

**TANGGAPAN MAHASISWA FAKULTAS HUKUM DAN FISIP  
UNIVERSITAS HASANUDDIN TERHADAP BERITA HOAX  
RATNA SARUMPAET**

**OLEH**

**AULAN SUCI HARLAELA**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2020**



**TANGGAPAN MAHASISWA FAKULTAS HUKUM DAN FISIP  
UNIVERSITAS HASANUDDIN TERHADAP BERITA HOAX  
RATNA SARUMPAET**

**OLEH :**

**AULAN SUCI HARLAELA  
E 311 15 013**

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada  
Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2020**



## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Tanggapan Mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP  
Universitas Hasanuddin Terhadap Berita Hoax Ratna  
Sarumpaet

Nama Mahasiswa : Aulan Suci Harlaela

Nomor Pokok : E31115013

Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing

Makassar, 27 Juli 2020

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si  
NIP. 195910011987022001

Dr. Alem Febri Sonni, S. Sos., M.Si  
NIP. 197402232001121002

Mengetahui,

**Ketua Departemen Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Hasanuddin**



Dr. H. M. Iqbal Sultan, M.Si  
NIP. 196312101991031002



## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aulan Suci Harlaela  
NIM : E31115013  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
No. HP : 082347595138  
E-mail : aulansuciharlaela@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa judul skripsi “Tanggapan Mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin Terhadap Berita Hoax Ratna Sarumpaet” yang saya serahkan benar-benar merupakan hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang tertentu yang telah dirujuk sumbernya. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 19 Oktober 2020



Aulan Suci Harlaela



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan ilmu pengetahuan bagi penulis hingga hari ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Ta lupa penulis kirimkan salawat dan taslim kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang seperti saat ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini sangatlah jauh dari kata sempurna dan masih mempunyai banyak permasalahan, kesukaran dan hambatan-hambatan yang penulis hadapi. Akan tetapi, semuanya dapat diatasi berkat adanya bantuan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, pengarahan, petunjuk dan saran.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua dan segenap keluarga yang selalu memperhatikan penulis. Kata-kata ini tidak akan mampu mewakili rasa terima kasih penulis atas segala limpahan kasih sayang, semangat, doa dan motivasi dari kalian.

Selesainya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa kerendahan hati penulis sampaikan terima kasih tiada tara kepada :



1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Moni dan Ibu Saharia yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian, pengertian, semangat, doa dan motivasi yang selalu diberikan kepada penulis tanpa mengenal lelah. Tiada henti-hentinya penulis mengucapkan banyak terima kasih atas doa yang terus menerus dipanjatkan, sehingga menjadi kekuatan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, karunia, kesehatan dan keberkahan di dunia dan akhirat atas segala apa yang telah diberikan kepada penulis. Aamiin.
2. Ibu Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si selaku pembimbing II yang dengan sabar dan murah hati meluangkan waktunya untuk mendampingi, membimbing dan memberikan tambahan ilmu bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ketua Departemen Ilmu Komunikasi, Dr. Moeh. Iqbal Sultan, M.Si beserta seluruh dosen pengajar dan staf Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, terima kasih telah membantu proses perkuliahan, atas segala ilmu, dukungan, motivasi dan segala nasehat yang diberikan.
4. Kepada semua saudara penulis, terutama Akbar Munandar, Ayulda Zulfaidar, Askhabul Fajar yang selalu memberikan support, saran dan bantuan berupa materi ataupun moril. Terima kasih telah menjadi sosok kakak dan adik yang baik serta menjadi pelindung untuk penulis.



epada ponakan saya, Fauziah Andira yang selalu menjadi moodbooster  
penulis dikala lelah. Semoga kelak kamu menjadi anak yang pintar,

berbakti kepada orang tua, dan membawa keberkahan bagi keluarga. Aamiin.

6. Kepada Jelita Utami, yang selalu menjadi terdepan untuk memberikan bantuan dan masukan kepada penulis. Terima kasih atas segala dukungannya hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Teman-teman tahu bulat, Meity, Nunu, Titi dan Hikma. Terima kasih telah menjadi sosok teman yang sangat berarti bagi penulis, menemani penulis dari awal perkenalan hingga saat ini, mendengarkan segala keluh kesah penulis, memberikan support dan selalu bersedia membantu penulis saat mengalami kesusahan serta memberikan banyak warna dalam kehidupan penulis.
8. Kepada Dila Hasri Amanda dan Meity Ardhia Putri, yang selalu memberikan support, masukan, dan mendengarkan curhatan serta memberikan bantuan disaat penulis mengalami kesusahan.
9. Kepada keluarga cemara yang telah menjadi moodbooster disaat penulis lagi merasa lelah, memberikan dukungan serta kekuatan hingga terselesaikannya skripsi ini.
10. Kepada teman-teman KKN yang selalu memberikan dorongan untuk segera menyelesaikan tugas akhir penulis.
11. Culture 2015. Terima kasih telah memberikan banyak warna pada masa perkuliahan penulis. Terima kasih banyak kepada teman-teman yang tidak

empat penulis sebutkan namanya satu persatu, telah menemani penulis menyebarkan kuesioner, hingga penelitian ini bisa sampai saat ini.



12. HPMM KOM. UNHAS, yang telah memberikan banyak pengalaman kepada penulis serta ilmunya. Semoga lembaga kita menjadi jauh lebih baik dari sebelumnya.
13. Keluarga KOSMIK UH, yang juga memberikan banyak pengalaman kepada penulis, ilmu dan segala bentuk prosesnya dari awal menginjakkan kaki di dunia perkuliahan.
14. Dan seluruh pihak yang telah mengajarkan banyak hal dan membantu proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih mempunyai kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Namun, penulis selalu berusaha menyusun skripsi ini sebaik-baiknya. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis, pembacanya dan juga masyarakat. Aamiin.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Makassar, 27 Juli 2020

Aulan Suci Harlaela





## ABSTRAK

**AULAN SUCI HARLAELA, E31115013. Tanggapan Mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin Terhadap Berita Hoax Ratna Sarumpaet.(Dibimbing oleh Jeanny Maria Fatimah dan Alem Febri Sonni).Skripsi : Program S-1 Universitas Hasanuddin.**

Skripsi ini bertujuan untuk: (1) Untuk mengetahui tanggapan mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin terhadap berita hoax Ratna Sarumpaet, (2) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tanggapan mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin terhadap berita hoax Ratna Sarumpaet.

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 2 bulan yang dilaksanakan di Universitas Hasanuddin. Adapun populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin. Tipe penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu menggambarkan atau mendeskripsikan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuseioner kepada mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin. Adapun teknik penentuan jumlah sampel ialah menggunakan tabel Isaac dan Michael.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin terhadap berita hoax Ratna Sarumpaet yaitu responden menilai bahwa berita hoax Ratna Sarumpaet ini sangat tidak baik dan berdampak negatif. Diketahui pula bahwa tujuan mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas membaca dan mencari tahu berita hoax Ratna Sarumpaet yakni kebetulan dan ingin melihat bagaimana hukum di Indonesia menangani kasus hoax Ratna Sarumpaet tersebut.



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pada masa kini banyak diberitakan mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi di dalam masyarakat, masyarakat mengetahui berita-berita yang ada lewat media tayang, media cetak dan media sosial. Mereka seakan lupa bahwa berita yang disajikan memiliki cerita yang berbeda, tergantung pada media apa yang dilihat. Informasi yang dibawa media menimbulkan berbagai permasalahan bagi masyarakat karena dapat mengakibatkan kecanduan menonton tayangan televisi, bermain game online, chattingan melalui jejaring sosial, infotainment hingga berita kriminal.

Masyarakat dengan mudahnya mengonsumsi berita tersebut tanpa mengetahui kebenaran dari berita yang disajikan. Hal ini menyebabkan salah satu dampak yang begitu signifikan dengan melihat akses penyebaran informasi lebih mudah dan praktis karena prosesnya yang tidak begitu lama dibandingkan dengan media cetak. Proses penyaringan berita sebelum diterbitkan telah dikesampingkan, sehingga hal ini tidak sedikit media di internet membuat dan menyebarkan informasi yang tidak benar atau palsu yang biasa dikenal dengan istilah hoax, bahkan orang terpelajar pun tak sedikit yang belum bisa membedakan mana berita yang benar, advertorial dan hoax. Penyebarannya tanpa di koreksi maupun dipilah, pada akhirnya akan

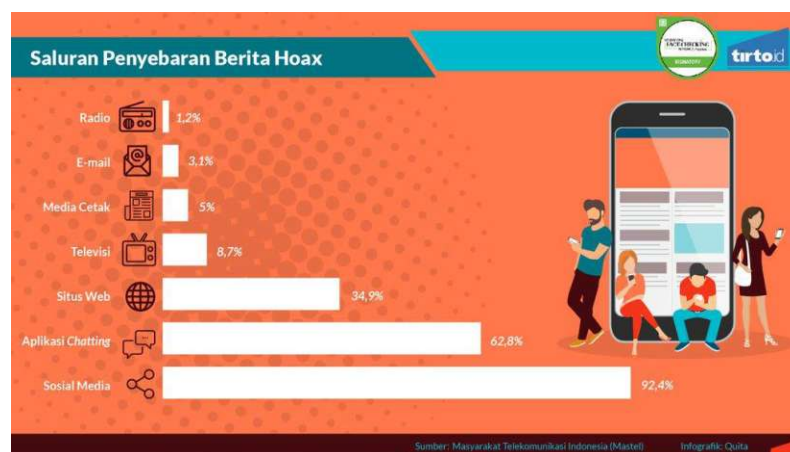
dampak pada hukum dan memecah belah publik atau masyarakat karena dianggap menebar kebencian dan mengadu domba. Menurut kementerian



Komunikasi dan Informasi RI, pada akhir 2016 terdapat sedikitnya 800 situs yang diduga menjadi produsen virus hoax, berita palsu dan ujaran benci. (*kominfo.go.id*)

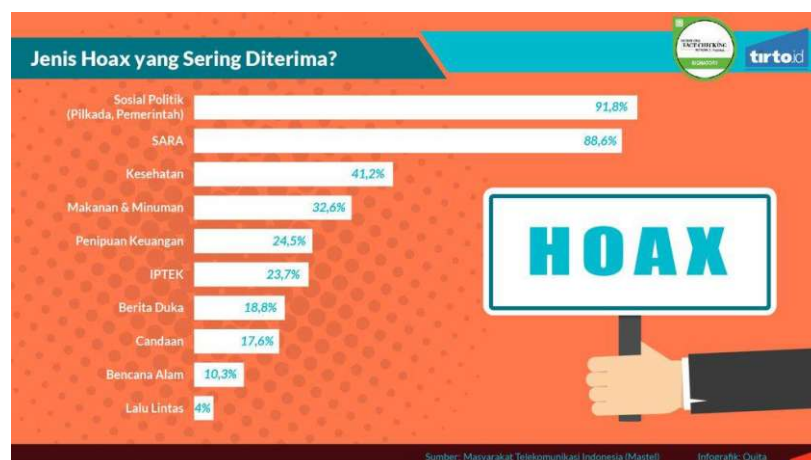
Saluran yang paling sering menjadi medium masyarakat menerima berita hoax ialah sosial media seperti facebook, twitter dan instagram dengan 92,4%. Tak hanya melalui media sosial, situs web pun menjadi saluran ketiga yang dianggap masyarakat sebagai penyebar hoax.

**Gambar 1.1 Grafik Saluran Penyebaran Hoax**



Sumber : *tirto.id*

**Gambar 1.2 Grafik Jenis Hoax yang Sering di Terima**



Sumber : *tirto.id*



Hoax merupakan pemberitaan palsu yang mana ada usaha untuk menipu atau mengakali pembaca dan pendengarnya untuk mempercayai sesuatu yang tidak benar keberadaannya. Ahli komunikasi dari Universitas Indonesia Profesor Muhammad Alwi Dahlan menjelaskan, hoax merupakan kabar bohong yang sudah direncanakan oleh penyebarannya.

Hoax merupakan manipulasi berita yang sengaja dilakukan dan bertujuan untuk memberikan pengakuan dan pemahaman yang salah.  
(*antaranews.com*)

Hoax atau informasi palsu yang beredar di masyarakat secara langsung dapat memunculkan sikap intoleransi dimasyarakatnya, karena dengan adanya hoax ini mampu memecah belah suatu kelompok dengan cara menyebarkan fitnah dan mengadu domba, apalagi kalau itu adalah informasi yang berhubungan dengan politik dan agama.

Menurut Yosep Adi Prasetyo yang biasa disapa dengan Stanley menyebutkan bahwa setidaknya ada 4 macam ciri-ciri berita hoax yaitu, ciri pertama adalah begitu disebar, berita itu dapat mengakibatkan kecemasan, permusuhan dan kebencian pada masyarakat yang terpapar. Ciri ke dua, ketidakjelasan sumber berita. Ciri ketiga, isi pemberitaan tidak berimbang dan cenderung menyudutkan pihak tertentu. Ciri ke empat, sering bermuatan fanatisme atas nama ideologi. (*dewanpers.or.id*).

Adapun ciri lainnya yakni, didistribusikan melalui media sosial karena

lebih besar. Berisi pesan yang membuat cemas, panik para pembaca. Di akhiri dengan himbauan agar si pembaca segera membagikan



pesan tersebut ke forum yang lebih luas. Biasanya pengirim awalnya tidak diketahui identitasnya. (*eprints.umm.ac.id*)

Hoax menjadi perbincangan hangat di media massa maupun media sosial belakangan ini karena dianggap meresahkan publik dengan informasi yang tidak bisa dipastikan kebenarannya. Salah satu fenomena hoax yang akhir-akhir ini sedang marak diperbincangkan yaitu berita hoax Ratna Sarumpaet. Seperti yang telah diketahui bahwa Ratna Sarumpaet merupakan publik figur, seniman dan seorang aktivis.

Ratna Sarumpaet mengakui kebohongannya terkait penganiayaan dirinya di Bandung. Ratna Sarumpaet mengakui tidak dianiaya, melainkan operasi bedah plastik untuk sedot lemak. Ia menyatakan kebohongannya berawal hanya untuk mencari alasan kepada anak-anaknya yang terus menyanyainya mengenai muka Ibunya yang lebam.

*“Pada saat saya merasa telah melakukan kesalahan kalian tidak menjauh. Saya mohon apapun yang saya sampaikan hari ini sesuatu yang berguna, yang membuat kegaduhan dalam dua hari terakhir ini mereda dan membuat kita semua saling memaafkan.*

*Tanggal 21, saya mendatangi rumah sakit khusus bedah, menemui Dr. Shiddiq Miharja ahli bedah plastik. Kedatangan saya kesitu karena kami sepakat beliau akan menyedot lemak di pipi kiri kanan saya. Dr. Shiddiq adalah dokter bedah plastik yang saya percaya, saya sudah 3-4 kali kesana. Tetapi, setelah operasi dijalankan pada tanggal 21, tanggal 22 pagi saya bangun, saya melihat muka saya lebam-lebam secara berlebihan atau secara tidak seperti yang saya alami biasanya.*

*Waktu Dr. Shiddiq visit, saya tanya ini mengapa begini? Dia bilang itu biasa. Intinya begitu, jadi apa yang saya katakana ini akan menyanggah bahwa ada penganiayaan, oke. Bahwa betul saya ada di Dr. Shiddiq pada hari itu dan pulang dari sana setelah saya dijadwalkan pulang. Lebam-lebam di muka saya masih ada, seperti ada apa ya kebodohan yang saya gk pernah pikirkan bisa saya lakukan dalam hidup saya.*

*Saya pulang seperti membutuhkan alasan pada anak-anak saya di rumah, di muka saya lebam-lebam dan memang saya ditanya kenapa, dan saya di pukul orang. Jawaban pendek itu dalam 1 minggu ke depannya akan*



terus di korek karena kan namanya juga anak, liat muka Ibunya lebam-lebam kenapa, dan saya tidak tau kenapa dan saya tidak pernah membayangkan bahwa saya akan terjebak dalam kebodohan seperti ini.

Saya terus mengembangkan ide pemukulan itu dengan beberapa cerita seperti yang di ceritakan. Ada kebenarannya dengan apa yang saya katakan kepada anak-anak saya. Jadi selama seminggu lebih, sebenarnya cerita itu hanya berputar-putar di keluarga saya dan hanya untuk kepentingan saya berhadapan dengan anak-anak saya. Tidak ada hubungannya dengan politik, tidak ada hubungannya untuk luar tapi setelah sakit di kepala saya mereda dan saya mulai berhubungan dengan pihak luar, saya gk tau bagaimana saya memaafkan ini kelak pada diri saya, tapi saya kembali melakukan kesalahan itu, saya kembali dengan cerita itu bahwa saya di pukuli. Mohon jangan di kira saya mau mencari pembenaran, gk, ini salah. Apa yang saya lakukan adalah sesuatu yang salah.

Ketika sampai ketemu Fadli Zon datang ke sini, cerita itu yang sampai ke dia. Iqbal saya panggil ke sini, cerita itu juga yang berkembang di dalam percakapan. Hari selasa, tau-tau foto saya sudah beredar di seluruh media sosial, saya gk sanggup baca itu, ada beberapa peristiwa yang membawa saya ke Pak Djoksan dan membawa saya ke Pak Prabowo, bahkan di depan Pak Prabowo orang yang saya perjuangkan, orang yang saya cita-citakan menjadi pemimpin bangsa ini ke depan, mengorek apa yang terjadi pada saya.

Saya juga masih melakukan kebohongan itu. Sampai bisa keluar dari lapangan polo kemarin, saya tetap diam, saya biarkan semua bergulir dengan cerita itu. Di lapangan polo, sebenarnya saya merasa betul ini salah. Waktu saya berpisah dengan Pak Prabowo, Amin Rais, saya tahu dalam hati ini saya salah tapi saya gk mencegat mereka. Itu yang terjadi. Jadi, tidak ada penganiayaan, itu hanya cerita khayal entah diberikan oleh setan mana dan berkembang seperti itu.

Saya tidak sanggup melihat bagaimana Pak Prabowo membela saya di dalam sebuah jumpa pers, saya gk sanggup melihat sahabat-sahabat saya membela saya dalam sebuah pertemuan yang di gelar di Cikini. Saya shalat malam tadi malam, berulang kali dan tadi pagi saya mengatakan ke diri saya stop. Saya panggil anak-anak saya, saya minta maaf pada anak-anak saya, saya meminta maaf kepada orang-orang yang membantu saya di rumah ini yang selama sekian hari ini saya selalu bohongi, bahwa itu adalah perbuatan yang salah dan saya tidak punya jawaban bagaimana mengatasi kebohongan keculi mengakui dan memperbaikinya. Mudah-mudahan dengan itu, semua pihak yang terdampak oleh perbuatan saya ini, mau menerima bahwa saya hanya manusia biasanya, perempuan yang dikagumi banyak orang itu juga bisa tergelincir.

Untuk itu melalui forum ini juga, saya dengan sangat memohon maaf kepada Pak Prabowo, terutama kepada Pak Prabowo Subianto yang kemarin sungguh tulus membela saya, membela kebohongan yang saya buat. Saya gk bisa rencana Tuhan dari semua ini tapi saya berjanji saya akan memperbaiki semua ini dan memulihkan perjuangan kami yang sekarang ini sangat terhenyak.





*Saya mohon maaf kepada Bapak Amin Rais yang juga dengan sabar mendengar kebohongan saya kemarin dan ikut jumpa pers. Saya meminta maaf kepada teman-teman seperjuangan di koalisi 02, sekarang ini saya melukai hati kalian, tindakan saya ini membuat kalian marah, demi Allah saya tidak berniat begitu dan saya berharap Tuhan memberikan saya kekuatan, pada kita semua agar kejadian ini tidak mempengaruhi perjuangan kita. Saya juga minta maaf kepada ibu-ibu, emak-emak yang selalu menyebut nama saya di dalam perjuangannya. Saya tau kalian kecewa, tetapi begitulah hidup kita lihat, bukan bagaimana Anda melihat Aku tapi bagaimana kita melihat rakyat. Saya ingin tetap melihat emak-emak berjuang digaris itu. Ratna could be somebody, could be nobody, tetapi kalian adalah emak-emak Indonesia yang akan terus berjuang.*

*Aku juga minta maaf ke semua pihak, semua yang terkena dampak dari apa yang saya lakukan. Saya juga meminta maaf ke semua pihak yang selama ini, mungkin dengan suara keras kritik dan kali ini berbalik ke saya. Kali ini saya pencipta hoax terbaik ternyata, menghebohkan sebuah negeri. Mari kita semua mengambil pelajaran dari kejadian ini, juga kawan-kawan bangsa kita ini sedang dalam keadaan tidak baik, seperti apa yang saya lakukan ini, seperti apa yang kita hebohkan selama ini, segala sesuatu yang tidak penting mari kita hentikan.*

*Saya minta kepada kawan-kawan wartawan, saya minta maaf saya tidak akan memberikan kesempatan tanya jawab karena sensitifnya persoalan ini dan saya takut di salah mengerti. Saya sudah memberikan pernyataan tolong itu diterima dengan baik. Dengan adanya klarifikasi ini, saya meminta agar tidak ada lagi polemik setelah hari ini”.*

Kemudian, sejak Jumat malam, (05/10/2018), Ratna Sarumpaet ditahan oleh Polda Metro Jaya. Dia telah ditetapkan sebagai tersangka atas kasus penyebaran berita hoax terkait penganiayaan dirinya. Kabid Humas Metro Jaya, Kombes Pol Argo Yuwono mengakui bahwa Ratna Sarumpaet masih terancam pidana atau kurungan penjara selama 10 Tahun. Hal itu sesuai dengan Undang-Undang dan Pasal yang dikenakan kepada Ratna Sarumpaet yakni Pasal 14 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1946 tentang Peraturan Hukum Pidana dan Pasal 28 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Juncton

45 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik atau ITE.



Meskipun Ratna Sarumpaet sudah meminta maaf didepan publik tetapi, pemberitaan mengenai dirinya masih juga menjadi perhatian masyarakat. Meski kini sudah ditetapkan menjadi tersangka dan dijerat pasal pidana, kasus Ratna Sarumpaet ini masih bergulir.

Kronologi awal kasus Ratna Sarumpaet, berawal dari foto dirinya berwajah babak belur beredar pada Selasa (2/10/2018). Awal kemunculan kabar mengenai wajah lebam Ratna Sarumpaet sendiri ialah adanya kabar penganiayaan di Bandara Husein Sastranegara, Bandung. Namun, saat pihak bandara mengkonfirmasi tak ada bukti CCTV atas penganiayaan di bandara, dan berbagai spekulasi pun bermunculan. (*hot.liputan6.com*)

Pemberitaan penganiayaan Ratna Sarumpaet oleh sekelompok orang pertama kali beredar dalam Facebook di akun Swary Utami Dewi. Unggahan itu disertai tangkapan layar aplikasi pesan WhatsApp yang disertai foto Ratna Sarumpaet. Konten tersebut kemudian diviralkan melalui Twitter dan diunggah kembali serta dibenarkan beberapa tokoh politik tanpa melakukan verifikasi akan kebenaran berita tersebut. Setelah ramai diperbincangkan, konten hoax ditanggapi kepolisian yang melakukan penyelidikan setelah mendapatkan tiga laporan mengenai dugaan hoax pada pemberitaan tersebut. (*hukumonline.com*)

Banyaknya berita yang bermunculan akibat dari foto wajah lebam yang beredar, Ratna Sarumpaet pun mengadakan konferensi pers di kediamannya. Dalam konferensi pers tersebut, Ratna Sarumpaet mengaku jika ia tidak

alami penganiayaan, akan tetapi baru menjalani operasi bedah plastik.





Ratna Sarumpaet juga mengatakan bahwa, alasan ia berbohong adalah untuk membohongi anak-anaknya akibat adanya lebam pada wajahnya.

Kabar mengenai adanya penganiayaan terhadap Ratna Sarumpaet, Polda Metro Jaya pun melakukan penyelidikan atas dugaan penganiayaan tersebut. Namun, saat setelah melakukan penyelidikan, pihak kepolisian tak menemukan bukti adanya penganiayaan, sehingga pada akhirnya polisi menetapkan Ratna Sarumpaet sebagai tersangka atas kebohongan yang dibuatnya dan kasus ini dilanjutkan pada persidangan. Ratna Sarumpaet pun dikenai status tahanan. (*hot.liputan6.com*)

Akibat dengan berita hoax ini Ratna Sarumpaet dituntut enam tahun penjara. Jaksa menilai Ratna Sarumpaet bersalah menyebarkan berita bohong terkait penganiayaan dirinya. Oleh karena itu, jaksa menganggap Ratna telah melanggar pasal pidana yang diatur dalam Pasal 14 Ayat 1 Undang-undang Nomor 1 Tahun 1946 tentang Peraturan Hukum Pidana soal Penyebaran Berita Bohong.

Ratna Sarumpaet di vonis 2 tahun penjara karena melakukan keonaran dengan menyebarkan berita bohong atas penganiayaan dirinya. Namun sebelumnya, Jaksa Penuntut Umum (JPU) menuntut Ratna pidana bui 6 tahun penjara. Jaksa menilai Ratna tidak memenuhi unsur Pasal 44 KUHP terkait penyakit kewajibannya. Akan tetapi, pengacara Ratna Sarumpaet, Insank Nasruddin sempat menyebut tuntutan 6 tahun kepada kliennya lebih berat dari

untutan kepada pelaku korupsi.



Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Muhammad Ramadhitya Hasabi pada tahun 2019 yang berjudul pengaruh terpaan berita hoax “penganiayaan Ratna Sarumpaet” di media online kompas.com terhadap sikap pemilih pelajar kepada calon presiden Prabowo Subianto: Survei pada siswa SMAIT Pesantren Nururrahman kelas 12. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara pemberitaan berita hoax "penganiayaan Ratna Sarumpaet" di media online kompas.com terhadap sikap pemilih mahasiswa terhadap calon Presiden Prabowo Subianto.

Kemudian, peneliti lainnya dilakukan oleh Mardiana, Ihda (2019) yang meneliti tentang respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang angkatan 2014 terhadap informasi hoax tentang CPNS 2018 di Whatsapp. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang angkatan 2014 dalam merespon informasi hoax terkait CPNS 2018 yang beredar melalui whatsapp. Didapatkan hasil dan penyimpulan bahwa respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang Angkatan 2014 terhadap informasi Hoaks CPNS 2018 yang beredar di whatsapp, dari aspek kognitif adalah mereka memiliki pemahaman tentang informasi hoax. Secara umum, bisa membedakan antara informasi hoaks dengan informasi yang benar dan mengetahui informasi hoax tentang CPNS 2018 yang beredar melalui whatsapp. Dari aspek afektif adalah

a tidak menyukai dan merasa kecewa dengan adanya informasi hoaks  
t. Menurut mereka, sungguh disayangkan jika informasi mengenai



CPNS sampai ada informasi hoaks. Dari aspek konatif adalah informan secara keseluruhan tidak ikut menyebarkan informasi hoaks tentang CPNS 2018 yang beredar di whatsapp. Sedangkan, penelitian ini melihat tanggapan mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin terhadap berita hoax Ratna Sarumpaet.

Urgensi penelitian ini adalah calon peneliti menganggap bahwa berita hoax saat ini sangat melekat di kehidupan masyarakat, banyaknya berita hoax yang tersebar dimana-mana yang dapat melibatkan semua unsur. Hal ini menyebabkan dampak yang signifikan dengan melihat penyebaran informasi lebih mudah dan praktis. Jika melihat fenomena yang ada menandakan bahwa akhir-akhir ini berita hoax sudah banyak meresahkan masyarakat. Apalagi melihat dari informasi yang dirilis oleh KOMINFO yaitu 10 kasus hoax yang paling berdampak dan yang menempati urutan pertama ialah berita hoax Ratna Sarumpaet.

Selain itu, calon peneliti ingin melihat bagaimana tingkat pemahaman Fakultas Hukum dan FISIP mengenai berita hoax Ratna Sarumpaet. Karena peneliti menganggap bahwa mahasiswa sebagai generasi yang melek akan teknologi digital yang jauh lebih baik dalam memanfaatkan sebuah media dan menerima informasi, tak terkecuali dalam merespon informasi hoax.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana tanggapan khalayak, dalam hal ini Mahasiswa Fakultas Hukum

FISIP Universitas Hasanuddin terhadap berita hoax Ratna Sarumpaet, ga peneliti menetapkan Judul Penelitian:



**“Tanggapan Mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin Terhadap Berita Hoax Ratna Sarumpaet”.**

**B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana tanggapan mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin terhadap berita hoax Ratna Sarumpaet?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi tanggapan mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin terhadap berita hoax Ratna Sarumpaet?

**C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

**1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui tanggapan Mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin terhadap berita hoax Ratna Sarumpaet.
- b. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi tanggapan mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin terhadap berita hoax Ratna Sarumpaet.

**2. Kegunaan Penelitian**

- a. Kegunaan Teoritis

Bisa dijadikan bahan bacaan bagi semua pihak yang membutuhkan pustaka mengenai berita hoax serta menambah literatur penelitian dalam dunia Ilmu Komunikasi, khususnya tentang hoax dan menambah pengetahuan penulis mengenai hoax.



#### b. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan oleh beberapa pihak terutama bagi mahasiswa yang akan mengadakan penelitian tentang berita palsu atau hoax dan juga sebagai syarat meraih gelar sarjana S1 pada Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Hasanuddin.

#### D. Kerangka Konseptual Penelitian

Media massa menurut Mc Quail memiliki fungsi sebagai pusat informasi, kesinambungan, korelasi, mobilisasi dan hiburan. Nurudin (2007), media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audiens yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang terbatas.

Media massa adalah alat atau media perantara untuk menyampaikan pesan atau informasi dari sumber khalayak umum dalam jumlah yang banyak. Jadi, media massa adalah bagian dari komunikasi massa. Jenis-jenis komunikasi massa ada 3, yaitu media cetak, media elektronik dan media internet. Namun, dengan melihat fenomena saat ini, hoax seakan semakin merusak fungsi informasi sebuah media massa.

Sementara itu, media sosial dinilai sebagai media yang paling banyak

terpapar berita bohong. Media sosial yang diperkenalkan melalui new media jadi sebuah media yang penting karena kehadirannya membuat



perubahan besar dalam penyampaian pesan. Hal ini terjadi karena komunikasi saat ini lebih sering dilakukan melalui jaringan internet.

Menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Sosial media merupakan sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi waktu. Sosial media menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu. Sosial media juga menjadi salah satu media yang digunakan untuk menyebarkan berita bohong.

Peneliti Populi Center Rafif Pamenang Imawan mengatakan bahwa berita bohong atau hoax terjadi dengan mudah karena dipengaruhi sejumlah faktor, salah satunya perkembangan teknologi informasi dan berinteraksi. Rafif mencontohkan media sosial yang banyak digunakan masyarakat untuk berkomunikasi. Ia menyebut medium tersebut sebagai pasar bebas, lantaran informasi yang terkandung didalamnya tidak tersaring. Ia menilai perlu adanya regulasi untuk mengatur pasar bebas tersebut. Selain itu, harus ada edukasi mengenai penyebaran hoax. Rafif mencatat perlu ada peran elit politik di dalam negeri untuk mencegah penyebaran hoax.



Namun, yang terjadi saat ini ialah masih maraknya berita hoax yang tersebar di media sosial bahkan pelaku penyebarannya sendiri adalah seorang publik figur, seniman dan seorang aktivis.

Sosial media memiliki dampak besar pada kehidupan kita saat ini. Apabila kita dapat memanfaatkan media sosial dengan baik maka kita akan mendapatkan banyak manfaat, seperti menjadikan media sosial sebagai media pemasaran. Namun, akhir-akhir ini terdapat beberapa berita hoax yang tersebar di media sosial contohnya berita hoax Ratna Sarumpaet yang sedang marak diperbincangkan mengenai kebohongan penganiayaan dirinya.

Hoax itu sendiri merupakan pemberitaan palsu yang mana ada usaha untuk menipu atau mengakali pembaca dan pendengarnya untuk mempercayai sesuatu yang tidak benar keberadaannya. Hoax dibuat dengan berbagai tujuan dan penyebarannya pun sangat cepat seiring dengan maraknya pengguna media sosial. (*mti.binus.ac.id*)

Menurut Silverman (2015), hoax merupakan sebagai rangkaian informasi yang memang sengaja disesatkan namun, dijual sebagai kebenaran. Werme (2016), mendefinisikan *fake news* sebagai berita palsu yang mengandung informasi yang sengaja menyesatkan orang dan memiliki agenda politik tertentu. Hoax bukan sekedar *misleading*, informasi dalam *fake news* juga tidak memiliki landasan faktual, namun disajikan seolah-olah sebagai serangkaian fakta.



Perilaku penyebaran hoax melalui internet sangat dipengaruhi oleh pembuat berita, baik itu individu maupun berkelompok, dari yang berpendidikan rendah sampai yang berpendidikan tinggi dan terstruktur rapi.

Menurut Zarella (2010: 2-3), media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet yang memudahkan semua orang dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk jejaring sosial secara online. Media sosial termasuk dalam media online. Media sosial memberikan efek paling besar terhadap audiensnya yakni :

- a. Efek kognitif, menyangkut pengetahuan yang diperoleh khalayak.
- b. Efek afektif, menyangkut perasaan terhadap pesan-pesan komunikasi yang telah disampaikan.
- c. Efek behavioral, merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati meliputi tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku yang dilakukan setelah terjadinya efek kognitif dan efek afektif terhadap khalayak.

Mulyana (2001:176), mendefinisikan bahwa persepsi adalah sebagai suatu proses internal yang memungkinkan kita untuk memilih, mengorganisasikan serta menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita. Persepsi adalah inti dari komunikasi karena jika persepsi tidak akurat, tidak mungkin berkomunikasi dengan selektif.

Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan

n lain, semakin tinggi derajat persepsi antar individu maka semakin





mudah dan sering terjadinya komunikasi, sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas.

Tanggapan merupakan kemampuan setiap individu untuk memberikan makna atau kata interpretasi berdasarkan stimuli yang diterima oleh panca indera, sehingga merupakan suatu refleksi diri dalam diri seseorang untuk merealisasikan stimulant yang diterimanya.

Menurut Denis Mc Quail, tanggapan adalah suatu proses yang mana individu atau kelompok berubah menerima atau menolak apa yang sudah diperhatikan, sehingga pesan yang sudah dirancang untuk mempengaruhi sikap, pengetahuan dan dapat dikemukakan proses terjadinya tanggapan.

Adapun teori yang digunakan ialah teori S-O-R yang didasarkan pada jarum hipodermik, yang mana media massa berupaya merangsang khalayaknya dengan pesan-pesan tertentu untuk kemudian diharapkan adanya tanggapan balik atau feedback. Teori ini menyatakan bahwa pengaruh yang terjadi pada pihak penerima, pada dasarnya merupakan suatu reaksi tertentu dari stimulus atau rangsangan tertentu. Dengan demikian, besar kecilnya pengaruh tergantung dari isi penyajian stimulus. Teori S-O-R menganalogikan bahwa stimulus yang diterima oleh individu akan menghasilkan respon yang berbeda pula.

Menurut Uchjana, teori ini menjelaskan tentang adanya reaksi khusus yang merupakan efek dari adanya stimulus khusus, sehingga seseorang dapat

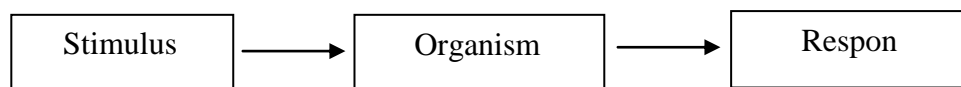
harapkan dan memperkirakan kesesuaian pesan, antara pesan dan reaksi komunikasi. Effendy (2003:255).



Sebelum tanggapan terjadi, terlebih dahulu ada rangsangan yang diterima lalu timbul perhatian yang menghasilkan persepsi. Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara manusia menangkap rangsangan. Selanjutnya adalah penalaran, penalaran merupakan proses dengan mana rangsangan yang dihubungkan dengan rangsangan yang lainnya. Kemudian perasaan, perasaan merupakan konotasi emosional yang dihasilkan oleh diri sendiri maupun bersama dengan rangsangan yang lain pada tingkat kognitif atau konseptual yang kemudian dapat melahirkan tanggapan.

Untuk lebih jelasnya perhatikan tanggapan yang dikaitkan dengan teori yang akan digunakan, digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 1.3 Struktur Teori S-O-R**



Keterangan :

S = Stimulus yaitu berita hoax Ratna Sarumpaet

O = Organism yaitu Mahasiswa Fakultas ISIPOL dan Fakultas Hukum

R = Respon yaitu berupa tanggapan terhadap berita hoax Ratna Sarumpaet

Salah satu teori komunikasi menyatakan bahwa sesuatu yang diterima oleh khalayak akan melahirkan respon tertentu sesuai dengan tingkat pengaruh yang diterima. Teori tersebut dinamakan teori S-O-R yaitu Stimulus Organism Respons. Menurut teori ini, efek yang ditimbulkan dalam suatu komunikasi reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga

orang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan



dasarnya berupa merangsang khalayak dengan pesan-pesan tertentu untuk kemudian mendapatkan tanggapan balik dari publik.

Adapun teori lain yakni teori *uses dan gratification* yang dikembangkan oleh Blumer dan Kutz (1974). Mereka berpendapat bahwa pengguna media memiliki peran aktif, selektif dalam memilih media yang digunakan serta memiliki tujuan tertentu terkait dengan terpaan media kepadanya, sehingga pengguna media dapat dikatakan sebagai pihak utama dalam suatu proses komunikasi. Dalam hal ini pengguna mempunyai pilihan untuk menentukan media yang sesuai dengan kebutuhannya. Audiens atau khalayak sebagai makhluk sosial mempunyai sifat selektif dalam menerima pesan yang ada dalam media massa.

Menurut Rakhmat (2001), *uses dan gratification* memiliki lima asumsi dasar yakni : (1) Khalayak dianggap aktif dan penggunaan media massa diasumsikan memiliki tujuan, (2) Dalam proses komunikasi massa, inisiatif lebih banyak berkaitan dengan pemuasan kebutuhan dan pemilihan media terletak pada anggota khalayak, (3) Media massa berkompetisi dengan sumber-sumber lainnya untuk memuaskan kebutuhannya, (4) Tujuan penggunaan media massa dapat disimpulkan dari data yang disediakan oleh anggota khalayak, dan (5) Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

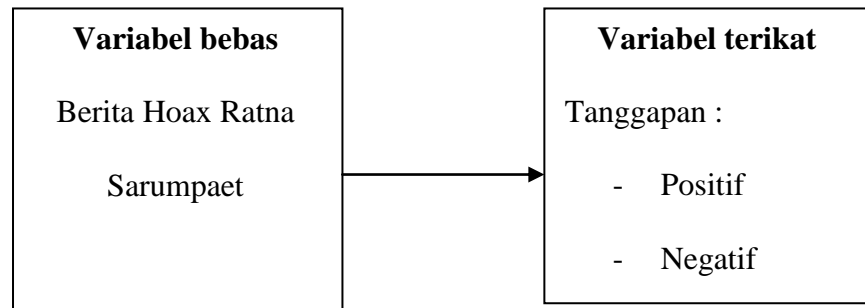
Littlejohn (2002), menjelaskan bahwa dalam perspektif *uses and*

*gratification*, khalayak yang dengan sadar memiliki kebutuhan dengan menggunakan media atau dengan cara lain. Selain sadar dengan kebutuhan-



kebutuhannya, khalayak pun dapat menyadari apakah cara yang digunakan untuk memenuhi motif-motif ini bisa memuaskan atau tidak.

**Gambar 1.4 Kerangka Konseptual**



### **E. Definisi Konseptual**

1. Tanggapan merupakan kesan yang ditimbulkan setelah Mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin mengetahui berita hoax Ratna Sarumpaet.
2. Mahasiswa adalah seseorang yang menuntut pendidikan pada jenjang Perguruan Tinggi.
3. Fakultas Hukum merupakan salah satu Fakultas tertua di Universitas Hasanuddin. Didirikan pada tanggal 3 Maret 1952 sebagai cabang dari Fakultas Hukum dan Pengetahuan Masyarakat Universitas Indonesia.
4. Fakultas FISIP adalah program pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial yang dahulu bersumber dari Fakultas Ilmu Sosial Politik lalu dikembangkan dalam satu Fakultas dengan nama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP).
5. Universitas Hasanuddin adalah Universitas Negeri terbaik yang berada dikawasan Timur Indonesia yang terletak di Jalan Perintis Kemerdekaan

KM. 10, Tamalanrea, Makassar.



6. Berita merupakan informasi baru atau informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi, disajikan lewat bentuk cetak, siaran, internet atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak.
7. Hoax merupakan pemberitaan palsu yang mana ada usaha untuk menipu atau mengakali pembaca dan pendengarnya untuk mempercayai sesuatu yang tidak benar keberadaannya.
8. Berita hoax adalah informasi yang sesungguhnya tidak benar tetapi dibuat seolah-olah benar adanya.
9. Ratna Sarumpaet yaitu seorang publik figur dan seorang aktivis.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Waktu dan Objek Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di Universitas Hasanuddin dan subjek penelitian adalah Mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin. Adapun perencanaan waktu pelaksanaan penelitian yaitu dilaksanakan selama kurang lebih 2 bulan yaitu sejak dikeluarkannya surat izin meneliti.

### **2. Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yaitu menggambarkan objek penelitian berdasarkan data jawaban responden yang diperoleh melalui kuesioner.

Metode kuantitatif bertujuan untuk menguji teori secara deduksi

berdasarkan pengetahuan yang sudah ada dengan membandingkan data



yang sudah terkumpul dari hasil penelitian dengan ramalan data yang seharusnya akan muncul apabila teori itu memang benar.

### 3. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah totalitas atau keseluruhan dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya. (Sudjana, 2005:6).

Husaini Usman (2006), populasi ialah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif dari karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas.

Sugiono (2017), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Kriyantono (2010:153), populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang akan diriset.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin angkatan 2016 – 2018 Program Strata 1 (S1).



**Tabel 1.1**  
**Jumlah Mahasiswa Aktif FISIP**

NO.	DEPARTEMEN	ANGKATAN		
		2016	2017	2018
1	ILMU POLITIK	39	41	67
2	ILMU PEMERINTAHAN	41	51	67
3	ILMU HUB. INTERNASIONAL	49	52	113
4	ILMU ADMINISTRASI NEGARA	64	72	88
5	ILMU KOMUNIKASI	66	75	91
6	SOSIOLOGI	41	37	61
7	ANTROPOLOGI	34	37	54
	JUMLAH	334	365	541

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Hukum**

NO.	JURUSAN	ANGKATAN		
		2016	2017	2018
1	ILMU HUKUM	375	403	395
2	HUKUM ADMINISTRASI NEGARA	89	83	86
	JUMLAH	464	486	481

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Hukum dan FISIP**

NO	FAKULTAS	JUMLAH
1	ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK	1240
2	HUKUM	1431
	TOTAL	2671

b. Sampel

Sugiyono (2017), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).



Kriyantono (2010:153), sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati. Sampel adalah sebagian dari jumlah atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2006:131). Mengenai penentuan sampel penelitian ini, apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua. Jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih, tergantung dari sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data (Arikunto, 2006:134).

Kemudian, menurut Issac dan Michael didapatkan dari tabel penentuan jumlah sampel dengan taraf signifikan 5% bila populasinya sebanyak 25 maka sampel sebanyak 23 orang (Sugiyono. 2005:98). Dalam penelitian ini digunakan teknik pengambilan sampel *probability sampling* yakni *proportionate stratified random sampling* dengan pendekatan proporsi atauimbangan. Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.

Dalam hal ini populasi yang dikelompokkan ke dalam kelompok atau kategori yang disebut strata adalah mahasiswa aktif S1 Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin. Adapun jumlah sampel berdasarkan tarif kesalahan 1%, 5% dan 10% yaitu 310 mahasiswa dengan menggunakan syarat kesalahan 5% dari 2671 populasi.





**Tabel 1.4**  
**Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu Dengan Tarif Kesalahan**  
**1%, 5% dan 10%**

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	530	<b>310</b>	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	4	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	563	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	269
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	148	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
		152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

ber: Sugiyono (2017)



Untuk perhitungan jumlah sampel setiap angkatan dapat dihitung dengan rumus:  $\text{Sampel} = \frac{\text{populasi}}{\text{totalpopulasi}} \times \text{sampel keseluruhan}$ . Selain itu, masing-masing sampel harus proporsional sesuai dengan populasi. Adapun cara menghitungnya adalah sebagai berikut :

$$\text{✚ Jumlah Sampel untuk FISIP : } \frac{1240}{2671} \times 310 = 144 \text{ orang}$$

$$\text{Angkatan 2016 : } \frac{334}{2671} \times 310 = 39 \text{ orang}$$

$$\text{Angkatan 2017 : } \frac{365}{2671} \times 310 = 43 \text{ orang}$$

$$\text{Angkatan 2018 : } \frac{541}{2671} \times 310 = 62 \text{ orang}$$

$$\text{✚ Jumlah Sampel untuk Fakultas Hukum : } \frac{1431}{2671} \times 310 = 166 \text{ orang}$$

$$\text{Angkatan 2016 : } \frac{464}{2671} \times 310 = 54 \text{ orang}$$

$$\text{Angkatan 2017 : } \frac{486}{2671} \times 310 = 56 \text{ orang}$$

$$\text{Angkatan 2011 : } \frac{481}{2671} \times 310 = 56 \text{ orang}$$

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

##### a. Data Primer

Peneliti melakukan pembagian kuesioner yang memiliki beberapa pertanyaan yang berstruktur. Data primer ini masih terbagi dalam dua bagian yakni: (1) Observasi, penelitian ini dilakukan observasi secara partisipan dimana peneliti tidak hanya sekedar turun ke lapangan namun, juga mengamati proses interaksi dan cara-cara informan dalam bersosialisasi serta turut dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh informan. (2) Wawancara, dilakukan secara terbuka yang sifatnya semi restruktur yang berarti pewawancara memiliki daftar pertanyaan tertulis tapi memungkinkan untuk tetap



menanyakan pertanyaan-pertanyaan lain atau bebas. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti perlu mendengar secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan informan.

b. Data Sekunder

Informasi dan data dalam penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari referensi buku dan internet, seperti skripsi, jurnal, artikel dan lain-lain yang bersangkutan dengan penelitian ini.

## 5. Teknik Analisa Data

a. Data primer

Data primer yang telah didapatkan oleh peneliti dilapangan berupa data hasil angket kuesioner yang dibagikan kepada Mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin.

Hasil pengumpulan data primer ini, sesuai teknik yang digunakan dan sifat datanya dianalisis secara deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis statistika yaitu menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diteliti dan angka-angka yang terkumpul. Melalui pendekatan ini peneliti mampu mendeskripsikan bagaimana Tanggapan Mahasiswa Fakultas Hukum dan FISIP Universitas Hasanuddin Mengenai Berita Hoax Ratna Sarumpaet.



b. Data Sekunder

Data sekunder yang telah didapatkan oleh peneliti dari berbagai sumber literatur seperti buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang penulis teliti, jurnal, skripsi, internet dan lain-lain yang berkaitan dengan objek penelitian.

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis statistika yaitu menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diteliti dan angka-angka yang terkumpul. Penelitian ini memanfaatkan software SPSS 25 dalam pengolahan data.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Komunikasi Massa

##### 1. Konsep Komunikasi Massa

Media komunikasi adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khayalak. Media komunikasi juga dijelaskan sebagai sebuah sarana yang dipergunakan sebagai memproduksi, reproduksi, mengolah dan mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi. Secara sederhana, media komunikasi merupakan sebuah perantara dalam menyampaikan informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan agar efisien dalam menyebarkan informasi atau pesan.

Komunikasi massa, dapat didefinisikan sebagai suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah audiens yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media massa, cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Mulyana (2007:83), komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakannya, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim dan eterogen. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner dalam Rakhmat (2004:188) adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.



Tujuan dari komunikasi massa adalah untuk mempengaruhi orang lain dengan menggunakan berbagai media yang ada. Komunikasi massa yang dahulu hanya menggunakan media cetak ataupun media elektronik, menjadi luas dalam memberikan informasi dan berkembang menjadi media baru atau new media.

## 2. Karakteristik Komunikasi Massa

Suprpto (2009), komunikasi massa memiliki ciri dan karakteristik tersendiri, itu semua meliputi sifat dan unsur yang tercakup didalamnya.

Karakteristik tersebut antara lain :

### a. Komunikator bersifat melembaga

Di dalam komunikasi massa, komunikator adalah lembaga media massa itu sendiri. Artinya, komunikatornya bukan orang perorang tetapi komunikator dalam komunikasi massa biasanya adalah media massa (surat kabar, televisi, stasiun radio, majalah dan penerbit buku). Nurudin (2014), media massa disebut sebagai organisasi sosial karena merupakan kumpulan beberapa individu yang dalam proses komunikasi massa tersebut.

### b. Komunikasi dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen

Artinya, pengguna media itu beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial, tingkat ekonomi, latar belakang budaya, punya agama atau kepercayaan yang tidak sama.



c. Pesan Bersifat Umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu melainkan kepada khalayak yang plural. Oleh karena itu, pesan-pesan yang dikemukakan tidak boleh bersifat khusus atau sengaja di peruntukkan golongan tertentu.

d. Komunikasinya Berlangsung Satu Arah

Komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan sedang komunikan aktif menerima pesan, namun keduanya tidak dapat melakukan dialognya sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpribadi.

e. Menimbulkan Keserampakan

Khalayak suatu media massa dalam jumlah yang banyak mampu secara bersamaan memperhatikan pesan yang dikomunikasikan melalui media tersebut, misalnya pada suatu radio menyiarkan suatu berita, ada khalayak di lokasi yang berbeda menyimak tayangan tersebut.

f. Mengandalkan Peralatan Teknis

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis.



g. Dikontrol oleh Gatekeeper

Gatekeeper berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarakan lebih mudah dipahami. Gatekeeper berfungsi untuk menginterpretasikan pesan, menganalisis, menambah atau mengurangi pesan-pesannya.

### 3. Unsur-unsur Komunikasi Massa

1) Komunikator

- a. Merupakan pihak yang mengandalkan media massa dengan teknologi informasi modern sehingga dalam menyebarkan suatu informasi, maka informasi tersebut dengan cepat ditangkap oleh publik.
- b. Komunikator dalam penyebaran dalam informasi mencoba berbagai informasi, pemahaman, wawasan dan solusi-solusi dengan jutaan massa yang tersebar tanpa diketahui jelas keberadaan mereka
- c. Komunikator juga berperan sebagai sumber pemberitaan yang mewakili institusi formal yang bersifat mencari keuntungan dari penyebaran informasi tersebut

2) Media Massa

Dalam KBBI menjelaskan bahwa media artinya alat (sarana) komunikasi, seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk. Kemudian, media massa merupakan sarana dan saluran





resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas.

Secara umum dipahami bahwa istilah media mencakup sarana komunikasi seperti pers, media penyiaran (broadcasting) dan sinema. Namun, terdapat rentang media yang luas yang mencakup pelbagai jenis hiburan (entertainment) dan informasi untuk audiens yang besar, majalah atau industri musik. Media berlaku bagi produk-produk informasi dan hiburan dari industri-industri media.

Media massa merupakan saluran komunikasi politik yang digunakan untuk kepentingan-kepentingan. Hal tersebut dikarenakan sifat media massa yang dapat mengangkut pesan-pesan (informasi dan citra) secara massif dan menjangkau khalayak atau publik yang jauh, beragam dan terpencar luas.

Media massa memiliki fungsi penting dan strategis. Kajian sistematis yang tergolong awal mengenai fungsi media massa, oleh Lasswell (dalam Pawito 1995:93-94), dia mengidentifikasi 3 fungsi pokok media:

- a. Pengawasan terhadap keadaan lingkungan (*the surveillance of the environment*).
- b. Menghubungkan bagian-bagian masyarakat dalam merespon lingkungan (*the correlation of the parts of society in responding to the environment*).



c. Menstransmisikan warisan sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya (*the transmission of the social heritage from one generation to the next*).

3) Informasi Massa

Informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh di konsumsi oleh pribadi.

4) Gatekeeper

Sebagaimana diketahui bahwa komunikasi massa dijalankan oleh beberapa orang dalam organisasi media massa, mereka inilah yang akan menyeleksi informasi yang akan disiarkan atau tidak disiarkan.

5) Khalayak

Massa yang menerima informasi massa yang disebarkan oleh media massa, terdiri dari publik pendengar atau pemirsa sebuah media massa

6) Umpan Balik

Umpan balik dalam komunikasi massa umumnya mempunyai sifat tertunda, sedangkan dalam komunikasi tatap muka bersifat langsung. Akan tetapi, menurut Bungin (2009) konsep umpan balik tertunda dalam komunikasi massa ini telah di koreksi karena semakin majunya teknologi maka proses penundaan umpan balik menjadi sangat tradisional.

7) Fungsi Komunikasi Massa

- a. Menginformasikan
- b. Mendidik



- c. Menghibur
  - d. Mempengaruhi
- 8) Efek Komunikasi Massa

Liliweri (2004), secara umum terdapat tiga efek komunikasi massa, yakni :

- a. Efek Kognitif, menyangkut pengetahuan yang diperoleh khalayak. Mengakibatkan khalayak berubah dalam hal pengetahuan, pandangan dan pendapat terhadap sesuatu yang di perolehnya.
- b. Efek Afektif, menyangkut perasaan terhadap pesan-pesan komunikasi yang telah disampaikan. Mengakibatkan berubahnya perasaan tertentu dari khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap atau nilai.
- c. Efek Konatif, mengakibatkan orang mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diminati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.

## B. New media

John Vivian (2008:262-264), keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional; sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi dan yang

ting bisa dilakukan secara *real time*. Nicholas Gane dan David Bear



(2008), memaparkan karakteristik media baru dengan *term network, interactivity, iformation, interface, archive* dan *simulation*.

Pada media baru khalayak tidak sekedar ditempatkan sebagai objek yang menjadi sasaran dari pesan. Khalayak dan perubahan teknologi media serta pemaknaan terhadap medium telah memperbaharui peran khalayak untuk menjadi lebih interaktif terhadap pesan itu.

### **1. Pengertian New Media**

Saat ini masyarakat telah memasuki era media baru. Media baru tidak lagi hanya mementingkan isi pesan untuk disiarkan saja, tetapi lebih kepada interaktivitas. Dari segi perangkat media, era media baru di tandai dengan konvergensi media. Konvergensi media yaitu integrasi dari tiga aspek, yakni telekomunikasi, data komunikasi dan komunikasi massa dalam satu medium menurut Dijk dalam Nasrullah (2014:15).

Dalam tataran praktis, konvergensi media bisa terjadi melalui beberapa level: (1) Level struktural seperti kombinasi transmisi data maupun perangkat antara telepon dan komputer; (2) Level transportasi seperti Web TV yang menggunakan kabel atau satelit; (3) Level manajemen seperti perusahaan telepon yang juga memanfaatkan jaringan telepon untuk TV berlangganan; (4) Level pelayanan (*services*) seperti penyatuan layanan informasi dan komunikasi di internet; dan (5) Level tipe data seperti menyatukan data, teks, suara, maupun gambar.



## 2. Karakteristik New Media

Media baru mempunyai karakteristik tersendiri antara lain digital, interaktif, hipertekstual, virtual, jaringan dan simulasi.

Digital, bentuk data yang ditampilkan dari segi kecepatan maupun kerealannya lebih baik dibandingkan data analog atau dengan kata lain peralihan dari media analog. Media ini lebih modern dalam mengubah data menjadi angka tanpa mengubah obyek fisik.

Karakter interaktif menjadi salah satu kunci dari media baru, karena jika dibandingkan dengan media konvensional seperti surat kabar, radio ataupun televisi, media baru diakui paling interaktif.

Karakteristik media baru selanjutnya adalah hipertekstual, yang berarti setiap informasi yang sudah ada di media lama seperti televisi, radio dan surat kabar dapat dimasukkan ke dalam media baru dengan tampilan yang telah disesuaikan.

Virtual, menggambarkan sesuatu yang nyata menjadi virtual. Karena sifatnya yang maya sehingga identitas seseorang pada media baru menjadi tidak jelas dan tidak dapat dipercaya sepenuhnya dan lagi masyarakat sudah maju secara teknologi sehingga aspek pengalaman sehari-harinya disimulasikan secara teknologi.

Jaringan, alat penghubung satu dengan yang lain. Pengguna dapat dengan mudah terhubung satu sama lain tanpa batasan, mengirimkam maupun menerima data.



Simulasi, menghadirkan proses tiruan terhadap obyek atau peristiwa yang mirip dengan keadaan sesungguhnya lalu direpresentasikan dalam dunia maya dan difasilitasi oleh teknologi yang digunakan.

### 3. Manfaat New Media

New media memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi lebih efisien, murah dan lebih cepat dalam mendapatkan informasi terbaru. New media memiliki manfaat untuk kita. Dengan new media kita akan mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat. Berikut manfaat new media :

- a. Bidang sosial, dalam bidang ini banyak menyita perhatian masyarakat seperti Facebook, Twitter, Line, Instagram dan lain-lain. Dengan menggunakan jejaring sosial ini maka kita dengan mudah mendapatkan informasi dan dapat menjalin komunikasi dengan semua penggunanya.
- b. Bidang Industri atau Perdagangan, memudahkan bagi siapapun untuk menawarkan atau mempromosikan produk-produk mereka
- c. Bidang Pekerjaan, memudahkan kita untuk mengetahui lowongan pekerjaan di suatu tempat

### C. Media Sosial

Kehadiran situs jejaring sosial (*social networking site*) atau sering disebut

an media sosial (sosial media) seperti Facebook, Twitter dan Skype  
 pakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti



profil, aktivitas atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber.

Media sosial merupakan produk dari kemunculan new media. Dalam media sosial individu-individu maupun kelompok dapat saling berinteraksi secara online melalui jaringan internet, meskipun terhalang oleh jarak yang jauh. Media sosial tidak hanya digunakan oleh individu tetapi juga digunakan oleh organisasi atau perusahaan-perusahaan kecil maupun besar untuk melakukan komunikasi kepada publik.

Menurut Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI (2014) media sosial memiliki beberapa karakteristik, yakni :

- a. Konten yang disampaikan dapat dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu.
- b. Pesan yang disampaikan bebas, tidak memerlukan gatekeeper.
- c. Isi pesannya disampaikan secara online dan langsung.
- d. Konten dapat di terima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya, tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh penggunanya.
- e. Media sosial menjadikan penggunanya sebagai kreator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri.
- f. Dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti

identitas, percakapan (interaksi), berbagi (*sharing*), kehadiran (eksis),  
 hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok.



Seiring bermunculannya situs-situs media sosial, secara garis besar media sosial dapat dikatakan sebagai media online, yang mana para penggunanya bisa berpartisipasi, bergabung, berbagi dan menciptakan sebuah konten seperti blog, wiki dan jejaring sosial yang didukung oleh teknologi multimedia yang semakin canggih.

Menurut Utari (2011:50), media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya dengan mudah berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti seseorang akan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten atau isi yang ingin disampaikan kepada orang lain, memberi komentar terhadap masukan yang diterimanya dan seterusnya. Semuanya dapat dilakukan dengan cepat dan tak terbatas.

Media sosial tidak hanya terdiri dari beberapa jejaring sosial yang sedang trend saat ini seperti Facebook, Twitter dan Instagram saja. Menurut Kaplan dan Heinlein dalam Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI (2014), media sosial pada dasarnya dapat dibagi menjadi enam jenis yaitu sebagai berikut :

- a. Proyek kolaborasi, pada proyek kolaborasi ini, website megizinkan penggunanya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun membuang konten-konten yang ada di website ini, seperti Wikipedia.
- b. Blog dan microblog, pengguna lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti Twitter.





- c. Konten atau isi, pengguna website dapat saling membagikan konten-konten media, seperti e-book, video, gambar dan lain-lain, seperti Youtube.
- d. Situs jejaring sosial, aplikasi yang mengijinkan penggunanya untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain, seperti Facebook.
- e. Virtual game world, mereflesikan lingkungan 3D, pengguna dapat muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain layaknya di dunia nyata.
- f. Virtual sosial world, pengguna dapat merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world yang dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya.

#### **D. Berita Hoax**

Hoax adalah tipuan, menipu atau berita bohong, berita palsu. Jadi, hoax dapat diartikan sebagai ketidakbenaran suatu informasi. Sebuah pemberitaan yang palsu adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca atau pendengarnya untuk mempercayai sesuatu.

##### **1. Asal Mula Berita Hoax**

Menurut Lynda Walsh dalam buku berjudul *Sains Against Science*, istilah hoax atau kabar bohong merupakan istilah dalam bahasa Inggris yang masuk sejak era industri. Diperkirakan sekitar pertama kali muncul pada 1808.



Alexander Boese dalam buku, *Museum of Hoaxes*, mencatat hoax pertama yang dipublikasikan adalah almanac atau penanggalan palsu yang dibuat Isaac Bickerstaff alias Jonathan Swift pada 1709. Saat itu, ia meramalkan kematian astrolog John Partridge. Agar meyakinkan public, ia bahkan membuat obituary palsu tentang Partridge pada hari yang diramal sebagai kematiannya. Swift mengarang informasi tersebut agar mempermalukan Partridge dimata publik. Partridge pun berhenti membuat almanac astrologi hingga enam tahun setelah hoax beredar.

Penyair aliran romantik Amerika Serikat, Edgar Allan Poe pun diduga pernah membuat enam hoax sepanjang hidupnya, seperti informasi dari [hoaxes.org](http://hoaxes.org) yang dikelola Boese. Poe, sekitar 1829-1831 menulis di Koran local, Baltimor, akan ada orang yang meloncat dari Phoenix Shot Tower pada pagi hari 1 April. Orang itu ingin mencoba mesin terbang buatannya dan akan melayang ke Lazerto Point Lighthouse yang berjarak 2,5 mil. Saat itu, Phoenix Shot Tower yang baru dibangun, merupakan bangunan tertinggi di AS. Berita orang terbang digedung tertinggi itu menarik banyak peminat, hingga orang-orang berkumpul di bawah gedung untuk menyaksikannya, tapi yang di tunggu-tunggu tak kunjung hadir. Kerumunan orang kesal dan bubar begitu menyadari hari itu 1 April. Poe lalu meminta maaf di Koran sore, meyakini orang itu tidak bisa hadir karena salah satu sayapnya basah.



## 2. Ciri-Ciri Berita Hoax

Ciri berita hoax yang dipaparkan Dewan Pers dalam bukunya Etika Menjaga dan Melindungi Dewan Pers yaitu :

- a. Begitu disebar, berita hoax dapat mengakibatkan kecemasan, permusuhan dan kebencian pada masyarakat yang terpapar. Masyarakat yang terpapar berita hoax biasanya akan terpancing perdebatan. Jika sudah berdebat, mereka akan saling benci dan bermusuhan.
- b. Ketidakjelasan sumber berita biasanya berasal dari pemberitaan yang tidak atau sulit terverifikasi.
- c. Isi pemberitaan tidak berimbang dan cenderung menyudutkan pihak tertentu.
- d. Sering bermuatan fanatisme atas nama ideologi. Judul pengantarnya provokatif, memberikan penghakiman bahkan penghukuman tetapi menyembunyikan fakta dan data. Biasanya juga mencatut tokoh tertentu.

## 3. Jenis-Jenis Berita Hoax

Ada banyak cara untuk mengategorikan berita palsu, tetapi empat jenis utamanya adalah:

- a. 100% cerita palsu. Kisah-kisah ini sepenuhnya dan sengaja salah. Mereka diformulasikan untuk disebarluaskan secara luas dan cepat.
- b. Propaganda. Biasanya memiliki sudut pandang partisan yang mungkin termasuk beberapa fakta nyata yang berfungsi untuk



menarik pembaca masuk dan menyesatkan mereka untuk membentuk atau mempengaruhi opini publik.

- c. Satire. Tidak dimaksudkan untuk dianggap serius. Tulisannya menggunakan humor, ironi, hal yang dibesar-besarkan untuk mengomentari kejadian yang sedang hangat. Berita satir dapat dijumpai di pertunjukan televisi seperti “*Saturday Night Live*” dan “*This Hour has 22 Minutes*”.
- d. Hoaxes. Pranks seperti Big Foot, Loch Ness Monster, atau *crop circle* adalah dirancang untuk humor, perhatian, atau keuntungan finansial.

#### 4. Cara Berita Hoax Bekerja

Respati (2017), ada dua faktor yang dapat menyebabkan seseorang cenderung mudah pada hoax. Orang lebih cenderung percaya hoax jika informasinya sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki. Contohnya jika seseorang penganut paham bumi datar memperoleh artikel yang membahas tentang berbagai teori konspirasi mengenai foto satelit maka secara naluri orang tersebut akan mudah percaya karena mendukung teori bumi datar yang diyakininya. Secara alami perasaan positif akan timbul dalam diri seseorang jika opini atau keyakinannya mendapat afirmasi sehingga cenderung tidak akan mempedulikan apakah informasi yang diterimanya benar dan bahkan mudah saja bagi mereka untuk menyebarkan kembali informasi tersebut.



Masyarakat tidak tahu bagaimana hoax bekerja sehingga masyarakat tidak sadar sudah menjadi korban hoax atau tidak. Menurut Anita, ada dua jenis korban hoax. Pertama, orang yang memang sudah ditargetkan. Kedua, korban lain yang merupakan orang-orang yang selama ini dijejali berbagai informasi-inormasi bohong dan dibuat untuk mempercayai berita tersebut.

Cara hoax bekerja sangat sederhana, untuk hoax yang memang sengaja direkayasa dan digunakan sebagai senjata untuk agenda tertentu memang dibuat untuk menysasar emosi. Emosi dalam hal ini ada dua yang menjadi sasarannya yaitu: (1) Emosi yang berhubungan dengan kekhawatiran-kekhawatiran masyarakat sehingga masyarakat merasa adanya ancaman, seperti kriminalitas. (2) Emosi yang terkait dengan identitas diri seperti agama, suku, sehingga hoax yang menyerang identitas ini akan memunculkan kemarahan, mudah tersinggung.

Agar terhindar dari berita hoax sebaiknya pengguna media sosial lebih bijak saat membagikan konten di media sosial dan bertanggung jawab penuh atas apa yang mereka lakukan atau bagikan.

## **E. Tanggapan**

### **1. Pengertian Tanggapan**

Tanggapan adalah hasil yang ingin dicapai dari sebuah proses komunikasi. Dalam proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, umpan balik akan terjadi dalam bentuk tanggapan sebagai



akibat dari stimulus yang di transmisikan. Hal ini akan mempermudah proses pemahaman jika tanggapan yang muncul memiliki kesamaan kerangka berpikir yaitu kesamaan pengalaman dan pengetahuan yaitu pengetahuan antara komunikator dan komunikan.

Tanggapan merupakan kemampuan setiap individu untuk memberikan makna atau kata interpretasi berdasarkan stimuli yang di terima oleh panca indera, sehingga merupakan suatu refleksi diri dalam diri seseorang untuk merealisasikan stimulant yang diterimanya.

Tanggapan sangat erat hubungannya dengan rangsangan apabila rangsangan timbul maka mungkin sekali diikuti oleh tanggapan. Perilaku yang muncul setelah stimulus di transmisikan ke komunikan adalah sebuah bentuk tanggapan, tanggapan adalah hasil yang berupa perilaku yang timbul karena rangsangan. Sebelum tanggapan terjadi, terlebih dahulu ada rangsangan yang di terima lalu timbul perhatian yang menghasilkan persepsi. Beberapa pengertian tanggapan yang di kemukakan oleh ahli :

Menurut Denis Mc Quail, tanggapan adalah suatu proses yang mana individu atau kelompok berubah menerima atau menolak apa yang sudah diperhatikan, sehingga pesan yang sudah dirancang untuk mempengaruhi sikap, pengetahuan dan dapat dikemukakan proses terjadinya tanggapan.

Ahmadi (2009), tanggapan sebagai salah satu fungsi jiwa yang okok, dapat diartikan sebagai gambaran ingatan dari pengamatan, ketika



objek yang telah diamati tidak lagi berada dalam ruang dan waktu pengamatan. Jadi, jika proses pengamatan sudah berhenti dan hanya tinggal kesan-kesannya saja, peristiwa sedemikian ini disebut sebagai tanggapan.

Jalaluddin Rakhmad (2005), tanggapan merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Berdasarkan berbagai definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan adalah perilaku yang muncul setelah adanya stimulus berupa penerimaan melalui panca indera yang nantinya akan membentuk tingkah laku berupa persetujuan atau penolakan.

## 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tanggapan

Adanya perhatian yaitu proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lain. Dalam perhatian terdapat faktor eksternal dan faktor internal (Rakhmat, 2013) sebagai berikut :

- a. Faktor eksternal
  - a) Intensitas, individu akan memperhatikan rangsangan yang lebih intensif dan menonjol dibanding rangsangan lainnya.
  - b) Ukuran. Umumnya, benda yang lebih besar menarik perhatian individu.



- c) Kontras, hal-hal yang kita lihat diluar kebiasaan akan lebih menarik perhatian.
  - d) Gerakan, sesuatu yang bergerak lebih menarik perhatian dibanding hal-hal yang statis.
  - e) Pengulangan, sesuatu yang sering diulang akan menarik perhatian. Akan tetapi, pengulang yang terlalu sering dapat menghasilkan kejenuhan.
  - f) Keakraban, manusia akan lebih memperhatikan seseorang yang dia kenal. Setiap individu cenderung lebih ingin berkomunikasi dengan orang yang telah dia ketahui terlebih dahulu dan kemungkinan besar proses komunikasinya berjalan efektif.
  - g) Sesuatu yang baru (*novelty*). Hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda akan menarik perhatian.
- b. Faktor Internal
- a) Kebutuhan psikologis, hal-hal yang bersangkutan paut dengan kebutuhan. Individu akan lebih memperhatikan rangsangan yang sesuai dengan kebutuhannya saat itu.
  - b) Latar belakang, seorang komunikator akan lebih mudah berkomunikasi dengan komunikan yang memiliki latar belakang yang serupa.
  - c) Pengalaman. Sama halnya dengan latar belakang, pengalaman juga mempengaruhi perhatian seseorang. Pengalaman





mempersiapkan seseorang untuk mencari orang dan hal-hal yang serupa dengan pengalaman pribadinya.

- d) Sikap dan kepercayaan umum. Seseorang yang memiliki kepercayaan tertentu terhadap suatu hal, kemungkinan akan melihat berbagai kecil yang tidak diperhatikan orang lain.
- e) Penerimaan diri. Individu yang bisa menerima keadaan dirinya apa adanya lebih berpikiran apa adanya dan lebih terbuka terhadap hal-hal yang baru.
- f) Kepribadian, berbagai faktor dalam kepribadian mempengaruhi perhatian. Orang yang extrovert, mungkin akan lebih tertarik untuk bergaul dengan orang yang berkepribadian sama dengan dirinya.

### 3. Proses Terjadinya Tanggapan

Dalam proses komunikasi, tanggapan tidak terjadi begitu saja. Sebuah tanggapan lahir melalui beberapa tahapan proses yang terjadi dalam diri seorang komunikan. Proses ini merupakan komunikasi interpersonal yang terjadi untuk merespon stimulus.

Bulaeng dalam Wulansari (2002), menjelaskan jika stimulus yang di terima dari komunikator kepada komunikan akan melalui proses pengenalan. Ditahap ini stimulus akan dikenali oleh komunikan yang kemudian dilanjutkan ke tahap penalaran dan perasaan. Tahap ini

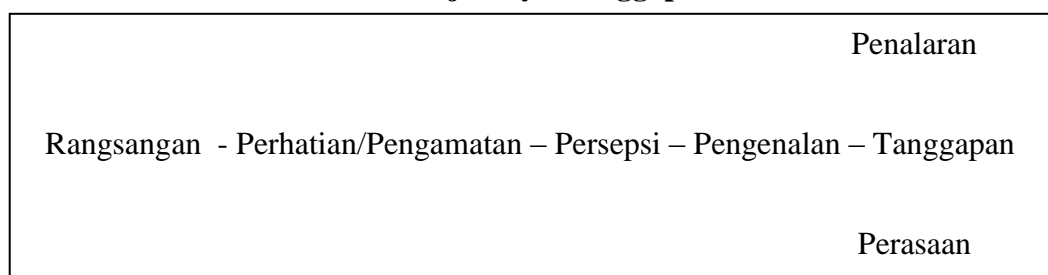
stimulus mengalami penalaran yaitu sebuah proses untuk menguji apakah rasional di terima atau tidak. Proses ini melibatkan perasaan komunikan



dalam memilih apakah rangsangan cocok dan di terima oleh dirinya. Jika stimulus cocok maka akan lahirlah tanggapan yang merupakan bentuk dari respon balik (feedback) atas stimulus yang diberikan. Berikut gambar proses terjadinya tanggapan:

**Gambar 2.1**

**Proses Terjadinya Tanggapan**



*Sumber: Effendy (2003-225)*

Bagan tersebut menggambarkan bahwa sebelum terjadi tanggapan maka terlebih dahulu harus ada rangsangan yang diterima. Kemudian, timbul perhatian yang menimbulkan persepsi. Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara manusia menangkap rangsangan, kemudian pengenalan rangsangan. Pengenalan adalah cara manusia memberikan arti terhadap lingkungan.

Selanjutnya adalah penalaran dan perasaan. Penalaran adalah proses dengan nama rangsangan yang dihubungkan dengan rangsangan lainnya, pada tingkat pembentukan kegiatan psikologi. Sedangkan, perasaan adalah konotasi emosional yang dihasilkan oleh diri sendiri maupun bersama-sama dengan rangsangan lain pada tingkat kognitif atau konseptual. Untuk selanjutnya dapat melahirkan tanggapan.



Pada tahap ini stimulus mengalami sebuah proses untuk menguji apakah stimulus tersebut di terima atau tidak. Proses ini melibatkan perasaan komunikan dalam memilih apakah rangsangan cocok dan di terima oleh dirinya. Jika stimulus cocok maka akan lahirlah tanggapan yang merupakan bentuk dari respon balik (feedback) atas stimulus yang diberikan.

Suryabrata (2014:37-28), menyatakan bahwa deretan terjadinya tanggapan antara lain :

- a. Pengamatan, satu proses dimana tiap-tiap keindraan diorganisasikan dan diinterpretasikan supaya membawa makna yang lebih dalam. Penerima akan memilih rangsangan yang bermakna bagi dirinya dengan cara memberikan tumpuan kepada rangsangan tersebut.
- b. Bayangan pengiring, bayangan yang timbul setelah melihat suatu warna.
- c. Bayangan identik, bayangan yang jelas dan hidup, sehingga menyerupai pengamatan.
- d. Tanggapan, bayangan yang tinggal dalam ingatan setelah melakukan pengamatan.

Walgito (2010:102), menjelaskan proses terjadinya persepsi. Proses terjadinya persepsi yaitu objek menerima stimulus dan stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Proses stimulus mengenai alat indera merupakan proses kealaman atau proses fisik. Stimulus yang di terima

oleh alat indera diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini yang disebut proses fisiologis. Kemudian, terjadilah proses di otak sebagai



pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, didengar atau apa yang diraba. Proses yang terjadi dalam otak atau dalam pusat kesadaran disebut sebagai proses psikologis. Dengan demikian, dapat dikemukakan bahwa taraf terakhir dari proses persepsi adalah individu menyadari tentang apa yang mereka baca atau lihat melalui alat indera. Proses ini merupakan proses terakhir dari persepsi. Jadi, dapat disimpulkan bahwa proses terjadinya tanggapan yaitu adanya rangsangan yang menimbulkan stimulus. Lalu stimulus yang di terima diteruskan ke otak dan terjadilah proses kesadaran dimana individu menyadari apa yang mereka baca atau lihat.

## **F. Deskripsi Teori**

### **1. Teori S-O-R (Stimulus Organism Response Theory)**

Dalam penelitian ini model yang digunakan adalah model S-O-R. Teori ini memiliki 3 elemen yakni pesan (stimulus), penerima (organism) dan efek (respon). Stimulus adalah sumber rangsangan, organism adalah penerimaan rangsangan dan respons adalah umpan balik yang dihasilkan.

Pada dasarnya teori ini mengatakan bahwa efek merupakan reaksi terhadap situasi tertentu. Dengan demikian seseorang dapat mengharapkan sesuatu atau memperkirakan sesuatu dengan sejumlah pesan yang disampaikan melalui penyiaran. Teori ini juga memandang bahwa pesan dipersepsikan dan didistribusikan secara sistemik dan dalam skala yang

uas.



Teori S-O-R menganalogikan bahwa stimulus yang di terima oleh individu akan menghasilkan respon yang berbeda pula. Teori ini menjelaskan tentang adanya reaksi khusus yang merupakan efek dari adanya stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian pesan, antara pesan dan reaksi komunikasi. Effendy (2003:255).

Menurut stimulus respon ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Jadi unsur-unsur dalam model ini yaitu :

- a. Pesan (*stimulus*, S)
- b. Komunikan (*organism*, O)
- c. Efek (*Response*, R)

Hovland, et al (1953), stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat di terima atau di tolak. Apabila stimulus tersebut tidak di terima atau di tolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu. Tetapi bila stimulus di terima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif.

Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (di terima) maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya. Setelah itu, organisme mengolah stimulus tersebut sehingga

jadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya.



Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut.

## 2. Teori *Uses and Gratification*

Konsep dasar teori ini diringkas oleh para pendirinya Katz, Blumer dan Gurevitch, 1974:20. Dengan teori ini yang diteliti adalah sumber sosial dan psikologis dari kebutuhan yang melahirkan harapan-harapan dari media massa atau sumber-sumber yang lain yang menyebabkan perbedaan pola terpaan media atau keterlibatan dalam kegiatan lain, dan menghasilkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain bahkan seringkali akibat-akibat yang tidak dikehendaki. (Djalaludin Rahmat, 1989:65)

Adapun dijelaskan mengenai asumsi dasar teori *uses and gratification* oleh Katz, Blumer dan Gurevitch dalam West dan Tuner (2008) yaitu sebagai berikut :

- a. Khalayak dianggap aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan. Asumsi ini mengenai khalayak yang aktif dan penggunaan medianya yang berorientasi pada tujuan yang cukup jelas.
- b. Inisiatif dalam menghubungkan pemuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu. Asumsi ini menghubungkan kepuasan akan kebutuhan pada pilihan terhadap sebuah media yang berada ditangan khalayak karena pengguna dianggap sebagai agen yang aktif dan dapat mengambil inisiatif sendiri sesuai kebutuhannya.



- c. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang di pengaruhi media lebih luas, bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media sangat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- d. Tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan khalayak. Memiliki arti bahwa orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
- e. Penilaian tentang nilai isi media hanya di nilai oleh khalayak.

Pendekatan *uses and gratification* memberikan kekuasaan kepada khalayak untuk memutuskan media mana yang akan dipilih atau di konsumsi. Khalayak memiliki peran aktif dalam melakukan interpretasi dan mengintrogasikan media ke dalam kehidupannya. Pada *uses and gratification*, khalayak bertanggung jawab terhadap pemilihan media untuk memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang.

