : 45 TAHUN  
Alamat : Labi-Bili - Kel. Teluampawa, Kec. Supp  
Pekerjaan : WIRASWASTA.

Menerangkan bahwa benar telah diwawancarai oleh Hayyu Humaera untuk keperluan penelitian Skripsi dengan judul penelitian "***Kemampuan Literasi Media Sosial Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Pinrang Terhadap Penyebaran Informasi Hoax***", demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang,.....2018

Yang bersangkutan,

  
PAHARUDDIN

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama : SARIPUDIN

Umur : 09 MARET 1977 (41)

Alamat : CORA, DS PADATELO, KEC. MURZU, KAB. PINRANG

Pekerjaan : KETUA KIM MURZU

Menerangkan bahwa benar telah diwawancarai oleh Hayyu Humaera untuk keperluan penelitian Skripsi dengan judul penelitian "***Kemampuan Literasi Media Sosial Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Pinrang Terhadap Penyebaran Informasi Hoax***", demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 29 - NOV - 2018

Yang bersangkutan,

  
SARIPUDIN

DOKUMENTASI



## BIOGRAFI PENULIS



Hayyu Humaera nama panggilan Hera. Lahir di Belabelawa, 18 Desember 1996. Anak keempat dari enam bersaudara yang terlahir dari pasangan Bapak Muh. Yusuf Abdullah, BA dan Ibu Hj. Haisah Kadir. Saat ini penulis tinggal di Jalan Macan, Kelurahan Watang Sawitto, Kabupaten Pinrang. Saat ini telah menjadi istri dari seseorang yang bernama Ario Sandy.

Pendidikan yang telah ditempuh penulis yaitu SDN 107 Belabelawa lulus tahun 2008, SMP Negeri 1 Suppa lulus tahun 2011, dan SMA Negeri 4 Pinrang lulus tahun 2014. Hingga kemudian melanjutkan studi ke jenjang S1 di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare yang saat ini telah beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, dengan memilih Jurusan Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Selama menempuh pendidikan S1, penulis tidak hanya aktif di dunia akademik namun juga aktif di berbagai organisasi diantaranya: Korps Suka Rela Palang Merah Indonesia (KSR-PMI) Kabupaten Pinrang, Forum Komunikasi Nasional Komunikasi dan Penyiaran Islam (Forkomnas KPI), Himpunan Mahasiswa Jurusan Dakwah dan Komunikasi, Dewan Mahasiswa (DEMA), Komisi Pemilihan Umum Mahasiswa (KPUM), Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII), Ikatan Mahasiswa Suppa Bersatu (IMSAB), Lentera Kuning Jurusan Dakwah dan Komunikasi. Penulis pun bergabung di berbagai komunitas diantaranya: Kelas Inspirasi, Skola Tanpa Batas, Teater Kokoh dan Parepare International Peace Generation (PIPG). Selama pendidikan S1, penulis juga bekerja sebagai penyiar dan editor di salah satu radio di Kota Parepare.