

**PENGARUH LITERASI MEDIA SOSIAL *TWITTER*  
TERHADAP PERILAKU PENYEBARAN *HOAX* DAN  
*HATE SPEECH* PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR**

***THE EFFECTS OF TWITTER SOCIAL MEDIA LITERACY OF  
THE SPREAD BEHAVIOR OF HOAX AND  
HATEFUL SPEECH TOWARD STUDENTS OF  
ALAUDDIN MAKASSAR STATE ISLAMIC UNIVERSITY***

**NURSALAM SAMAD  
E022181006**



**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2020**

**PENGARUH LITERASI MEDIA SOSIAL *TWITTER*  
TERHADAP PERILAKU PENYEBARAN *HOAX* DAN  
*HATE SPEECH* PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR**

***THE EFFECTS OF TWITTER SOCIAL MEDIA LITERACY OF  
THE SPREAD BEHAVIOR OF HOAX AND  
HATEFUL SPEECH TOWARD STUDENTS OF  
ALAUDDIN MAKASSAR STATE ISLAMIC UNIVERSITY***

Tesis Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister  
Ilmu Komunikasi

Disusun dan Diajukan Oleh :

**NURSALAM SAMAD**

Kepada :



**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2020**

**TESIS**

**PENGARUH LITERASI MEDIA SOSIAL *TWITTER* TERHADAP  
PERILAKU PENYEBARAN *HOAX* DAN *HATE SPEECH* PADA  
MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN  
MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh :

**NURSALAM SAMAD**  
Nomor Pokok E022181006

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis  
pada tanggal **14 Agustus 2020**  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui  
Komisi Penasihat



Prof. Dr. A. Alimuddin Unde, M.Si.

Ketua



Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos, M.Si.

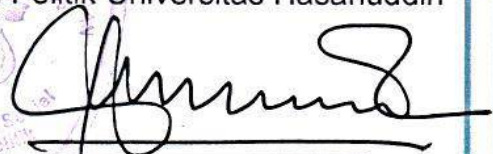
Anggota

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Muhammad Farid, M.Si.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. H. Armin, M.Si.



## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : NURSALAM SAMAD

Nomor Pokok : E022181006

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 14 Agustus 2020

Yang menyatakan

  
NURSALAM SAMAD



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Salam dan shalawat kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW. Penulis menyadari ketidaksempurnaan tesis ini. Namun dalam proses dari awal hingga akhir, penulis terus berusaha semaksimal mungkin mengerahkan segala kemampuan dan tenaga untuk memberikan yang terbaik.

Pada penelitian ini tentu banyak hambatan yang dihadapi penulis. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan sedalam-dalamnya yang secara ikhlas turut membantu dan memberikan kontribusi dalam penyusunan tesis ini.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih setulusnya kepada :

1. Orang tua tercinta, Drs. Abdul Samad. S (almarhum) dan Dra. Hj, Herawaty Tahir yang telah melahirkan, merawat, mendidik dan tiada kata henti dalam memberikan dukungan moral serta materil.
2. Pembimbing I, Prof. A. Alimuddin Unde, M.Si. yang selalu mengajarkan kedisiplinan dan memberikan saran yang konstruktif dalam penyusunan tesis ini.
3. Pembimbing II, Dr, Tuti Bahfiarti, M.Si. yang senantiasa memberikan motivasi dan pembelajaran dalam pembuatan karya tulis ilmiah, baik tesis maupun artikel jurnal.
4. Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Dr. H. Muhammad Farid, M.Si. yang mendorong untuk tetap semangat dalam melakukan penelitian dan penyelesaian tesis ini.
5. Para Penguji, Dr. Muh. Nadjib M, Ed, M. Lib dan Dr. Muliadi Mau, M.Si. yang senantiasa memberikan kritik, arahan dan bimbingan ini kesempurnaan tesis ini.



segala perhatian, petunjuk serta ketersediaan waktunya dalam mendukung penelitian ini.

7. Para pendidik dan tenaga kependidikan di lingkup Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi atas pengetahuan, gagasan dan khazanah keilmuan yang diberikan.
8. Istri tercinta, Dzunnah Wardanah Istiqamiah yang setia menemani dalam situasi apapun dan tiap saat berdoa demi yang terbaik.
9. Saudaraku, Herman Samad dan Sri Hardiyanti Samad sebagai kawan untuk bercanda, berdiskusi dan berbagi pengalaman hidup.
10. Para responden, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner sebagai data primer dalam penelitian ini.
11. *Feedback 18<sup>+</sup>*, saudara tak sedarah yang menjadi wadah dan sebagai saluran untuk berbagi informasi, memperluas komunikasi, memperoleh inspirasi, merawat silaturahmi, dan menciptakan ruang–ruang diskusi.

Tesis ini tentu masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari semua pihak demi penyempurnaan penelitian berikutnya. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi amal jariyah kelak. Aamiin.

Makassar, 14 Agustus 2020

Penulis



## ABSTRAK

**NURSALAM SAMAD.** *Pengaruh Literasi Media Sosial Twitter terhadap Perilaku Penyebaran Hoax dan Hate Speech Mahasiswa di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar* (dibimbing oleh A. Alimuddin Unde dan Tuti Bahfiarti).

Penelitian ini bertujuan menganalisis literasi media sosial *Twitter* mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi terhadap perilaku penyebaran *hoax* dan *hate speech*.

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan *proportional stratified random sampling* dalam menentukan sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi media sosial *Twitter* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pasif mahasiswa dalam penyebaran *hoax* dan *hate speech* dalam *Twitter* dengan persamaan  $Y = 17,819 + 0,891X_1 + 0,992X_2 + 0,733X_3 + 0,988X_4 + 0,580X_5$ . Variabel X mengacu pada literasi media sosial *Twitter* dan variabel Y mengacu pada perilaku penyebaran *hoax* dan *hate speech*. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa literasi media sosial *Twitter* (variabel bebas) memberikan pengaruh sebesar 63,7% terhadap perilaku penyebaran *hoax* dan *hate speech* mahasiswa (variabel terikat). Adapun sisanya merupakan variabel atau faktor lain yang tidak disertakan pada penelitian ini.

Kata kunci: Literasi, Media Sosial, *Twitter*, *Hoax*, *Hate Speech*, Mahasiswa



## ABSTRACT

**NURSALAM SAMAD.** *The Effects of Twitter Social Media Literacy of the Spread Behavior of Hoax and Hateful Speech toward Students of Alauddin Makassar State Islamic University* (supervised by **A. Alimuddin Unde dan Tuti Bahfiarti**).

The aim of this research is to analyze the Twitter social media literacy of the spread behavior of hoax news and hateful speech toward Communication Studies Students of the Faculty of Da'wah and Communication of the Alauddin Makassar State Islamic University.

The research method used was quantitative descriptive with proportional stratified random sampling in determining samples. Data collection techniques included questionnaires and documentation. This research was conducted at the Faculty of Da'wah and Communication of the Alauddin Makassar State Islamic University.

The results of this research indicates that Twitter social media literacy has positive and significant effects on the passive behavior of students in the spread of hoax news and hateful speech with the equation  $Y = 17,819 + 0,891X_1 + 0,992X_2 + 0,733X_3 + 0,988X_4 + 0,580X_5$ . The X variable refers to Twitter social media literacy and Y variable refers to the behavior of spreading hoax news and hateful speech. The equation show that Twitter social media literacy (independent variable) gave an effect of 63.7% on the spread behavior of students' hoax news and hateful speech (dependent variable), while the rest was variables or other factors not included in this research.

**Keywords** : Literacy, Social Media, Twitter, Hoax, Hate Speech, Students



Optimized using  
trial version  
[www.balesio.com](http://www.balesio.com)



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Batasan Penelitian .....	12
F. Definisi dan Istilah.....	13
G. Sistematika Penulisan.....	14



BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Kajian Konsep.....	16
1. Literasi Media.....	16
2. Media Sosial.....	23
3. <i>Twitter</i> .....	29
4. <i>Hoax</i> .....	32
5. <i>Hate Speech</i> .....	35
6. <i>Netizen</i> .....	40
7. Perilaku.....	42
B. Landasan Teori.....	44
1. Teori <i>New Media</i> .....	44
2. Teori <i>Uses and Gratification</i> .....	46
3. Teori <i>Self Control</i> .....	48
C. Penelitian yang Relevan.....	52
D. Kerangka Pemikiran.....	56
E. Hipotesis.....	58
F. Definisi Operasional.....	58
BAB III METODE PENELITIAN.....	60
A. Rancangan Penelitian.....	60
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	61
C. Populasi dan Teknik Sampel.....	62
1. Populasi.....	62
2. Teknik Sampel.....	63



D. Instrumen Pengumpulan Data .....	65
1. Data Primer.....	65
2. Data Sekunder.....	65
E. Definisi Variabel .....	66
1. Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ).....	66
2. Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ).....	66
F. Analisis Data .....	69
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
2. Uji Asumsi Klasik .....	70
3. Uji Regresi Linier Berganda .....	73
4. Uji Hipotesis.....	74
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>77</b>
A. Hasil Penelitian .....	77
1. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	77
2. Deskripsi Responden.....	89
3. Literasi Media Sosial <i>Twitter</i> .....	93
4. Perilaku Penyebaran <i>Hoax</i> dan <i>Hate Speech</i> .....	98
5. Hubungan antara Identitas Responden dengan Perilaku Penyebaran <i>Hoax</i> dan <i>Hate Speech</i> .....	99
6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	104
7. Uji Asumsi Klasik .....	108
8. Pengaruh Literasi Media Sosial <i>Twitter</i> Terhadap Perilaku Penyebaran <i>Hoax</i> dan <i>Hate Speech</i> .....	112
9. Uji Hipotesis .....	124



B. Pembahasan.....	131
1. Literasi Media Sosial <i>Twitter</i> Mahasiswa UIN Alauddin Makassar .....	131
2. Perilaku Penyebaran <i>Hoax</i> dan <i>Hate Speech</i> Mahasiswa UIN Alauddin Makassar .....	135
3. Pengaruh Literasi Media Sosial <i>Twitter</i> Terhadap Perilaku Penyebaran <i>Hoax</i> dan <i>Hate Speech</i> Mahasiswa UIN Alauddin Makassar .....	137
4. Keterbatasan Penelitian.....	145
BAB V PENUTUP.....	146
A. Kesimpulan .....	146
B. Saran .....	147
DAFTAR PUSTAKA.....	149
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian .....	61
Tabel 3.2. Jumlah Populasi.....	63
Tabel 3.3. Jumlah Anggota Sampel.....	65
Tabel 3.4. Definisi Variabel .....	67
Tabel 4.1. Deskripsi Kuesioner .....	90
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Angkatan Program Studi .....	90
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Usia .....	91
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	92
Tabel 4.5. Distribusi Berdasarkan Dimensi Perhatian.....	93
Tabel 4.6. Distribusi Berdasarkan Dimensi Pengetahuan.....	94
Tabel 4.7. Distribusi Berdasarkan Dimensi Analisis.....	95
Tabel 4.8. Distribusi Berdasarkan Dimensi Evaluasi .....	96
Tabel 4.9. Distribusi Berdasarkan Dimensi Abstraksi .....	97
Tabel 4.10. Skor Responden Variabel Literasi Media Sosial <i>Twitter</i> ...	98
Tabel 4.11. Skor Responden Variabel Perilaku <i>Hoax</i> dan <i>Hate Speech</i>	98
Tabel 4.12. Tabel Silang Angkatan Program Studi Responden dan Perilaku Penyebaran <i>Hoax</i> dan <i>Hate Speech</i> .....	100
Tabel 4.13. Tabel Silang Usia Responden dan Perilaku Penyebaran <i>Hoax</i> dan <i>Hate Speech</i> .....	102
14. Tabel Silang Jenis Kelamin Responden dan Perilaku Penyebaran <i>Hoax</i> dan <i>Hate Speech</i> .....	103
15. Hasil Uji Validitas Variabel X.....	105



Tabel 4.16. Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	106
Tabel 4.17. Hasil Uji Reliabilitas .....	107
Tabel 4.18. Hasil Uji <i>Kolmogorov–Smirnov</i> .....	108
Tabel 4.19. Hasil Uji Multikolinieritas .....	111
Tabel 4.20. Tabel Silang Perhatian dalam Media Sosial <i>Twitter</i> dan Perilaku Penyebaran <i>Hoax</i> dan <i>Hate Speech</i> .....	113
Tabel 4.21. Tabel Silang Pengetahuan dalam Media Sosial <i>Twitter</i> dan Perilaku Penyebaran <i>Hoax</i> dan <i>Hate Speech</i> .....	114
Tabel 4.22. Tabel Silang Analisis dalam Media Sosial <i>Twitter</i> dan Perilaku Penyebaran <i>Hoax</i> dan <i>Hate Speech</i> .....	116
Tabel 4.23. Tabel Silang Evaluasi dalam Media Sosial <i>Twitter</i> dan Perilaku Penyebaran <i>Hoax</i> dan <i>Hate Speech</i> .....	117
Tabel 4.24. Tabel Silang Abstraksi dalam Media Sosial <i>Twitter</i> dan Perilaku Penyebaran <i>Hoax</i> dan <i>Hate Speech</i> .....	119
Tabel 4.25. Tabel Silang Literasi Media Sosial <i>Twitter</i> dan Perilaku Penyebaran <i>Hoax</i> dan <i>Hate Speech</i> Mahasiswa UIN Alauddin Makassar .....	120
Tabel 4.26. Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	122



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Pengguna <i>Internet</i> di Indonesia .....	1
Gambar 1.2. Pengguna <i>Internet</i> Berdasarkan Usia.....	2
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran .....	57
Gambar 4.1. Hasil Uji <i>Probability Plot (P Plot)</i> .....	109
Gamabr 4.2. Hasil Uji <i>Scatter Plot</i> .....	110



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Masyarakat Indonesia hingga hari ini menjadi sasaran dan mendapatkan pengaruh dari berbagai media massa, tidak terkecuali dari kalangan pelajar atau mahasiswa. Perkembangan media sebagai penyalur informasi semakin pesat seiring dengan perkembangan perangkat teknologi komunikasi yang semakin canggih. Hadirnya generasi media baru memberikan pengaruh yang cukup signifikan kepada khalayak yang memperoleh informasi. Media baru ini hadir sebagai *platform* yang penggunaannya melalui teknologi komunikasi berbasis digital serta terkomputerisasi dan terhubung dalam suatu jaringan atau *internet*.



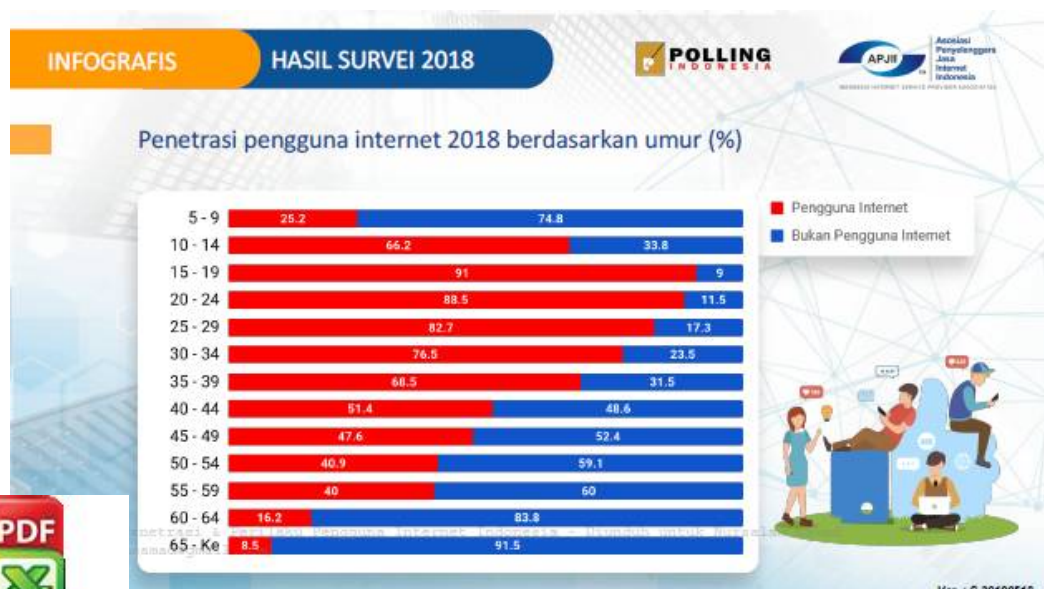
Gambar 1.1. Pengguna *internet* di Indonesia





Adanya penemuan *internet* menjadi salah satu hal yang mampu mempengaruhi kebutuhan manusia akan informasi. Menurut *Internet Live Stats* ([www.internetlivestats.com](http://www.internetlivestats.com)) di tahun 2016, dari total 3,4 milyar pengguna *internet*, Indonesia menempati urutan ke-12 dunia dengan total 53.236.719 juta pengguna. Sedangkan, berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa dari total populasi Indonesia yang mencapai 264,14 juta orang, 64,8% atau sekitar 171,17 juta orang di antaranya telah terhubung ke *internet* dalam menggunakan media digital.

Dari jumlah tersebut, generasi terpelajar seperti mahasiswa dengan rentang usia antara 17 s/d 24 tahun yang memiliki angka penetrasi hingga 91% sebagai pengguna *internet*. Layanan ini digunakan untuk membaca berita, mencari data dan *streaming* video, termasuk mengakses aplikasi media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp* dan *LINE*.



Gambar 1.2. Pengguna *internet* berdasarkan usia



Media sosial adalah medium yang memanfaatkan koneksi *internet* dan memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dan berinteraksi serta dapat menjalin ikatan sosial dengan sesama pengguna (Nasrullah, 2016). *Platform* media sosial berbasis digital ini merupakan sarana komunikasi yang sangat digemari di belahan dunia manapun karena tersedianya beraneka ragam berita dan informasi yang dibutuhkan serta kemudahan mengaksesnya atau mengoperasikannya.

Media sosial sebagai salah satu layanan yang menggunakan *device* atau perangkat teknologi seperti *mobile smartphone* dan *Personal Computer (PC)* yang sering dipakai oleh pengguna *internet* atau *netizen*. Media sosial menjadi salah satu fasilitas untuk berinteraksi bagi para *netizen* di dunia maya, salah satunya pelajar atau mahasiswa. Selain untuk berinteraksi, *platform* ini juga digunakan untuk menyebarkan informasi, baik mengenai diri sendiri maupun yang bersifat umum.

Beragamnya pemberitaan melalui media baru juga ini seakan memberikan kesan kepada khalayak sebagai informasi yang benar dan terpercaya. Seringkali berita yang diperoleh melalui media sosial disajikan dalam bentuk narasi yang imajinatif ditambah karakter audio atau visual yang kuat sehingga penerimanya pun dapat terpengaruh. Tidak jarang berita yang didistribusikan merupakan informasi yang telah disadur atau

cas, sehingga memiliki makna yang beragam ke khalayak.



Pengguna *internet* di Indonesia cenderung suka menyebarkan informasi melalui media sosial tanpa terlebih dahulu menelusuri sumbernya dan merasa hebat menjadi yang pertama dalam penyebaran informasi tersebut tanpa memeriksa kebenarannya terlebih dahulu.

Media berbasis elektronik ini tidak hanya memberikan manfaat namun juga memberi dampak yang merugikan jika tujuannya dilakukan untuk hal yang negatif. Beragam modus dan tindakan kriminal yang terjadi di media sosial seperti penipuan, asusila atau pornografi hingga *cyber crime* (*hacker, phishing, spamming, defacing, skimming, dll*). Media sosial pun dapat merubah sikap yang berujung kepada kenakalan seseorang khususnya remaja, sehingga menjadikannya egois, menyimpang dan tidak memiliki kepekaan sosial di dunia nyata.

Penyebarluasan informasi di media sosial sangatlah cepat, mulai dari yang sifatnya trivia hingga informasi yang mengandung unsur SARA (suku, agama, ras dan antargolongan). Akibat dari adanya *sharing* informasi di media sosial, suatu permasalahan ter*blow-up* sehingga menjadi pusat perhatian oleh pengguna *internet* lainnya dan berpotensi menimbulkan polemik. Seringkali pula berita faktual dikonstruksi sedemikian rupa dengan perubahan redaksi untuk tujuan tertentu. Sehingga dapat disimpulkan jika hadirnya beragam informasi melalui media sosial tidak menjamin kesesuaian fakta yang terjadi di lapangan.



dia sosial sebagai salah satu saluran yang memungkinkan ng melakukan penyebaran berita bohong atau *hoax* yang

berpotensi menimbulkan resiko kekacauan. Dengan menggunakan media sosial, memungkinkan seseorang dapat menjadi anonim, tidak dikenal dan sulit dilacak yang berujung pada maraknya penyebarluasan informasi palsu dan penipuan. Seseorang yang terbiasa menggunakannya pun akan merasa kecanduan dengan media sosial dan berusaha untuk menjadi terkenal. Sehingga tipuan dan informasi palsu (*hoax*) pun tersebar luas dan dibuat dengan tujuan untuk meningkatkan reputasi dan popularitas.

Selain itu, tingginya penggunaan konten di media sosial semakin memudahkan seseorang untuk saling berkomunikasi di ruang publik. Sifat *openness of media* atau keterbukaan informasi di media sosial memicu tingginya kecenderungan pengguna untuk melakukan hal-hal di luar batas kewajaran, sebut saja menyebarkan *hate speech* atau ujaran kebencian.

Ketersediaan fitur untuk dapat saling berkomentar pada media berbasis digital ini menyebabkan hubungan antara penulis dan pembaca menjadi resiprokal dan mudah saling mengomentari. Beragam faktor dan problem yang memungkinkan interaksi antarpribadi tidak terkontrol, sehingga tindak ujaran kebencian saling menstimulus satu dengan lainnya yang dapat mempengaruhi seseorang dalam waktu yang pendek hingga waktu yang lama.

Ujaran kebencian ini merupakan tindakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan



hinaan terhadap individu atau kelompok lainnya dalam berbagai seperti ras, etnis, suku, agama, golongan, gender, orientasi

seksual, dan kewarganegaraan tertentu. Hal ini seringkali dilakukan karena adanya motif balas dendam atau rasa iri yang berlebihan sehingga disebarluaskan di ruang publik salah satunya di media sosial.

Beragamnya informasi yang ditawarkan, kebebasan dalam berpendapat dan keleluasaan dalam membentuk jaringan pertemanan menjadikan media semakin berpengaruh kuat yang disebabkan setiap orang memiliki kepentingan yang berbeda-beda. Kenyataan seperti ini yang kemudian dapat dimanfaatkan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab untuk menyebarkan informasi palsu atau berita bohong (*hoax*) dan ujaran kebencian (*hate speech*).

Pengguna media sosial yang didominasi oleh kalangan mahasiswa cenderung tanpa berpikir panjang untuk meneruskan ataupun turut mengomentari informasi sesuka hati namun tidak jelas kebenarannya, yang menjadikan berita palsu tersebut semakin tersebar luas dan memberikan keuntungan bagi para *news maker*, seperti yang kerap terjadi pada salah satu aplikasi jejaring sosial yaitu *Twitter*.

Pada era disrupsi ini, *platform* seperti *Twitter* dijadikan sebagai salah satu media dalam penyebarluasan berita dan informasi berupa ujaran kebencian (*hate speech*), *fake news* atau berita palsu (*hoax*), *cyber bullying*, *cyber crime*, virus komputer hingga konten terlarang yang mengandung unsur ponografi.



rdasarkan hasil penelitian *Laboratory for Social Machines (LSM)* *Massachusetts Institute of Technology (MIT)* di Amerika Serikat yang

menemukan fakta bahwa *hoax* (berita palsu) termasuk *hate speech* lebih cepat menyebar dibandingkan berita pembenarannya atau klarifikasinya di *Twitter*. Bahkan penyebar konten *hoax* dan *hate speech* bukanlah sebuah program khusus di *Twitter* seperti *bots*, melainkan karakter dan tabiat pengguna *Twitter* itu sendiri yang kerap me-*retweet* berita keliru tanpa berpikir panjang. Penelitian ini juga memaparkan sebanyak 70% berita *hoax* di-*retweet* daripada berita asli atau klarifikasinya.

Kecenderungan seseorang menggunakan *Twitter* karena dapat terhubung ke dalam suatu proses interaksi antara satu sama lain tanpa harus bertatap muka secara langsung, berpotensi untuk menyebarkan beragam berita dan informasi apapun. Sehingga keadaan seperti inilah yang mengharuskan seorang mahasiswa memiliki kepekaan dan pemahaman yang baik terhadap isi pesan atau pemberitaan suatu media serta harus sadar, cerdas, dan kritis dalam mengamati fenomena massifnya penyebaran informasi yang belum jelas kebenarannya.

Sarana berkomunikasi melalui *Twitter* ini dapat memberikan perubahan pola pikir seperti *self disclosure* atau pengungkapan diri dengan motif yang berbeda-beda. Termasuk karakteristik mahasiswa yang konsumtif dan bergantung pada perangkat digital dan aplikasi tersebut dalam beraktivitas sehari-hari. Laju informasi yang kian menembus dimensi ruang dan waktu, membuat seorang mahasiswa



nampu memilah, menyeleksi dan memanfaatkan informasi yang an dengan baik dan benar. Kebiasaan ini menjadi hal yang

sangat penting dan patut mendapatkan perhatian, sehingga harus disikapi dengan pembekalan diri melalui literasi media sosial.

Mahasiswa yang sering memperoleh berita melalui *Twitter* lalu disebarluaskan kembali perlu mendapatkan edukasi yang baik melalui literasi media sosial. Hal-hal yang dapat menimbulkan kerugian dalam penyebaran informasi melalui *Twitter* ini menjadikan literasi terhadap media sosial sebagai hal yang sangat krusial dan fundamental.

Literasi media merupakan sebuah kemampuan seseorang untuk mengakses, memahami, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan informasi dalam berbagai bentuk. Literasi media juga merupakan perspektif yang digunakan secara aktif saat mengekspos diri kepada media untuk menafsirkan makna pesan yang ditemukan. Membangun perspektif dari struktur pengetahuan dengan alat dan bahan baku, alatnya adalah keterampilan sedangkan bahan bakunya merupakan informasi dari media dan dunia nyata (Potter, 2008)

Dengan literasi terhadap media, seseorang akan memiliki *skill* untuk menilai makna dalam setiap jenis pesan, mengorganisir makna tersebut sehingga dapat berguna dalam membangun pesan yang disampaikan kepada orang lain. Literasi media berusaha memberikan kesadaran kritis sebagai kata kunci, didasari oleh aktivitas yang menekankan aspek edukasi agar mahasiswa dapat mengetahui cara mengakses, memilih

, berita ataupun informasi yang bermanfaat sesuai kebutuhan.



Seiring dengan polarisasi pemberitaan media sosial yang telah masuk hingga ke sendi kehidupan bermasyarakat termasuk ruang–ruang publik seperti perguruan tinggi yang berbasis ajaran agama Islam, maka diperlukan dasar atau landasan berpikir dan bersikap seorang mahasiswa dalam menyikapi segala bentuk informasi yang diperolehnya, tak terkecuali pesan informasi yang terindikasi mengandung ujaran kebencian atau *hate speech* dan berita bohong yang tidak hanya berdampak diri sendiri melainkan dapat merugikan orang lain. Seperti yang termaktub dalam QS. *An–Nuur (24) Ayat 11* yang artinya :

*“Sesungguhnya orang yang membawa berita bohong itu adalah dari golongan kamu juga. Janganlah kamu mengira berita itu buruk bagi kamu, bahkan itu baik bagi kamu. Setiap dari mereka akan mendapatkan balasan dari dosa yang diperbuatnya. Dan barang siapa di antara mereka mengambil bagian terbesar (dari dosa yang diperbuatnya), maka dia akan mendapatkan azab yang besar (pula).”*

Berdasarkan uraian di atas, penulis terdorong untuk melakukan penelitian secara cermat dan mendalam pada salah satu perguruan tinggi agama Islam dengan mengusung judul **“Pengaruh Literasi Media Sosial Twitter Terhadap Perilaku Penyebaran Hoax dan Hate Speech pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar”**





## B. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini, yang menjadi tema bagi penulis adalah penguasaan literasi mahasiswa terhadap media sosial *Twitter* dengan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana literasi media sosial *Twitter* mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
2. Bagaimana perilaku penyebaran *hoax* dan *hate speech* mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
3. Bagaimana pengaruh literasi media sosial *Twitter* terhadap perilaku penyebaran *hoax* dan *hate speech* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

## C. Tujuan Penelitian

Dengan penjelasan yang telah diuraikan pada latar belakang dan rumusan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis literasi media sosial *Twitter* mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
2. Menganalisis perilaku penyebaran *hoax* dan *hate speech* mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
3. Menganalisis pengaruh literasi media sosial *Twitter* terhadap perilaku



penyebaran *hoax* dan *hate speech* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

## D. Manfaat Penelitian

Proses dan analisis data pada penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat atau kontribusi baik secara teoritis dan praktis, yaitu :

### 1. Manfaat bagi Peneliti

Dari hasil dari penelitian yang dilakukan, penulis dapat memperluas wawasan dan menambah pengalaman tentang pentingnya literasi terhadap media sosial sebagai upaya dalam mencegah penyebaran berita *hoax* dan melakukan ujaran kebencian atau *hate speech* yang seringkali terjadi pada media sosial seperti *Twitter*.

### 2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan dalam pengembangan pengetahuan khususnya bidang ilmu komunikasi serta menjadi sumber referensi bagi penelitian yang membahas tentang literasi terhadap media sosial sebagai saluran yang tidak hanya menyebarkan ide dan kreatifitas, namun upaya dalam meminimalisir tindak kriminal atau kejahatan di dunia maya (*cyber crime*).



### 3. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini juga diharapkan menjadi salah satu sumber referensi bagi *stakeholder* atau pihak terkait untuk mengetahui manfaat dan pengaruh dari literasi media terhadap masyarakat yang berperan sebagai pengguna beragam jenis media sosial dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Selain itu diharapkan dapat menumbuhkembangkan kesadaran kritis masyarakat atas isi pesan dan informasi yang diperoleh melalui media sosial.

### E. Batasan Penelitian

Salah satu faktor utama menyebarnya berita bohong (*hoax*) dan ujaran kebencian (*hate speech*) di masyarakat karena kurangnya pemahaman literasi terhadap media sosial khususnya di kalangan pelajar atau mahasiswa yang menggunakan *Twitter*. Sebagai upaya dalam mengetahui tingkat literasi media sosial *Twitter* mahasiswa, maka penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar dan terbatas hanya di lingkup Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang mempelajari literasi media sebagai salah satu materi perkuliahan.



## F. Definisi dan Istilah

Istilah dan definisi yang digunakan pada penelitian ini antara lain :

### 1. Literasi Media Sosial

Literasi media sosial merupakan sebuah kemampuan seseorang untuk mengakses, memahami, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan informasi dalam berbagai bentuk media, salah satunya aplikasi media sosial *Twitter*. Literasi media juga merupakan sebuah perspektif yang digunakan secara aktif saat mengekspos diri kepada media untuk menafsirkan makna pesan yang ditemukan.

### 2. *Twitter*

*Twitter* merupakan aplikasi layanan jejaring sosial dan *microblog* yang terhubung ke *internet* agar memungkinkan penggunaanya mengirim atau berbagi gambar, *audio*, *audiovisual (video)* dan membaca pesan berbasis teks hingga 280 karakter yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*) serta dapat disebarluaskan secara cepat dan massif ke pengguna lainnya.



### 3. *Hoax*

*Hoax* atau berita palsu merupakan rangkaian informasi yang sengaja disesatkan dan dipublikasikan sebagai suatu kebenaran.

### 4. *Hate Speech*

*Hate speech* atau ujaran kebencian adalah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan maupun hinaan kepada individu atau kelompok lain dalam berbagai hal seperti aspek suku, agama, ras (warna kulit), golongan, etnis, gender, dan kewarganegaraan tertentu.

## G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun agar dapat memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dengan susunan sebagai berikut

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup atau batasan penelitian, definisi dan istilah serta organisasi atau sistematika penulisan.



## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan tentang kajian konsep dan landasan teori yang digunakan, hasil penelitian–penelitian sebelumnya yang relevan, kerangka konseptual, hipotesis, dan definisi operasional.

## BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menguraikan mengenai rancangan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan analisis data

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan secara rinci pembahasan mengenai tingkat literasi media sosial *Twitter* mahasiswa terhadap perilaku penyebaran *hoax* dan *hate speech* menggunakan metode yang telah ditentukan sebelumnya serta berisikan data yang dikumpulkan dan diolah menjadi informasi untuk mendapatkan solusi dari permasalahan yang dihadapi.

## BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari analisis pembahasannya dan beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi peneliti atau dalam mengkaji gagasan baru mengenai literasi media sosial.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Konsep

##### 1. Literasi Media

Literasi media berasal dari bahasa Inggris yaitu *media literacy* dan terdiri dari dua suku kata, yaitu media berarti tempat pertukaran pesan dan literasi berarti melek (Tamburaka, 2013).

Menurut *United Nations of Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO)*, literasi adalah kemampuan untuk mengidentifikasi, memahami, menafsirkan, menciptakan, berkomunikasi, menghitung, dan menggunakan bahan cetak dan tulisan yang terkait dengan berbagai konteks. Literasi melibatkan serangkaian pembelajaran yang memungkinkan individu mencapai tujuannya untuk mengembangkan pengetahuan dan potensi serta berpartisipasi secara penuh dalam komunitas dan masyarakat luas.

Literasi media adalah seperangkat perspektif yang digunakan secara aktif untuk mengekspos dan menafsirkan makna pesan yang ditemui, merangsang untuk dapat beradaptasi dengan perubahan teknologi



asi dan membuka pikiran terhadap pesan–pesan media baru. media juga didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengakses nproses informasi dari segala jenis transmisi (Potter, 2019).

Melek media merupakan keterampilan untuk mencermati dan menganalisis isi media. Pada tataran sederhana, melek media adalah keterampilan untuk mencerna tayangan karena menyadari isi tayangan tersebut memunculkan resiko, tujuannya agar khalayak lebih mampu memahami dan tidak meniru atau menyebarkan pesan apabila hal tersebut berbahaya atau memiliki dampak negatif (Kriyantono dkk, 2013).

Art Silverblatt, seorang ilmuwan media mengidentifikasi delapan elemen dasar dan karakteristik literasi media (Baran, 2012), yaitu :

- a. Keterampilan berpikir kritis memungkinkan anggota khalayak untuk mengembangkan penilaian yang independen terhadap isi media
- b. Pemahaman terhadap proses komunikasi massa
- c. Kesadaran akan dampak media terhadap individu dan masyarakat
- d. Strategi untk menganalisis dan mendiskusikan pesan–pesan media
- e. Kesadaran akan isi media sebagai suatu teks yang menyediakan wawasan bagi budaya dan kehidupan kita
- f. Kemampuan untuk menikmati, memahamai, dan menghargai isi media
- g. Pemahaman akan kewajiban etis dan moral para praktisi media





Menyerap isi media adalah suatu hal yang sederhana, namun penyerapan media yang berliterasi membutuhkan beberapa keterampilan spesifik (Baran, 2012), antara lain :

- a. Kemampuan dan kemauan melakukan suatu usaha untuk memahami isi media, memberi perhatian, dan menyaring berbagai gangguan.
- b. Pemahaman dan penghargaan pada kekuatan pesan-pesan media.
- c. Kemampuan untuk membedakan reaksi emosional dan rasional ketika merespon isi media atau bertindak sesuai isi media.
- d. Pengembangan ekspektasi yang lebih tinggi terhadap isi media
- e. Pengetahuan terhadap kesepakatan akan aliran (genre) dan kemampuan untuk mengenali ketika genre dan kemampuan digabungkan dengan yang lain.
- f. Kemampuan untuk berpikir kritis tentang isi media, tidak peduli seberapa kredibel sumbernya.
- g. Pengetahuan tentang bahasa yang dipakai di kalangan berbagai media dan kemampuan untuk memahami pengaruhnya, meskipun kompleksnya bahasa tersebut.

Sedangkan menurut James W. Potter, ada tujuh keterampilan atau an yang dibutuhkan untuk meraih kesadaran kritis bermedia iterasi media (Potter, 2019), antara lain :



- a. *Analisis*. Suatu kemampuan untuk mengurai pesan yang diperoleh menjadi elemen–elemen yang bermakna.
- b. *Evaluasi*. Membuat penilaian atas makna dari suatu elemen dengan membandingkannya melalui beberapa standar.
- c. *Pengelompokan*. Menentukan elemen–elemen yang berbeda dan elemen yang memiliki kemiripan untuk dikelompokkan kemudian menentukan bagaimana sekelompok elemen berbeda dari kelompok elemen lainnya.
- d. *Induksi*. Mengambil kesimpulan atas pengelompokan kemudian menggeneralisasikan pola–pola elemen tersebut ke dalam pesan yang lebih besar.
- e. *Deduksi*. Menggunakan prinsip–prinsip umum untuk menjelaskan sesuatu yang lebih spesifik dengan menggunakan penalaran silogistik.
- f. *Sintesis*. Mengumpulkan dan merangkai unsur atau elemen–elemen menjadi satu struktur baru.
- g. *Abstraksi*. Membuat deskripsi singkat, jelas dan akurat untuk menggambarkan esensi pesan dibandingkan pesan aslinya.



Literasi media sosial merupakan salah satu bentuk khusus dari literasi media atau informasi secara umum. Literasi media sosial ini berdasarkan dari *use information effectively to accomplish a specific purpose* yang bersumber dari *Information Literacy Competency Standards Association of College and Research Libraries* (ACRL, 2000). Poin kelima dari standar ACRL tersebut menjelaskan bahwa seseorang dituntut untuk dapat menggunakan informasi secara efektif untuk menyelesaikan tujuan spesifik. Literasi media sosial dijabarkan secara sederhana dalam lima konsep (Goodman, 2014), yaitu :

a. Seluruh pesan media dikonstruksi

Tulisan yang berada pada sebuah gambar di media sosial merupakan sebuah perintah untuk menerjemahkan gambar tersebut, sehingga jika informasi yang diberikan tidak jelas dan terperinci maka akan memberikan ambiguitas persepsi.

b. Pesan media membentuk persepsi tentang realitas

Artikel, gambar, dan video yang dipilih untuk dibagikan kepada teman dan kolega akan membentuk sebuah realitas sehingga menimbulkan perasaan dan pemahaman baru bagi yang melihatnya, meskipun hal tersebut kenyataannya tidak sama atau tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

c. Perbedaan audiens memberikan pemahaman yang berbeda meski dengan pesan yang sama. Media memberi banyak materi yang menjadi dasar dalam menggambarkan realitas,



sehingga reaksi khalayak akan memaknainya sesuai dengan keadaan individu masing–masing baik sebagai sebuah kebutuhan, kesenangan, kecemasan atau masalah.

d. Pesan media memiliki implikasi dampak komersial

Sebagian besar produksi media adalah sebuah bisnis dan karenanya harus menghasilkan keuntungan. Meskipun segala bentuk konten yang diposting ke media sosial bebas finansial, namun pihak penyedia jasa dapat memanfaatkan seluruh data pelanggan yang menggunakan media sosial berpotensi untuk dikomersialisasikan.

e. Pesan media melekatkan sudut pandang.

Melalui informasi yang dipost atau dibagikan melalui media sosial, pada dasarnya pengguna bermaksud untuk memperlihatkan sesuatu yang dimiliki atau dilakukannya dengan tujuan agar dapat diketahui sebagai sesuatu hal yang orang lain tidak dapat lakukan sehingga tertarik untuk mengikutinya dan mencobanya.

Konsep literasi media sosial yang dijelaskan sebelumnya memberikan gambaran bahwa media sosial memiliki peran yang sangat penting dan berdampak sangat luas di masyarakat khususnya di

ia media sosial itu sendiri. Khalayak diharapkan memiliki kuan dalam memilih dan menentukan informasi yang berupa fakta



atau opini. Rheingold (Crook, 2012) menjelaskan dimensi keterampilan agar seseorang dapat dikategorikan berliterasi media sosial, antara lain :

- a. *Perhatian*. Perhatian dapat diperoleh dengan memahami bagaimana seseorang berpikir dan memusatkan perhatian agar tertarik untuk mengeksplorasi dan menggunakan alat tersebut.
- b. *Partisipasi*. Partisipasi dapat dicapai saat pengguna dapat berinteraksi dengan alat tersebut (media sosial), memberikan perasaan yang berbeda, produktif, aktif, dan bersuara atau terlibat pada ruang publik.
- c. *Kolaborasi*. Bekerja sama dengan membentuk sebuah tim, maka seseorang akan mendapatkan banyak hal termasuk kekuatan untuk berbagi sumber daya dan membangun ide satu sama lain. Kolaborasi dapat menghilangkan redundansi agar apa yang dilakukan dapat terkelola dan terdistribusi dengan baik.
- d. *Kesadaran Jaringan*. Teknologi dapat memperluas jejaring sosial dan menciptakan interaksi global dengan menjadi anggota *newsgroup*, komunitas virtual, forum, dan organisasi lainnya. Jaringan teknis dapat mendukung dan memperkuat kemampuan dasar manusia untuk membentuk jejaring sosial.
- e. *Pemakaian secara Kritis*. Kemampuan untuk mengevaluasi apa dan siapa yang dapat dipercaya. Sebelum mempercayai sesuatu, mengkomunikasikan dan menggunakan apa yang telah didistribusikan oleh orang lain, sebaiknya melakukan



penelusuran terlebih dahulu dengan mengidentifikasi latar belakang penulis, sumber, dan keakuratan informasi tersebut.

## 2. Media Sosial

Istilah media sosial berasal dari dua kata, yakni media dan sosial. Media berarti alat komunikasi (McQuail, 2011) sedangkan sosial diartikan sebagai sebuah realita yang menyatakan bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Media sosial merupakan struktur sosial yang dibentuk oleh jaringan (baik individu maupun organisasi) yang terikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik diantaranya status hubungan teman, keturunan, pandangan politik, nilai, visi, ide, bakat ataupun minat. Di dalam analisis jaringan sosial, individu dipandang sebagai seluruh simpul, sedangkan hubungan antar dua individu atau lebih dipandang sebagai ikatan.

Media sosial adalah medium di *internet* yang memungkinkan pengguna mempersentasekan dirinya maupun bekerja sama, berbagi, berkomunikasi, hingga berinteraksi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan secara virtual (Nasrullah, 2016). Media sosial merupakan medium digital sebagai tempat realitas sosial yang terjadi dalam ruang dan waktu bagi para penggunanya untuk berinteraksi.



nurut Alejandro (Susanto, 2017), media sosial merupakan untuk berkomunikasi melalui teks, video, *blog*, foto, *update* status *Facebook*, *Twitter*, *MySpace*, *LinkedIn* dan lain-lain dalam bentuk

percakapan *online* yang mudah untuk diakses. Media sosial juga merupakan media *online* yang mendukung interaksi sosial serta menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Cahyono, 2016).

Media sosial hadir ibarat kumpulan negara atau masyarakat yang didalamnya terdapat beragam etika dan aturan yang mengikat penggunaannya. Aturan ini muncul sebab perangkat teknologi merupakan sebuah mesin yang terhubung secara daring (dalam jaringan) atau ada karena interaksi di antara sesama pengguna (Mulawarman & Nurfitri, 2017). Media sosial yang digunakan serta dimanfaatkan untuk berbagai hal yang sifatnya positif juga dapat membangun jaringan komunikasi politik yang interaktif antara kelompok politik dengan simpatisan atau massa (Susanto, 2017).

Media sosial *online* disebut juga jejaring sosial *online*, karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang dapat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat (Ardianto, 2011). Penggalangan dukungan atau gerakan massa dapat terbentuk disebabkan adanya kekuatan media *online* yang terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik atau masyarakat (Watie, 2011).

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan pengguna dalam



sosial. Menurut Nasrullah, untuk menyusun definisi media sosial melihat perkembangan hubungan individu dengan perangkat media.

Karakteristik kerja dalam *Web 1.0* berdasarkan pengenalan individu terhadap individu lain (*human cognition*), yang berada dalam sebuah sistem jaringan, sedangkan *Web 2.0* berdasarkan individu berkomunikasi (*human communication*) dalam jaringan antarindividu. Terakhir, *Web 3.0* dimana karakteristik teknologi dengan manusia (*user*) terdapat relasi dan dapat bekerja sama (*human cooperation*) (Fuchs, 2008).

#### a. Klasifikasi Media Sosial

Kaplan dan Haenlein (2010) menciptakan skema atau klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dengan menerapkan satu set teori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (*self-presentation*, *self-disclosure*), antara lain :

- 1) *Collaborative Blogs*. Proyek kolaborasi seperti *Wikipedia* yang mengizinkan penggunaanya atau partisipan untuk dapat bekerjasama dalam suatu proyek seperti menulis, mengubah, menambah atau menghapus konten pada situs *web* ini kapanpun dan di manapun.
- 2) *Blog* dan *Microblogs*. Merupakan situs pribadi dan dibuat melalui akun individu dengan tujuan untuk berkomunikasi dan mengekspresikan segala sesuatu seperti curahan hati atau kritikan terhadap kebijakan pemerintah melalui





tulisan, video, audio atau gambar. Contohnya yaitu *blogger.com* dan *wordpress.com*

- 3) *Content Communities*. Jenis media sosial yang berfungsi bagi penggunaannya untuk saling berbagi konten media seperti video, gambar, audio dan buku elektronik (*e-book*). Contohnya adalah *Youtube*, *Slideshare*, dan *Flickr*.
- 4) *Social Networking Sites*. Situs jejaring sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *LINE*, *MySpace*, *LinkedIn* sebagai sarana komunikasi sosial dengan membuat informasi pribadi yang dapat menyimpan dan menampilkan foto hingga video. Aplikasi ini juga menawarkan penggunaannya untuk terhubung ke orang lain.
- 5) *Virtual Game World*. Dunia permainan virtual seperti *game online* yang merupakan program replikasi lingkungan *3D* (tiga dimensi) dimana *user* atau pengguna dapat muncul dalam bentuk *avatar* dan berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata.
- 6) *Virtual Social World*. Dunia sosial virtual seperti *second life*, yang di dalamnya seorang pengguna merasa berada di kehidupan nyata, sama seperti *virtual game world* yang dapat berinteraksi dengan orang lain. Namun, klasifikasi ini sifatnya lebih realistis, mengarah ke kehidupan nyata



dibuat berdasarkan *social presence* (kehadiran sosial) dan *self presentation* (presentasi diri).

## b. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa karakter yang tidak dimiliki oleh jenis media lainnya. menurut Nasrullah (Setiadi, 2016), ciri khusus media sosial antara lain :

- 1) *Network*. Media sosial terbentuk dari struktur sosial yang berada dalam suatu jaringan atau *internet*. Jaringan ini merupakan infrastruktur antara perangkat keras atau *hardware* yang satu dengan lainnya sehingga dapat memberikan akses komunikasi bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi termasuk perpindahan data.
- 2) *Information*. Informasi merupakan entitas yang penting karena dalam media sosial terdapat aktifitas bagi pengguna untuk memproduksi konten dan melakukan interaksi yang berdasarkan informasi.
- 3) *Archive*. Arsip merupakan sebuah fitur dan konten karakter yang berfungsi bagi pengguna media sosial untuk menyimpan segala bentuk data yang dapat diakses kapanpun meski melalui perangkat yang berbeda.



- 4) *Interactivity*. Media sosial menciptakan terbentuknya jaringan komunikasi antar sesama pengguna yang tidak hanya memperluas konektivitas, pertemanan, dan pengikut (*Follower*). Akan tetapi dapat dijadikan sebagai media untuk berinteraksi atau bertukar komentar.
- 5) *Simulation of Society*. Karakter media sosial sebagai saluran tempat berlangsungnya aktifitas masyarakat di dunia virtual. Memiliki keunikan, ciri khas, dan aturan tersendiri dalam beragam kasus yang tidak dapat dijumpai dalam tatanan masyarakat di dunia nyata.
- 6) *User Generated Content*. Media sosial sepenuhnya menjadi milik pengguna sehingga pemilik akun dapat berkontribusi dalam memproduksi konten untuk diri sendiri. Karakteristik ini merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan bagi antar sesama pengguna untuk berpartisipasi dan mengonsumsi konten yang diproduksi.

### c. Fungsi Media Sosial

Media sosial merupakan media berbasis *online* dengan pengguna yang tersebar ke seluruh penjuru dunia. Media sosial seringkali dimanfaatkan untuk berpartisipasi dan berbagi informasi. < jarang media sosial juga digunakan sebagai sarana untuk



melakukan interaksi sosial disebabkan kemudahannya dalam menggunakan mengakses informasi kapanpun dan di manapun. Media sosial (*social media*) memiliki beberapa fungsi sebagai berikut (Doni, 2017) :

- 1) Media sosial didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan teknologi *internet* dan *website*
- 2) Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience* (“*one to many*”) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak *audience* (“*many to many*”)
- 3) Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri

### 3. *Twitter*

Sejak berkembangnya teknologi komputer, pola komunikasi manusia tidak terbatas oleh ruang dan waktu, sesuai dengan yang dikatakan Marshall McLuhan dalam teorinya yaitu “*medium as an extension of human faculties*” yang berarti media sebagai perpanjangan tubuh

. Apabila sebelumnya, komunikasi dan interaksi manusia dibatasi langsung atau tatap muka, maka hal tersebut semakin meluas dan atas dengan media sosial. Perkembangan media sosial terus



meningkat dengan bertambahnya jumlah pengguna. Sampai saat ini, diperkirakan terdapat kurang lebih 200 aplikasi media sosial. Beberapa diantaranya adalah *Facebook, Twitter, Instagram, LINE*, dan sebagainya. Media sosial yang menjadi topik utama dalam penelitian ini adalah *Twitter*.

Awal terbentuknya *Twitter* pada acara diskusi yang diselenggarakan oleh sebuah perusahaan *podcast* bernama *Odeo*. Jack Dorsey, seorang mahasiswa sarjana di *New York University* mengemukakan gagasannya mengenai penggunaan layanan pesan singkat untuk berkomunikasi dengan sebuah kelompok kecil. Pada tahun 2006, Jack Dorsey mempublikasikan pesan *twitter* pertamanya dengan isinya yang berbunyi "*just setting up my twttr*".

*Twitter* digunakan untuk pertama kalinya sebagai layanan internal bagi karyawan *Odeo* yang kemudian versi lengkapnya diperkenalkan kepada publik oleh Jack Dorsey, Noah Glass, Bizz Stone, dan Evan Williams pada tanggal 15 Juli 2006. Setelah itu, tepat bulan April 2007, *Twitter* berdiri sebagai perusahaan mandiri.

*Twitter* merupakan layanan jejaring sosial dan *microblogging* dengan fasilitas mengirim teks info pada akun pengguna dengan panjang maksimum 140 karakter melalui *short message service (SMS)*, pesan instan atau surat elektronik. Aplikasi dikembangkan oleh *Obvious Corp.* yang berpusat di San Fransisco, Amerika Serikat



*Twitter* adalah sebuah aplikasi yang sangat diminati karena karena ianya dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya dari komputer

atau perangkat *mobile* dari manapun dan kapanpun. Sejak *dipublish* ke masyarakat luas, *Twitter* mengalami perkembangan pesat. Layanan ini secara cepat menjadi populer di tahun 2018 dengan 330 juta pengguna di dunia, sedangkan di Indonesia telah mencapai 145 juta pengguna aktif *Twitter* hingga pertengahan tahun 2019.

Penyebaran informasi oleh *Twitter* sangat cepat, *real time*, dan selalu ada pembaharuan atau *update* informasi. Pengguna *Twitter* sendiri bisa terdiri dari berbagai macam kalangan dan dapat berinteraksi dengan keluarga, rekan kerja bahkan teman yang berada di belahan dunia manapun. *Twitter* sebagai sebuah *platform* sosial yang dapat memberikan akses ke penggunanya untuk mengirim informasi dalam bentuk pesan singkat atau *tweet* yang hingga saat ini sudah menggunakan 280 karakter.

Melalui *tweet* ini, *Twitter* juga memiliki fasilitas pencari (*search*) untuk menemukan akun lain. Untuk melakukan pencarian, pengguna dapat menggunakan kolom pencarian dengan mengetik simbol “@” dilanjutkan dengan nama yang ingin dicari.

Fasilitas pencarian ini juga tidak hanya untuk mencari akun pengguna lain, akan tetapi juga untuk menelusuri topik yang sedang ramai dibicarakan. Di *Twitter*, simbol *hashtag* atau tanda pagar (#) digunakan sebagai kata kunci dalam *tweet* yang dituliskan di kolom pencarian kemudian diikuti kata atau kalimat yang menjadi topik pembicaraan, maka



menyusul seluruh akun yang telah *tweet* atau berkomentar dengan menggunakan *hashtag* yang sama. Semakin sering *hashtag* tersebut

digunakan, maka semakin besar pula peluang menjadi *trending topic* atau topik yang paling sering diperbincangkan pada waktu tersebut hingga ke seluruh dunia.

*Twitter* didukung oleh adanya sistem *following* yang membuat pengguna dapat mengikuti sebanyak mungkin akun lain tanpa harus menunggu persetujuan atau *confirm* dari pemilik akun. Dengan sistem ini, pengguna dapat memiliki kebebasan untuk mengetahui aktivitas dan mengakses berbagai informasi di halaman akun yang diikuti, baik akun yang berasal dari dalam maupun luar negeri. Sementara, jika akun pengguna diikuti oleh akun lain, maka akun tersebut dinamakan pengikut (*follower*).

Beberapa keunggulan yang disebutkan di atas menjadikan *Twitter* sebagai *platform* untuk mengekspresikan diri, berbagi informasi dan promosi hingga sebagai *storage media*. Selain pengguna awam, *Twitter* juga dipakai oleh suatu organisasi, selebritas hingga tokoh politik yang memanfaatkan aplikasi ini untuk berbagi informasi dan aktualisasi diri.

#### 4. **Hoax**

Kata *hoax* berasal dari bahasa Inggris yang berarti berita palsu.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) hoaks adalah informasi

*Hoax* merupakan informasi palsu atau berita yang berisi fakta elah dipelintir atau direkayasa. Kata–kata *hoax* digunakan untuk



menyikapi berita yang tidak memiliki fakta atau informasi yang direkayasa untuk menutupi kejadian sebenarnya.

*Hoax* adalah sebuah pemberitaan palsu yang merupakan usaha untuk menipu dan mengakali pembaca atau pendengarnya agar mempercayai sesuatu meskipun pembuat berita tersebut tahu bahwa itu palsu. *Hoax* merupakan eksekusi negatif kebebasan berbicara dan berpendapat di *internet*, khususnya media sosial dan *blog*. *Hoax* bertujuan menggiring atau membentuk opini publik, membuat persepsi atau sekedar candaan yang mencoba untuk menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna media sosial. *Hoax* juga sengaja dibuat oleh seseorang atau kelompok tertentu untuk melakukan propaganda dan agitasi, bahkan dengan alasan ekonomi melalui motif penipuan.

Menurut Dewan Pers Indonesia, *hoax* muncul diakibatkan karena berubahnya fungsi media sosial sebagai ruang untuk menjalin pertemanan menjadi sarana menyampaikan pendapat politik dan mengomentari pendirian orang lain. Kehadiran *hoax* secara massif di Indonesia terjadi pada saat pemilihan presiden di tahun 2014 dengan alternatif media sosial sebagai alat untuk melakukan *black campaign* (kampanye negatif) dan menjatuhkan citra lawan politik.

#### a. Ciri-ciri *Hoax*



- 1) Berisikan pesan yang membuat pembacanya cemas, panik bahkan ketakutan.



- 2) Pesan atau informasi yang disampaikan melalui surat elektronik (*e-mail*) atau media sosial karena memiliki efek yang lebih besar.
- 3) Pihak yang menyebarkan hoax tidak diketahui identitasnya atau berasal dari media yang tidak kredibel.
- 4) Menghimbau pembaca untuk meneruskan atau dibagikan kembali informasi yang diperoleh. Sehingga jika pembaca menyebarkan tanpa meneliti terlebih dahulu kebenaran berita tersebut, maka akan semakin banyak *hoax* yang ada.

#### **b. Jenis-jenis Hoax**

- 1) *Fake News*. Berita yang dikonstruksi untuk mengganti berita yang asli dan bertujuan menyisipkan kepalsuan dalam suatu berita.
- 2) *Clickbait*. Tautan jebakan yang diletakkan secara strategis pada suatu situs untuk menarik pengguna masuk ke situs lainnya secara terus menerus.
- 3) *Confirmation Biased*. Bias konfirmasi merupakan suatu kecenderungan bagi seseorang untuk mencari bukti-bukti yang mendukung pendapat atau kepercayaannya dan mengabaikan bukti-bukti yang menyatakan sebaliknya.



- 4) *Missinformation*. Misinformasi adalah salah informasi atau menyebarkan berita salah namun yang menyebarkannya percaya bahwa informasi tersebut benar.
- 5) *Satire*. Konten yang dibuat sebagai sindiran atau kritik dan dikemas dalam bentuk candaan, parodi, ironi bahkan sarkasme kepada pihak tertentu atas berbagai masalah yang terjadi
- 6) *Post-truth*. Suatu kejadian di mana emosi lebih berperan daripada fakta dan keluar dari inti kebijakan yang bertujuan untuk membentuk opini publik.
- 7) *Propaganda*. Rangkaian pesan yang bertujuan mempengaruhi pendapat dan perilaku masyarakat atau sekelompok orang dengan tidak menyampaikan informasi secara objektif sehingga kecenderungan menghasilkan reaksi emosional daripada reaksi rasional.

## 5. *Hate Speech*

*Hate speech* didefinisikan sebagai ujaran kebencian. *Hate speech* adalah ucapan atau tulisan yang dibuat seseorang di muka umum untuk tujuan menyebarkan dan melucut kebencian sebuah kelompok terhadap k lain yang berbeda baik karena ras, agama, keyakinan, gender, , kecacatan dan orientasi seksual (Lesmana, 2017).



Secara hukum, *hate speech* merupakan perkataan, perilaku, tulisan maupun pertunjukan yang dilarang karena dapat memicu terjadinya tindakan kekerasan dan sikap prasangka, baik dari pihak pelaku yang membuat pernyataan ataupun korban dari tindakan tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *hate speech* merupakan tindakan komunikasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan, ataupun hinaan kepada orang lain atau pihak tertentu dalam berbagai aspek seperti ras, warna kulit, gender, cacat, orientasi seksual, kewarganegaraan, agama dan lain–lain.

*Hate speech* dapat dilakukan melalui berbagai media, antara lain melalui orasi kampanye, demonstrasi, pidato keagamaan, media massa cetak elektronik dan cetak, pamflet, spanduk, dan *website* atau aplikasi media sosial. Tak jarang etika komunikasi di media sosial cenderung diabaikan yang disebabkan karena luapan emosi yang tak terbendung, akibatnya kata atau kalimat kasar pun yang terucap sehingga menimbulkan beragam reaksi dari para pengguna media sosial lainnya. Jika ujaran kebencian disampaikan dengan berkobar–kobar dan bersemangat, para audiens pun dapat terdorong untuk ikut melakukan kekerasan atau menyakiti orang lain, sehingga hasutan kebencian pun berhasil dilakukan (Anam & Hafiz, 2015).



**a. Bentuk–bentuk *Hate Speech***

Sesuai yang telah diatur dalam Kitab Undang–Undang Hukum Pidana (KUHP) dan ketentuan pidana lainnya di luar KUHP, bentuk–bentuk ujaran kebencian atau *hate speech* antara lain :

- 1) *Penghinaan*. Menghina adalah menyerang kehormatan dan nama baik seseorang, sehingga yang diserang akan merasa malu (Soesilo, 1995). Objek penghinaan adalah harga diri atau martabat mengenai kehormatan dan nama baik seseorang ataupun kelompok.
- 2) *Penistaan*. Suatu perbuatan yang dilakukan dengan cara menuduh seseorang atau kelompok telah melakukan perbuatan tertentu dengan maksud agar tuduhan itu tersebar atau diketahui oleh banyak orang.
- 3) *Pencemaran nama baik*. Pencemaran nama baik atau *defamation* adalah tindakan mencemarkan nama baik atau kehormatan seseorang dengan cara menyatakan secara lisan maupun tulisan.
- 4) *Perbutan tidak menyenangkan*. Suatu perlakuan yang menyinggung perasaan, memaksa orang lain agar melakukan, untuk tidak melakukan atau membiarkan sesuatu dengan memakai ancaman, kekerasan atau perlakuan lain yang tidak menyenangkan.



- 5) *Provokasi*. Suatu perbuatan yang dilakukan untuk membangkitkan kemarahan dengan cara menghasut, memancing amarah, merasa jengkel dan membuat orang yang terhasut berpikir negatif dan emosi.
- 6) *Menyebarkan berita bohong*. Menyiarkan berita atau informasi bohong. Berita bohong tidak hanya memberitahukan kabar palsu, akan tetapi juga menceritakan suatu kejadian dengan tidak benar.

**b. Faktor–faktor *Hate Speech***

- 1) *Individu*. Kondisi kejiwaan merupakan faktor utama terjadinya kejahatan, seperti daya emosi yang tinggi, rendahnya mentalitas atau motif balas dendam karena sakit hati dengan korban.
- 2) *Kontrol Sosial*. Kurangnya kontrol secara internal dari lingkungan keluarga yang acuh terhadap keadaan anggota keluarganya sendiri. Begitupun juga secara eksternal dari lingkungan masyarakat yang tidak memperdulikan kejadian atau tindak kejahatan di sekitar yang disebabkan tidak adanya norma sosial.
- 3) *Fasilitas dan Kemajuan Teknologi*. Kecanggihan dan perkembangan alat komunikasi adalah pengaruh yang cukup kuat di kehidupan modern sekarang ini, khususnya



kemudahan dalam mengakses informasi secara luas dan memanfaatkan teknologi *internet* untuk berjejaring di media sosial, sehingga membuat seseorang semakin mudah dalam melakukan tindak kejahatan.

- 4) *Lingkungan*. Lingkungan merupakan tempat utama mendukung terjadinya perilaku kejahatan, seperti adanya kondisi atau kesempatan, dan pergaulan yang memberikan pengaruh tidak etis.
- 5) *Ekonomi*. Seseorang dengan kondisi ekonomi yang tergolong rendah, pengangguran, tidak berpenghasilan, terdesak akan kebutuhan yang tinggi serta perilaku yang meniru gaya hidup orang lain memicu terjadinya kejahatan khususnya ujaran kebencian di media sosial.
- 6) *Ketidaktahuan Masyarakat*. Kejahatan di media sosial merupakan perbuatan melawan hukum dan banyak peraturan yang diterapkan terkait kejahatan ujaran kebencian. Hal ini yang patut menjadi perhatian bagi semua pihak dikarenakan kurangnya minat baca masyarakat sehingga aparat penegak hukum termasuk pemerintah harus mengadakan sosialisasi tentang dampak *hate speech* yang dilakukan di media sosial.



## 6. *Netizen*

Pada saat *internet* populer di pertengahan tahun 1990–an, seorang penulis Michael E. Hauben mengungkapkan idenya tentang para pengguna *internet* dalam sebuah karyanya yang berjudul *The Net and Netizens : The Impact the Net has on People's Live*. Hauben mengatakan jika di abad ke-21 semua orang adalah *netizen* yang hadir sebagai warga di dunia ini karena konektivitas yang bisa diwujudkan oleh *net* atau jaringan global. Perpindahan secara geografis dapat digantikan dengan keberadaan di dunia virtual yang sama. Karena tulisannya inilah, Hauben dijuluki sebagai pelopor istilah *netizen* yang populer hingga sekarang.

*Netizen* berasal dari dua gabungan kata, yaitu *internet* (jaringan jarak jauh) dan *citizen* (warga atau penduduk). *Netizen* merupakan pengguna *internet* atau yang disebut juga sebagai penghuni yang aktif terlibat pada komunitas *online* di *internet*. Aktifitas dapat beragam jenisnya, mulai dari *chatting* hingga aktifitas yang menuntut perubahan di dunia maya.

Secara sederhana, *netizen* didefinisikan sebagai warga *internet* (*citizen of the net*) atau warganet, yang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti orang yang aktif menggunakan *internet*. Kata tersebut menyebut seseorang yang terlibat dalam komunitas maya, ditujukan kepada kepentingan dan kegiatan aktif di *internet*,



...kannya sebagai wadah sosial dan intelektual atau struktur politik di  
/a, khususnya terkait akses terbuka, netralitas *internet* dan  
an berbicara.

Warganet secara umum disebut juga warga dunia maya atau *cybercitizen* yang saling berkomunikasi, mencari hiburan dan berbagi informasi apapun termasuk keleluasaan bagi warganet untuk menyuarkan pendapat dan ide serta beragam aktifitas lainnya.

Pada dasarnya, ada tiga hal yang dapat dilakukan *netizen* di media sosial, yaitu :

- a. Berkomunikasi dengan *netizen* lainnya melalui media sosial dengan fitur *chatting*, *voice call*, *video call*, dan sebagainya
- b. Menyuarkan pendapat, baik berupa rekomendasi, opini, saran dan kritik, promosi, aspirasi dan ekspresi diri bahkan kecaman melalui berbagai media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, dan sebagainya
- c. Berkolaborasi melalui *website* yang dapat digunakan secara kolaboratif dan *real time* melalui aplikasi seperti *Google Docs*, *Google Spreadsheet*, *Zoho*, dan sebagainya





## 7. Perilaku

Perilaku adalah cara bertindak yang menunjukkan tingkah laku seseorang dan merupakan hasil kombinasi antara pengembangan anatomis, fisiologis dan psikologis (Kast dan Rosenweig, 1985). Rakhmat (2001) menyebutkan bahwa terdapat tiga komponen yang mempengaruhi perilaku manusia, yaitu komponen kognitif, afektif, dan konatif. Komponen kognitif merupakan aspek intelektual yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. Komponen afektif merupakan aspek emosional. Komponen konatif adalah aspek yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan untuk bertindak.

Unsur perilaku terdiri atas perilaku yang tidak nampak seperti pengetahuan (*cognitive*) dan sikap (*affective*) serta perilaku yang nampak seperti keterampilan (*psychomotoric*) dan tindakan nyata (*action*). Pola perilaku setiap orang bisa saja berbeda tetapi proses terjadinya adalah mendasar bagi semua individu, yakni dapat terjadi karena disebabkan, digerakkan dan ditunjukkan pada sasaran (Kast dan Rosenweig, 1985).

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, menulis, membaca, dan sebagainya. Sehingga disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku manusia adalah

kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo, 2003).



Dikemukakan oleh Skinner, seperti yang dikutip oleh Notoatmodjo (2003), merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar. Oleh karena perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, yang selanjutnya organisme tersebut merespons, maka teori Skinner ini disebut *Stimulus–Organisme–Respon (S–O–R)*

Manusia berperilaku atau beraktivitas karena adanya tujuan tertentu. Adanya *need* atau kebutuhan diri seseorang, maka akan muncul motivasi atau penggerak yang menyebabkan manusia berperilaku sehingga tujuan pun tercapai dan individu mengalami kepuasan. Siklus melingkar kembali memenuhi kebutuhan lain dan seterusnya dalam suatu proses terjadinya perilaku manusia.

Perilaku manusia merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Dengan kata lain, perilaku merupakan respon atau reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya. Respon ini dapat bersifat aktif yaitu berpikir, berpendapat, bersikap dengan melakukan dan respon pasif yang hanya berpikir dan bersikap tanpa adanya tindakan.



## B. Landasan Teori

### 1. Teori *New Media*

*New media* atau media baru mencakup seperangkat teknologi komunikasi yang semakin berkembang dan beraneka ragam. Menurut Botler dan Grusin (2005) menegaskan bahwa tujuan hadirnya media baru adalah untuk memperbaiki keadaan media sebelumnya yang ada lebih dulu. Teori ini menyatakan bahwa media baru berasal dari media terdahulu, sehingga keberadaannya harus lebih baik daripada media yang lama dengan segala kelemahan yang harus diperbaiki oleh media baru.

Denis Mc Quail menjelaskan dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, bahwa *New Media* atau media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi dengan berbagai ciri yang sama selain dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Ciri utama dari media baru adalah memiliki saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang bervariasi sebagai karakternya yang terbuka serta sifatnya yang berada di mana-mana.

Klaim status paling utama sebagai media baru adalah *internet*.

Meskipun demikian, ciri-ciri massal bukanlah karakteristik utamanya.



dimulai sebagai alat komunikasi non komersial dan pertukaran antara profesional, tetapi perkembangan selanjutnya adalah *internet*

sebagai penyedia barang dan jasa serta sebagai alat komunikasi pribadi dan antarpribadi (McQuail, 2011). Beberapa ciri mengenai *internet*, yaitu teknologi berbasis komputer, potensi interaktif, fungsi publik dan privat, peraturan yang tidak ketat, saling terhubung, karakter yang hibrida, tidak berdedikasi dan fleksibel, terdapat dimana–mana, media komunikasi massa dan pribadi, dan dapat diakses individu sebagai komunikator.

Hadirnya *internet* memberikan lingkungan virtual baru bagi para penggunanya. Memanfaatkan media sosial berbasis digital untuk memperoleh segala jenis informasi untuk menunjang segala aktivitas atau memenuhi kebutuhan apa yang disajikan oleh media itu sendiri secara cepat dan praktis yang sulit dilakukan oleh media konvensional lainnya.

Pengelompokan media baru dapat dibagi menjadi empat kategori. *Pertama*, media komunikasi interpersonal yang terdiri dari *telephone*, *handphone* atau *mobile phone*, dan *e-mail*. *Kedua*, media baru yang bermain secara interaktif seperti komputer, *videogame*, dan permainan melalui jaringan *internet*. *Ketiga*, media pencarian informasi berupa *search engine*. *Keempat*, media partisipatif kolektif seperti penggunaan *internet* untuk berbagi dan bertukar informasi, pendapat, dan berjejaring melalui komputer yang fungsinya tidak hanya sebagai alat namun juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional (McQuail, 2000).

Media baru hadir dengan segala bentuk dan fungsinya memiliki



yang sama dengan media konvensional yang dibutuhkan  
ikat sebagai sumber informasi sesuai dengan karakteristiknya

masing–masing. Media baru dan media lama masing–masing memiliki kemampuan untuk memperluas volume informasi bagi individu melalui kontrol yang lebih besar dengan kapasitas untuk menyeleksi informasi yang diterima sesuai dengan yang diinginkan (Kurnia, 2005)

## 2. Teori *Uses and Gratification*

*Uses and Gratifications* berarti penggunaan dan pemenuhan kepuasan yang merupakan pengembangan dari teori jarum hipodermik. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan oleh media pada diri seseorang, tetapi lebih tertarik pada apa yang dilakukan seseorang terhadap media. Menurut model *uses and gratification*, perbedaan motif dalam konsumsi media menyebabkan timbulnya reaksi pada media tersebut secara berbeda pula (Unde, 2014).

Teori *Uses and Gratification* menjelaskan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Sehingga nilainya adalah pada khalayak yang aktif dan sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendy, 2002). Media secara aktif digunakan oleh khalayak untuk



memenuhi kebutuhan dan memiliki tujuan. Teori ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) atas pemenuhan kebutuhan seseorang sehingga muncullah

istilah *Uses and Gratification*. Perilaku khalayak dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan dan kepentingan individu. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa penggunanya memiliki pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2003).

Pada tahun 1974, teori *uses and gratifications* dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz melalui bukunya yang berjudul *The Use of Mass Communication : Current Perspectives on Gratification Research* yang menjelaskan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi dan berusaha mencari sumber media yang paling baik dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Konsumen media memiliki kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu berdampak pada dirinya (Nurudin, 2003).

Keaktifan khalayak dalam kehidupannya sehari-hari yaitu dengan memenuhi kebutuhan melalui penggunaan media seperti membaca majalah atau surat kabar, menonton program televisi dan mendengarkan siaran radio atau berselancar (*surfing*) di dunia maya menggunakan jaringan *internet*. Katz, Gurevitch, dan Haan mengatakan bahwa kebutuhan manusia dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial, afiliasi kelompok, dan ciri-ciri kepribadian sehingga terbentuk kebutuhan

yang berkaitan dengan media sebagai berikut :



- a. *Kebutuhan kognitif.* Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi mengenai pemahaman dan lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan serta rasa keingintahuan.
- b. *Kebutuhan afektif.* Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman yang etis dan menyenangkan secara emosional. Mengacu pada kegiatan atau segala sesuatu yang berkaitan dengan perilaku yang menyenangkan.
- c. *Kebutuhan pribadi secara integratif.* Kebutuhan yang berkaitan dengan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual yang diperoleh dari hasrat dan harga diri.
- d. *Kebutuhan sosial secara integratif.* Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak bersama keluarga, teman hingga jaringan ke seluruh dunia. Hal tersebut didasarkan pada hasrat realisasi yang saling berkaitan.
- e. *Kebutuhan pelepasan ketegangan.* Kebutuhan yang berkaitan dengan upaya untuk menghindarkan tekanan, tegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.

### 3. Teori *Self Control*



*Self control* merupakan salah satu kompetensi pribadi yang harus dimiliki oleh setiap individu sebab perilaku yang baik, konstruktif dan harmonis dengan orang lain dipengaruhi oleh kemampuan individu

untuk mengendalikan dirinya. *Self control* atau kontrol diri yang berkembang dengan baik pada diri individu akan membantu untuk menahan sikap dan perilaku yang bertentangan dengan norma sosial. Tangney, dkk (2004) menyatakan bahwa,

*“Central to our concept of self control is the ability to override or change one’s inner responses, as well as to interrupt undesired behavioral tendencies and refrain from acting on them”*

Pusat dari konsep pengendalian diri adalah kemampuan untuk mengesampingkan atau mengubah tanggapan batin serta untuk menekan kecenderungan perilaku yang tidak diinginkan dan menahan diri dari tindakan menyimpang. *Self control* sangat diperlukan agar seseorang tidak terlibat dalam pelanggaran norma keluarga, sekolah, dan masyarakat. Beberapa perilaku yang dapat melanggar norma dan memerlukan *self control*, meliputi dua jenis yaitu tindakan pelanggaran ringan (*status-offenses*) dan pelanggaran berat (*index-offenses*). Kontrol diri berkaitan dengan cara individu mengendalikan emosi dan dorongan-dorongan dari dalam dirinya (Ghufroon & Risnawita, 2011).

Jika mengacu pada konsep sebelumnya, *self control* merupakan kemampuan individu untuk menghambat atau mencegah suatu impuls agar tidak muncul dalam bentuk tingkah laku yang melanggar atau bertentangan dengan standar moral. Goldfried dan Merbaum mendefinisikan *self control* sebagai suatu kemampuan untuk menyusun,



menyusun, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu ke arah konsekuensi positif (Muharsih, 2008).



*Self control* atau kontrol diri merupakan suatu kecakapan hidup dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya. Selain itu, *self control* sebagai suatu kemampuan untuk mengelola beragam faktor perilaku sesuai situasi dan kondisi untuk menampilkan diri, juga sebagai kemampuan untuk mengendalikan perilaku, menarik perhatian, keinginan untuk mengubah perilaku agar tidak sama dengan orang lain, dan berupaya untuk menjaga dan menyenangkan perasaan orang lain. *Self control* terjadi ketika seseorang mencoba untuk mengubah cara individu tersebut agar seharusnya dapat berpikir, merasa, atau berperilaku (Muraven & Baumeister, 2000)

Pengendalian diri adalah seperangkat tingkah laku yang berfokus pada keberhasilan mengubah diri pribadi, keberhasilan menangkal perusakan diri (*self destructive*), perasaan mampu pada diri sendiri, perasaan mandiri atau bebas dari pengaruh orang lain, kebebasan menentukan tujuan, kemampuan untuk memisahkan perasaan dan pikiran rasional serta seperangkat tingkah laku yang berfokus pada tanggung jawab atas diri pribadi.

Chaplin mendefinisikan *self control* sebagai kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri, kemampuan untuk menekan atau merintang impuls-impuls atau tingkah laku impulsif (Kartono, 2000). *Self control* dapat membuat individu menampilkan perilaku yang sesuai

tuntutan lingkungannya sehingga tidak akan menimbulkan an dalam berhubungan antara dirinya sendiri dan orang lain.



Berdasarkan uraian di atas, disimpulkan bahwa *self control* adalah kemampuan seseorang untuk dapat mencegah, mengatur, dan mengelola dorongan dalam diri agar tidak melanggar standar moral yang berlaku demi mendapatkan manfaat yang lebih besar.

*Self control* terbagi beberapa jenis menurut Block (Lazarus, 1976), yaitu :

- a. *Over control*. Merupakan kontrol diri yang dilakukan secara berlebihan yang menyebabkan individu banyak menahan diri dalam bereaksi terhadap stimulus. Individu dengan *over control* cenderung kesulitan menghadapi segala situasi yang dihadapi.
- b. *Under control*. Suatu kecenderungan individu untuk melepaskan impulsivitas dengan bebas tanpa perhitungan yang matang. *Under control* pada diri individu akan sangat rentan terjadinya lepas kendali atau emosi dalam berbagai hal dan menyebabkan kesulitan untuk mempertimbangkan pengambilan keputusan secara bijaksana.
- c. *Appropriate control*. Kontrol individu dalam upaya mengendalikan impuls secara tepat. *Appropriate control* sangat dibutuhkan tiap individu agar dapat berhubungan secara tepat dengan diri dan lingkungannya. Kontrol diri ini akan memberikan manfaat bagi individu karena kemampuan mengendalikan impuls yang cenderung menghasilkan dampak negatif yang lebih kecil.



*Self control* yang tinggi memiliki keterkaitan erat dengan hubungan interpersonal yang positif. *Self control* yang baik maka akan meningkatkan kemampuan seseorang memiliki hubungan yang baik dengan orang lain.

### C. Penelitian yang Relevan

Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang relevan terkait pengaruh literasi media sosial terhadap perilaku penyebaran *hoax* dan *hate speech* antara lain :

#### 1. Literasi Digital Sebagai Upaya Preventif Menanggulangi *Hoax* (Anisa Rizki Sabrina, 2019)

Peran literasi digital sebagai cara untuk mencegah praktik kebebasan berpendapat yang tidak bertanggung jawab di media sosial, khususnya penyebaran berita palsu (*hoax*). Permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana kecakapan dan urgensi literasi digital sebagai *self control* dalam menghadapi *hoax* di media sosial.

Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan (*library research*) dengan mengelaborasi literasi digital yang dapat membantu pengguna *internet* di Indonesia untuk mengontrol diri dalam berinteraksi di media sosial. Melibatkan kemampuan kritis individu dalam menggunakan media



dengan berpijak pada pemrosesan informasi dan melibatkan dimensi teknologi, kognitif, dan sosial.

Literasi digital dapat memberikan kontribusi positif bagi masyarakat untuk melangkah lebih jauh yaitu menjadi garis terdepan dalam menciptakan iklim media sosial yang lebih sehat. Titik tekan literasi digital ini sebagai upaya preventif untuk mencegah praktik kebebasan berpendapat yang tidak bertanggung jawab berupa berita palsu (*hoax*). Hal ini perlu dilakukan agar pengguna atau warganet lebih peka dalam menyaring serta membedakan informasi yang akurat maupun tidak.

Untuk menumbuhkan literasi digital pada level individu, upaya yang dapat dilakukan yaitu : *Pertama*, mengembangkan kesadaran akurat akan paparan informasi dengan memilih sumber yang kredibel. *Kedua*, senantiasa memperkaya diri dengan ilmu agar struktur pengetahuan yang dibangun menjadi lebih kuat. *Ketiga*, membandingkan informasi yang sama dari satu *platform* media ke media lainnya agar dapat memperoleh beragam sudut pandang. *Keempat*, merujuk pada opini pribadi atas sebuah isu dengan mempertimbangkan rasionalisasi dengan segala informasi yang dimiliki. *Kelima*, menumbuhkan budaya verifikasi dan aktif mengoreksi informasi palsu yang beredar.

## 2. Model Literasi Media Sosial Bagi Mahasiswa (Muhammad Sultan dan Bakti Istiyanto, 2019)



Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus informan yang dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*), peneliti memilih informan yang berasal dari mahasiswa Jurusan Ilmu

Komunikasi Universitas Soedirman. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam (*indepth interview*), *Focus Group Discussion (FGD)*, analisis dokumentasi dan teknik analisis data.

Hasil penelitian menemukan bahwa mahasiswa menggunakan media sosial sesuai kebutuhan dan kekhasan media sosial yang ada, baik dari bertukar informasi dan menjaga pertemanan hingga alasan proses pembelajaran, ekonomi, hiburan, dan aktualisasi diri. Mahasiswa mengetahui adanya dampak negatif dan penyimpangan yang terjadi akibat penggunaan media sosial yang tidak sesuai. Namun demikian, mahasiswa tetap menggunakan media sosial karena sudah merupakan tuntutan dan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari.

Tindakan untuk menjadikan para pengguna media sosial secara cerdas dan bijak memakai media sosial disebut sebagai aktifitas literasi media. Empat faktor yang digunakan dalam literasi media, yaitu struktur pengetahuan, lokus personal, kompetensi dan keterampilan serta arus tugas pengolahan informasi.

Rawannya penggunaan media sosial yang berdampak negatif para penggunanya, telah dilakukan upaya masif untuk meminimalisir akibat dampak buruk tersebut. Upaya meminimalisir penyimpangan yang timbul menjadikan mahasiswa mampu memilah langkah-langkah penggunaan media sosial secara benar dan sesuai kebutuhan yang dimulai dari



yangi waktu bermedia sosial hingga memilih informasi yang  
nya dapat diikuti datau tidak.

Mahasiswa sebagai pengguna media sosial menunjukkan beragam kegiatan literasi media sesuai pendapat dan kebutuhan masing–masing. Dimulai dari usulan pembentukan mata kuliah, pro aktif dalam kegiatan yang bertemakan literasi media seperti seminar, *workshop*, sosialisasi dan kegiatan lain. Kampanye melalui media sosial yang diperlombakan dalam bentuk video kemudian dishare ke *platform* media *online* seperti *Youtube*.

### **3. Pengaruh Penerapan Literasi Digital Terhadap Peningkatan Pembelajaran Siswa di SMP Negeri 6 Banda Aceh (Bella Elpira, 2018)**

Pada penelitian ini, SMP Negeri 6 Banda Aceh merupakan salah satu sekolah yang telah melakukan penerapan literasi digital dalam proses belajar mengajar yang dilakukan oleh beberapa guru. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar terpenuhinya pendidikan yang bermutu, efisien, dan relevan serta berdaya saing tinggi. Oleh karena itu, dalam proses peningkatan pembelajaran dilakukan dengan penerapan literasi digital.

Metode penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, yaitu suatu metode untuk menguji teori–teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel, melalui teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Penelitian

ini terdiri dari dua variabel, yaitu penerapan literasi digital (X) sebagai variabel bebas dan peningkatan pembelajaran (Y) sebagai variabel terikat.



Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa penerapan literasi digital berpengaruh kuat terhadap peningkatan pembelajaran siswa di SMP Negeri 6 Banda Aceh. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil pengujian korelasi *product moment* yang telah penulis lakukan dengan hasil 0,60–0,779 yang berarti antara variabel penerapan literasi digital (X) dengan variabel peningkatan pembelajaran (Y) tergolong kuat.

#### D. Kerangka Pemikiran

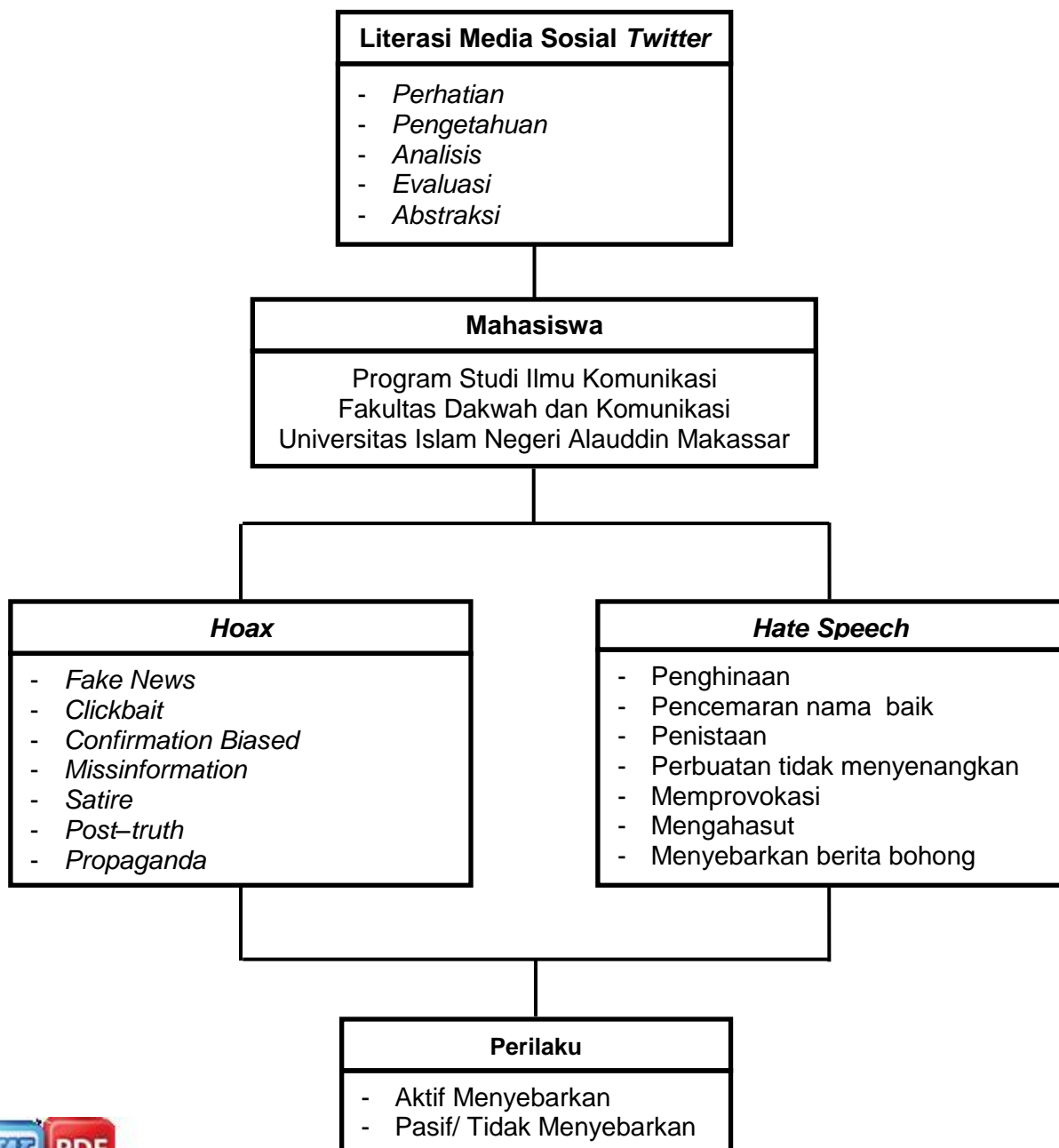
Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi seperti *internet*, memberikan pengaruh bagi pengguna media sosial. Kelebihan yang dimiliki *internet* dengan jangkauan luas dan penyebaran informasinya yang begitu cepat menjadi karakteristik yang tak dapat terpisahkan dengan media baru berbasis digital itu sendiri. Berdasarkan keunggulan ini, maka diperlukan literasi terhadap media sosial *Twitter* bagi mahasiswa yang kesehariannya menjadikan aplikasi tersebut untuk mengakses, memperoleh dan menyebarkan informasi. Literasi terhadap media sosial juga diperlukan sebagai upaya pencegahan dalam penyebarluasan berita bohong (*hoax*) ataupun ujaran kebencian (*hate speech*) melalui *Twitter*.

Kerangka konseptual menjelaskan hubungan antara variabel, sehingga memudahkan dan memberikan uraian materi dalam perumusan

... Pada penelitian ini terdapat beberapa variabel yang diteliti.



Berdasarkan landasan latar belakang, rumusan masalah, dan landasan teori yang telah dikemukakan sebelumnya, maka kerangka konseptual atau alur pikir dapat digambarkan seperti di bawah ini :



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran





## E. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara atas permasalahan penelitian yang memerlukan data untuk menguji kebenaran tersebut. Dugaan ini harus berdasarkan atas satu atau beberapa dasar pemikiran yang diperoleh dari teori (Kountur, 2007). Untuk keperluan pengujian secara statistik, hipotesis dinyatakan sebagai berikut :

- $H_0$  : Tidak ada pengaruh literasi media sosial *Twitter* terhadap perilaku penyebaran *hoax* dan *hate speech* mahasiswa
- $H_1$  : Terdapat pengaruh literasi media sosial *Twitter* terhadap perilaku penyebaran *hoax* dan *hate speech* mahasiswa

Adapun hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah :

- $H_0$  :  $r = 0$  menunjukkan tidak adanya pengaruh
- $H_1$  :  $r \neq 0$  menunjukkan adanya pengaruh

## F. Definisi Operasional

Ada beberapa definisi operasional dalam penelitian ini, antara lain :

1. Pengaruh literasi terhadap media sosial adalah dampak dari pengetahuan atau kemampuan seseorang karena keterampilannya menggunakan secara terampil dan kritis dalam mencari, memilah, dan mengaplikasikan sumber informasi di *Twitter*. Terdapat lima kompetensi sebagai variabel yang dapat diukur sehingga seseorang



dapat dikatakan berliterasi media, yaitu perhatian (*attention*), pengetahuan (*knowledge*), analisis (*analysis*), evaluasi (*evaluation*), dan abstraksi (*abstraction*).

2. Perilaku penyebaran *hoax* dan *hate speech* merupakan suatu tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh seseorang dalam memberikan informasi palsu atau *fake news* dan ujaran yang mengandung unsur kebencian kepada pihak tertentu melalui media sosial atau situs *web* menggunakan perangkat komunikasi elektronik. Komponen indikator pada perilaku tersebut yaitu : *Pertama*, aktif dengan turut menyebarkan informasi atau berita bohong (*hoax*) dan ujaran kebencian (*hate speech*). *Kedua*, pasif atau hanya mendapatkan informasi tersebut namun tidak dibagikan atau disebarluaskan kepada pengguna media sosial lainnya.

