

SKRIPSI

**PERSEPSI PENGGUNA MEDIA SOSIAL TERHADAP BERITA
HOAX DI KELURAHAN BITTOENG KECAMATAN
DUAMPANUA KABUPATEN PINRANG**



OLEH:

**HARDIANTI
NIM: 16.3100.059**

PAREPARE

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2021

**PERSEPSI PENGGUNA MEDIA SOSIAL TERHADAP BERITA
HOAX DI KELURAHAN BITTOENG KECAMATAN
DUAMPANUA KABUPATEN PINRANG**



OLEH:

**HARDIANTI
NIM: 16.3100.059**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2021

**PERSEPSI PENGGUNA MEDIA SOSIAL TERHADAP BERITA
HOAX DI KELURAHAN BITTOENG KECAMATAN
DUAMPANUAN KABUPATEN PINRANG**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Sosial Islam**

**Program Studi
Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Disusun dan diajukan oleh

**HARDIANTI
16.3100.059**

Kepada

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2021

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Berita
Hoax di Kelurahan Bittoeng Kecamatan
Duampanua Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Hardianti

Nomor Induk Mahasiswa : 16.3100.059

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
B-2687/In.39.7.1/PP.00.9/09/2020

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. H. Muhammad Saleh, M.A.g.

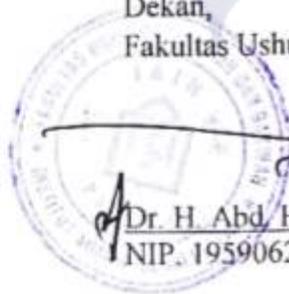
NIP : 196804041993031005

Pembimbing Pendamping : Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I

NIP : 19830162009121005

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. H. Abd. Halim K., M.A.
NIP. 19590624 199803 1 001

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Persepsi Pengguna Media Social Terhadap Berita Hoax Di Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Hardianti

Nomor Induk Mahasiswa : 16.3100.059

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Program Studi : Bimbingan dan Konseling Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah B-2687/In.39.7.1/PP.00.9/09/2020

Tanggal Kelulusan : 7 Juli 2021

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag. (Ketua)

Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I. (Sekretaris)

Dr. Sitti Jamilah M.Ag. (Anggota)

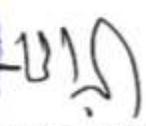
Dr. Nurhikmah, M.Sos.I. (Anggota)



Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah




Dr. H. Abd. Halim K. M.A.
NIP. 19590624 199803 1 001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. Berkat hidayah, taufik dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Persepsi Penggunaan Media Sosial Terhadap Berita *Hoax* di Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Salam dan sholawat kepada Nabi Muhammad Saw yang membawa kita dari alam gelap gulita menuju alam terang menderang.

Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Adwiyah dan Ayahanda Abd.Rahman tercinta dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapak Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag. dan bapak Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja sama mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. H. Abd. Halim, K. M.A selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang

positif bagi mahasiswa serta Ibu Dr. Hj. Muliati, M.Ag selaku wakil dekan bidang AUPK.

3. Ibu Nurhakki, S.Sos.,M.Si selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah berjasa dalam mengembangkan jurusan tercinta ini.
4. Bapak Dr.Ramli, M. Sos. I selaku penasehat akademik atas arahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
5. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah yang selama ini telah mendidik penulis sehingga dapat menyelesaikan studi yang masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
6. Jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah yang telah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai keberbagai pengurusan untuk berkas penyelesaian studi.
7. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare terutama dalam penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat satu kos dan teman-teman seperjuangan tercinta pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 yang selalu memberikan semangat, motivasi dan perhatian kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. Berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Penulis senang hati akan menerima kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulisan di esok hari akan lebih baik. Semoga karya sederhana ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Parepare, 22 Maret 2021

Penulis

Hardianti

NIM. 16.3100.059



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Hardianti
Nomor Induk Mahasiswa : 16.3100.059
Tempat/Tanggal Lahir : 07-july-1996
Fakultas : Ushuluddin Abad, dan Dakwah
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Berita *Hoax*
di Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanua
Kabupaten Pinrang.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya seni sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperolehnya karenanya batal demi hukum.

Parepare, 22 Maret 2021

Penulis



Hardianti
NIM. 16.3100.059

ABSTRAK

Hardianti (16.3100.059). *Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Berita Hoax Dikelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang* (Dibimbing oleh Dr.H.Muhammad Saleh,M.Ag dan Dr.Muhammad Qadaruddin,M.S.sos.I)

Persepsi pengguna media sosial terhadap berita *hoax* sedang marak terjadi. Sebagian masyarakat ada yang mudah percaya dengan berita yang diberikan tanpa mencari kebenarannya. Tapi ada juga masyarakat yang mencari kebenaran berita tersebut sebelum ia konsumsi. Sebagai pengguna media sosial patut untuk bijaksana dalam memilih informasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana bentuk berita *hoax* serta persepsi pengguna media sosial terhadap berita *hoax* yang terdapat dikelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis dan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara (*Interview*) dan dokumentasi. Teknik analisis datayang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun teori yang digunakan adalah teori persepsi dan teori *Stimulus Respon*.

Hasil penelitian ini yang dilakuka peneliti menggunakan teori persepsi dapat dikemukakan bahwa persepsi masyarakat Bittoeng pengguna media sosial terhadap berita *hoax* adalah berita atau informasi yang belum jelas kebenarannya tidak jelas sumber beritanya. persepsi masing-masing informan terhadap berita *hoax* sanga variatif, terkelompokan berdasarkan jenis berita yang diterimanya. Persepsi masyarakat mewakili berita *hoax* yang berjenis propaganda yaitu aktivitas menyebar luaskan informasi, fakta, argument, gosip, atau kebohongan yang bahkan kebohongan untuk mempengaruhi oponi pablik.misinformasi yaitu informasi yang salah tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu, dan konfirmasi bias yaitu kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebagai bukti dari kepercayaan yang sudah ada. Teori kedua yang digunakan peneliti untuk memperkuat argument hasil adalah teori S.O.R . Dalam mempelajari sikap yang baru, ada tiga variable penting yang menunjang proses tersebut, yaitu perhatian , pengertian dan penerimaan.

Kata Kunci : Berita Hoax; Media; Persepsi.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Terdahulu.....	7
B. Tinjauan Teoritis.....	9
1. Teori persepsi.....	9
2. Teori stimulus respon.....	17
C. Tinjauan Konseptual.....	22
D. Bagan Kerangka Pikir.....	38

BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
C. Fokus Penelitian.....	41
D. Jenis dan Sumber Data.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum.....	46
B. Hasil Penelitian.....	46
1. Bentuk Berita <i>Hoax</i> Di Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanua.....	50
2. Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Berita <i>Hoax</i> Di Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang.....	56
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.	Pembagian Wilayah	48
2.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	50



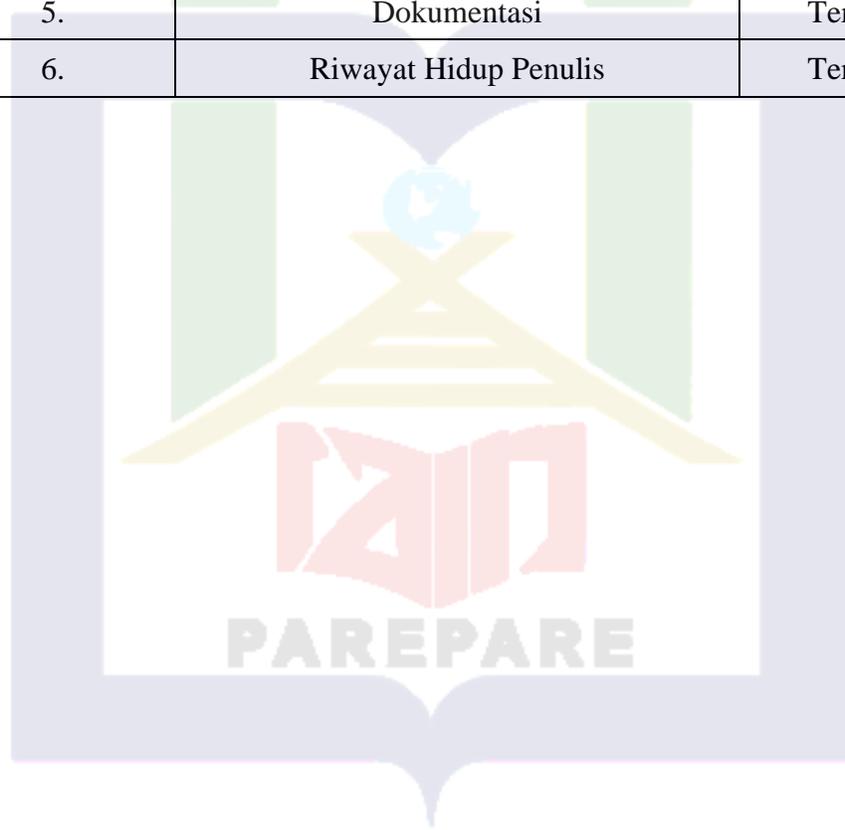
DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
1.	Proses Persepsi	12
2.	Proses Stimulus	13
3.	Model Komunikasi S-R	18
4.	Langkah Perubahan Sikap	20



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1.	Surat Izin Melaksanakan Penelitian Dari IAIN Parepare	Terlampir
2.	Surat Izin Penelitian Dari Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Pinrang	Terlampir
3.	Surat Selesai Meneliti Dari Kabupaten Bittoeng	Terlampir
4.	Instrumen Wawancara	Terlampir
5.	Dokumentasi	Terlampir
6.	Riwayat Hidup Penulis	Terlampir



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada kemajuan teknologi informasi Komunikasi saat ini tidak hanya memberikan dampak yang positif tetapi juga memberikan dampak yang negative. Penyampaian akan informasi begitu cepat dimana setiap orang dengan telah mudah memproduksi informasi, dan informasi yang begitu cepat tersebut melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram*, ataupun pesan online seperti *whatsaap* dan lain sebagainya yang tidak dapat difilter dengan baik.

Model komunikasi manusia mengalami transformasi dari yang sifatnya langsung (*face to face*) berubah menjadi komunikasi tidak langsung yang sifatnya membutuhkan media sebagai instrument dalam melakukan praktik komunikasi. Bahkan kecenderungan pola komunikasi berubah seiring perkembangan teknologi komunikasi yang bersifat analog berubah menjadi digital. Maka komunikasi di kehidupan sekarang tidak mengandalkan komunikasi *face to face* yang bersifat dua arah, namun komunikasi yang terjadi multiarah dan bisa langsung secara cepat.

Saat ini media sosial merupakan media komunikasi yang efektif, tranparasi dan efisien serta memiliki peran penting sebagai agen perubahan dan pembaharuan. Penggunaan media sosial sebagai jembatan untuk membantu proses peralihan masyarakat yang tradisional ke masyarakat yang modern.

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, disisi lain, ketika khalayak keluar daribatas-batas keadaban yang tentunya dikerenakan tidak adanya pemahaman terhadap media,

maka resiko yang terjadi yang terjadi ialah munculnya keresahan dan konflik. Bisa dibayangkan, apa yang terjadi ketika masyarakat dengan mudah bisa mengunggah berbagi ujaran kebencian, berita hoax dan informasi yang bernada provokatif tanpa bisa dicegah. Para pengguna mengakses internet dan memanfaatkan media sosial yang lain.

Informasi yang dikeluarkan baik orang perorangan maupun badan usaha melalui media sosial dan elektronik ketika telah terkirim dan dibaca oleh banyak orang dapat mempengaruhi emosi, perasaan, pikiran bahkan tindakan seseorang atau kelompok. Sangat disayangkan apabila informasi yang disampaikan tersebut adalah informasi yang tidak akurat terlebih informasi yang disampaikan tersebut adalah informasi bohong (*hoax*) dengan judul yang sangat provokatif mengiring pembaca dan penerima kepada opini yang negatif. Opini negatif, fitnah, penyebar kebencian yang diterima dan menyerang kepada pihak ataupun membuat orang menjadi takut, terancam dan dapat merusak reputasi dan menimbulkan kerugian materi.

Dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pada 28 ayat 1 dijelaskan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian, dipidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.1.000.000.000.00 (satu miliar rupiah).¹

Media konvensional sekarang mulai beralih dalam jaringan (*daring*) atau *online*, namun tetap saja susah untuk menjaring pembaca karena budaya membaca di Indonesia masih rendah. Masyarakat banyak menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi.

¹Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

Bila mengkaji tentang kemajuan teknologi informasi, maka tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi khususnya internet. Internet sebagai penemuan yang begitu mengagumkan merupakan awal dari pencapaian apa yang telah manusia rasakan saat ini.

Berita bohong, berita apapun dapat dengan mudah dan cepat menyebar setelah melewati tangan orang-orang yang tidak bertanggung jawab, yaitu mereka yang tidak mengklarifikasi terlebih dahulu berita-berita yang diterimanya. Contoh kecil yang terjadi seperti, broadcast melalui media sosial Whatsapp, dalam hitungan detik sudah menyebar hampir ke seluruh penjuru negeri. Seringkali broadcast tersebut hanyalah informasi-informasi sepele, dan tidak sedikit yang terkait dengan hal-hal positif. Tak sedikit berita *hoax* digunakan untuk membentuk opini publik yang mengarah pada terjadinya kehebohan, ketidakpastian informasi dan ketakutan. Penyebaran *hoax* pun dilakukan dengan berbagai alasan, seperti humor, pemasaran, seni, hiburan, pendidikan, dan lain-lain.

Peredaran berita *hoax* mudah terjadi, terutama di masyarakat yang tingkat literasinya masih sangat rendah. Biasanya mereka mudah menerima informasi begitu saja tanpa melakukan pengecekan mereka bahkan menyebarkannya tanpa mempertimbangkan tingkat ketepatan informasi yang diterimanya. Masyarakat akhirnya terjerumus dalam kesimpangsiuran berita, provokasi dan rasa saling curiga. Salah satu dampak terbesar yang ditimbulkan dari tersebarnya berita *hoax* adalah terjadinya perpecahan di kalangan masyarakat.

Hoax sendiri dapat bertujuan untuk mempengaruhi pembaca dengan informasi palsu sehingga pembaca mengambil tindakan sesuai dengan isi *hoax*. Sebagai isi pesan informasi palsu atau menyesatkan, *hoax* juga dapat menakut-nakuti orang

untuk menerimanya. Media sosial sebagai bagian dari inovasi teknologi informasi, memberikan ruang bagi seseorang untuk menyuarakan pikirannya yang sebelumnya mungkin tidak pernah bisa terdengar.

Peneliti ingin mengetahui sejauh mana masyarakat memilah berita-berita yang beredar apakah jenis berita yang disampaikan langsung diterima begitu saja atau di saring kejelasannya terlebih dulu. Maka peneliti mengambil judul **“Persepsi pengguna Media Sosial terhadap berita *Hoax* di Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk berita *Hoax* yang beredar Di Kel.Bittoeng Kec.Duampanuan Kab. Pinrang?
2. Bagaimana persepsi pengguna media sosial terhadap berita *hoax* Di Kel.Bittoeng Kec.Duampanuan Kab.Pinrang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk berita *Hoax* yang beredar Di Kel.Bittoeng Kec.Duampanuan Kab.Pinrang.
2. Untuk mengetahui persepsi pengguna media sosial terhadap berita *hoax* Di Kel.Bittoeng Kec.Duampanuan Kab.Pinrang.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini, antara lain.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan kita terkait dengan nilai-nilai komunikasi antar pribadi dan kelompok dan juga ilmu tentang kepribadian seseorang, khususnya yang terdapat pada masyarakat

mengenai persepsi pengguna media sosial terhadap berita hoax yang ada di Kel.Bittoeng Kec. Duampanua.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menambah keilmuan dibidang sosial kemasyarakatan dan juga individual, khususnya yang terkait dengan persepsi pengguna media sosial terhadap berita *hoax* disuatu daerah dan juga terkait dengan pengidentifikasian terhadap kepribadian seseorang. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya yang berkaitan dengan persepsi pengguna media sosial terhadap berita *hoax*. sehingga dapat menghasilkan yang lebih baik.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi mengenai keilmuan tentang cara berkomunikasi antar individu maupun antar kelompok serta memahami bagaimana persepsi masyarakat terhadap berita *hoax* di media sosial di Kel.Bittoeng Kec.Duampanua.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang hal-hal yang dapat ditimbulkan oleh adanya suatu persepsi masyarakat terhadap berita *hoax* di media sosial khususnya masyarakat yang ada di daerah Kelurahan Bittoeng. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi masyarakat untuk tetap menjaga komunikasi dengan sesama agar terhindar dari berita-berita *hoax* yang ada di

media sosial dan menjadi individu yang lebih baik dan patuh pada norma dalam kehidupan masyarakat.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Terdahulu

Tinjauan hasil peneliti terdahulu digunakan sebagai pendukung terhadap penelitian yang akan dilakukan. Disatu sisi merupakan bahan perbandingan terhadap penelitian yang ada, baik mengenai kelebihan dan kekurangan yang ada sebelumnya, serta untuk menguatkan argument. Sehingga dalam ini peneliti mengambil penelitian yang berkaitan dengan judul yang diangkat.

1. Penelitian terdahulu selanjutnya yaitu Tesis Clara Novita tahun 2015, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, berjudul. “literasi media baru dan penyebaran *hoax* (studi fenomenologi pada pengguna Whatsaap dalam penyebaran informasi *hoax* periode Januari-Maret 2015)” dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa mahasiswa yang mengakses internet di bawah 5 jam sehari umumnya sudah sibuk dengan pekerjaannya sehingga tidak terlalu intens menggunakan media internet dengan baik melalui *smartphone* maupun komputer. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas mengenai fenomena *hoax* yang berada di media baru. Sementara perbedaannya terlihat dari fokus penelitian yang ada pada media sosial yang merupakan bagian dari media internet.²
2. Penelitian terdahulu selanjutnya yaitu (jurnal, 2016), judul “Perilaku Pengguna dan Informasi *Hoax* di media sosial”. Fokus penelitian: penelitian ini berfokus pada konten *hoax* di media sosial dan perilaku pengguna dalam menyikapi berita-

²Clara Novita “*Literasi Media Baru Dan Penyebaran Hoax (Studi Fenomenologi Pada Pengguna Whatsaap Dalam Penyebaran Informasi Hoax Periode Januari-Maret 2015)*”, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

berita dan informasi *hoax* tersebut. Hasil penelitian informasi *hoax* sengaja dibuat untuk mempengaruhi public dan kian marak, antara factor stimulant seperti isusosial public dan SARA.³ Persamaan penelietian ini dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas penyebaran informasi *hoax* melalui media sosial. Sementara perbedaannya terlihat dari cara penggunaan media sosial tersebut.

3. Penelitian terdahulu selanjutnya yaitu (jurnal, 2018), judul “ persepsi mahasiswa terhadap berita bohong di media sosial”. Fokus penelitian: penelitian ini berfokus pada kaum perempuan pengguna media sosial dalam menyikapi berita-berita dan informasi *hoax* tersebut. Adapun persamaan penelietian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas persepsi terhadap penyebaran berita bohong yang beredar di media sosial. Sementara perbedaannya terlihat pada fokus penelitiannya. Hasil penelitian tersebut mengetahui persepsi mahasiswa dalam menyikapi berita bohong yang terdapat didalam media sosial.⁴

Masyarakat sebagai kelompok yang mempunyai rasa ingin sosial dan mempunyai sebuah persepsi terhadap apa yang dilihat dari suatu fenomena yang baru sehingga remaja atau khalayak dapat mengemukakan persepsi tersebut dan berkeinginan untuk mencari tahu apa saja yang seseorang individu rasakan terhadap perubahan tersebut. Serta disini peneliti melakukan penilitan terhadap persepsi pengguna media sosial terhadap berita *hoax* di Kel.Bittoeng Kec.Duampanuan Kab.Pinrang memiliki peran penting dalam perkembangan situasi saat ini serta dapat mengubah pola pikir korban berita *hoax* tersebut. Oleh karena itu, peneliti ini akan berusaha melakukan penelitian

³Dedi Rianto Ruhardi “*Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial*”, (Jurnal, 2016).

⁴Totok suyanto, dkk. “*Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemunculan Berita Bohong Di Media Sosial*”, (jurnal 2018)

berita *hoax* ini khususnya dikalangan masyarakat Kel.Bittoeng, hal ini peneliti lakukan dikarenakan dikalangan masyarakat saat ini merupakan salah satu incaran dan target dari penyebaran berita *hoax*, maka akan dengan mudah berita tersebut menyebar luas dimasyarakat.

B. Tinjauan Teoritis

1. Teori Persepsi

Umumnya istilah persepsi digunakan dalam bidang psikologi. Secara terminologi pengertian persepsi adalah tanggapan langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pengindraan. Sedangkan dalam kamus besar psikologi, persepsi diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada dilingkungannya.

Menurut asrori pengertian persepsi adalah “proses individu dalam menginteroretasikan, mengorganisasikan dan memberi makna terhadap stimulus yang berasal dari lingkungan di mana individu itu berada yang merupakan hasil dari proses belajar dan pengalaman” Dalam pengertian persepsi tersebut terdapat dua unsur penting yakni interpretasi dan pengorganisasian. Interpretasi merupakan upaya pemahaman dari individu terhadap informasi yang diperolehnya. Sedangkan pengorganisasian adalah proses mengelola informasi tertentu agar memiliki makna.⁵

Persepsi merupakan suatu proses yang dipelajari melalui interaksi dengan manusia lain. Sejalan dengan hal itu, Rahmat jallaludin mendefinisikan pengertian persepsi sebagai “pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan

⁵Mohammad Asrori, *Psikologi Pembelajaran*, (Bandung:CV Wacana Prima,2009),h.21

yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan yang memiliki keterkaitan dengan proses untuk memberi arti.⁶

Menurut Slameto pengertian persepsi adalah proses yang berkaitan dengan masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya,yaitu indera penglihatan,pendengar,peraba,perasa,dan pencium.⁷

Menurut sarlito wirawan sarwono,pengertian persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengorganisir suatu pengamatan, kemampuan tersebut antara lain: kemampuan untuk membedakan, kemampuan untuk mengelompokan, dan kemampuan untuk memfokuskan. Oleh karena itu seseorang bisa saja memiliki persepsi yang berbeda,walaupun objeknya sama. Hal tersebut dimungkinkan karena adanya perbedaan dalam hal sistem nilai dan ciri kepribadian individu yang bersangkutan.⁸

Menurut Robbins pengertian persepsi merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca indra kemudian dianalisa (diorganisir), diinterpretasi dan kemudian dievaluasi,sehingga individu tersebut memperoleh makna.⁹ Sedangkan menurut Thoha pengertian persepsi pada hakekatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami setiap informasi tentang lingkungannya baik melalui penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman.¹⁰

⁶Jallaluddin Rahmat,*Psikologi Komunikasi*,(Bandung : Remaja Karya.1990),h.64

⁷Slametto,*Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. (Jakarta:Rineka Cipta, 2010),h.102

⁸Salito Sarwono Wirawan, *Pengantar Umum Psikologi*(jakarta:PT.Bulan Bintang,1983),h.89

⁹Stephen P Robbins,*Perilaku Organisasi Konsep Kontroversi,aplikasi,edit Bahasa Indonesia*,(jakarta:PT.Prenhalindo.1999),h.124

¹⁰Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*,(Jakarta:Grafindo Persada 1999),h.123-124

Eysenck dalam Asrori menyatakan bahwa persepsi sesungguhnya memerlukan proses belajar dan interaksi seseorang dan memberikan pengalaman bagi dirinya untuk dapat membandingkan keadaan yang dihadapi.¹¹ Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud persepsi adalah proses menerima, diterima alat indra, sehingga dapat memberi kesimpulan dan menafsirkan terhadap objek tertentu yang diamatinya.

Walgito berpendapat bahwa persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh pengindraan, dimana pengindraan merupakan suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu indra. Namun proses tersebut tidak berhenti begitu saja, pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh saraf ke otak sebagai pusat susunan saraf dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.¹²

Menurut Leavitt persepsi ada dua arti sempit dan luas, dalam arti sempit persepsi adalah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas persepsi adalah pandangan, pengertian, atau bagaimana cara seseorang memandang serta mengartikan sesuatu.¹³

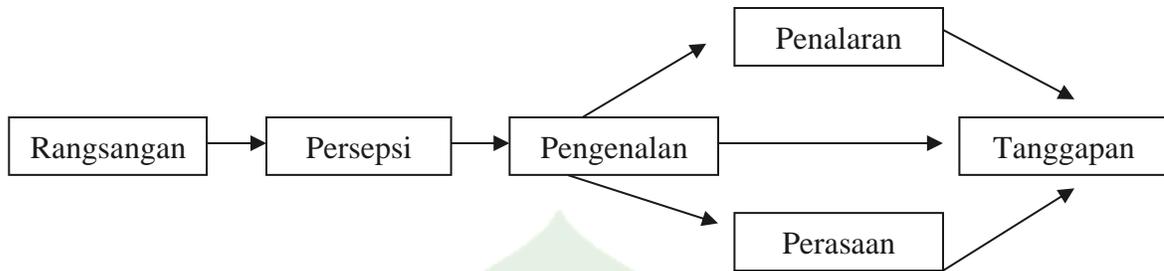
Persepsi adalah proses ketika kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita. Menurut Pareek, adalah proses menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji, dan memberikan reaksi kepada rangsangan pancaindra atau data.¹⁴

¹¹ Mohammad Asrori, *Psikologi Pembelajaran*, (Bandung: CV Wacana Prima, 2009), h.215

¹² Bimo Walgito, *Pengantar psikologi umum*, (yogyakarta: Andi, 2010), h.96

¹³ 2Alex Sobur, *Psikologi Umum* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2010), h.445.

¹⁴ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: Andi Offset, 1994), h.53



Gambar. 2.1 Proses Persepsi

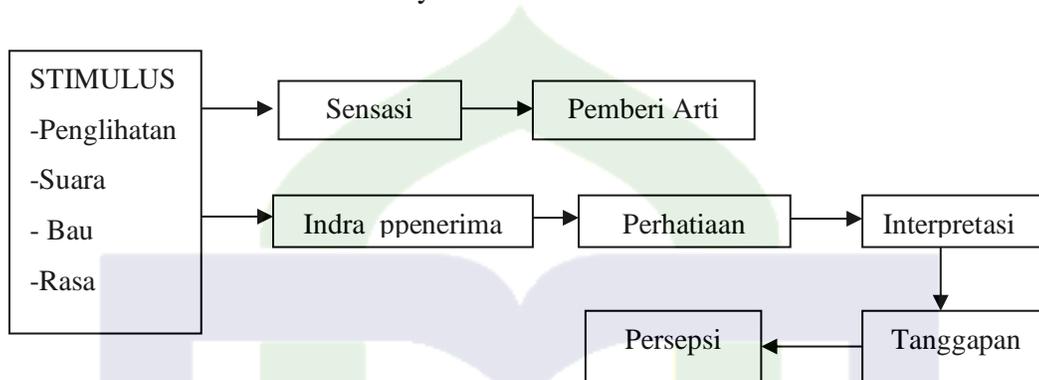
Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses penerimaan stimulus dari luar yang dimulai dari kata indra yang diteruskan ke otak yang kemudian diseleksi, diorganisasikan, dan diuji sehingga terjadilah proses penafsiran yang berupa penilaian dan pengamatan sebelumnya sehingga dapat memberikan makna pada lingkungan dan kemudian dapat mempengaruhi perilaku yang muncul.

a. Proses Terbentuknya Persepsi.

Persepsi tidak terjadi begitu saja, tetapi melalui suatu proses. Walgito menyatakan bahwa terbentuknya persepsi melalui suatu proses, dimana secara alur proses persepsi dapat dikemukakan sebagai berikut: berawal dari objek yang menimbulkan rangsangan dan rangsangan yang diterima oleh alat indra dilanjutkan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini dinamakan proses fisiologis. Selanjutnya terjadilah suatu proses di otak, sehingga individu dapat menyadari napa yang ia terima dengan reseptor ini, sebagai suatu rangsangan yang diterimanya. Proses yang terjadi dalam otak/pusat kesadaran itulah dinamakan dengan proses psikologis.

Persepsi merupakan bagian dari seluruh proses yang menghasilkan respon atau tanggapan yang dimana setelah rangsangan diterapkan kepada manusia. Subprosesnya adalah pengenalan, perasaan, dan penalaran. Persepsi dan kognisi

diperlukan dalam semua kegiatan psikologis. Rasa dan nalar bukan merupakan bagian yang perlu dari setiap situasi rangsangan-tanggapan, sekalipun kebanyakan tanggapan individu yang sadar dan bebas terhadap satu rangsangan, dianggap dipengaruhi oleh akal atau emosi atau kedua-duanya.



Gambar 2.2 Proses Stimulus

Stimulus adalah setiap bentuk fisik, visual, atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu. Persepsi setiap orang terhadap suatu objek yang berbeda-beda. Oleh karena itu, persepsi memiliki subjektif. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, suatu hal yang perlu diperhatikan dari persepsi adalah secara substansial bisa sangat berbeda dengan realitas. Gambar 02 menjelaskan bagaimana stimuli diangkap melalui indra (sensasi), kemudia diproses oleh penerima stimulus (persepsi).

1. Prinsip Dasar Persepsi

Menurut Slameto ada beberapa prinsip dasar tentang persepsi yakni sebagai berikut.

a. Persepsi itu relative.

Manusia bukanlah instrument ilmiah yang mampu menyerap segala sesuatu Persis seperti keadaan sebenarnya. Seseorang tidak dapat

menyebutkan secara persis berat suatu benda yang dilihatnya tetapi ia dapat secara relative menerkaberat berbagai benda. Dalam hal ini suatu benda dipakai sebagai patokan.

b. Persepsi itu selektif.

Seseorang hanya memperhatikan beberapa rangsangan saja dari rangsangan yang ada disekelilingnya pada saat-saat tertentu.

c. Persepsi dipengaruhi oleh harapan dan kesiapan. Harapan dan kesiapan penerima pesan akan menentukan pesan mana yang akan dipilih untuk diterima. Selanjutnya bagaimana pesan yang akan dipilih akan ditata dan demikian pula bagaimana pesan akan diingterpretasikan.

d. Persepsi seseorang dapat jauh berbeda dengan persepsi orang lain sekalipun situasinya sama.

2. Aspek-Aspek Persepsi

Menurut irwanto ada beberapa aspek-aspek dari persepsi yakni sebagai berikut.

a. Rangsangan

Rangsangan yang diterima harus sesuai dengan modalitas tiap-tiap indera, yaitu sifat sensoris dasar dari masing-masing indera (cahaya untuk penglihatan, bau untuk penciuman, suhu untuk perasa, sifat permukaan untuk peraba, dan bunyi untuk pendengaran)

b. Tanggapan

Proses persepsi bermula dari adanya objek yang menimbulkan ransangan, lalu rangsangan mengenai reseptor. Tahap ini disebut kealaman, karena terjadi secara alamiah. Rangsang yang diterima oleh reseptor diteruskan

ke saraf sensoris, setelah mengalami penyeleksian, dilanjutkan lagi oleh saraf ke otak sebagai pusat kesadaran. Proses yang terjadi di otak merupakan persepsi yang sebenarnya. Setiap rangsangan yang disadari kemudian ditanggapi oleh individu melalui saraf motorik.

c. Perilaku

Persepsi yang diperoleh dalam proses penyadaran ditentukan oleh nilai-nilai yang dianut individu. Dalam proses penyadaran, persepsi sekaligus merupakan suatu penilaian, pendapat, dan pandangan. Setiap nilai, pendapat dan pandangan yang dianggap penting oleh individu untuk melaksanakannya, dan itulah perilaku.

3. Proses Persepsi

Menurut Miftah Toha proses terbentuknya persepsi didasari pada beberapa tahapan, yaitu:

a. Stimulus atau Rangsangan

Terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus/ rangsangan yang hadir dari lingkungannya.

b. Registrasi Dalam Proses Registrasi,

suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan syarat seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya. Seseorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya, kemudian mendaftarkan semua informasi yang terkirim kepadanya tersebut.

c. Interpretasi

Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi tersebut bergantung pada cara pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang.

d. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Persepsi Persepsi memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi seperti adanya suatu perhatian, kebutuhan, suatu tindakan yang dilakukan, keputusan dan lain sebagainya. Untuk itu adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi kita paparkan disini, antara lain sebagai berikut`

4. Perhatian (Attention)

Perhatian adalah proses mental yang terjadi bila memusatkan diri hanya pada salah satu indera, dan mengabaikan masukan melalui indera-indera lainnya.¹⁵ Ada dua faktor yang menarik atau mempengaruhi perhatian yaitu faktor eksternal (luar) dan Faktor Internal (dari dalam diri sendiri).

a. Faktor Eksternal (luar) meliputi :

- 1) Intensitas stimuli. Seseorang akan lebih memberi perhatian pada stimuli yang lebih menonjol dibandingkan stimulistimuli lainnya.
- 2) Gerakan. Stimuli yang bergerak akan lebih menarik perhatian dibandingkan dengan yang lain.
- 3) Novelty. Hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda dari biasanya akan lebih dapat menarik perhatian

¹⁵ Mardhiah Rubani, *Psikologi Komunikasi* (Pekanbaru: UR Press, 2011), h. 118

- 4) Pengulangan. Sesuatu yang berulang akan lebih menarik perhatian
- b. Faktor Internal (dalam) meliputi :
- 1) Faktor Biologis. Hal-hal yang sifatnya biologis mempengaruhi perhatian.
 - 2) Faktor sosiopsikologis. Seperti, kebiasaan, motif, kebutuhan dan sebagainya.
 - 3) Faktor Fungsional Faktor Fungsional yang mempengaruhi persepsi lazim disebut sebagai kerangka rujukan (framed of reference). Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lampau, dan hal-hal yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor personal.
 - 4) Faktor Struktural Faktor Struktural semata-mata berasal dari sifat stimuli fisik dan efek syaraf yang ditimbulkannya pada sistem syaraf individu. Jika seseorang ingin memahami suatu peristiwa, seseorang tersebut tidak dapat meneliti fakta-fakta yang terpisah, harus memandangnya dalam hubungan keseluruhan¹⁶

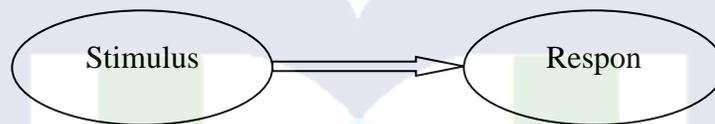
2. Teori *Stimulus Respons*

Teori stimulus respon merupakan model analisis yang menganggap bahwa perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Objek materialnya

¹⁶ Jalaluddin, , (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), h.52

adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi.¹⁷

Teori stimulus respon (S-R) adalah model komunikasi paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologis, khususnya yang beraliran *behavioristic*. Teori stimulus respon merupakan suatu prinsip belajar sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian dapat dipahami adanya antara kaitan pesan pada media dan reaksi audien. Elemen utama dari stimulus respon antara lain.¹⁸



Gambar 2.3 Model komunikasi S-R

Model tersebut menggambarkan hubungan stimulus-respon. Model ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi reaksi yang sangat sederhana. Model S-R mengabaikan komunikasi sebagai suatu proses, khususnya yang berkenaan dengan faktor manusia. Secara implisit ada asumsi dalam model S-R ini bahwa perilaku (respon) manusia dapat diramalkan. Ringkasnya, komunikasi dianggap statis, manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar (stimulus), bukan berdasarkan kehendak, keinginan atau kemampuan bebasnya. Model ini lebih sesuai bila diterapkan pada sistem pengendalian suhu udara alih-alih pada perilaku manusia.¹⁹

¹⁷Azwar, *Sikap Manusia Teori dan Pengukuran*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), h. 62

¹⁸Hidjanto, Djamal, Andi Fachrudin, *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 69.

¹⁹Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT. Remajarsdakarya, 2005), h. 134.

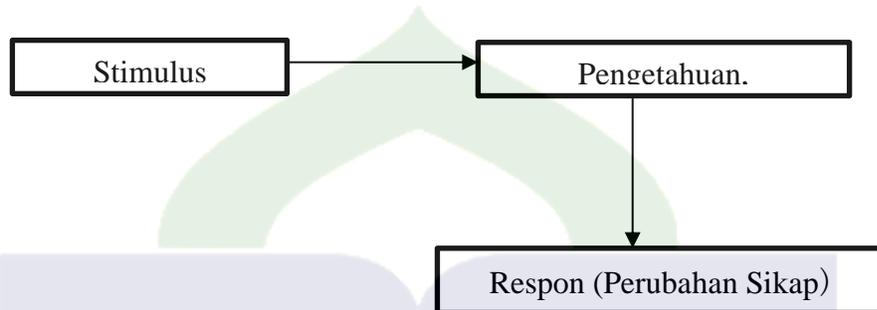
Dalam teori ini, isi media dipandang sebagai obat yang disuntikkan ke dalam pembuluh audien, yang kemudian diasumsikan akan bereaksi seperti yang diharapkan. Prinsip teori stimulus respon memandang bahwa pesan dipersepsikan dan didistribusikan secara sistemik dan dalam skala yang luas. Pesan karenanya tidak ditunjukkan kepada orang dalam kapasitasnya sebagai individu, tapi sebagai bagian dari masyarakat. Untuk mendistribusikan pesan sebanyak mungkin, penggunaan teknologi merupakan keharusan. Sedangkan individu yang tidak terjangkau oleh terpaan pesan, diasumsikan tidak akan terpengaruh oleh isi pesan.²⁰

Dari pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwasanya teori *stimulus respons* merupakan teori yang menyatakan bahwa organisme belajar terlebih dahulu untuk mengasosiasikan stimulus pertama dengan yang lainnya, sehingga stimulus yang berdekatan dengan menanggapi stimulus kedua dengan yang lainnya pula yakni terkondisi dengan perilaku sebelumnya yang di picu oleh stimulus pertama.

Hoyland dan kawan-kawannya meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi komunikasi persuasif. Dalam penelitiannya yang diadakan di Universitas Yale, ia mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan stimulus (yang biasanya dalam bentuk lisan) guna mengubah seseorang. Kemudian dipelajari pada berbagai karakteristik pesan yang disampaikan dengan memanipulasi berbagai aspek tipe komunikasi yang berlainan. Pada sisi lain riset tersebut meneliti berbagai variabel yang ada pada diri subjek penerima pesan itu seperti kemudahan di sugesti, sikap mereka sebelum diberi pesan, inteligensi, harga diri, kompleksitas kognitif, dan berbagai sifat kepribadian lainnya. Asumsi dasar yang melandasi studi Hoyland dan kawan-kawannya adalah

²⁰Muhammad Mufid, M.Si, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, cet.ke-3 (Jakarta:Kencana,2010),h. 22.

anggapan bahwa efek suatu komunikasi tertentu yang berupa perubahan sikap akan tergantung pada sejauh mana komunikasi itu diperlihatkan, dipahami, dan diterima. Adapun langkah-langkah perubahan sikap menurut Hoyland, Janis dan Kelley adalah sebagai berikut:



Gambar 2.4 Langkah Perubahan Sikap

Pada gambar tersebut terlihat bahwa perhatian dan pemahaman subjek terhadap komunikasi atau pesan yang disampaikan akan menentukan apa yang akan diteliti oleh subjek mengenai isi pesan tersebut, sedangkan proses-proses lain dianggap menentukan apakah isi yang dipelajari itu akan diterima subjek ataukah tidak.²¹

Menurut teori ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Selain itu, teori ini menjelaskan tentang pengaruh yang terjadi pada pihak penerima sebagai akibat dari ilmu komunikasi. Akibat atau pengaruh yang terjadi merupakan suatu reaksi tertentu dari rangsangan 7 tertentu, artinya stimulus dan dalam bentuk apa pengaruh atau stimulus tersebut tergantung dari isi pesan yang ditampilkan.

²¹Azwar, *Sikap Manusia Teori dan Pengukuran*, h. 65

a. Unsur-unsur dalam model ini adalah:

1) Pesan (Stimulus), merupakan pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan tersebut dapat berupa tanda dan lambang.

2) Komunikan (Organism), merupakan keadaan komunikan disaat menerima pesan. Pesan yang disampaikan oleh komunikator diterima sebagai informasi, dan komunikan akan memperhatikan informasi yang disampaikan oleh komunikator. Perhatian disini diartikan bahwa komunikan akan memperhatikan setiap pesan yang disampaikan melalui tanda dan lambang. Selanjutnya, komunikan mencoba untuk mengartikan dan memahami setiap pesan yang disampaikan oleh komunikator.

3) Efek (Response), merupakan dampak dari efek komunikasi. Efek dari komunikasi adalah perubahan sikap afektif, kognitif, konatif. Efek kognitif merupakan efek yang ditimbulkan setelah adanya komunikasi, efek kognitif berarti bahwa setiap informasi menjadi bahan pengetahuan bagi komunikan

Asumsi dasar yang dapat dilihat dari stimulus respon adalah segala bentuk pesan yang disampaikan baik verbal dan non verbal dapat menimbulkan respon. Jika kualitas ransangan stimulus yang diberikan baik akan sangat besar mempengaruhi munculnya respon juga.²²

Stimulus yang disampaikan komunikan dapat diterima atau ditolak. Perhatian dari komunikan akan mempengaruhi proses komunikasi. Komunikasi merupakan proses komunikasi selanjutnya. Setelah komunikan mengolah dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan mengubah sikap.²³

²²Hidjanto Djamal, Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi dan Regulasi*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 69.

²³Onong Uchajan Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya, 2003), h. 255

C. Tinjauan Konseptual

1. Persepsi

Persepsi adalah suatu proses dimana seseorang mengorganisasikan dalam pikirannya, menafsirkan, mengalami dan mengelolah pertanda atau segala sesuatu yang terjadi di lingkungannya. Persepsi pada dasarnya menyangkut hubungan manusia dengan lingkungannya, setelah individu mengindrakan objek di lingkungannya, kemudian memproses pengindraannya sehingga timbullah makna tentang tentang objek itu sendiri.

Secara etimologi persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* yang berasal dari bahasa latin *perceptio*, dari *percipere* yang artinya menerima atau mengambil. Menurut leavit, perepsi dalam arti sempit adalah penglihatan, bagaimana cara orang melihat sesiatu, sedangkan dalam arti luas adalah penglihatan, atau pengertian, yaitu bagaimana cara memandang atau mengertikan sesuatu.

Menurut Slameto, persepsi pada prinsipnya merupakan proses menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia. Sementara itu, Rahmat menjelaskan bahwa persepsi merupakan pengalaman tentang objek atau peristiwa yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi atau menafsirkan pesan-pesan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi Menurut Rakhmat, Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dapat dikategorikan menjadi:

- a. Faktor fungsional. Faktor ini dihasilkan dari kebutuhan kegembiraan (suasana hati, layanan, dan pengalaman masa lalu seseorang).
- b. Faktor struktural. Faktor ini timbul dari stimuli dan aspek-aspek netral yang di timbulkan oleh sistem saraf individu.
- c. Faktor situasional. Faktor ini berkaitan dengan bahasa non verbal.

Faktor personal. Faktor ini terdiri dari pengalaman, motivasi dan kepribadian.

2. Media Sosial

a. 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, flem, poster dan spanduk; (3) yang terletak diantara dua pihak; (4) perantara; penghubung.²⁴ Jadi, bisa diartikan bahwa media merupakan alat komunikasi yang berfungsi sebagai penghubung. Sedangkan sosial 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 yang merupakan pola komunikasi dua arah. Sehingga, penggunanya mampu berinteraksi secara langsung, baik melalui pesan, teks, suara, gambar maupun video. Berbeda dengan media *maenstream* seperti televisi, surat kabar dan radio yang menerapkan pola komunikasi satu arah. Pengguna hanya mampu menikmati media tanpa berinteraksi dengan pengguna media tersebut.

b. Ciri-ciri media sosial

Media sosial memiliki karakteristik yang menjadikannya berbeda dengan media lainnya, diantaranya pesan tidak hanya disampaikan untuk seorang saja, akan tetapi juga biasa 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 mengirim informasi, cukup memiliki akun media sosial dan jejaring internet. Karakteristik terakhir adalah

²⁴Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* edisi keempat (Jakarta: Gramedia, Cet. VII.2013), h. 892.

informasi apapun bebas masuk di media sosial, karena tidak memiliki seseorang pengelola informasi yang bisa menyaring mana yang layak dan tidak. Meskipun sudah ada undang-undang intraksi dan transaksi elektronik, informasi tetap bebas. Kebebasan informasi di media sosial seharusnya dimanfaatkan sebaik mungkin untuk menyampaikan informasi yang menggembirakan.

c. Jenis-jenis media sosial

1. Media jejaring sosial (social network)

Media jejaring sosial memiliki karakter di mana penggunanya membentuk jaringan pertemanan baik yang sudah mengenal dunia nyata maupun yang ingin membuat pertemanan baru melalui dunia online.

2. Jurnal online (blog)

Blog merupakan media sosial di mana memungkinkan penggunanya untuk membagikan keseharian mereka, dapat saling mengomentari serta berbagai informasi.

3. Jurnal online sederhana (microblogging)

Microblogging merupakan media sosial yang penggunaannya dapat menulis dan membagikan aktivitas dan pendapat mengenai suatu hal. microblogging merupakan bentuk sederhana dari blog.

4. Media berbagi (media sharing)

Media berbagi merupakan media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk dapat membagikan media melalui dokumen..

5. Penanda sosial

Media sosial ini berguna untuk mengelola, menyimpan mengorganisasi serta mencari informasi mengenai berita secara online.

3. Berita Palsu (*hoax*)

Hikmat dan purnama kusumaningrat berpendapat berita lebih mudah diketahui daripada didefinisikan. Meskipun demikian, definisi berita palsu diberikan agar terdapat pemahaman yang jelas tentang berita bagi keperluan pekerjaan mencari, menghimpun dan membuat berita. Arti sebuah berita berbeda bagi Negara yang menganut sistem pers bertanggung jawab. Berita adalah informasi actual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik perhatian orang.²⁵

a. Berita

Berita adalah laporan peristiwa actual dan hangat melalui proses kerja jurnalistik sehingga layak dipublikasikan oleh media massa. Berita itu lebih dari sekedar kegiatan berkomunikasi antar manusia, berita merupakan hasil pengolahan data mentah dalam bentuk teks, suara, gambar, film yang diolah menjadi suatu berita. Proses kerja suatu peristiwa sehingga menjadi berita, dilakukan melalui kegiatan jurnalistik, yaitu kegiatan mencari peristiwa atau kejadian, mengumpulkan fakta, mengolah menjadi berita dan menyebarluaskan melalui media massa.

informasi tersebut telah diteliti dengan cermat dan seksama, sehingga informasi yang disajikan telah mencapai ketepatan. Menyampaikan informasi secara tepat merupakan landasan pokok untuk tidak mengakibatkan masyarakat pembaca, pemirsa dan pendengar mengalami kesalahan. Kesalahan yang ditimbulkan oleh kesesatan informasi pada media massa, tentu bisa diperkirakan betapa besar bahaya dan kerugian yang diderita masyarakat banyak.²⁶

²⁵ hikmat kusumaningrat dan purnama kusumaningrat, *jurnalistik: teori dan praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), h.40

²⁶ Drs. H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta : PT. Logos Wacana Ilmu, 1999, h. 96

1. Jenis-jenis berita

Dalam dunia jurnalistik, berita berdasarkan jenisnya dapat dibagi kedalam tiga kelompok yaitu *elemtari*, *intermedia*, dan *advance*.

Berita *elementary* mencakup pelaporan berita langsung (*straight news*), berita dalam mendalam (*depth news report*), dan berita menyeluruh (*comprehensive news report*). Berita intermedia meliputi pelaporan befrita interpretive (*interpretative news repoprt*) dan pelaporan karangan khas (*feature story report*). Sedangkan dalam kelompok advance menunjukkan pada pelaporan mendalam (*depth reporting*). Pelaporan penyelidikan (*investigative reporting*), dan penulisan tajuk rencana (*editorial writing*).²⁷

Berikut penjelasan singkat tentang *straight news report*, *depth news report*, *interpretative report*, *invertigative reporting* dan *feature* yang telah dikutip oleh sumadria dari rivers.

- a) *straight news report* adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa. Biasanya, berita jenis ini di tulis dengan usur-unsur yang dimulai dari *what, where, when, who, why* dan *how* (5W+1H).
- b) *depth news report* merupakan laporan yang sedikit berbeda dengan *straight news report*. Reporter (wartawan) menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk peristiwa tersebut.
- c) *Comprehensive news* merupakan laporan fakta yang bersifat menyeluruh, sesungguhnya merupakan jawaban terhadap kritik sekaligus kelemahan yang terdapat dalam berita langsung (*straight news*). Sebagai gambaran, berita

²⁷ Haris sumadiria, “*Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Future. Panduan praktis Jurnalis Profesional*”, (Bandung:PT.Remaja Rosdakarya,2015),h.69.

langsung bersifat sepotong-potong, tidak utuh, hanya merupakan serpihan fakta setiap hari. Berita langsung seperti tidak peduli dengan hubungan atau keterkaitan antara berita yang satu dengan berita yang lain.

- d) *Interpretative report* lebih dari sekedar *straight news* dan *depth news*. Berita interpretative biasanya memfokuskan sebuah isu, naslaha, atau peristiwa-peristiwa kontroversional. Namun demikian, fokus laporan betinya masih berbicara mengenai fakta yang terbukti bukan opini.
- e) *Feature store* berbeda dengan *straight news*, *depth news*, atau *interpretative news*. Dalam laporan-laporan berita tersebut, reporter menyampaikan informasi yang penting untuk para pembaca, sedangkan dalam *feature*, penulis mencari fakta untuk menarik perhatian pembaca. Penulis *feature* menyajikan suatu pengalaman pembaca (reading experience) yang telah bergantung pada gaya (style) penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan.
- f) *Depth reporting* adalah pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau aktual.
- g) *Investigasi reporting* berisikan hal-hal yang tidak jauh berbeda dengan laporan interpretative. Berita jenis ini biasanya memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi. Namun demikian, dalam laporan investigative, para wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi demi tujuannya.
- h) *Editorial writing* adalah pikiran sebuah institusi yang diuji di depan sidang pendapat umum. Editorial adalah penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan mempengaruhi pendapat umum.

b. *Hoax*

Dalam kamus Bahasa Inggris, *hoax* artinya olok-olokan, cerita bohong.²⁸ Sementara itu, Pellegrini mengembangkan definisi *hoax* dari McDougall dan menjelaskan sebagai sebuah kebohongan yang dikarang sedemikian rupa oleh seseorang untuk menipu atau mengalihkan perhatian dari keberana, yang digunakan untuk kepentingan pribadi, baik itu secara intrinsik maupun ekstrinsik.²⁹

Istilah *hoax* biasa digunakan untuk berita palsu, legenda urban, rumor dan kebohongan yang menipu. Pada dasarnya, *hoax* diciptakan untuk menipu banyak orang dengan cara merekayasa sebuah berita agar terkesan menjadi sebuah kebenaran.

Hoax adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut adalah palsu. Salah satu contoh pemberitaan palsu paling umum adalah mengklaim sesuatu barang atau kejadian dengan sesuatu barang atau kejadian suatu berbeda dengan barang/kejadian sejatinya. Definisi lain dari menyatakan *hoax* adalah suatu tipuan yang digunakan untuk mempercayai sesuatu yang salah dan seringkali tidak masuk akal yang melalui media online.

Hoax bertujuan untuk membuat opini publik, mengiring opini publik membentuk persepsi juga untuk *hufing fun* yang menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna internet dan media sosial.

²⁸ Jhon M. Echolas dan Hasan Shadily. "kamus inggris -Indonesia", (jakarta : Gramedia Pustaka Ulama), h. 300.

²⁹Rut Rismanta Silalahi, Puri Bestari, windhi Tia Saputra, "karakteristik strategi Crowdshearching untuk membatasi Penyebaran *hoax* di Indonesia " Jurnal Komunikasi, (Jakarta : UPN Veteran Jakarta, 2017), h.130-131.

1. Adapun Ciri-ciri berita *hoax* sebagaiberikut:

- a) Beritanya terlalu mengada-ngada, aneh dan tidak masuk akal.
- b) Meskipun beritanya aneh dan isinya menghebohkan, jarang media yang meliput. Walaupun ada, media tersebut hanya sekedar mencopy apa adanya dari sumber berita pertama dan tidak mengecek langsung kepada sumber berita.
- c) Berita itu bertentangan dengan berita-berita lain yang lebih valid.
- d) Sumber yang disebutkan tidak jelas bahkan ada kecenderungan menutupnutupi.
- e) Tidak konsisten dan bertentangan dengan akal sehat
- f) Untuk menyakinkan agar beritanya dapat di percaya, seringkali di sebutkan sumber resminya namun tidak bisa menyebutkan nama narasumber perseorangan, perusahaan, organisasi, dan rujukan lainnya yang memiliki otoritas.
- g) Tidak menggunakan bahasa yang baku baik dan benar.

Allah SWT berfirmandalam Al-Qur'an surah an-nuur 24:11.

إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُمْ مَا أَكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ

Terjemahnya :

Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah darigolongan kamu (juga). Janganlah kamu mengira berita itu buruk bagi kamu bahkan itu baik bagi kamu. Setiap orang dari mereka akan mendapat balasan dari dosa yang diperbuatnya. Dan barangsiapa di antara mereka yang mengambil bagian terbesar (dari dosa yang diperbuatnya), dia mendapat adzab yang besar (pula). (QS.An-nuur:11).³⁰

³⁰Al-Qur'an, dan terjemahnya.

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, ummat Rasulullah dilarang berdusta dan senantiasa berlaku jujur agar mendapatkan kebaikan di dunia maupun di akhirat.

2. Jenis-jenis berita *hoax*

- a. Fake news atau berita bohong, merupakan berita yang berusaha menggantikan berita yang asli. Berita ini bertujuan untuk memalsukan atau memasukkan ketidakbenaran dalam suatu berita. Penulis berita bohong biasanya menambahkan hal-hal yang tidak benar dan teori persengkokolan, makin aneh, makin baik. Berita bohong bukanlah komentar humor terhadap suatu berita.
- b. Clickbait atau autan jebakan, merupakan autan yang diletakkan secara strategis di dalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik orang masuk ke situs lainnya. Konten di dalam tautan ini sesuai fakta namun judulnya dibuat berlebihan atau dipasang gambar yang menarik untuk memancing pembaca.
- c. Confirmation bias atau bias konfirmasi, merupakan kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebaik bukti dari kepercayaan yang sudah ada.
- d. Misinformation, merupakan informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu.
- e. Post-truth atau pasca-kebenaran, merupakan kejadian di mana emosi lebih berperan daripada fakta untuk membentuk opini publik.

f. Propaganda, merupakan ktfitas menyebar luaskan informasi, fakta, argumen, gosip, setengah-kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik.

3. Hukum menyebarkan berita *hoax*

Dalam perundang-undangan Negara hukum bagki penyebaran berita bohong atau *hoax* telah tercantum pada UU IT, yaitu pada pasal 23 ayat (1) UU No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) menyatakan ,” setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi elektronik.³¹ Perbuatan yang diatur dalam pasal 28 ayat (1) UU ITE merupakan salah satu perbuatan yang dilarang dalam UU ITE tidak menjelaskan apa yang dimaksud dengan “berita bohong yang menyesatkannya”.

Terkait dengan rumusan pasal 28 ayat (1) UU ITE yang menggunakan frasa “menyebarkan berita bohong”, sebenarnya terdapat ketetntuan serupa dalama pasal 390 kitab Undang- undang Hukum Pidana (KUHP) walaupun dengan rumusan yang sedikit berbeda yaitu digunakannya frasa “menyebarkan berita bohong”.

Suatu berita yang menceritakan secara tidak betul suatu kejadian adalah termasuk juga berita bohong. Menurut beberapa orang kata “bohong” dan “menyesatkan” adalah dua hal yang berbeda. Dalam artian kata “menyesatkan” yang diatur adalah akibat dari berita bohong. Selain itu, untuk membuktikan telah terjadi pelanggaran terhadap pasal 23 ayat (1) UU ITE maka semua unsure dari pasal tersebut sudah dilakukan dan menciptakan korban dunia nyata maupun dunia maya (media sosial).

³¹ Undang –undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

a. Dampak Positif dan Dampak Negatif Media Sosial

1. Memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang Dengan media sosial, kita dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja termasuk artis favorit kita yang juga menggunakan media sosial terkenal seperti Facebook dan whatsapp.
2. Memperluas pergaulan Media sosial membuat kita bisa memiliki banyak koneksi dan jaringan yang luas. Tentu saja hal ini berdampak positif bagi orang yang ingin mendapatkan teman atau pasangan hidup dari tempat yang jauh atau negara asing.
3. Jarak dan waktu bukan lagi masalah Di era media sosial seperti sekarang ini, hubungan jarak jauh bukan lagi halangan besar karena kita tetap dapat berinteraksi dengan orang lain kapan saja walaupun dipisahkan oleh jarak yang cukup jauh.
4. Lebih mudah dalam mengekspresikan diri Media sosial memberikan sarana baru bagi manusia dalam mengekspresikan diri. Orang biasa, orang pemalu, atau orang yang selalu gugup mengungkapkan pendapat di depan umum akhirnya mampu menyuarakan diri mereka secara bebas.
5. Penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat Dengan media sosial, siapapun dapat menyebarkan informasi baru kapan saja, sehingga orang lain juga dapat memperoleh informasi yang tersebar di media sosial kapan saja pemberitaan apakah berita tersebut benar atau tidak.

4. Masyarakat

Masyarakat dalam bahasa Inggris disebut “society” asal kata “socius” yang berarti kawan. Adapun kata “masyarakat” berasal dari bahasa Arab yaitu “syirk” yang berarti bergaul atau dalam bahasa ilmiahnya interaksi. Adanya saling bergaul itu tentu karena adanya bentuk-bentuk aturan hidup yang bukan disebabkan oleh manusia sebagai perorangan, melainkan oleh unsur-unsur kekuatan lain. Arti yang lebih khusus masyarakat disebut pula kesatuan sosial maupun ikatan-ikatan kasih sayang yang erat.³² Kata masyarakat hanya terdapat dalam dua bahasa yakni Indonesia dan Malaysia. Kemudian diadopsi ke dalam bahasa Indonesia yang artinya berhubungan dan pembentukan suatu kelompok atau golongan.³³

Masyarakat menurut Para ahli Sosiologi adalah sebagai berikut :

- a. Mac Iver dan Page mendefinisikan masyarakat merupakan jalinan hubungan sosial dan selalu berubah.
- b. Koentjaraningrat mendefinisikan masyarakat adalah kesatuan hidup makhluk-makhluk manusia yang terikat oleh suatu sistem adat istiadat tertentu.
- c. Selo Soemardjan dan Soelaiman Soemardi menyebut masyarakat adalah tempat orang-orang yang hidup bersama yang menghasilkan kebudayaan.³⁴

Dalam pengertian lain masyarakat atau disebut community (masyarakat setempat) adalah warga sebuah desa, sebuah kota, suku atau suatu negara. Apabila suatu kelompok itu baik, besar maupun kecil, hidup bersama, memenuhi kepentingan-kepentingan hidup bersama, maka disebut masyarakat setempat.³⁵Dari

³² M. Munandar Soelaiman, *Ilmu Sosial Dasar Teori dan Konsep Ilmu Sosial*, Eresco, (Bandung: Eresco,1995), h. 63.

³³ Drs. Sidi Gazalba, *Masyarakat Islam, Pengantar Sosiologi & Sosiografi*, (Jakarta, Bulan Bintang, 1976), h. 11

³⁴ Ari H. Gunawan, *Sosiologi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 14

³⁵ Soejono Soekamto, *Sosiologi suatu Pengantar*,(Jakarta, Rajawali,1990), h. 162 .

pendapat di atas dapat penulis simpulkan bahwa masyarakat adalah satu kesatuan manusia (sosial) yang hidup dalam suatu tempat dan saling bergaul (interaksi) antara satu dengan yang lain, sehingga memunculkan suatu aturan (adat/norma) baik secara tertulis maupun tidak tertulis dan membentuk suatu kebudayaan.

Di dalam Islam diungkapkan, bahwa manusia diciptakan oleh Allah SWT dari seorang laki-laki dan perempuan, berkelompok agar diantara mereka saling mengenal dan menjalin hubungan dengan masyarakat, sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Hujurat ayat 13 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ
 إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ . (١٣)

Terjemahnya :

Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.³⁶

Ayat diatas memberikan penjelasan bagaimana manusia bergaul dengan sesamanya, hai semua manusia, kami menjadikan kamu bermacam-macam umat (berbangsa-bangsa) dan bernegri-negri bukan supaya kamu berperang-perangan melainkan supaya berkenal - kenalan dan berkasih-kasih antara satu dengan yang lain. Satu bangsa tidak lebih dari bangsa lain, melainkan dengan ilmu pengetahuannya dan kecakapannya, sedang orang yang terlebih mulia disisi Allah ialah orang yang bertaqwa. Oleh sebab itu patutlah segala bangsa insaf, bahwa

³⁶ Al-Qur'an, dan terjemahnya

mereka dijadikan Allah bukanlah untuk berperang-perangan melainkan untuk berkenalan antara satu dengan yang lain³⁷.

1. Ciri-ciri masyarakat

(a) Hidup berkeluarga

Didasarkan pada kodrat manusia sebagai makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri dan saling bergantung satu sama lain, maka ciri utama suatu masyarakat adalah manusia yang hidup berkelompok. Dengan hidup bersama dan membentuk suatu kelompok, maka kemudian akan berubah menjadi suatu masyarakat yang saling mengenal dan bergantung satu sama lain.

(b) Saling berinteraksi

Ciri yang kedua ini sama dengan ciri utama suatu masyarakat, yaitu adanya hubungan atau interaksi antar individu atau anggota didalam masyarakat tersebut. Ciri ini merupakan suatu perwujudan dari masyarakat dimana untuk melakukan interaksi berarti diperlukan suatu pertemuan, itulah mengapa mereka saling hidup bersama dalam suatu lingkungan masyarakat. Selain itu adanya interaksi yang terjadi juga merupakan suatu contoh tindakan sebagai makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri.

(c) Melahirkan kebudayaan

Suatu kebudayaan pasti lahir karena adanya pola tingkah laku yang khas dari suatu masyarakat, jadi apabila tidak ada suatu masyarakat maka tidak akan ada pula suatu kebudayaan. Namun tanpa kebudayaan pun tidak mungkin ada yang disebut sebagai suatu masyarakat, karena tidak adanya pola hidup yang khas didalamnya. Maka suatu masyarakat yang telah ada dan

³⁷ Mahmud Yunus, *Tafsir Qur'an Karim Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT Hidakarya Agung, 2004), h. 766.

hidup bersama pasti akan melahirkan suatu kebudayaan yang khas. Dimana kebudayaan yang khas tersebut akan di turunkan kepada generasi-generasi berikutnya namun tetap mengalami penyesuaian dengan perubahan sosial.

(d) Mengalami perubahan sosial

Suatu masyarakat pasti memiliki sifat yang dinamis atau tidak akan sama dan diam terus seperti sebelumnya. Para anggota masyarakat juga pasti menginginkan suatu kehidupan yang lebih baik dan berkembang dari sebelumnya, sehingga akan terjadi suatu perubahan sosial didalam masyarakat tersebut. Namun perubahan sosial yang terjadi dapat menuju pada dua arah, yaitu perubahan yang masih akan disesuaikan dengan kebudayaan yang ada, dan perubahan yang justru memudahkan kebudayaan yang telah ada sebelumnya. Perubahan ini tergantung pada anggota masyarakat yang menerapkannya, jika mereka dapat memilih mana yang baik dan tidak bagi kehidupan masyarakat bersama berarti kebudayaan atau norma yang ada masih dianggap penting bagi kehidupan masyarakat tersebut.

(e) Terdapat pemimpin

Selain adanya nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat, diperlukan juga seorang pemimpin untuk mengatur pola kehidupan dan tingkah laku anggota masyarakat. Seorang pemimpin juga dibutuhkan untuk mengawasi hal-hal yang telah disepakati bersama agar tidak melenceng atau keluar dari kesepakatan yang telah dibuat. Tidak hanya seorang pemimpin, dalam suatu sistem yang berlaku di masyarakat juga diperlukan perangkat masyarakat yang akan membantu kerja pemimpin dalam memimpin dan mengatur warga masyarakatnya.

(f) Terdapat stratifikasi sosial

Ciri suatu masyarakat yang terakhir adalah adanya suatu stratifikasi sosial didalam kelangsungan hidup masyarakat. Diantar anggota masyarakat pasti akan ada atau terbentuk suatu stratifikasi atau lebih dipahami sebagai suatu golongan tertentu, baik itu yang didasarkan pada status sosial maupun peran sosialnya. Adanya macam-macam stratifikasi sosial dapat menempatkan seseorang atau setiap individu pada posisinya, sehingga mereka dapat melaksanakan peran dan tanggung jawab mereka masing-masing dengan benar.

Berita *hoax* sering disebarluaskan dan bersumber dari kabar bohong dan dibuat dalam satu jaringan sosial untuk menjaga kepentingan pribadi maupun kelompok. Seringkali secara sadar pengguna media sosial menyebarkan kebohongan untuk membantu agenda yang direncanakan. Penyebar *Hoax* bisa dari kalangan personal, komunitas, korporasi, lembaga negara, dan militer kerap membuat propaganda kebohongan agar kepentingan mereka bisa terjaga. Berita *Hoax* dibuat agar khalayak ramai tak lagi fokus pada masalah sebenarnya dan selanjutnya akan terjebak pada hal-hal bombastis yang bukan jadi permasalahan pokok. Posisi penyebar berita *Hoax* yang dianggap kredibel menjadikan pengguna merasa yakin bahwa informasi itu benar dan menjadikan itu suatu kebenaran dan dapat disebarluaskan tanpa diperiksa kembali. Dengan pengetahuan masyarakat yang masih minim, maka penggiringan opini melalui berita bohong (*hoax*) sangat mudah sekali dilakukan. Faktor utama yang menyebabkan informasi palsu (*hoax*) mudah tersebar di Indonesia adalah karakter masyarakat Indonesia yang dinilai belum terbiasa berpendapat atau berdemokrasi secara sehat. Ancaman global yang dapat memecah

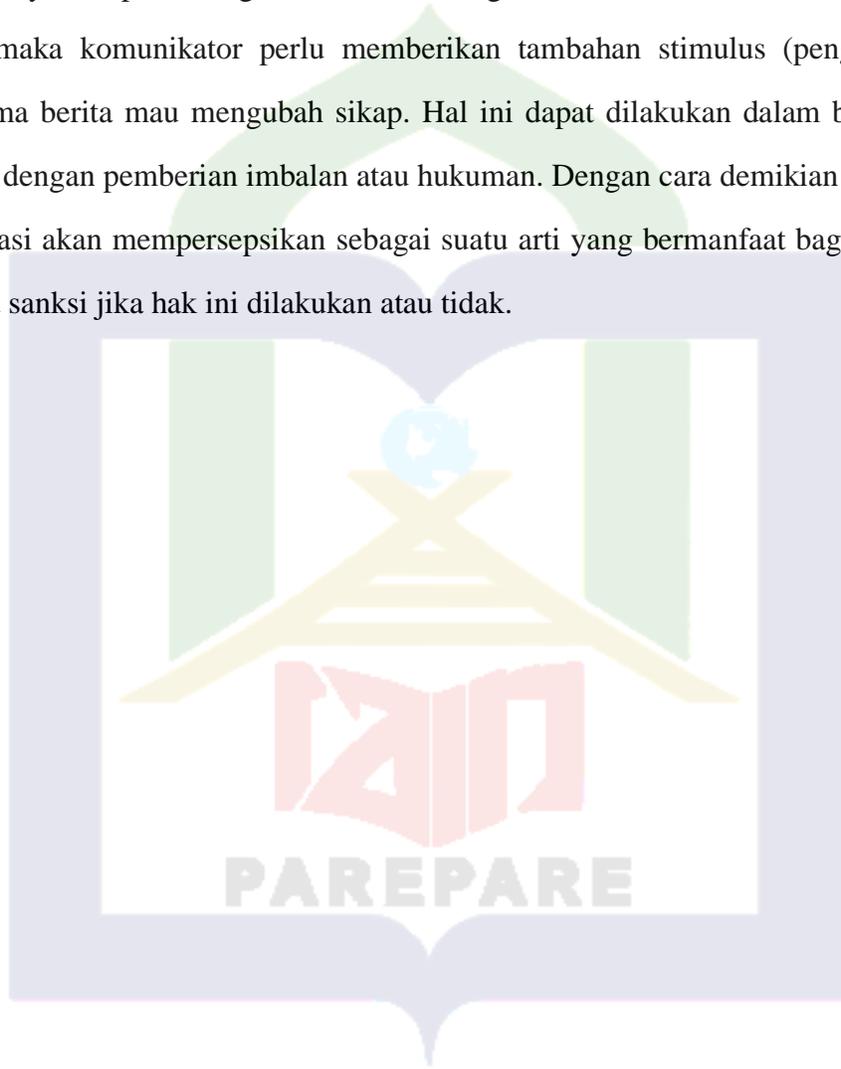
belah persatuan dan kesatuan Indonesia, salah satunya dengan maraknya isu-isu berita hoax atau fake news, seringkali merupakan berita yang berisi fitnah dan berita bohong yang tersebar luas melalui perantaraan media sosial. Sulit untuk meredam penyebaran berita bohong atau *hoax* yang disebarkan oleh orang yang tidak bertanggung jawab tersebut. Setiap individu atau kelompok dapat dengan mudah menyebarkan berita yang tidak benar, dan penerima berita seringkali pula dinilai tidak kritis dalam mencerna uga pembuat konten media yang dijadikan sebagai bentuk pesan interaksi di dunia maya. Generasi digital native memahami bahwa media sosial bersifat konvergen yang mampu menghubungkan satu platform media ke media lain. Oleh karena itu, aksesibilitas kepemilikan media sosial yang mereka gunakan tidak hanya pada satu akun media sosial saja, melainkan pada lebih dari satu media sosial.

D. KerangkaPikir

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 dianggap agar peneliti mudah dalam melakukan penelitian.

Kerangka Dasar Teori Teori SOR Adapun istilah-istilah yang digunakan dalam model ini adalah pertama stimulus (S), kedua organism (O) dan ketiga, respons (R). Stimulus adalah rangsangan atau dorongan, sehingga unsur stimulus dalam teori ini merupakan perangsang berupa message (isi pernyataan). Organism adalah badan yang hidup, sudah berarti manusia atau dalam istilah komunikasi. Sehingga unsur organism dalam teori ini adalah receiver (penerima pesan). Sedangkan respons yang

dimaksud sebagai reaksi, tanggapan, jawaban, pengaruh, efek atau akibat, jadi dalam teori ini unsur respons adalah efek (pengaruh). Dalam teori S-O-R, pengaruh eksternal ini yang dapat menjadi stimulus dan memberikan rangsangan sehingga berubahnya sikap dan tingkah laku seseorang. Untuk keberhasilan dalam mengubah sikap maka komunikator perlu memberikan tambahan stimulus (penguatan) agar penerima berita mau mengubah sikap. Hal ini dapat dilakukan dalam berbagai cara seperti dengan pemberian imbalan atau hukuman. Dengan cara demikian ini penerima informasi akan mempersepsikan sebagai suatu arti yang bermanfaat bagi dirinya dan adanya sanksi jika hak ini dilakukan atau tidak.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian metode kualitatif. Metode kualitatif menekankan analisis proses dari proses berfikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antar fenomena yang diamati dan senantiasa menggunakan logika ilmiah.³⁸

Sebagaimana Bodgan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati.³⁹Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menemukan teori menggambarkan realitas yang kompleks dan memperoleh pemahaman makna.⁴⁰

Pendekatan deskriptif diartikan melukiskan variable demi variable, satu demi satu. Metode deskriptif mengumpulkan data secara univariat.⁴¹Deskriptif kualitatif artinya, penelitian ini tentang data yang dikumpulkan dan diuraikan dengan kata-kata, misalnya dari hasil wawancara peneliti dan informan. Adapun alasan peneliti menggunakan penelitian tersebut, karena dalam sebuah penelitian harus menggunakan penelitian yang langsung pada objeknya, sehingga peneliti akan langsung mengamati dan melakukan proses wawancara dengan objek yang akan diteliti untuk mendapatkan data-data yang diperlukan.

³⁸Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), h. 80.

³⁹Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 21.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 20.

⁴¹Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), h. 25.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Lokasi penelitian harus ditentukan terlebih dahulu karena tanpa adanya lokasi penelitian akan mempersulit peneliti dalam mengumpulkan data. Adapun lokasi penelitian ini di Kel.Bittoeng Kec.Duampanua Kab.Pinrang.

2. Waktu penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian selama kurang lebih satu bulan lamanya, disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian sebagai hal-hal yang ingin dicari jawabannya melalui penelitian.⁴² Telah ditetapkan oleh peneliti pada awal penelitian karena fokus penelitian inilah yang nantinya akan berfungsi memberi batas hal-hal yang akan teliti. Fokus penelitian ini akan berguna dalam memberikan arah kepada peneliti selama proses penelitian, utamanya pada saat pengumpulan data yaitu untuk membedakan antara data mana yang relevan dengan tujuan penelitian ini. Berdasarkan judul peneliti maka akan difokuskan pada bentuk berita *Hoax* yang beredar di Kel.Bittoeng. Dan persepsi pengguna media sosial terhadap berita *Hoax* Kel.Bittoeng.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, artinya data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif ini diperoleh melalui bagaimana teknik pengumpulan data. Misalnya, observasi, analisis

⁴²Bagong Suryanto dan Sutinag, *Metode Penelitian Sosial* (Jakarta: Kencana, 2005), h. 170-171

dokumen, dan wawancara. Bentuk lain pengambilan data dapat diperoleh dari gambar melalui pemotretan atau rekaman video.

2. Sumber Data

Menurut Lofland bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain sebagainya.⁴³ Adapun sumber data dari penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

3. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data, diantaranya data dari observasi awal langsung dari objek penelitian, data penelitian ini langsung diambil dari beberapa masyarakat kel.Bittoeng.

4. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah jadi, biasanya telah tersusun dalam bentuk dokumen misalnya, mengenai demografi suatu daerah dan sebagainya. Data sekunder juga merupakan data pelengkap dari data primer yang diperoleh dari informasi lainnya yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian lapangan (*Field Reserach*) yaitu peneliti akan terjun langsung ke lokasi penelitian sebagai upaya dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan serta keakuratan data tersebut. Adapun teknik pengumpulan data yang akan peneliti gunakan pada penelitian ini yaitu observasi (*observation*), wawancara (*interview*), dan dokumentasi (*documentation*). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

⁴³Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet.8; Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997), h. 112

1. Observasi

Menurut S Margon observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Pengamatan dan pencatatan tersebut dilakukan terhadap objek ditempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa.⁴⁴ Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan.

2. Wawancara (*Interview*)

Menurut Nurul Zuriah, wawancara adalah alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Adapun hal yang utama dalam wawancara adalah adanya kontak langsung dengan tatap muka antara pencari informasi (*interviewer*) dengan sumber informasi (*interviewee*).⁴⁵ Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan. Berdasarkan tujuan tertentu.⁴⁶ Wawancara merupakan suatu teknik untuk mengumpulkan data yang dilakukan dengan berhadapan langsung tetapi juga dapat diberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain. Wawancara juga dapat dilakukan secara tidak langsung melalui telepon, internet dan surat kabar.

3. Dokumentasi

Metode ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga

⁴⁴Nurul Zuriah, *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan, Teori dan Aplikasi* (Cet.2; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), h. 173

⁴⁵Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, h. 179

⁴⁶Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* (Cet, 6; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), h. 180

dikemukakan oleh Guba dan Linclon mendefinisikan bahwa dokumen adalah setiap bahan tertulis.⁴⁷ Dokumentasi dalam penelitian digunakan sebagai pelengkap data yang diperlukan baik berupa dokumen dan lain-lain.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkripsi wawancara, catatan lapangan, dan materi lain yang telah dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman mengenai materi dan untuk memungkinkan menyajikan apa yang telah ditemukan terhadap orang lain.⁴⁸ Analisis data tersebut dilakukan dalam suatu proses. Proses berarti pelaksanaannya sudah mulai dilakukan sejak pengumpulan data dilakukan dan dikerjakan secara intensif, yaitu sesudah meninggalkan lapangan.⁴⁹ Miller dan Huberman mengembangkan analisis data kualitatif yang mencakup tiga kegiatan yang bersamaan, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemutusan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data mentah atau kasar yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan.⁵⁰ Proses ini berlangsung selama penelitian dilakukan dari awal sampai akhir penelitian.

Pada awal misalnya melalui kerangka konseptual, permasalahan, pendekatan pengumpulan data yang diperoleh. Selama pengumpulan data, misalnya; membuat ringkasan, kode, dan lain-lain. Reduksi merupakan bagian dari analisis, bahkan terpisah. Dalam proses reduksi ini peneliti benar-benar mencari data yang benar-

⁴⁷Barrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Cet.1; Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 158

⁴⁸Emzir, *Metologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (Cet.2; Jakarta: PT Raja grafindo Persada, 2011), h. 85

⁴⁹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 104

⁵⁰Emzir, *Metologi Penelitian Kuantitatif Analisis Data*, h. 129

benar valid. Ketika peneliti menyaksikan kebenaran data yang diperoleh akan dicek ulang dengan informasi lain yang menurutpenelitilebihmengetahui.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajiannya antara lain berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan menarik kesimpulan.

Penyajian data juga merupakan bagian dari analisis, bahkan mencakup pula reduksi data. Oleh karena itu, sajiannya harus tertera secara apik. Dalam proses ini peneliti mengelompokkan hal-hal yang serupa menjadi kategori atau kelompok satu, dua, tiga dan seterusnya.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Makna-makna yang muncul dari data harus selalu diuji kebenaran dan kesesuaiannya sehingga validitasnya terjamin.⁵¹ Dalam tahap ini, peneliti membuat rumusan proposisi yang terkait dengan prinsip logika, mengangkatnya sebagai temuan penelitian, kemudian dilanjutkan dengan mengkaji secara berulang-ulang terhadap data yang ada, pengelompokkan data yang telah terbentuk dan proposisi yang telah dirumuskan. Langkah selanjutnya, yaitu melaporkan hasil penelitian lengkap, dengan temuan yang baru.

⁵¹Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, h. 209-210

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Letak Geografis dan Luas Wilayah

Kecamatan Duampanua merupakan salah satu dari 12 kecamatan yang ada di kabupaten pinrang yang secara rinci mempunyai batasan-batasan administrasi sebagai berikut :

- a. Sebelah utara berbatasan dengan kecamatan lembang
- b. Sebelah barat berbatasan dengan selat Makassar
- c. Sebelah selatan berbatasan dengan kecamatan cempa dan patampanua
- d. Sebelah timur berbatasan dengan kecamatan batu lappa

Kecamatan duampanua yang berada di sebelah utara kabupaten pinrang merupakan salah satu dari 12 kecamatan yang ada di kabupaten pinrang, dengan luas wilayah 29.189 ha. Dan berada pada ketinggian 0 – 100 meter di atas permukaan laut (dpl). Secara wilayah administrasi pemerintah yang terluas adalah kelurahan data dengan 4.340 ha. Atau 14,87 % dari wilayah kecamatan duampanua. Sedangkan wilayah terkecil adalah kelurahan pekkabata, yaitu 678 ha atau 2,32 % dari luas wilayah kecamatan duampanua. Berikut rincian pembagian wilayah desa/kelurahan.

Pembagian wilayah dan luas desa/kelurahan di kecamatan duampanua

No.	Kelurahan/desa	Luas (km ²)	Persentase (%)
1	<i>Kelurahan Pekkabata</i>	678	2,31
2	<i>Kelurahan Tatae</i>	1.076	3,69
3	<i>Kelurahan Lampa</i>	3.632	12, 44
4	<i>Kelurahan Bittoeng</i>	1.170	4,01

5	<i>Kelurahan Data</i>	4.340	14,87
6	<i>Desa Massewae</i>	2.912	9,98
7	<i>Desa Kaballangang</i>	1.532	5,25
8	<i>Desa Katomporang</i>	3.903	13,37
9	<i>Desa Kaliang</i>	1.200	4,11
10	<i>Desa Paria</i>	1.790	6,13
11	<i>Desa Bababinanga</i>	1.831	6,27
12	<i>Desa Buttusawe</i>	3.261	11,17
13	<i>Desa Bungi</i>	1.161	3,98
14	<i>Desa Maroneng</i>	704	2,41
Jumlah		29.186	100,00

Tabel 1.1 Pembagian Wilayah

Keadaan penduduk dan potensi yang dimiliki sebagai berikut.

a. Potensi sosial

- 1) Budaya salin tolong menolong (gotong royong) yang merupakan ciri khas budaya masyarakat yang menjadi modal dalam rangka pembangunan daerah.
- 2) Peranan informasi leader, yaitu kepemimpinan tokoh masyarakat di lingkungan kecamatan duampanua yang merupakan potensi sosial yang dapat menjadi mediator pembangunan masyarakat.

b. Potensi Ekonomi

- 1) tersedianya tanah dan lahan yang dapat dipergunakan untuk berbagi pembangunan ekonomi.
- 2) Potensi pertanian dan peternakan serta perdagangan.
- 3) Pusat pertumbuhan berupa perdagangan dan jasa

c. Sumber daya aparatur

Sumber daya aparatur sangat mendukung dalam upaya menciptakan system pelayanan prima kepada masyarakat, karena ketika sumber daya aparatur yang mempunyai kualitas yang baik, maka pelaksanaan tugas dan tanggung jawab akan terlaksana dengan baik pula. Aparatur akan lebih mudah mencema setiap penyerahan tugas yang diberikan dari pimpinan.

Kondisi aparatur kecamatan untuk saat ini sudah dirasakan baik, hal ini terlihat dari distribusi tugas pokok dan fungsi yang telah dapat dilaksanakan atau tidak bertumpuk pada salah seorang aparatur. Hanya saja aparatur sering terjebak dalam kegiatan rutinitas tanpa berani berinovasi dalam penyelesaian tugas atau dengan kata lain apa yang menjadi pekerjaan aparatur terdahulu juga dikerjakan oleh aparatur sekarang meskipun apa yang dikerjakan ternyata salah.

d. Sarana dan prasana

Untuk menunjang terwujudnya system pelayanan prima kepada masyarakat, maka sarana dan prasarana harus mendukung karena ketika sarana dan prasarana mendukung maka akan lebih mempermudah aparatur kecamatan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

2. Keadaan Demografi

Adapun jumlah penduduk lokasi penelitian oleh peneliti yang berfokus pada satu kelurahan yakni kelurahan Bittoeng mencapai 4.559 jiwa dengan perincian sebagai berikut yaitu:

Jenis Kelamin Kel.bittoeng Kec.Duampanua Kab. Pinrang tahun 2020

Jenis kelamin	Jumlah penduduk
Laki-laki	2.757

Perempuan	2.853
Jumlah	5.610

**Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Kel.bittoeng
Kec.Duampanua Kab. Pinrang tahun 2020**

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah penduduk kelurahan bittoeng pada tahun 2020 sebanyak 5.610 jiwa dengan jumlah rumah tangga 858 rumah tangga. Data ini diperoleh dari profil Lurah Bittoeng tahun 2020. Tingkat pendidikan masyarakat Kelurahan Bittoeng, sarana pendidikan yang sering digunakan masyarakat di kelurahan Bittoeng baik yang terdapat di dalam wilayah lingkungan kelurahan adalah Taman Pendidikan Al-Qur'an, Sekolah Dasar Negeri (SDN) sebanyak 2 unit, dan satu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebanyak 1 unit, terdapat 6 unit masjid, 1 unit Kantor Lurah, 1 unit Puskesmas dan 5 unit posyandu.

Kekayaan dan keragaman budaya kelurahan Bittoeng sebagai suatu rumpun budaya terdiri dari beberapa suku salah satu suku yakni suku bugis. Sumber perekonomian utama bagi masyarakat kelurahan Bittoeng adalah pertanian/perkebunan dan Pegawai Negeri Sipil. Petani sebagian besar hanyalah sekedar memproduksi gabah/beras, digunakan untuk memenuhi kebutuhan pokok.

3. Visi & Misi

a. Visi

Terwujudnya Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Usaha Terpadu, Pertanian, Pertambakan Dan Perkebunan Yang Berbasis Teknologi Tepat Guna

b. Misi

Meningkatkan Sarana Dan Prasarana Pendukung, Serta Pembangunan, Sdm Dalam Pengembangan Pertanian, Perkebunan Dan Perikanan.

B. Hasil Penelitian

1. Bentuk Berita *Hoax*

Proses dalam teori stimulus respon yang mana dalam pengembangan menyampaikan suatu informasi pada masyarakat. adapun bentuk berita *hoax* sebagai berikut.

a. *Fake News*

Fake news atau berita bohong merupakan memberitakan tidak sesuai dengan kebenaran, baik dengan ucapan lisan secara tegas maupun dengan isyarat seperti menggelengkan kepala atau mengangguk. Ada beberapa kata dalam bahasa Indonesia yang memiliki kemiripan arti dengan bohong, misalnya tipu, dusta, gombal dan bual. Secara bergantian orang sering memakai kata-kata tersebut untuk hal yang sama.

Pesan yang disampaikan kepada komunikan bisa saja dapat di terima dan juga di tolak. Sama halnya dengan hasil wawancara peneliti dengan informan ada yang berubah sikap pada saat mendapatkan berita *hoax* di media sosial. Seperti yang disampaikan oleh wahyuni dalam wawancara bahwa:

“Berita *hoax* pasti berdampak ke diri sendiri, kadang saya merasa jengkel sekali kalau pas ada broadcase yang ternyata itu hanya penipuan yang mungkin saja berita *hoax*, mereka yang tidak bertanggung jawab tidak pernah berfikir apa yang mereka lakukan itu pasti menyebabkan kerugian orang lain. Sama halnya yang waktu ada broadchas masuk di hp saya yang mengatakan bahwa jika kita memakan telur tengah malam dapat terhindar dari yang namanya virus corona.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas oleh informan diatas tentang pendapat mereka ketika mendapat berita *hoax* informan diatas mengatakan bahwa saat menerima berita *hoax* melalui media sosial sebaiknya ditelusuri berita itu sebelum menyebarkannya terlebih dahulu mencermati menggunakan ADIKSIMBA

(unsure-unsur 5W+1H) agar berita tersebut dapat dipahami mencari tahu kebenaran berita yang beredar.

Dalam wawancara dengan Aisyah mengatakan bahwa masyarakat perlu berhati-hati dan bijaksana dalam menggunakan media sosial seperti berikut.

“Perlu kebijaksanaan pengguna media sosial untuk dapat menyikapi berita *hoax* supaya tidak secara cepat menyebar kepada masyarakat khususnya masyarakat media sosial awam. Hati-hati dengan judul propokatif sebaiknya kita mencari tahu dulu referensi berita dari situs online resmi kemudian kita bandingkan isi beritanya agar terindar dari namanya berita *hoax*”.⁵²

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat dicermati bahwa sebelum kita menyebarkan berita yang kita dapat baik secara lisan, media sosial sebaiknya terlebih dahulu kita telusuri berita tersebut. Agar kita dapat mengetahui berita yang kita dapat itu apakah berita *hoax* atau fakta.

Ditambahkan oleh wahyuni bahwa dalam memahami sebuah berita perlu mengetahui unsur-unsur berita sebagai berikut.

“Sebaiknya dalam penggunaan media sosial kita harus memahami unsur – unsur berita di mana di dalamnya terdapat unsur 5W+1H. Jika terdapat berita yang beredar media sosial namun tidak terdapat unsur yang di maksud maka berita tersebut sudah dipastikan berita tersebut adalah berita *hoax* atau berita bohong”.⁵³

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa sebuah berita yang benar mengandung unsur 5W+1H. Jika sebuah berita tidak terdapat unsur 5W+1H maka berita tersebut tidak baik untuk disebar.

⁵²Aisyah, Kel.Bittoeng Kec. Duampunua, Kab.Pinrang , wawancara oleh penulis 07 Februari 2021

⁵³Wahyuni, Mahasiswa, Kel.Bittoeng Kec. Duampunua, Kab.Pinrang , wawancara oleh penulis 07 Februari 2021

Sebuah wawancara dengan Vidya Angreini sebagai Guru menjelaskan bahwa ada cara mengantisipasi berita *hoax* yaitu dengan sisi khalayak virtual dan sisi regulasi sebagai berikut.

“Cara mengantisipasinya bisa dilakukan dari 2 sisi yaitu sisi khalayak virtual dan sisi regulasi. Dari sisi khalayak, Ini penting sebab tidak jarang audien yang tidak tau apa-apa menjadi bagian dari penyebar *hoax*. Dari sisi hukum, UU ITE tetap perlu, namun juga perlu disediakan wadah, aplikasi, web atau apa saja namanya, yang didalamnya masyarakat virtual bisa melapor, mengecek kebenaran berita, mengklarifikasi informasi yang sudah didapat. Ini memang pekerjaan berat, tapi disinilah salah satu peran negara. Negara hadir disaat masyarakat resah atau ragu terhadap informasi atau berita-berita yang diterimanya.⁵⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas oleh informan Vidya Angreani bahwa mengantisipasi berita *hoax* bisa dilakukan secara khalayak virtual dan regulasi. Melalui sisi hukum yakni UU ITE sekiranya dapat menyediakan aplikasi untuk melacak kebenaran sebuah berita.

Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan . Pengetahuan sendiri memiliki arti hasil dari mengetahui yang terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Tindakan seseorang dengan melalui suatu penelitian dan pengalaman yang ada dalam diri kita untuk mengetahui sesuatu hal.

Seperti yang kita ketahui bahwa di era yang sangat modern ini sebagian besar orang – orang menggunakan media sosial baik itu dari kalangan orang tua hingga anak-anak dan sebagian besar masyarakat tidak mengetahui apa sebenarnya itu berita *hoax*. Adapun hasil wawancara yang disampaikan oleh informan Nuraisa mengatakan bahwa :

⁵⁴Vidia Angreini, Guru, Kel.Bittoeng Kec. Duampunua, Kab.Pinrang , wawancara oleh penulis 07 Februari 2021

“Yang saya ketahui mengenai berita *hoax* itu adalah berita yang tidak memiliki dasar apapun untuk di jadikan berita. Dan *hoax* ini biasanya timbul karena dan sifat iseng dari salah satu oknum untuk menyebarkan sebuah berita kebohongan untuk memancing amarah publik yang ada dalam media sosial itu sendiri. Menurut saya yang saya ketahui tentang apa itu *hoax*.”⁵⁵

Dari hasil wawancara diatas dapat kesimpulan bahwa ketika kita menggunakan media sosial tentunya kita harus benar-benar bijak dalam memperoleh informasi yang kita dapatkan agar kita tidak mudah percayai berita itu dengan apa yang di sampaikan belum tentu fakta, apalagi jika sumber-sumbernya tidak jelas.

b. *Clickbait*

Clickbait atau jebakan merupakan tautan yang diletakkan secara strategi didalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik orang masuk ke situs lainnya.

“Penyebaran link hoaks tentu meresahkan karena kita tahu sekarang penyebaran melalui jaringan internet sangatlah cepat dan tidak dapat dipungkiri banyak kalangan yang dirugikan apalagi oknum yang tidak bertanggung jawab yang menyebarkan dan mengambil keuntungan lewat link tersebut”⁵⁶

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa penyebaran informasi menggunakan link yang tidak akurat, membuat masyarakat dirugikan ditambahkan lagi oknum mengambil keuntungan disituasi tersebut.

⁵⁵Nur Asia, Masyarakat, Kel.Bittoeng Kec. Duampunua, Kab.Pinrang , wawancara oleh penulis 07 Februari 2021

⁵⁶ Nur Asia, Masyarakat, Kel.Bittoeng Kec. Duampunua, Kab.Pinrang, wawancara oleh penulis 6 Maret 2021.

c. *Confirmation bias*

Confirmation bias atau bias konfirmasi merupakan bentuk keyakinan terhadap berbagai aspek informasi yang belum tentu benar dan perlu dicari tahu kebenarannya.

Sebuah wawancara dengan ratna salah seorang masyarakat mengatakan bahwa saat ia ingin mengetahui kebenaran berita tersebut maka ia mencari dan membandingkan berita yang didapatkan.

“Biasanya aku kalo mau tau itu fakta atau *hoax* saya cari lagi di Google. Disitu pasti banyak hasil pencariannya jadi bisa kita bandingkan sumber beritanya sama penulisnya. Biasanya juga kalo memang betul itu beritanya beritanya pasti ada itu nama penulisnya Kalau tidak ada berarti *hoax* itu tidak jelas beritanya”.⁵⁷

Dari hasil wawancara oleh informan dapat kita simpulkan bahwa mengetahui berita yang dilihatnya tersebut *hoax* atau tidak melalui judul beritanya dan sumber berita itu, tetapi saat ini jika hanya melihat dari judul dan sumber saja, tidaklah cukup mengingat banyak juga berita *hoax* yang dibuat selengkap mungkin untuk meyakinkan masyarakat. Maka dari itu, membaca keseluruhan dari isi berita itu sangat penting untuk mengetahui kebenaran dari berita tersebut.

d. *Miss Information*

Miss information adalah informasi yang salah atau tidak akurat yang banyak terjadi dalam kasus penipuan. Sebuah wawancara dengan ratna salah seorang masyarakat mengatakan bahwa saat ia ingin mengetahui kebenaran berita tersebut maka ia mencari tau dulu kepada yang membagikan linknya.

“ketika saya mendapatkan sebuah link-link yang beredar terkadang saya mencoba membuka link tersebut jika judul linknya menurut saya menarik

⁵⁷ Ratna, Masyarakat, Kel.Bittoeng Kec. Duampunua, Kab.Pinrang, Wawancara oleh Penulis 07 Februari 2021.

atau sebelum saya membukanya saya bertanya kepada seseorang yang membagikan link tersebut untuk mencari tahu kebenarannya tapi terkadang juga mengabaikannya”⁵⁸

e. *Post-truth*

Post-truth atau pasca-kebenaran adalah informasi yang menguras emosi. Emosi ini lebih berperan daripada fakta membentuk opini publik. post-truth yang disebarakan melalui media *facebook*. Dalam berita tersebut penyebaran yang memancing emosi, amarah masyarakat yang telah membagikan sebuah berita yang bahwa ka adanya tsunami dikarenakan air laut sudah menyusut sehingga para masyarakat berlarian untuk mengungsi keatas gunung yang berada dikelurahan bittoeng. Seperti yang disepaikan oleh saalah satu informan aisyah yang mengatakan bahwa:

“berita *hoax* atau berita bohong yang tidak jelas asal usul sumbernya yang cuman dapat membuat semua orang heboh dan membawa dampak buruk bagi masyarakat yang menerimanya apalagi jika pengguna media sosial awam”⁵⁹

Dari hasil wawancara diatas dapat kita simpulkan bahwa ketika kita menggunakan media sosial bijak-bijaklah dalam menerima suau berita agar terhindar dari yang namanya berita *hoax* yang dapat merugikan diri sendiri. Dikarenakan berita yang penting untuk diketahui dikehidupan diri sendiri namun ternyata berita tersebut *hoax*.

f. *Propaganda*

Propaganda adalah informasi seputar argument, gossip, setengah kebenaran atau bahkan kebohongan agar dapat mempengaruhi opini publik.

⁵⁸ Ratna.Masyarakat Kel.Bittoeng Kec. Duampunua, kab.pinrang wawancara oleh penulis 07 february 2021

⁵⁹ Aisyah.Masyarakat Kel.Bittoeng Kec. Duampunua, kab.pinrang wawancara oleh penulis 07 february 2021

Adapun hasil wawancara yang disampaikan oleh informan wahyuni mengatakan bahwa:

“ketika kita mendapat suatu broadcast entah itu melalui facebook,ig atau whatsapp sebaiknya kita mencari tahu dulu asal usul sumbernya yang cuman dapat membuat semua orang heboh dan membawa dampak buruk bagi masyarakat yang menerimanya apalagi jika pengguna media sosial awam,”.⁶⁰

Dari hasil wawancara diatas dapat kita simpulkan bahwa ketika kita menggunakan media social, bijak-bijaklah dalam menerima berita agar terhindar dari yang namanya berita hoax yang dapat merugikan diri sendiri. Dikarenakan berita yang benar sangat penting untuk diketahui kehidupan diri kita sendiri.

2. Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Berita Hoax

Akhir-akhir ini sejumlah media massa, baik media televisi, media cetak maupun media online sangat disibukkan dengan adanya pemberitaan semacam bola liar yang sangat sulit dikendalikan dan cenderung provokatif serta mengesampingkan etika dalam pemberitaan. Kita lihat pemberitaan bohong didominasi oleh berita sosial/ internet, karena internet adalah salah satu kebutuhan masyarakat yang tidak mengenal strata, dari anak-anak hingga orang dewasa pada umumnya memiliki gadget dan sudah menjadi suatu kebutuhan, sekaligus menggunakan internet. Internet mudah didapat dimana-mana, baik sebagai sarana hiburan, pendidikan, sumber informasi maupun sarana komunikasi. Internet mempunyai dua sisi yang bisa saling bertentangan. Di suatu sisi lain, internet sebagai saluran informasi untuk menyampaikan informasi baik perorangan maupun pesan kelompok kepada kelompok lainnya.

⁶⁰Wahyuni, Mahasiswa , Kel.Bittoeng Kec. Duampunua, Kab.Pinrang , wawancara oleh penulis 07 Februari 2021

Hoax adalah informasi sesat dan berbahaya karena menyesatkan persepsi manusia dengan menyampaikan informasi palsu sebagai kebenaran. *Hoax* mampu mempengaruhi banyak orang dengan menodai suatu citra dan kredibilitas. *Hoax* dapat bertujuan untuk memengaruhi pembaca dengan informasi palsu sehingga pembaca mengambil tindakan sesuai dengan isi *hoax*. Sebagai pesan informasi palsu dan menyesatkan, *hoax* juga dapat menakut-nakuti orang yang menerimanya.

Berita *hoax* dan masyarakat merupakan suatu komponen yang tidak dapat pisahkan. Berita *hoax* dapat dicerminkan atau dipresentasikan sebagai bagian bebas berpendapat oleh masyarakat. Hal ini erat kaitanya dengan hadirnya *hoax* sebagai salah satu ciri dari adanya era post-truth dalam kehidupan masyarakat melalui media sosial yang digunakan oleh masyarakat. Salah satu dampak dari adanya era post-truth dalam kehidupan masyarakat adalah terbentuknya reaksi atau lebih dikenal dengan respon masyarakat dan cara mereka mengidentifikasi berita *hoax* ketika mendapatkan berita *hoax*. Reaksi atau respon tersebut dapat terlihat melalui apa yang masyarakat yakini sebagai sebuah pembenaran umum daripada kebenaran itu sendiri dari sebuah berita *hoax*.

Perlu kita ketahui bahwa di era yang cukup Modern ini baik itu dari kalangan orang tua, anak-anak bahkan remaja juga menggunakan yang namanya media sosial. Dari situlah kita melihat apakah mereka dengan mudah percaya adanya berita *hoax* atau bahkan mereka mencari tau terlebih dahulu informasi yang mereka dapatkan. Seperti yang disampaikan oleh informan vidya angreani Mengatakan bahwa:

“saya rasa berita *hoax* cukup mengkhawatirkan bagi pengguna media sosial apalagi bagi pengguna pemula media sosial termasuk orang tua remaja lainnya bagi orang tua mungkin 98% mudah percaya dengan adanya berita

hoax yang beredar karena keterbatasan pemahaman dan kurangnya sosialiosasi pentingnya penyaringan berita yang beredar di media sosial.”⁶¹

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa ketika seseorang mendapatkan berita hoax tentunya bagi kalangan muda mereka tidak mudah percaya berbeda halnya dengan pemahaman orang tua karna pada dasarnya mereka kurang pemahaman dan juga informasi yang cukup akurat.

Seperti halnya ketika seseorang menyebarkan berita hoax tentunya banyak masyarakat yang dirugikan akibat ulah mereka yang tidak bertanggung jawab. Seperti yang disampaikan oleh informan st.aisyah terkait berita *hoax* mengatakan bahwa:

“Sangat di sayangkan bagi mereka yang menyebar tanpa menelusuri kebenaran berita tersebut karena dapat merugikan orang lain, organisasi, lembaga dan institusi lain yang bersangkutan. Dan berita *hoax* sangat tidak ada manfaatnya dan dapat menimbulkan ketakutan pada seseorang maupun kecemasan padahal berita yang di sebarkan tidaklah benar”⁶²

Dari penyampaian oleh informan diatas dapat kita simpulkan bahwa adanya pemberitaan hoax di media sosial tentu akan berpengaruh besar, jangan sampai mereka meneulis apalagi menyebarkan kembali informasi yang salah kepada audiens lainnya karena dampaknya bisa fatal khususnya masyarakat kelurahan Bittoeng.

Komunikasi secara sederhana, dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan dampak tertentu, setiap individu yang melakukan komunikasi dengan individu lainnya akan memiliki pengaruh masing-masing sesuai dengan tujuannya. Seperti yang disampaikan oleh inform nuraisyah mengatakan bahwa:

⁶¹Vidia angreani, Guru Kel.Bittoeng Kec. Duampunua, Kab.Pinrang , wawancara oleh penulis 07 Februari 2021

⁶²St.aisyah, Kel.Bittoeng Kec. Duampunua, Kab.Pinrang , wawancara oleh penulis 07 Februari 2021

“Kalau saya sendiri mungkin sesekali hanya sekedar emosi kalo masih ada orang yang sengaja menyebarkan berita-berita yang bohong, selain itu tentunya saya juga lebih berhati-hati lagi. Menentukan itu berita yang bohong sama tidaknya sulit, bedanya itu sangat tipis tapi bagaimanapun saya harus lebih berhati-hati lagi dan tidak sembarangan yang harus saya share begitu. Terhadap keluarga saya tidak terlalu khawatir keluarga saya masih awam untuk menggunakan gadget apalagi media sosial. saya merasa kasian pada orang lain, kalau mereka tahu dan bisa memilah dan memilih berita atau informasi yang kasian itu yang tidak tau, mereka menyebarkan berita atau informasi yang belum jelas kebenarannya. Berati sudah berapa orang yang membaca berita bohong itu dan sudah berapa banyak yang ikut menyebarkan informasi itu⁶³.

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa kita sebagai pengguna media harus cerdas mengelola informasi yang didapat. Apabila ketika kita juga ingin menyampaikan berita tentunya kita harus cermati dulu apakah berita yang kita ingin sampaikan benar-benar nyata atau tidak agar nantinya tidak ada yang dirugikan sesama pengguna media.

Berdasarkan penelitan yang telah di lakukan peneliti bahwa persepsi masyarakat kelurahan bittoeng pengguna media sosial terhadap berita *hoax* adalah berita atau informasi yang belum jelas kebenarannya tidak jelas sumber beritanya. Persepsi masing-masing informan terhadap berita *hoax* sangat variatif, terkelompokan berdasarkan jenis bertita yang di terimahnya, persepsi masyarakat mewakili berita *hoax* yang berjenis propaganda yaitu Aktifitas menyebar luaskan informasi, fakta, argumen, gosip, setengah-kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik , *misinformastion* yaitu Informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu, dan *confirmation bias* yaitu kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebagai bukti dari kepercayaan yang sudah ada.

⁶³ Nurasia , Kel.Bittoeng Kec. Duampunua, Kab.Pinrang , wawancara oleh penulis 07 Februari 2021

a. Proses Respon Langsung Percaya

Proses respon masyarakat Kelurahan Bittoeng adalah masyarakat langsung percaya dengan konten berita *hoax* yang didapatkan. Dalam proses yang kedua ini, masyarakat bersikap abai terhadap validitas berita dan langsung membagikan atau meng-forward berita *hoax* melalui postingan pada media sosial yang mereka gunakan pada proses respon yang masyarakat tidak melakukan proses editing terhadap konten berita ataupun berusaha mencari validitas dari berita yang dikirimkan atau dibagikan.

Selain cara merespon berita *hoax* hanya dengan membagikan atau mengtransmisi, alasan lain masyarakat merespon berita *hoax* dengan cara ini dianggap lebih cepat dalam proses penyampaian berita. Seperti pernyataan salah satu informan berikut :

“Tinggal diteruskan saja kan gampang, langsung bisa dikirim ke grup atau secara pribadi lebih cepat daripada kita yang mengetik sendiri kalau dapat berita. Mau benar atau tidak itu urusan belakang”.⁶⁴

Berdasarkan hasil wawancara informan diatas Rini dapat kita simpulkan bahwa masyarakat tidak mempertimbangkan benar atau tidaknya berita tersebut, maka mereka hanya fokus membagikan hal yang mereka anggap menarik tanpa mereka sadari bahwasanya ada berita yang mereka bagikan belum teruji kebenarannya (*hoax*). Adapun yang disampaikan oleh informan yang lain terkait respon berita *hoax* yang mereka dapat mengatakan bahwa:

“Kalau saya dapat berita sendiri amanya memang tinggal saya teruskan dari grup lain atau dari orang lain, kalau ditanya itu benar atau tidak saya tinggal jawab saya hanya meneruskan brodcas yang masuk atau saya cuman dapat dari grup sebelah lalu saya teruskan, apalagi kalo berita yang lagi panas-

⁶⁴ Rini, Kel.Bittoeng Kec. Duampunua, Kab.Pinrang , wawancara oleh penulis 07 Februari 2021

panasnya. Tentu saya akan bersengat meneruskan ke grup yang lain. Kalau mengetik atau copas dari sumber tertentu tidak perna”.⁶⁵

Respon masyarakat dengan mengabaikan benar tidaknya berita dan langsung membagikan atau meneruskan berita hoax ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat yang termasuk dalam proses yang kedua ini menganggap dengan bersikap abai tanpa mengecek validitas berita terlebih dahulu dan langsung membagikan berita, merupakan cara mereka merespon berita yang mereka anggap sudah kredibel. Selain itu, cara merespon seperti itu dianggap lebih cepat dan mudah daripada harus mengedit berita hoax yang didapatkan. Adanya proses respon masyarakat kelurahan Bittoeng terhadap berita *hoax* tidak yang diperoleh tidak dapat dipisahkan dari penggunaan media sosial sehari-hari sebagai sarana berkomunikasi atau berinteraksi dengan sesama anggota masyarakat Bittoeng lainnya. Banjirnya serbuan berita *hoax* yang dijumpai dalam media sosial masyarakat di Bittoeng mengakibatkan masyarakat terjebak dalam kondisi yang rancu akan validitas dari suatu konten berita yang diperoleh. Hal itu diperlukan sebuah cara agar masyarakat mampu mengidentifikasi berita *hoax* yang mereka terima agar kerancuan mereka dalam mendapatkan berita *hoax* dapat diminimalisir.

b. Interpretasi Pemberitaan *Hoax*

Kategorisasi pertama dalam cara masyarakat Kelurahan Bittoeng mengidentifikasi berita *hoax* adalah mengenai media sosial yang digunakan atau yang dimiliki oleh masyarakat Kelurahan Bittoeng. Media sosial disini memiliki kedudukan yang penting dalam kaitanya berita *hoax*. Media sosial yang umum digunakan atau yang dimiliki oleh masyarakat Kelurahan Bittoeng berdasarkan hasil

⁶⁵ Risma, Kel.Bittoeng Kec. Duampunua, Kab.Pinrang , wawancara oleh penulis 07 Februari 2021

wawancara dengan informan penelitian adalah media sosial Facebook, WhatsApp, Instagram,serta Line. Media sosial tersebut rata digunakan dalam segala usia oleh masyarakat Kelurahan Bittoeng. Melalui media sosial ini masyarakat bebas mengakses atau mendapatkan bahkan membagikan berita *hoax* yang mereka terima. Melalui media sosial ini pula, masyarakat memiliki ruang dalam membentuk cara atau strategi tersendiri dalam mengidentifikasi *hoax*. Semakin banyak media sosial yang mereka miliki secara pribadi maka akses atau pengalaman-pengalaman mereka mengenai berita *hoax* juga semakin banyak. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan dilapangan oleh penulis, mendapatkan hasil atau data bahwa semakin banyak media sosial yang dimiliki dan digunakan oleh masyarakat Kelurahan Bittoeng, semakin banyak pula pengalaman-pengalaman yang mereka dapatkan mengenai berita *hoax*. Hal itu disampaikan oleh pernyataan salah satu informan :

“Cara saya sendiri dalam mengenali atau mengidentifikasi berita *hoax* itu berdasarkan pengalaman saya sendiri. Jadi saya lebih memakai cara membandingkan suatu isu tersebut dengan media sosial lainya yang membahas isu yang sama. Jika satu media sosial ini berbeda penyampaiannya dengan media sosial lainya maka dari situ saya bisa mengidentifikasi berita itu *hoax* atau tidak.”⁶⁶ Ketika saya mendapatkan berita *hoax* itu biasa terjadi atau beredar diberbagai media social baik itu dari IG,WA dan FB. Disitulah saya bisa melihat dan mencari informasi yang lebih valid. Apakah berita tersebut benar atau tidak.

Berdasarkan hasil wawancara informan diatas ratna mengatakan bahwa dalam mengidentifikasi berita *hoax* informan mempunyai cara tersendiri. Salah satunya cara yang mereka lakukan dengan membandingkan berita tersebut melalui beberapa media

⁶⁶ Ratna, Kel.Bittoeng Kec. Duampunua, Kab.Pinrang , wawancara oleh penulis 07 Februari 2021

sosial agar berita yang mereka temukan teruji benar atau tidaknya suatu berita. Adapun pernyataan yang disampaikan oleh informan husna mengatakan bahwa:

“Kalau saya sendiri tidak ada cara khusus buat mengenali berita *hoax*. Biasanya saya itu mencari tahu itu *hoax* atau tidak dengan cara cari di google. Tinggal diketik saja nanti berapa banyak situs yang memberitakan”.⁶⁷

Pernyataan dari kedua informan diatas dapat menggambarkan bahwa adapun kesimpulan dari yang dikatakan oleh informan-informan diatas adalah pengalaman atau pengetahuan mengenai berita *hoax* yang mereka dapatkan merupakan hasil dari relevansi antara pengalaman mereka mengenai berita *hoax* dengan optimalisasi penggunaan media sosial yang mereka miliki. Sehingga dapat membentuk cara berfikir kritis dalam memaknai atau memahami konten berita sebelum menyimpulkan berita tersebut *hoax* atau tidak.

kemudahan mengakses dan melihat berbagai macam berita di media sosial, tidak dibarengi dengan keakuratan dan kebenaran dari berita itu. Saat ini sangat banyak berita yang beredar di media sosial tanpa masyarakat tahu bahwa berita tersebut fakta atau mungkin *hoax* yang sengaja dibuat oleh segelintir orang untuk menggiring opini masyarakat mengenai suatu hal. Dan parahnya, sebagaian masyarakat yang tidak tahu mengenai *hoax*, ikut menyebarluaskan berita *hoax* itu kepada masyarakat luas melalui media sosial. Maka banyak masyarakat yang kurang akan pengetahuannya mengenai *hoax* pun akhirnya mudah mempercayai segala macam berita yang ada di media sosial tanpa menyaring atau memeriksa kebenaran dari berita itu. Berbagai pengaruh juga ditimbulkan dari penyebaran berita *hoax* itu

⁶⁷ Husna, Kel.Bittoeng Kec. Duampunua, Kab.Pinrang , wawancara oleh penulis 07 Februari 2021

sendiri kepada masyarakat luas. Respon dan tanggapan masyarakat terhadap berita yang ada di media sosial pun berbeda-beda saat penyebaran *hoax* itu semakin meluas.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penulis dalam Bab I hingga Bab IV, karya ilmiah ini memiliki beberapa kesimpulan sebuah kesatuan isi dalam penelitian yang diangkat. Kesimpulan ini berkaitan dengan persepsi pengguna media sosial terhadap berita *hoax* di Kelurahan Bittoeng dengan menggunakan teori persepsi dan teori S-O-R.

Tidak semua masyarakat memahami penyebaran berita. Mereka bisa saja langsung percaya jika ada berita yang di *share* dan langsung menyebar luaskannya. Sebagian dari mereka ada yang paham akan ciri-ciri *hoax* namun mereka tidak memperdulikan jika ada yang menyebarkan berita *hoax* tersebut.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti dengan menggunakan teori pertama yaitu teori persepsi. Persepsi masyarakat Kelurahan Bittoeng pengguna media sosial terhadap berita *hoax* adalah berita atau informasi yang belum jelas kebenarannya tidak jelas sumber beritanya. Persepsi masing-masing informan terhadap berita *hoax* sangat variatif, terkelompokan berdasarkan jenis berita yang di terimanya, persepsi masyarakat mewakili berita *hoax* yang berjenis propaganda yaitu Aktifitas menyebar luaskan informasi, fakta, argumen, gosip, setengah-kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik, misinformastion yaitu Informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu, dan confirmation bias yaitu kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebagai bukti dari kepercayaan yang sudah ada

Teori kedua yang peneliti gunakan untuk menguatkan argument hasil penelitian ini adalah Teori S.O.R (Stimulus-Organisme-Respons). Teori yang dikemukakan oleh Hovland menyatakan bahwa proses dari perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar. Dalam mempelajari sikap yang baru, ada tiga variabel penting yang menunjang proses tersebut, yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan. Teori ini sangat mendukung tiga indikator penting Bloom tentang perilaku manusia

dalam merespon berita hoax. Hovland menggunakan tiga variabel melihat proses perubahan sikap manusia. Variabel Perhatian, variabel ini digunakan untuk melihat sikap seseorang informan (orang yang peneliti wawancara) dalam memperhatikan berita hoax yang diterima. Kemudian variabel yang kedua adalah Pengertian, variabel ini digunakan untuk melihat sejauh mana pengertian informan (orang yang peneliti wawancara) dalam memahami keseluruhan isi dan variabel yang melekat pada berita *hoax* itu sendiri. Variabel yang ketiga adalah Penerimaan, variabel ini berfungsi untuk mengetahui tindakan yang diperlihatkan atau bahkan dilakukan oleh informan (orang yang peneliti wawancara) setelah memperhatikan, memahami berita *hoax* yang di dapatkan dari akun media sosial yang di manfaatkan oleh informan (orang yang peneliti wawancara).

Hasil temuan dilapangan berdasarkan teori SOR, dampak yang dirasakan oleh masing-masing informan dengan adanya berita *hoax* berbeda-beda tergantung dari perhatian, pengertian dan penerimaannya. Informan satu tidak mudah percaya dan lebih arif dalam memahami dan mengartikan, pertama kali informan satu merasa jengkel terhadap berita *hoax* yang menyebarkan akan adanya banjir dan tsunami yang membuat masyarakat semua lari mengungsi keatas gunung yang ada di kelurahan bittoeng yaitu gunung poncing. informan satu jengkel dan kecewa kemudian dengan arifnya melihat sisi positifnya untuk lebih berhati-hati dengan setiap kabar yang yang mereka dapatkan. Lain halnya dengan informan yang lainnya, yang menunjukkan keprihatinannya dengan menginformasikan kepada keluarga dan orang-orang sekitarnya untuk lebih waspada dalam menerima, memahami dan merespon setiap berita yang belum jelas kebenarannya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti dapat memberikan masukan/saran sebagai berikut:

1. Masyarakat kelurahan Bittoeng sebaiknya untuk lebih bijak lagi dalam menggunakan media sosial dan bisa menfilter dari setiap berita yang di

terima dan tidak mudah untuk membagikan berita/infromasi yang belum jelas kebenarannya.

2. Media sosial sebagai meia komunikasi yang memiliki kekuatan dan pengaruh yang besar dalam penyebaran informasi baiknya memberikan efek terhadap masyarakat tentang kebaikan serta tidak terlepas dari nilai moral. Maka dari itu perlu adanya kesadaran akan dampak media sehingga mampu memaanfaatkan media sosial dengan baik.
3. Masyarakat kelurahan bittoeng sabaiknya adanya pembinaan pemaahaman terhadap penggunaan dan pengoperasian media sosial agar tidak mudah percaya akan adanya berita *hoax* yang beredar.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

Ari H. Gunawan, *Sosiologi Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2000.

Asrori Mohammad, *Psikologi Pembelajaran*, Bandung: CV Wacana Prima, 2009.

Azwar, *Sikap Manusia Teori dan Pengukuran*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998

Bagong Suryanto dan Sutinag, 2005. *Metode Penelitian Sosial* Jakarta: Kencana

Barrowi & Suwandi, 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif* Cet.1; Jakarta: Rineka Cipta,

Basrowi & Suwandi, 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta

Depertemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* edisi keempat jakarta: Gramedia, Cet.VII.2013

Diria Haris Suma, "*Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Future. Panduan praktis Jurnalis Profesional*", Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015.

Djamal Hidjanto, Andi Fachruddin, 2011 *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi dan Regulasi*, Jakarta: Kencana,

Drs. H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta : PT. Logos Wacana Ilmu, 1999.

Drs. Sidi Gazalba, *Masyarakat Islam, Pengantar Sosiologi & Sosiografi*, Jakarta, Bulan Bintang, 1976

Effendy Onong Uchajan, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya, 2003

Emzir, *Metologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* Cet.2; Jakarta: PT Raja grafindo Persada, 2011

Gunawan Imam, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015.

Hikmat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik, Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.

Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: Grafindo Persada 1999.

- Moleong Lexi J., *Metodologi Penelitian Kualitatif* Cet. 8; Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997.
- Mufid Muhammad, M.Si, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, cet.ke-3 Jakarta: Kencana, 2010
- Mulyana Deddy, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* Cet, 6; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008
- Mulyana Deddy, *Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT. Remajarosdakarya, 2005.
- Novita Clara “*Literasi Media Baru Dan Penyebaran Hoax (Studi Fenomenologi Pada Pengguna Whassaap Dalam Penyebaran Informasi Hoax Periode Januari-Maret 2015)*”, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Rahmat Jallaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung : Remaja Karya.1990.
- Rakhmat Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi* Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- Robbins Stephen P, *Perilaku Organisasi Konsep Kontroversi, aplikasi, edit Bahasa Indonesia*, Jakarta :PT. Prenhalindo. 1999
- Rubani Mardhiah, *Psikologi Komunikasi* Pekanbaru: UR Press, 2011
- Ruhardi Dedi Rianto “*Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial*”, (Jurnal, 2016).
- Silalahi Rut Rismanta, Puri Bestari , windhi Tia Saputra, ”*karakteristik strategi Crowdshearching untuk membatasi Penyebaran hoax di Indonesia* “ Jurnal Komunikasi, Jakarta : UPN Veteran Jakarta, 2017
- Slametto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta:Rineka Cipta, 2010.
- Sobur Alex, *Psikologi Umum* Bandung: CV Pustaka Setia, 2010
- Soelaiman M. Munandar, *Ilmu Sosial Dasar Teori dan Konsep Ilmu Sosial*, Eresco, Bandung: Eresco, 1995
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* Bandung: Alfabeta, 2010
- Suyanto Totok, dkk. “*Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemunculan Berita Bohong Di Media Sosial*”, (jurnal 2018)
- Undang –undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

Walgito Bimo, *Pengantar Psikologi Umum* Yogyakarta: Andi Offset, 1994

Walgito Bimo, *Pengantar psikologi umum*, yogyakarta: Andi, 2010

Wirawan Salito Sarwono, *Pengantar Umum Psikologi* jakarta: PT. Bulan Bintang, 1983

Yunus Mahmud, *Tafsir Qur'an Karim Bahasa Indonesia*, Jakarta: PT Hidakarya Agung, 2004

Zuriah Nurul *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan, Teori dan Aplikasi Cet. 2:* Jakarta:PT Bumi Aksara, 2007







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
 FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Anas Bakri No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telpun (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: iain@iainpare.ac.id

Nomor : B- 164 /In.39.7/PP.00.9/01/2021
 Lamp : -
 Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Parepare, 26 Januari 2021

Kepada Yth.
 Kepala Daerah Kabupaten Pinrang
 Cq. Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik
 Di-
 Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan dibawah ini Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare menerangkan bahwa:

Nama	: Hardianti
Tempat/Tgl. Lahir	: Bittoeng, 7 Juli 1996
NIM	: 16.3100.059
Semester	: IX
Alamat	: Bittoeng

Adalah mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare bermaksud akan mengadakan penelitian di Daerah **KAB. PINRANG** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Berita HOAX Di Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **Januari 2021 S/d Februari 2021**.

Schubungan dengan hal tersebut dimohon kerjasamanya agar kiranya yang bersangkutan dapat diberi izin sekaligus dukungan dalam memperlancar penelitiannya.

Demikian, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,
 Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah



Dr. M. Abd. Halim K., M.A

19590624 199803 1 001



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Jend. Sukawati Nomor 40, Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**
 Nomor : 503/0033/PENELITIAN/DPMP/TP/02/2021

Tentang

REKOMENDASI PENELITIAN

Merimbong : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 29-01-2021 atas nama HARDIANTI, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Rekomendasi Penelitian.

Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 29 Tahun 1959;

2. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002;

3. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007;

4. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009;

5. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014;

6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;

7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;

8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan

9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.

Menperhatikan : 1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 0048/W/Teknis/DPMP/TP/01/2021, Tanggal : 29-01-2021

2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0031/BAP/PENELITIAN/DPMP/TP/01/2021, Tanggal : 29-01-2021

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Memberikan Rekomendasi Penelitian kepada :

KESATU

1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE

2. Alamat Lembaga : JL. AMAL BAKTI NO. 8 SOPREANG

3. Nama Peneliti : HARDIANTI

4. Judul Penelitian : PERSEPSI PENGGUNA MEDIA SOSIAL TERHADAP BERITA HOAX DI KELURAHAN BITTOENGU KECAMATAN DUMAMPUNJA KABUPATEN PINRANG

5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan

6. Sasaran/target Penelitian : MASYARAKAT KELURAHAN BITTOENGU

7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Dumponjan

KEDUA : Rekomendasi Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 29-07-2021.

KETIGA : Peneliti wajib menaati dan melaksakan ketentuan dalam Rekomendasi Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.

KEEMPAT : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemukakan hari terdapat kekhiliran, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditentukan di Pinrang Pada Tanggal 02 Februari 2021



Biaya : Rp 0,-



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :

ANDI MIRANI, AP., M.Si

NIP. 197406031993112001

Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP

Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE



**PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
KECAMATAN DUAMPANUA
KELURAHAN BITTOENG**

Jln. Poros Pinrang Polman No. ... Kode Pos. 91253

SURAT KETERANGAN

Nomor : 39 / KBT/DP/III/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **TAHAPUDIN, SH**
Jabatan : Lurah Bittoeng
Nip : 19660303 199003 1 009

Menerangkan bahwa :

Nama : **HARDIANTI**
Nim : 16.3100.059
Asal Perguruan Tinggi : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PARE - PARE
Jurusan : FUAD (Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwa)

Telah melaksanakan Penelitian di Kelurahan Bittoeng Mulai 2 Februari 2021 s/d 3 Maret 2021, untuk memperoleh data guna penyusunan tugas akhir skripsi dengan Judul **"PERSEPSI PENGGUNA MEDIA SOSIAL TERHADAP PENYEBARAN BERITA HOAKS DI KELURAHAN BITTOENG KECAMATAN DUAMPANUA KABUPATEN PINRANG"**

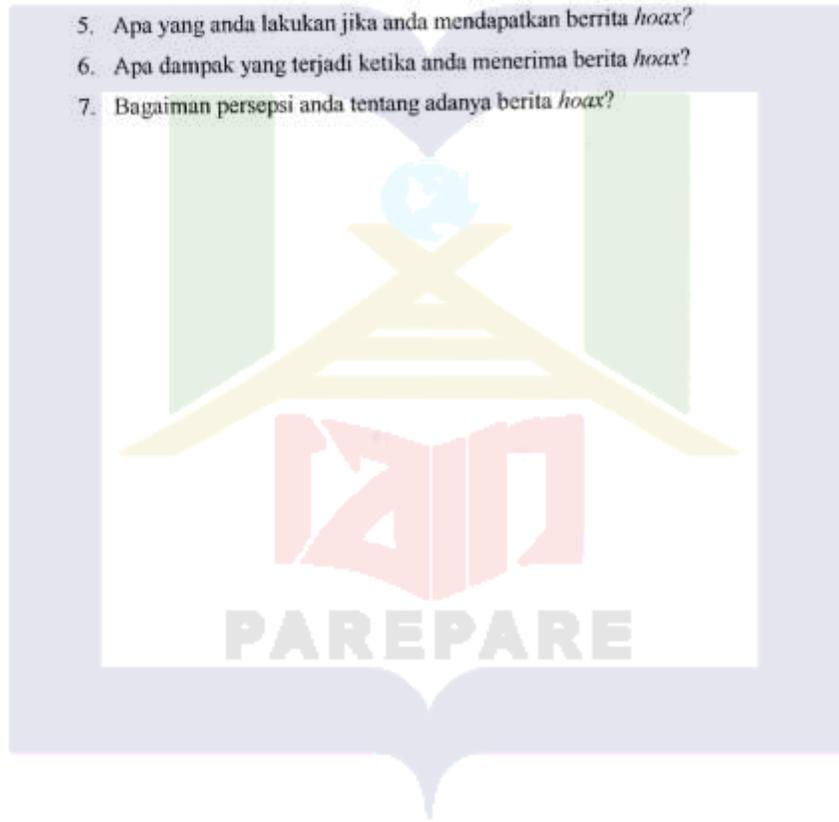
Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bittoeng, 3 Maret 2021



INSTRUMENT PENELITIAN

1. Menurut anda apa sajakah fungsi media sosial yang anda gunakan?
2. Apa yang anda ketahui tentang berita *hoax*?
3. Ketika anda mendapatkan berita *hoax* apakah anda mampu menyaring man yang layak dan tidak untuk disebarlan. Dan bagaimana cara anda membedakannya?
4. Apakah anda mengecek terlebih dahulu sumber berita *hoax*. Mengapa?
5. Apa yang anda lakukan jika anda mendapatkan berrita *hoax*?
6. Apa dampak yang terjadi ketika anda menerima berita *hoax*?
7. Bagaiman persepsi anda tentang adanya berita *hoax*?



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Siti Aisyah

Alamat : Bittoeng

Umur : 35

Pekerjaan : ~~Surat~~ Wiraswasta

Menerangkan bahwa benar telah membenarkan keterangan wawancara kepada saudari Amrihani yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Berita Hoax Di Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanuan Kabupaten Pinrang". Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bittoeng ,07-februari-2021



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Wahyuni

Alamat : Bittoeng

Umur : 71

Pekerjaan : Mahasisula

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Amrihani yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Berita *Hoax* Di Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanuan Kabupaten Pinrang". Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bittoeng, 07-februari-2021



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Risma

Alamat : Bittoeng

Umur : 35

Pekerjaan : UPT

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Amrihani yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Berita *Hoax* Di Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanuan Kabupaten Pinrang". Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bittoeng ,07-februari-2021



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rini

Alamat : Bittoeng

Umur : 33

Pekerjaan : UPT

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Amrihani yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Berita *Hoax* Di Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanuan Kabupaten Pinrang". Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bittoeng ,07-februari-2021



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Husna

Alamat : Bittoeng

Umur : 36

Pekerjaan : UPT

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Amrihani yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Berita *Hoax* Di Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanuan Kabupaten Pinrang". Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bittoeng, 07-februari-2021




PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yidiz Angraeni

Alamat : Bittoeng

Umur : 26

Pekerjaan : Guru

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Amrihani yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Berita *Hoax* Di Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanuan Kabupaten Pinrang". Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bittoeng ,07-februari-2021



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ratna

Alamat : Bittoeng

Umur : 30

Pekerjaan : Bidan

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Amrihani yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Berita *Hoax* Di Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanuan Kabupaten Pinrang". Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bittoeng ,07-februari-2021



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Asia

Alamat : Bittoeng

Umur : 27

Pekerjaan : Guru

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Amrihani yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Berita *Hoax* Di Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanuan Kabupaten Pinrang". Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bittoeng ,07-februari-2021



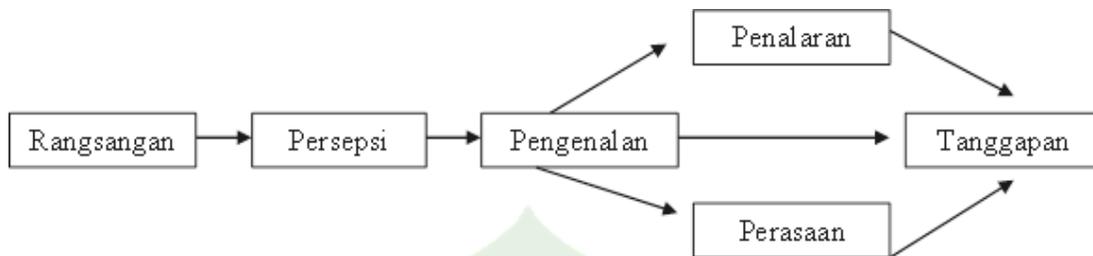
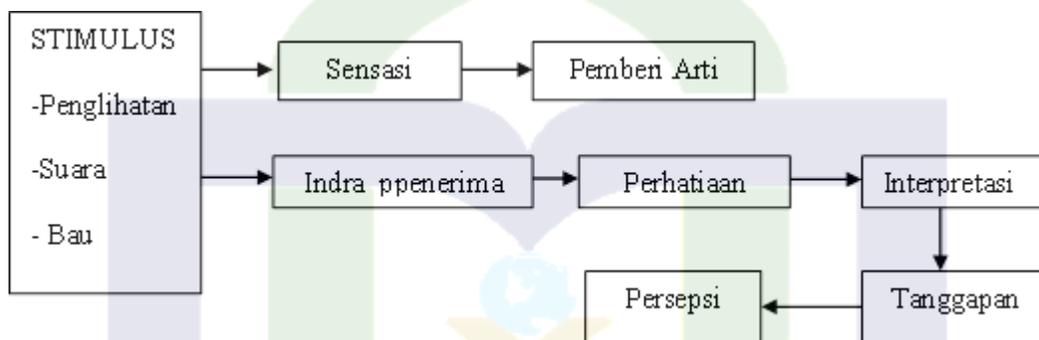
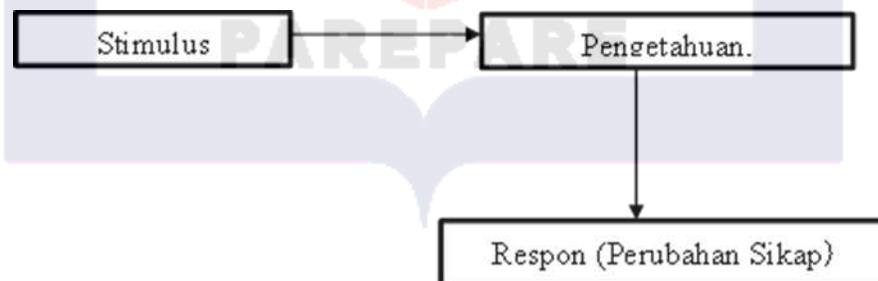
PAREPARE

Tabel 1.1 Pembagian Wilayah

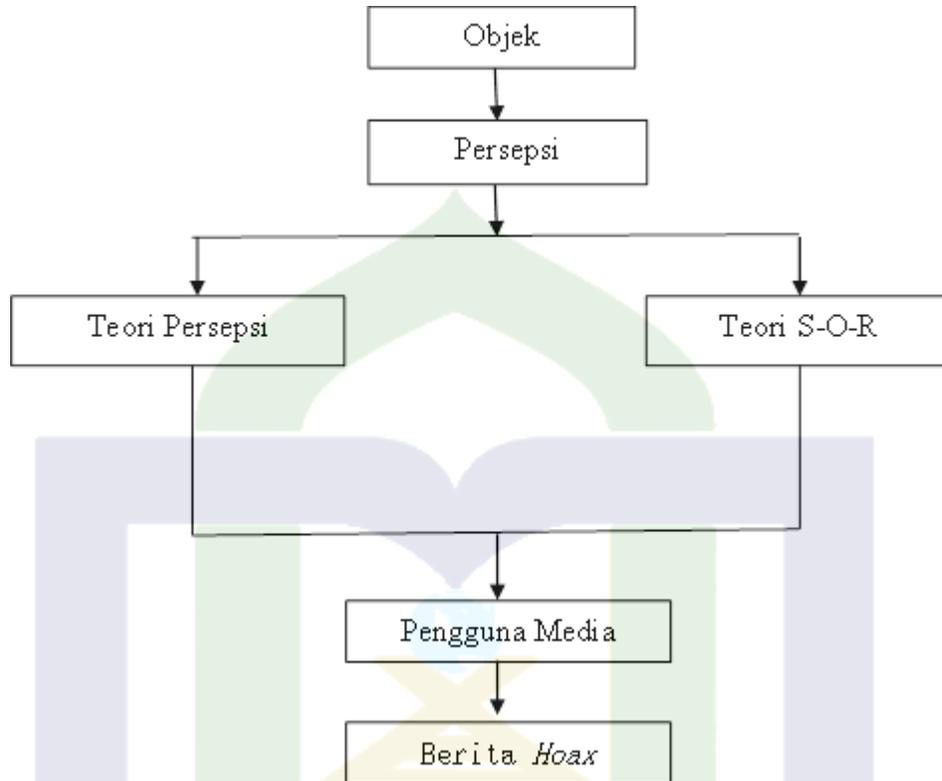
No.	Kelurahan/desa	Luas (km ²)	Persentase (%)
1	<i>Kelurahan Pekkabata</i>	678	2,31
2	<i>Kelurahan Tatae</i>	1.076	3,69
3	<i>Kelurahan Lampa</i>	3.632	12,44
4	<i>Kelurahan Bittoeng</i>	1.170	4,01
5	<i>Kelurahan Data</i>	4.340	14,87
6	<i>Desa Massewae</i>	2.912	9,98
7	<i>Desa Kaballangang</i>	1.532	5,25
8	<i>Desa Katomporang</i>	3.903	13,37
9	<i>Desa Kaliasang</i>	1.200	4,11
10	<i>Desa Paria</i>	1.790	6,13
11	<i>Desa Bababinanga</i>	1.831	6,27
12	<i>Desa Buttusawe</i>	3.261	11,17
13	<i>Desa Bungi</i>	1.161	3,98
14	<i>Desa Maroneng</i>	704	2,41
Jumlah		29.186	100,00

Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Kel.bittoeng Kec.Duampanua Kab. Pinrang tahun 2020

Jenis kelamin	Jumlah penduduk
Laki-laki	2.757
Perempuan	2.853
Jumlah	5.610

Gambar. 2.1 Proses Persepsi**Gambar 2.2 Proses Stimulus****Gambar 2.3 Model komunikasi S-R****Gambar 2.4 Langkah Perubahan Sikap**

Gambar 2.5 Kerangka Pikir



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kelurahan Bittoneg Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang



Gambar 4.2 Peta Pesebaran Penduduk Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang



Gambar 4.3 Berita Fake News di Kabupaten Pinrang

Ada yg menyebar lebih cepat daripada virus corona, yaitu "Berita HOAKS".

Berita anjuran masak telur rebus utk tolak bala Corona yang membuat heboh di tengah malam buta. Hoaks ini diciptakan oleh orang pintar tapi jahat, dan disebar oleh orang baik namun "maaf" minim ilmu. 😞😞

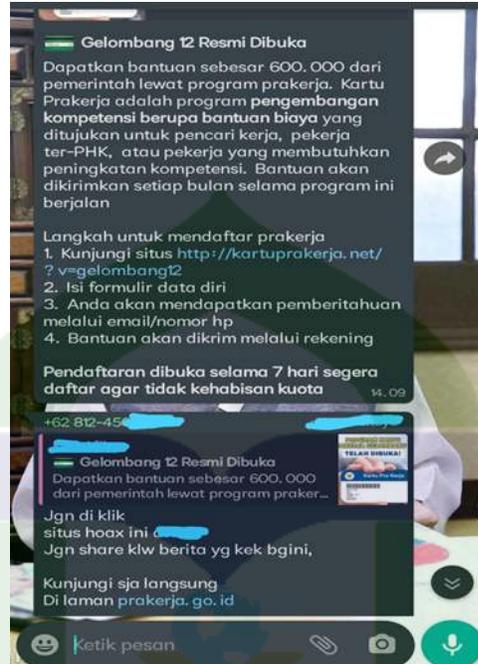
Yang membuat hati sedih adalah sebagian orang melakukannya dengan alasan sebagai ikhtiar. Ada apa dengan negeri ini? Ada apa dengan kita? begitu mudahnya mempercayai dan melakukan sesuatu yg berdasar "katanya" dan tidak ada dalam tuntunan agama.

Bagaimana kita nanti akan kuat menghadapi fitnah besar Dajjal dengan bala tentaranya? Fitnah kecil ini saja dgn mudah menggoyahkan iman kita sampai lebih memilih memasak telur rebus dibanding menggelar sajadah utk tahajud memohon perlindungan-Nya.

*Yaa Allah, ampuni dan lindungi kami yang lemah lagi lalai ini 🙏🙏
Laa Hawla wa Laa Quwwata Illa Billah
Hasbunallah Wa Ni'mal Wakil, Ni'mal
Maula Wa Ni'man Nashir 🙏🙏*

Gambar diambil dari google.

Gambar 4.4 Berita clickbait atau jebakan



Gambar 4.5 Ilustrasi berita confirmation bias



Gambar 4.6 Berita penipuan dalam bentuk link kouta



Gambar 4.7 Berita post-truth dan pasca kebenaran dalam membentuk opini public



Gambar 4.8 Berita Propaganda



RIWAYAT HIDUP



Hardianti, lahir pada tanggal 07 juli 1996 di bittoeng, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. Merupakan anak kedua dari empat bersaudara. Anak dari pasangan Bapak abd.rahman dan Ibu adwiah Penulis berkebangsaan Indonesia dan Beragama Islam. Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu pada tahun 2009 lulus dari SDN 46, Kecamatan Duampanua, Kota Pinrang, Sulawesi Selatan.

Pada tahun 2012 lulus dari MTs' DDI PEKKABATA . Melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Pinrang, lulus pada tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil jurusan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam. Pada semester akhir yaitu pada tahun 2020, penulis telah menyelesaikan skripsinya yang berjudul "*Persepsi Pengguna Media Sosial terhadap Berita Hoax Dikelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang*".

(Phone : 089504529592)

PAREPARE