

Available online at Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan
<http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/dakwah>
 Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan, 24 (2), 2020, 112-126

Perilaku Mengakses Informasi Dan Persepsi terhadap Beritahoax Di Kalangan Mahasiswa

M. Taufik Hidayatulloh

taufikhidayat123@gmail.com

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Kosbi Alfi Sahid

Kosbialfi123@gmail.com

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Abstract

The purpose of this research is; (1) Describe student activity in accessing information on social media, (2) Describing the kind of information that students often access, and (3) Explaining students' perception of the hoax news. The subject of research is 18-22 years old college students who actively used social media. The data was analyzed using the Miles and Huberman technique. Research shows that : (1) Subject activity in social media is a more a user update status/picture/video feature, stories and live feature, like/love feature, comentary feature dan repost feature. (2) Information often accessed by most of the subject is entertainment, religion and politics, and (3) subject perceives hoax news as incorrect information with far reaching long term effect.

Key word: access of information, social media, hoax

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah; (1) Mendeskripsikan aktivitas mahasiswa saat mengakses informasi di media sosial, (2) Mendeskripsikan jenis informasi yang sering diakses mahasiswa, dan (3) Menjelaskan persepsi mahasiswa terhadap berita hoax. Subjek penelitian adalah mahasiswa usia 18-22 tahun yang aktif menggunakan media sosial. Analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Aktivitas subjek di media sosial lebih banyak pada fitur update status/gambar/video pengguna, fitur story dan live, fitur like/love, fitur comentary dan fitur repost; (2) Informasi yang sering diakses oleh sebagian besar subjek adalah hiburan, agama dan politik; dan (3) subjek memandang berita hoax sebagai informasi yang tidak benar, yang berdampak jauh dalam jangka panjang.

Kata kunci: akses informasi, media sosial, hoaks

Permalink/DOI: <http://doi.org/10.15408/dakwah.v24i2.18319>

Pendahuluan

Perkembangan dalam Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah

memberikan dampak yang sangat signifikan ke semua aspek kehidupan manusia. Perkembangan ini memiliki

dampak semakin terbuka dan tersebarnya informasi dan pengetahuan dari dan keseluruh dunia menembus batas, jarak, tempat, ruang dan waktu. Pengaruhnya pun meluas keberbagai kehidupan, termasuk bidang pendidikan. Pendidikan merupakan suatu proses yang tujuannya untuk meningkatkan nilai social, budaya, moral dan agama serta mempersiapkan peserta belajar menghadapi tantangan dan pengalaman dalam kehidupan nyata (Ishaq. 2017).

Internet dalam era informasi telah menempatkan dirinya sebagai salah satu pusat informasi yang dapat diakses dari berbagai tempat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Internet disebut sebagai pusat informasi bebas hambatan karena dapat menghubungkan satu situs informasi ke situs informasi lainnya dalam waktu yang singkat. Internet menjadi sumber informasi yang mempunyai banyak manfaat dibandingkan dengan sumber informasi lainnya (Savitri. 2016 : 2).

Evolusi yang terjadi di bidang teknologi maupun inovasi internet menyebabkan tidak hanyamemunculkanmediabarusaja. Berbagaimacamasppekkehidupanmanusia . Seperti komunikasi maupuninteraksi, juga mengalamiperubahanyang sebelumnya tidak pernah diduga. Dunia seolah-olah tidak memiliki batasan (*borderless*)—tidak ada kerahasiaan yang bisa ditutupi. Kita bisa mengetahuiaktivitas orang lain melalui mediasosial,sementara kitatidakkenal dan tidakpernahbertemu tatapmukaatau berada di luar jaringan

(luring) dengan orang tersebut (Mulawarman, 2017 : 36).

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Seseorang yang awalnya kecil bisa menjadi besar dengan media sosial, atau sebaliknya. Bagi masyarakat khususnya kalangan remaja, media sosial sudah menjadi candu yang membuat penggunaanya tiada hari tanpa membuka media sosial(WSR. Putri, *dkk.* 2016 : 48).

Menurut penelitian yang dilakukan We are Social, perusahaan media asal Inggris yang bekerja sama dengan Hootsuite, rata-rata orang Indonesia menghabiskan tiga jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial. Dari laporan berjudul "Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World" yang diterbitkan tanggal 30 Januari 2018, dari total populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosialnya mencapai 130 juta dengan penetrasi 49 persen. Sebanyak 120 juta orang Indonesia menggunakan perangkat mobile, seperti smartphone atau tablet untuk mengakses media sosial, dengan penetrasi 45 persen (Pertiwi. 2018).

Mengakses media sosial di kalangan remaja menjadi sebuah fenomena yang menarik, dari beberapa kegiatan di sudut-sudut kampus, kapan

pun dan dimana pun berada mahasiswa tidak pernah terlepas dari gadget ataupun *smartphone*. Salah satu fenomena yang sangat menarik adalah ketika mahasiswa sedang berkumpul, terlihat pemandangan sekelompok mahasiswa yang sedang duduk, namun tidak saling berinteraksi secara langsung, melainkan asik dengan *smartphone* dan media sosialnya masing-masing. Padahal sudah sejak lama budaya berkumpul dan saling berinteraksi secara langsung hadir dan berkembang di negara kita. Namun sejak hadirnya *smartphone* dan media sosial membuat segalanya berubah begitu saja. Hal-hal demikian menunjukkan bahwa mengakses media sosial telah menjadi sebuah kebiasaan yang sulit untuk di tinggalkan bagi kehidupan sosial remaja.

Berdasarkan uraian latar belakang sebagaimana di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah ; bagaimana aktifitas mahasiswa dalam mengakses informasi pada media sosial?, jenis berita/informasi seperti apa yang sering diakses mahasiswa?, bagaimana persepsi mahasiswa terhadap berita/informasi *hoax*? Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan aktifitas mahasiswa dalam mengakses informasi pada media sosial, menyebutkan dan menguraikan jenis berita/informasi yang sering diakses mahasiswa, dan menjelaskan persepsi mahasiswa terhadap berita/informasi *hoax*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian dilakukan di Universitas Islam Negeri Syarif

Hidayatullah Jakarta. Dimulai dari bulan Juni 2018-Februari 2019. Subjek penelitian merupakan kalangan milenial terdidik yaitu mahasiswa yang berumur 18-22 tahun yang aktif menggunakan media sosial pada dua fakultas berbeda, yaitu mahasiswa Fakultas Dakwah maupun mahasiswa Fakultas Umum dengan jumlah subjek 5 orang mahasiswa untuk masing-masing Fakultas. Kelima subjek masing-masing bidang mewakili mahasiswa di dua latar belakang yang berbeda yaitu; lingkungan yang bersentuhan dengan keilmuan dakwah dan lingkungan yang bersentuhan dengan keilmuan umum. Lingkungan keilmuan dakwah diwakili oleh subjek dari jurusan BPI dan KPI, sedangkan lingkungan keilmuan umum diwakili oleh subjek yang berasal dari jurusan Kimia, Psikologi dan Hubungan Internasional.

Penentuan subjek penelitian ini menggunakan metode *snowball*, yaitu teknik penentuan sampel atau narasumber yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Dalam penentuan sampel atau narasumber, pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dari dua orang ini, data yang diberikan belum lengkap, peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sebelumnya (Kuswana. 2011 : 153). Berdasarkan kecukupan data yang diharapkan, seluruh narasumber berjumlah 10 (sepuluh) orang. Pengumpulan data menggunakan pengamatan lapangan (*observasi*), wawancara dan dokumentasi. Teknik

analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data model interaktif menurut *Miles* dan *Huberman* yang terdiri atas empat tahapan yang harus dilakukan, yaitu: pengumpulan data, reduksi data, display data, kesimpulan/verifikasi (Herdiyansyah. 2012 : 164-179).

Media Sosial: Tinjauan Teoritis

Andreas Kaplan dan *Michael Haenlein* mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”. Definisi situs jejaring sosial menurut *Boyd* dan *Elison* adalah layanan berbasis web yang mengizinkan individu untuk mengkonstruksi profil/semi publik di dalam sistem terikat, menghubungkan sekelompok pengguna yang saling berbagi koneksi dan melintasi koneksi-koneksi dan lainnya dalam sebuah sistem. Jenis dan tata cara koneksi ini mungkin beragam satu sama lainnya (Asmaya. 2015 : 2-3).

Menurut *Meike* dan *Young* (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Sedangkan menurut *Van Dijk* (dalam Nasrullah. 2015 : 11) bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi.

Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Media sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi, sosial media terbesar antara lain facebook, twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka sosial media menggunakan internet (Rahmad. 2009 : 37). Sumber lain menjelaskan media sosial adalah “medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual” (Nasrullah. 2015 : 11).

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri yang ada di dunia maya.

Cara untuk memahami media sosial adalah dengan memperhatikan karakteristik dari jenis media sosial tersebut, dalam hal ini terdapat lima karakteristik media sosial, yaitu: *participation, openness, conversatio n, community* dan *connectedness* (Andriani. 2017 : 31-32). Skema klasifikasi untuk berbagai

jenis media sosial dapat klasifikasikan ke dalam enam jenis sebagai berikut : *proyek kolaborasi, blog, komunitas konten, situs jejaring sosial, virtual game world, dan virtual social world*(Kaplan dan Haenlein. 2010 : 62-64). Skema lainnya adalah : *microblogging, social bookmarking*(Nasrullah. 2015 : 43-44).

Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Semua itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan dan akses pengetahuan dari belahan bumi berbeda (Hamna. 2017:106). Era internet dan media sosial memunculkan banyaknya informasi yang berseliweran. Produksi informasi dan berita saat ini bukan lagi eksklusif hanya bisa dilakukan oleh publisher berita besar seperti Kompas, Detik, dll. Saat ini siapapun bisa menjadi pembuat berita dan memberikan dampak kepada orang banyak (Banu, 2018). Kehadiran media sosial memberikan keleluasaan kepada seseorang untuk menyuarakan pikirannya yang sebelumnya tidak pernah terdengar. Seiring perkembangan yang terjadi, penggunaan media sosial semakin banyak serta menjadikannya sebagai sarana bagi setiap individu mengatakan berbagai hal dan melaksanakan kepentingannya masing-masing (Juanda. 2017:2).

Dilihat dari definisinya, sumber informasi merupakan penyedia sekumpulan informasi yang di kelompokkan berdasarkan masing-masing kategori. Sumber informasi bisa berupa perpustakaan, majalah, surat kabar dan

website (Hutasoit. 2014:1284). Di kalangan masyarakat saat ini, dimana persaingan dalam segala hal begitu kompetitif. Media sosial diyakini dapat memenuhi segala bentuk informasi dan juga promosi. Sehingga masyarakat modern berusaha untuk selalu memaksimalkan keunggulan media sosial sebagai sumber informasi.

Melalui hasil riset yang dilakukan oleh *Yogrt* sebuah aplikasi media sosial berbasis lokasi, dalam surveinya ditemukan bahwa secara keseluruhan sebesar 79% media sosial di jadikan sumber informasi diikuti dengan TV dan Media lainnya. Survei bertajuk "*Studi Yogrt 2017: Milenial Akar Rumput Indonesia*" melibatkan sekitar 5.000 responden rata-rata berusia 15-36 tahun dengan penghasilan di bawah Rp. 5 juta. Hasil survei mengungkapkan untuk kategori aktivitas digital di kalangan milenial Indonesia lebih dominan memanfaatkan internet sebagai sarana berinteraksi sosial. Media sosial dan chatting mendapatkan peresentase 67%, di ikuti mencari informasi/browsing 47%, serta hiburan 41% mendengarkan musik, dan 30% menonton film, lalu untuk kegiatan berbelanja dan transaksi perbankan bergerak/mobile banking masih rendah masing-masing hanya 15% dan 18% (Josina. 2018).

Media sosial dalam lingkup media baru memiliki sifat yang fleksibel. Media baru merupakan media yang menawarkan digitilisasi, konvergensi, interaktif, dan pengembangan jaringan dalam pembuatan pesan dan penyampaian pesan. Pengguna media baru memiliki kemampuan untuk

menawarkan interaktifitas, memiliki pilihan informasi yang dibutuhkan, sekaligus mampu mengendalikan informasi yang dihasilkan sesuai yang diinginkannya (Susanto, 2017:380). Namun, kehadiran media sosial juga menjadi tantangan bagi media konvensional, seperti koran, televisi, dan radio. Kecepatan informasi dari media sosial biasanya lebih cepat dibandingkan dengan media konvensional. Hal ini dimaklumi karena memang jurnalisisme harus mengedepankan *check and recheck* (Hamna. 2017).

Dengan berbagai kemudahan yang dimiliki media sosial, muncul beragam akun-akun baik anonim ataupun bukan di media sosial yang ikut mempengaruhi masyarakat. Adakalanya akun-akun tersebut mengabarkan informasi yang dialaminya sendiri, namun tidak jarang juga mereka menyampaikan informasi-informasi yang berasal dari teman, saudara atau sumber-sumber lainnya (Juanda.2017:3). Siapapun yang memiliki akun media sosial dapat menyebarkan informasi yang ia terima. Baik informasi dari media online arus utama yang kredibel, seperti *kompas.com*, *detik.com* dll, ataupun informasi yang belum jelas sumber beritanya. Semua dengan mudah bisa disebarluaskan dengan kelebihan fitur yang tersedia di media sosial.

Karakteristik Subjek

Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Fakultas Umum merupakan subjek atau narasumber dari penelitian ini. Rentang usia narasumber berkisar antara 18 sampai dengan 22 tahun, ini merupakan

usia pada umumnya seseorang mulai berkuliah pada semester-semester awal sampai semester akhir di perguruan tinggi. Mereka memiliki kesukaan terhadap beragam jenis informasi, mulai dari hiburan sampai pada masalah politik.

Tabel 1. Identitas Subjek

Kode	Asal	Jurusan	Usia	Akses Jenis Informasi
D1	Fakultas Dakwah	BPI	18 tahun	Hiburan
D2	Fakultas Dakwah	BPI	19 tahun	Agama dan hiburan
D3	Fakultas Dakwah	BPI	20 tahun	Agama, budaya dan hiburan
D4	Fakultas Dakwah	KPI	20 tahun	Sosial, politik, agama dan budaya
D5	Fakultas Dakwah	KPI	21 tahun	Sosial, politik dan hiburan
U1	Fakultas Umum	Kimia	22 tahun	Sosial, politik, agama dan desain
U2	Fakultas Umum	Psikologi	21 tahun	Sosial, politik, agama, budaya dan hiburan
U3	Fakultas Umum	Psikologi	21 tahun	Sosial, politik, ekonomi, agama, budaya dan hiburan
U4	Fakultas Umum	Hubungan Internasional	19 tahun	Sosial, politik, agama dan hiburan
U5	Fakultas Umum	Hubungan Internasional	19 tahun	Sosial, politik, agama, budaya dan hiburan

Keterangan :

D = Kode untuk subjek Fakultas Dakwah

U = Kode untuk subjek Fakultas Umum

Dari Tabel 1 juga kita dapat ketahui bahwa lebih dari separuh narasumber memiliki kesukaan terhadap bidang agama dan sosial politik. Hal yang menarik justru narasumber berlatar belakang Fakultas Dakwah lebih sedikit yang memiliki preferensi terhadap jenis informasi keagamaan, sebaliknya narasumber berlatar belakang Fakultas Umum lebih banyak yang memiliki preferensi terhadap jenis informasi keagamaan. Perhatian ke luar bidang fokus kajian perkuliahannya mungkin yang dapat menjelaskan alasan perbedaan tersebut.

Aktifitas Mengakses Informasi pada Media Sosial

1. Mahasiswa sebagai pengguna media sosial

Dalam melihat perbandingan sudah sejak kapan dan sudah seberapa lama narasumber dalam mengakses media sosial, secara umum seluruh narasumber baik yang berasal dari Fakultas Dakwah ataupun Fakultas Umum merupakan pengguna media sosial yang sudah cukup lama. Hal tersebut bisa di lihat dari durasi penggunaan dari masing-masing narasumber, hampir seluruh narasumber telah menggunakan media sosial dengan durasi yang cukup lama, diantaranya; > (di atas) 3 tahun, selain itu ada juga narasumber yang baru mengenal dan menggunakan media sosial selama 2 tahun.

Sedangkan durasi dalam mengakses media sosial, beberapa narasumber cukup aktif dalam mengakses media sosial, secara dominan

mereka membutuhkan waktu dalam mengakses media sosial selama 4 – 6 jam per hari, selain itu ada juga narasumber yang tidak terlalu aktif sebagaimana D3 dalam mengakses media sosial, dalam sehari ia hanya mengakses media sosial selama 1 – 3 jam per hari. Namun dari semua narasumber terdapat beberapa yang sangat aktif dalam mengakses media sosial, dalam sehari mereka bisa menghabiskan waktu lebih dari 6 jam per hari.

2. Aktifitas mahasiswa dalam mengakses media sosial

Terdapat berbagai macam aktifitas yang dilakukan oleh narasumber ketika mengakses media sosial, dengan memanfaatkan fitur-fitur yang telah tersedia akan memudahkan dan membantu narasumber dalam beraktifitas di media sosial. Fitur-fitur tersebut diantaranya: fitur kirim pesan/chatting dan fitur panggilan suara/video yang bisa dimanfaatkan untuk menghubungi orang-orang terdekat.

Narasumber yang memanfaatkan fitur update status/gambar/video untuk menunjukkan eksistensi baik dalam wujud aktifitas sehari-hari ataupun mengshare berbagai macam informasi. Selain itu narasumber juga memanfaatkan fitur Stories and live dan fitur Like/love sebagai wujud kesukaan atau persetujuan terhadap postingan akun media sosial lain. Terakhir narasumber juga memanfaatkan fitur komentar dan fitur repost untuk memposting ulang segala macam konten yang dirasa baik dan dapat bermanfaat untuk orang lain.

Jenis Berita/Informasi yang Sering Diakses

1. Jenis berita/informasi yang sering diakses mahasiswa pada media sosial

Media sosial telah menjadi sumber informasi utama bagi kalangan milenial termasuk para narasumber baik dari Fakultas Dakwah ataupun Fakultas umum. Beberapa jenis informasi yang sering diakses oleh sebagian kecil narasumber yaitu tentang desain/ilustrasi (U1) dan ekonomi (U3). Adapun informasi yang paling sering diakses oleh sebagian besar narasumber yaitu tentang: entertainment/hiburan, agama, dan politik. Jenis agama menjadi informasi yang sering diakses karena media sosial telah menjadi media baru yang cukup efektif dalam menyampaikan konten-konten dakwah, dengan segala macam keterbatasan siapapun dapat menyebarkan informasi kebaikan di media sosial, baik berupa tulisan, gambar ataupun video.

Selain tentang agama, adapula tentang sosial politik menjadi yang paling sering diakses, karena tahun ini adalah tahun politik dimana informasi tentang isu-isu sosial politik sedang marak beredar di laman media sosial. Hal ini pun berdampak baik pada kepekaan generasi milenial terhadap proses berdemokrasi yang baik itu seperti apa. Terakhir informasi yang sering diakses yaitu tentang budaya (D3, D4 dan U3) yang narasumber yakni dapat menjadi penengah diantara panasnya komoditi politik dan identitas

keagamaan yang akhir-akhir ini sering di eksploitasi berlebihan.

2. Berita/informasi yang sering di unduh dan di unggah mahasiswa

Sebagian besar narasumber melakukan aktifitas pengunduhan untuk mendapatkan berbagai macam informasi, diantaranya tentang; entertainment atau hiburan, sosial budaya, ilmu keagamaan, dan isu-isu sosial politik. Narasumber (D2) mengatakan sering mengunduh informasi mengenai hiburan dalam bentuk gambar dan video, sedangkan narasumber (D3) sering mengunduh informasi mengenai sosial budaya seperti tentang karakteristik masyarakat pedalaman papua. Ada juga informasi tentang keagamaan yang sering di download seperti ceramah Ustadz Abdul Somad (D4), ceramah Ustadz Hanan Attaki (U1), ilustrasi video dakwah atau quotes-quotes keagamaan dalam bentuk gambar (U3). Selain itu ada pula narasumber yang mengunduh informasi tentang isu-isu politik saat ini, seperti kontroversi mengenai RUU permusikan atau RUU tentang penghapusan kekerasan seksual yang di bentuk oleh DPR-RI yang diunduh dalam bentuk file pdf atau gambar (U4).

Bila diperbandingkan bentuk file yang sering di unduh narasumber, maka bentuk file gambar merupakan yang paling sering di unduh, setidaknya pernah dilakukan oleh (D1, D2, D3, D4, D5, U1, U2, U3, U4 dan U5). Bentuk lainnya yang relatif sering di unduh adalah Pdf (D2, D4, U2, U3, U4 dan U5) dan video (D3, D5, U1, U2, dan U3).

Selain itu yang paling sedikit adalah File word (D4, U2 dan U5).

Selain mengunduh, narasumber juga aktif dalam mengunggah atau merepost (mengunggah ulang) informasi di media sosial, beberapa diantaranya; gambar keagamaan dan video ceramah-ceramah keagamaan, info-info kegiatan atau informasi hiburan (D3), quotes-quotes motivasi keagamaan (D4), dan ada juga yang mengunggah gambar atau video kegiatan sehari-hari, seperti video mengaji, atau video informasi trik berlari (D5).

Selain itu ada juga narasumber yang aktif berbagi informasi dengan mengilustrasikan ilmu yang didapatkan dari setiap kegiatan yang ia ikuti seperti workshop atau seminar (U1). Narasumber lain lebih sering mengunggah pdf atau gambar, seperti yang terbaru tentang RUU permusikan atau RUU tentang penghapusan kekerasan seksual (U4) atau tentang isu-isu politik yang sedang hangat diperbincangkan (U5).

3. Alasan mahasiswa lebih membaca berita/informasi di media sosial

Sebagian besar narasumber memiliki alasan kenapa mereka memilih media sosial sebagai sumber informasi dibandingkan televisi atau radio. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya; karena jaman sekarang media sosial seperti youtube sudah menjadi pengganti televisi (D1), sebab media sosial di nilai lebih menarik, cepat dan memudahkan dalam mengakses berbagai macam informasi,

media sosial juga di nilai lebih praktis, fleksibel dan lebih lengkap dibandingkan dengan televisi. Selain itu beberapa narasumber beralasan dengan mengakses media sosial mereka lebih banyak pilihan informasi (U2) karena media sosial lebih uptodate (U3) dan tidak terpaku dengan jadwal siaran seperti yang ada di televisi.

Tabel 2. Isi konten grup media sosial yang mahasiswa ikuti

Perbincangan biasa (%)	Kode	Informasi
50 %	D1 dan U5	50 %
90 %	D2	10 %
40 %	D3 dan D4	60 %
80 %	D5	20 %
70 %	U1	30 %
30 %	U2	70 %
60 %	U3	40 %
75 %	U4	25 %

Sumber : Data hasil wawancara diolah (2019)

Beberapa narasumber memiliki beragam isi konten dari grup media sosial yang mereka ikuti, secara umum narasumber lebih dominan mengikuti grup media sosial dengan isi konten perbincangan biasa (D1, D2, D5, U1, U3 dan U4). Sedangkan narasumber lainnya mengikuti grup media sosial dengan isi konten informasi (D1, D3, D4, U2 dan U5).

Persepsi Terhadap Berita/Informasi Hoax

1. Persepsi mahasiswa tentang berita/informasi hoax

Dalam melihat bagaimana persepsi narasumber terhadap informasi hoax, semua narasumber baik dari fakultas dakwah ataupun fakultas umum memiliki persepsi yang beragam dalam memandang informasi hoax seperti apa. Beberapa narasumber menyatakan bahwa hoax itu adalah informasi yang masih simpang siur, berita bohong dan tidak sesuai fakta dengan efek jangka panjang yang sangat besar (D1 dan D2), jika masyarakat sudah mempercayai informasi hoax maka bisa terjadi kebencian-kebencian bahkan sampai terjadi konflik sosial (D4 dan U2) padahal sang pembuat hoax itu tidak akan bertanggung jawab terhadap apapun yang terjadi pada masyarakat (U4).

Selain itu hoax dinilai tidak hanya berita bohong saja tetapi dengan melebih-lebihkan informasi juga sudah bisa disebut hoax (D3). Sebagian narasumber memberikan beberapa contoh mengenai hoax, seperti; kasus ratna sarumpaet (D2, U3, U4 dan U5) hoax tentang akan terjadi gempa bumi dahsyat (D4) hoax tentang adzan yang akan dilarang (D5), atau hoax mengenai isu politik yang sedang hangat-hangatnya diantara dua kubu saling serang menggunakan data bahkan datanya pun palsu atau hoax, (D5) seperti; hoax tentang isu Jokowi PKI, kasus HAM 98 yang dikaitkan dengan prabowo (U2, U3) atau soal yang tujuh kontainer surat suara tercoblos(U4).

2. Cara mahasiswa dalam membedakan berita/informasi hoax

Beberapa narasumber memiliki cara tersendiri dalam membedakan antara informasi hoax dan fakta, namun terdapat narasumber lain yang masih belum bisa membedakannya. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa hal, yaitu; narasumber menganggap informasi hoax itu masih membingungkan dan beritanya masih belum jelas untuk dipahami, sehingga narasumber kesulitan untuk membedakan mana informasi hoax dan fakta (D1 dan D2) oleh karena itu narasumber terbiasa mencari tahu dari orang-orang yang menjadi panutan mengenai informasi itu hoax atau fakta (D2).

Sebagian besar narasumber lainnya sudah dapat membedakan mana informasi hoax dan fakta, seperti; dengan mengakses informasi tidak hanya dari satu sumber dan selanjutnya harus mengkonfirmasi ke beberapa sumber lain yang lebih terpercaya atau narasumber membedakan berita hoax itu dari ciri-cirinya, seperti judulnya yang aneh-aneh, foto dan isi beritanya berbeda, atau tanggal dan waktu kejadiannya berbeda.

Analisis

Media sosial merupakan salah satu media yang banyak digunakan masyarakat pada zaman perkembangan teknologi, sebagai sumber informasi tercepat dan terbaru bagi orang-orang yang membutuhkan informasi. Saat ini remaja atau yang sering di sebut generasi

milennial lebih mengutamakan media sosial sebagai sumber informasi dibandingkan media lain. Hal itu dapat dibuktikan dari aktifitas narasumber dalam mengakses media sosial yang secara umum mereka bisa menghabiskan waktu 4-6 jam perhari. Dalam beraktifitas di media sosial narasumber sangat memanfaatkan segala macam fitur yang tersedia demi tercapainya tujuan mendapatkan segala macam informasi yang dibutuhkan, seperti dengan memanfaatkan fitur kirim pesan/chatting dan fitur panggilan suara atau video akan memudahkan mereka untuk menghubungi orang-orang terdekat.

Narasumber juga memanfaatkan fitur update status/gambar/video untuk menunjukkan eksistensi baik dalam wujud aktifitas sehari-hari ataupun mengshare berbagai macam informasi. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Van Dijk dalam Nasrullah (2015 : 11) bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Jenis informasi yang sering diakses merupakan wujud dari ketertarikan narasumber terhadap informasi yang ingin diperoleh. Dengan konsistensi dalam mengakses jenis informasi akan berimplikasi pada kualitas informasi yang di terima dan diinformasikan kepada orang lain. Jika di lihat dari jenis informasi, secara

dominan terdapat beberapa jenis informasi yang sering diakses oleh narasumber. Entertainment/hiburan menjadi salah satu informasi yang sering diakses narasumber, informasi hiburan menjadi saluran dalam menghilangkan rasa jenuh yang dirasakan narasumber dalam beraktifitas sehari-hari.

Selanjutnya informasi agama dapat menjadi sebuah instrumen narasumber untuk mengisi kekosongan ilmu keagamaan, sehingga dengan adanya informasi agama yang didapat akan memberikan kemudahan bagi narasumber untuk berkontribusi dalam membuat dan mengshare konten-konten keagamaan. Dan yang terakhir informasi sosial politik, kesadaran akan informasi ini sudah sangat dirasa penting oleh narasumber. Politik yang biasa dianggap tabu oleh remaja pada umumnya, ternyata bertolak belakang dengan para narasumber. Dengan banyak beredarnya isu politik Nasional akhir-akhir ini telah merubah mindset mereka bahwa politik itu merupakan hal yang penting untuk di ketahui, kesadaran itu didasari olehkeinginan narasumber agar tidak terjebak oleh informasi-informasi yang hanya mementingkan kepentingan elit-elit semata di kemudian hari.

Mengunduh dan mengunggah merupakan aktifitas yang biasa di lakukan oleh narasumber ketika mengakses media sosial. Dengan mengunduh narasumber bisa memperoleh berbagai macam informasi yang mereka butuhkan. Hal itu membuktikan bahwa narasumber terus berupaya untuk selalu memperbaharui informasi yang mereka ingin ketahui

secara berkala, sehingga perbendaharaan informasi yang mereka miliki akan selalu berimbang dan dapat dipercaya.

Oleh karena itu dengan semakin baiknya kualitas informasi yang diterima akan berdampak pada kegiatan menggunggah atau mengshare informasi yang dilakukan oleh narasumber, karena secara umum aktifitas mengunduh yang dilakukan selain untuk menambah informasi juga untuk mengshare informasi lanjutan, walau hanya sekedar merepost tetapi apa yang mereka lakukan telah menunjukkan kualitas bermedia sosial yang lebih baik dibandingkan remaja milenial pada umumnya.

Pemilihan media sosial sebagai sumber informasi telah menjadikan media sosial sebagai media informasi yang paling dimanfaatkan oleh narasumber dibandingkan dengan media informasi elektronik lainnya seperti televisi, radio dll. Hal tersebut ditegaskan melalui pernyataan narasumber bahwa saat ini media sosial sudah menjadi pengganti televisi. Media sosial dinilai lebih menarik, cepat, praktis, fleksibel dan lebih lengkap dibandingkan media lainnya.

Narasumber juga berpendapat dalam media sosial lebih banyak pilihan informasi karena informasi yang di share lebih up to date dan tidak terpaku dengan jadwal siaran seperti televisi. Beragam pernyataan narasumber tersebut sesuai dengan pendapat Susanto (2017 : 380) bahwa media sosial dalam lingkup media baru memiliki sifat yang fleksibel. Media baru merupakan media yang menawarkan digitilisasi,

konvergensi, interaktif, dan pengembangan jaringan dalam pembuatan pesan dan penyampaian pesan. Pengguna media baru memiliki kemampuan untuk menawarkan interaktifitas, memiliki pilihan informasi yang dibutuhkan, sekaligus mampu mengendalikan informasi yang dihasilkan sesuai yang diinginkannya.

Marak beredarnya informasi hoax yang ada di media sosial telah memperlihatkan persepsi yang kurang baik di mata narasumber terhadap beragam informasi yang beredar di media sosial. Hal ini dibuktikan oleh pernyataan narasumber yang menjelaskan bahwa hoax merupakan informasi yang bohong yang di ciptakan tidak sesuai dengan fakta yang ada sehingga memiliki efek jangka panjang yang sangat besar. Mereka menegaskan bahwa siapapun yang sudah mempercayai informasi hoax maka akan berdampak pada sikap intoleran dan saling membenci bahkan sampai terjadi konflik sosial. Padahal aktor intelektual pembuat hoax tidak akan bertanggung jawab terhadap apapun yang akan terjadi pada masyarakat. Menurut Ali (2017 : 93) Penyebarluasan berita *hoax*, jika tidak segera ditangani, akan dapat menjadi bom waktu yang berbahaya bagi kelangsungan dan ketenteraman masyarakat.

Oleh karena itu ke depan perlu adanya upaya edukasi literasi mengenai cara membedakan mana informasi hoax dan bukan, seperti apa yang dilakukan narasumber yang secara umum telah memiliki cara dalam membedakan mana informasi hoax dan fakta. Mereka

terbiasa mengakses informasi tidak hanya dari satu sumber informasi melainkan mengkomper informasi satu dengan yang lainnya agar dapat membedakan informasi tersebut hoax atau fakta. Semua itu dilakukan agar kualitas informasi yang mereka terima itu baik dan dapat meminimalisir dampak informasi hoax, agar media sosial menjadi sumber informasi yang lebih baik lagi untuk kedepannya.

Penutup

Berdasarkan paparan sebagaimana di atas dapat disebutkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Akifitas narasumber dalam bermedia sosial lebih kepada memanfaatkan fitur update status/gambar/video untuk menunjukkan eksistensi baik dalam wujud aktifitas sehari-hari ataupun mengshare berbagai macam informasi. Selain itu narasumber juga memanfaatkan fitur Stories and live dan fitur Like/love sebagai wujud kesukaan atau persetujuan terhadap postingan akun media sosial lain. Terakhir narasumber juga memanfaatkan fitur komentar dan fitur repost untuk memposting ulang segala macam konten yang dirasa baik dan dapat bermanfaat untuk orang lain.
2. Informasi yang sering diakses oleh sebagian besar narasumber yaitu tentang: entertainment/hiburan, agama, dan politik. Jenis agama menjadi informasi yang sering diakses karena media sosial telah menjadi media baru yang cukup efektif dalam menyampaikan konten-

konten dakwah, dengan segala macam keterbatasan siapapun dapat menyebarkan informasi kebaikan di media sosial, baik berupa tulisan, gambar ataupun video. Selain tentang agama, adapula tentang sosial politik menjadi yang paling sering diakses, karena tahun ini adalah tahun politik dimana informasi tentang isu-isu sosial politik sedang marak beredar di laman media sosial. Hal ini pun berdampak baik pada kepekaan generasi milenial terhadap proses berdemokrasi yang baik itu seperti apa. Terakhir informasi yang sering diakses yaitu tentang budaya yang narasumber yakini dapat menjadi penengah diantara panasnya komoditi politik dan identitas keagamaan yang akhir-akhir ini sering di eksploitasi berlebihan.

3. Narasumber mempersepsikan berita/informasi hoax adalah informasi yang masih simpang siur dan tidak sesuai fakta dengan efek jangka panjang yang sangat besar. Jika masyarakat sudah mempercayai informasi hoax maka bisa terjadi kebencian-kebencian bahkan sampai terjadi konflik sosial, padahal sang pembuat hoax itu tidak akan bertanggung jawab terhadap apapun yang terjadi pada masyarakat. Selain itu hoax dinilai tidak hanya berita bohong saja tetapi dengan melebih-lebihkan informasi juga sudah bisa disebut hoax.

Daftar Pustaka

- Ali, Mukti. *Melawan Hoax di Media Sosial dan Media Massa*, Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2017.
- Andriani, Dian. *Kampanye Sosial di Media Sosial (Studi Computer Mediated Communication pada Platform Crowdfunding KitaBisa.Com)*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017.
- Asmaya, Fela. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Perilaku Prosocial Remaja di Kenagarian Koto Bangun, Riau". *Jurnal Jom FISIP*, Vol. 2, No. 2, Oktober 2015.
- Banu, Tinto. 2015, *Peran Sosial Media dalam Penyebaran Berita*, diakses dari <https://socialmediaweek.org/jakarta/2015/02/24/peran-social-media-dalam-penyebaran-berita/> [Diunduh pada Tanggal 11 September 2018]
- Haenlein, Kaplan. "Users Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media", *Business Horizons*, 2010.
- Hamna, Dian Muhtadiah. "Eksistensi Jurnalisme di Era Media Sosial". *Jurnal Jurnalisa*, Vol. 03, No. 1, Mei 2017.
- Herdiyansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta Selatan: Salemba Humanika, 2012.
- Hutasoit, Hildayati Raudah. "Perpustakaan dan Penyebaran Informasi". *Jurnal Iqra*, Vol. 08, No. 02, Oktober 2014.
- Josina, *Medsos Jadi Andalan Milenial dalam Mengais Informasi*, diakses dari <https://m.detik.com/inet/cyberlife/d-3716740/medsos-jadi-andalan-milenial-dalam-mengais-informasi> [Diunduh pada Tanggal 11 September 2018]
- Juanda, Heri. "Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh". *Jurnal Peurawi*, Vol. 1, No. 1, Tahun 2017.
- Kuswana, Dadang. *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri, "Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan". *Buletin Psikologi*, Vol. 25, No. 1, 2017.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Rahmad. *Meraih Berkah dan Pahala Melalui Internet*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009.
- Savitri, Sheila. *Peranan Internet Sebagai Sumber Informasi*, Jakarta: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian, 2016.
- Shamad, Ishaq. "Pemanfaatan Teknologi Komunikasi dan Informasi dalam Pengembangan Dakwah". *Jurnalisa*, Vol. 03, No. 1, Mei 2017.
- Susanto, Eko Harry. "Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik" *Aspikom*, Vol. 3, No. 3, Juli 2017.
- Pertiwi, Wahyunanda Kusuma, 2018, *Riset Ungkap Pola pemakaian Medsos Orang Indonesia*, diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap->

pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia[Diunduh pada Tanggal 19 Oktober 2018]

Putri, Wilga Secsio Ratsja; Nurwati, Nunung; dan Budiarti S, Meilanny. “*Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja*”. Prosiding KS: Riset & PKM, Vol. 3, No. 1, 2016.