**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **. Konteks Penelitian**

 Komunikasi merupakan aktifitas dasar manusia. Melalui komunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan seharihari di rumah ditempat kerja, pasar, masyarakat, atau dimanapun manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi. Komunikasi begitu sangat penting dalam kehidupan manusia, karena harus diakui bahwa manusia tidak bisa hidup tanpa komunikasi karena manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, dengan berkomunikasi secara efektif maka, kegitan-kegitan yang sering dilakukan manusia bisa berjalan dengan baik. Tanpa adanya komunikasi dengan baik mengakibatkan ketidak teraturan dalam melakukan kegiatan sehari-hari baik itu di rumah maupun dalam suatu organisasi, perusahaan dan dimanapun manusia itu berada.

 Komunikasi terjadi dimana-mana dengan tujuan berbeda pula. Seperti dalam sebuah kelompok, organisasi, keluarga, antara dua orang ataupun komunikasi di dalam diri sendiri. Macam-macam komunikasi ini memiliki tujuan yang berbeda pula. Namun tujuan utama dari terjadinya komunikasi yaitu tersampaikannya pesan dari pengirim kepada penerima. Pesan itu baik berupa informasi maupun bujukan. Pengiriman pesan tersebut dilakukan melalui bermacam-macam cara dan alat. Melalui mulut ke mulut maupun menggunakan media atau dengan kata lain secara tertulis maupun lisan.

 Kehadiran sebuah media di belahan bumi manapun, baik cetak, elektronik, maupun internet telah banyak memberikan pengaruh sedikit banyak terhadap opini dan prilaku masyarakat. Bahkan, di tengah era globalisasi seperti saat ini,

keberadaan sebuah media justru semakin dibutuhkan sebagai sarana layanan informasi kepada masyarakat.

 Dalam konteks politik misalnya, media juga seringkali dipergunakan sebagai jalur utama dalam mengkomunikasikan program kerja, pesan politik, atau pembentukan image politik partai atau seseorang. Bahkan, hebatnya cara kerja media, seringkali dimanfaatkan oleh sekelompok orang untuk hal-hal yang tidak patut, seperti pembunuhan karakter, berita hoax misalnya.

 Fenomena media sosial di tengah zaman yang penuh inovasi teknologi komunikasi di dunia maya sangat berperan dalam aktivitas keseharian bersosial di masyarakat. Perkembangan teknologi komunikasi di ranah global saat ini sangat pesat. Perubahan ini tentunya memberikan dampak yang signifikan di berbagai bidang seperti sosial, ekonomi, pendidikan, dan bidang – bidang yang lainnya.

Media merupakan konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten. Ada ratusan saluran media sosial yang beroperasi di seluruh dunia saat ini, dengan tiga besar facebook, LinkedIn, dan twitter.

 Situs jejaring sosial hadir menjadi sesuatu yang digemari oleh banyak kalangan. Facebook merupakan salah satu contoh situs jejaring sosial yang paling digemari oleh hampir seluruh lapisan masyarakat begitu juga dengan pelajar. Facebook saat ini sudah menjadi sebuah fenomena baru. Banyak orang dalam sehari *log in* akun Facebook mereka lebih dari sekali.

 Facebook merupakan salah satu jejaring sosial yang banyak dinikmati oleh berbagai kalangan, baik kalangan muda maupun kalangan tua saat ini. Penggunaan facebook saat ini sangat berkembang pesat mengikuti gaya atau mode teknologi yang terus berkembang pesat. Pada mulanya komunikasi melalui internet hanya dapat dinikmati melalui *chatting room* dan sejenisnya, kemudian *social network* berkembang melalui tampilan yang lebih interaktif dan menggoda (contoh, *Friendster*) dan saat ini lebih disempurnakan lagi di dalam salah satu media komunikasi yang tampilannya lebih komplek seperti facebook.

 Fenomena media sosial adalah keniscayaan teknologi dan budaya, yang merupakan bagian dari evolusi penggunaan teknologi informasi. Secara prinsip, teknologi itu bebas nilai, sehingga teknologi bisa dipakai baik untuk hal yang positif maupun negatif, dilihat dari kacamata moral, etika, agama.

 Media sosial baru marak mulai menjelang tahun 2010, dan melonjak signifikan pemakaiannya hingga sekarang. Banyak yang bisa memanfaatkan media sosial untuk penyebaran konten positif, misalnya pendidikan, hubungan pemerintah dan masyarakat, penyebaran ajaran agama, peningkatan ekonomi.

 Namun harus diakui, media sosial tanpa menggunakan moral, etika, ajaran agama yang baik, justru bisa menjadi tempat yang subur bagi munculnya informasi fitnah, hasut, *hoax*, asusila. Peneliti mengamati, sejak Pilgub 2012, *Pilpres* 2014, hingga sekarang, media sosial juga menjadi ajang polarisasi antara kubu politik yang berseberangan. Polarisasi itu kadang ekstrem, karena melibatkan fitnah, hasut dan *hoax* yang sebenarnya jauh dari perintah agama, dan normal kesusilaan bangsa kita. Dari sisi norma kesusilaan dan kesopanan, perilaku menyebar *hoax* bertentangan dengan bertindak dan berperilaku jujur, berbicara hal-hal yang baik, menghormati orang lain.

 *Hoax* merupakan informasi yang direkayasa untuk menutupi informasi sebenarnya. Dengan kata lain *hoax* juga bisa diartikan sebagai upaya pemutarbalikan fakta menggunakan informasi yang meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya. *Hoax* juga bisa diartikan sebagai tindakan mengaburkan informasi yang sebenarnya, dengan cara membanjiri suatu media dengan pesan yang salah agar bisa menutupi pesan yang benar.

 Tujuan dari *hoax* yang disengaja adalah membuat masyarakat merasa tidak aman, tidak nyaman, dan kebingungan. Dalam kebingungan, masyarakat akan mengambil keputusan yang lemah, tidak meyakinkan, dan bahkan salah langkah. Perkembangan *hoax* di media sosial semula dilakukan untuk sarana pembulian. Namun, perkembangan selanjutnya, *hoax* dimanfaatkan sebagai alat black campaign di pesta demokrasi yang mempengaruhi persepsi pemilih.

 Penyebaran *hoax* di media sosial Indonesia, mulai marak sejak media sosial populer digunakan oleh masyarakat Indonesia. Ini disebabkan sifat dari media sosial yang memungkinkan akun anonim untuk berkontribusi, juga setiap orang, tidak peduli latar belakangnya, punya kesempatan yang sama untuk menulis. Beberapa orang yang tidak bertanggung jawab, menggunakan celah ini untuk menggunakan media sosial dalam konteks negatif, yaitu menyebarkan fitnah, hasut dan *hoax*. Hal ini semakin parah ketika musim pemilu. Media sosial, di satu sisi digunakan untuk ajang kampanye positif, namun banyak yang menggunakannya untuk kampanye negatif. Selain dunia politik, kekuatan *hoax* juga merambah ke masyarakat luas dengan menggunakan kedok agama. Mereka bisa merekrut sebanyak mungkin orang yang se-iman, dengan jalan menyebarkan *hoax* sebagai bagian dari perjuangan iman-Nya.



Gambar 1.1 Data Jenis Hoax

Sumber: Masyarakat Telematika Indonesia (*Mastel*) Tahun 2017

 Hoax sudah merajalela di media sosial. Puncaknya saat Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta tahun 2017 dimulai. Menurut data dari Mastel hoax paling sering ditemukan yaitu berkaitan dengan Sosial Politik. Suhu politik di negeri ini kembali memanas. Isu-isu politik kembali bertebaran baik di media sosial maupun media massa. Walau hajatan pilkada serentak ini terjadi di beberapa daerah namun pilgub Jakarta menjadi yang paling ramai dan panas. Pilkada rasa pilpres begitu istilahnya.

 Terlepas dari itu semua, peneliti mengikuti perkembangan politik dan pemilihan kepala daerah oleh partai-partai politik, terutama yang terjadi di Jakarta. Ada tiga pasangan calon yang sudah di umumkan oleh KPU DKI Jakarta, yaitu paslon Ahok – Djarot yang di usung oleh PDIP, Nasdem dan Hanura, Anies Baswedan – Sandiaga Uno yang di usung Gerindra dan PKS dan Agus Harimurti Yudhoyono – Sylviana Murni yang di usung oleh Demokrat dan PAN.

 Menilik ketiga kandidat calon Gubernur DKI tersebut, ketiganya bukanlah kader dari partai yang mengusungnya. Terutama untuk Ahok dan Anies yang notabene adalah calon Independen hampir semua partai melakukan mekanisme penyaringan calon gubernur dengan mengundang atau membuka pendaftaran bagi mereka yang ingin di usung oleh partai mereka. Partai-partai politik masih merasa *bargaining power* mereka dalam menentukan pemimpin di negeri ini tidak bisa di tandingi oleh kekuatan nonpartai. Pemilihan kepala daerah selalu menjadi peristiwa menarik terutama bagi masyarakat di wilayah atau daerah pemilihan dilaksanakan. Peraturan pelaksanaan pemilihan kepala daerah diatur pelaksanaannya berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 6 tahun 2005, dimana pemilihan adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat di Wilayah Provinsi kabupaten, kota berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 untuk memilih kepala daerah. Selanjutnya dijelaskan bahwa kepala daerah dan wakil kepala daerah adalah gubernur dan wakil gubernur untuk Provinsi, Bupati dan wakil bupati untuk Kabupaten, serta Walikota dan Wakil Walikota untuk kota.

**Program Cagub-Cawagub DKI yang Paling Diingat Masyarakat**

Tabel 1.1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nomor urut 1 | Nomor urut 2 | Nomor urut 3 |
| Agus Yudhoyono – Sylviana Murni | Basuki Tjahaja Purnama-Djarot Saiful Hidayat | Anies Baswedan-Sadiaga Uno |
| Program Rp 1 Miliar Untuk 1 RW | Program Kartu Jakarta Pintar dan Kartu Jakarta Sehat | Program yang Paling Diingat Masyarakat Responden Adalah Program Menciptakan Lapangan Pekerjaan dan KJP Plus |

Sumber : [Poltracking](http://indeks.kompas.com/tag/poltracking) Indonesia 2017

 Dalam pidato politiknya setelah menjadi calon gubernur DKI [Jakarta](http://www.merdeka.com/tag/j/jakarta/), [Agus Yudhoyono](https://www.merdeka.com/tag/a/agus-yudhoyono/) memaparkan 10 program unggulan. Salah satunya adalah memberi bantuan langsung tunai (BLT) bagi masyarakat yang tidak mampu. Program ini bahkan berada di urutan teratas dari sembilan program lainnya. Menurut Agus, BLT merupakan solusi untuk menekan angka kemiskinan sebesar satu persen dengan meningkatan daya beli rakyat, bantuan pada balita dan lansia. Selain BLT, Agus-Sylvi berjanji akan menggelontorkan dana 1 miliar per RW setiap tahunnya. Dana itu, kata dia untuk memberikan perhatian dan memberdayakan komunitas. Adapun jumlahnya tidak sama rata, tergantung besarnya kebutuhan.

 Sementara itu, pasangan Basuki Tjahaja Purnama-[Djarot](https://www.merdeka.com/tag/d/djarot-saiful-hidayat/) Saiful Hidayat mengaku akan melanjutkan program [Jokowi-Ahok](http://www.merdeka.com/tag/j/jokowi-ahok/) tahun 2012. Djarot mengatakan, meski dua kandidat lainnya menawarkan program-program baru, mereka tetap berkomitmen untuk menuntaskan program Jokowi- [Ahok](https://www.merdeka.com/tag/a/ahok/) hingga lima tahun ke depan. Salah satu program baru yang ditawarkan Ahok dan Djarot adalah soal KJP Plus. Menurut Djarot, kartu ini bisa digunakan untuk mendapatkan fasilitas Pemprov DKI. Misalnya lahan parkir dan bisa juga untuk Transjakarta, juga bisa macem-macem, bayar pajak PNB, dan sebagainya.

 Di pihak lain, pasangan calon nomor urut tiga, [Anies Baswedan](https://www.merdeka.com/tag/a/anies-baswedan/)- [Sandiaga Uno](https://www.merdeka.com/tag/s/sandiaga-uno/) mempunyai enam misi besar sebagai program unggulan. Namun, sama seperti dua kandidat lainnya, fokus tetap pada aspek pembangunan fisik dan pemberdayaan manusia (SDM). Fokus lainya, kata Anies adalah ketersediaan lapangan kerja, pengendalian harga bahan pokok, serta ketersediaan air bersih di Jakarta juga menjadi isu utama jika berhasil memenangkan Pilkada DKI 2017.

 Peristiwa Pemilihan Gubernur merupakan salah satu yang menjadi perhatian khusus bagi hampir setiap elemen masyarakat di suatu provinsi. Berbagai kepentingan membuat banyak pihak menaruh harapan atas gubernur terpilih. Gubernur pada Orde Reformasi ini tidak lagi ditentukan oleh elit politik di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) seperti pada Orde Baru, tapi sudah dipilih secara langsung oleh masyarakat. Pemilihan yang bersifat langsung, membuat interaksi antara yang dipilih dengan yang memilih menjadi hal yang menarik untuk diamati, khususnya tentang bagaimana komunikasi politik Calon Gubernur (cagub) dalam meraih suara untuk terpilih sebagai gubernur.

 Berdasarkan konteks penelitian diatas yang telah penulis paparkan, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai *“Fenomena Berita Hoax Sosial Media (Facebook) Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta”*

**1.2 . Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

**1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka fokus penelitian yang penulis paparkan, terdapat dua hal utama yang menjadi fokus dalam penelitian fenomenologi yakni :

1. *Textural description:* Apa yang dialami oleh subjek penelitian tentang sebuah fenomena. Apa yang dialami adalah aspek objektif, data yang bersifat faktual, hal yang terjadi secra empiris.
2. *Structural description:* bagaimana subjek mengalami dan memaknai pengalamannya. Deskripsi ini berisi aspek subjektif. Aspek ini menyangkut pendapat, penilaian, perasaan, harapan serta interaksi sosial subjek penelitian berkaitan dengan pengalaman itu.
	* 1. **Pertanyaan Penelitian**

Berikut ini adalah beberapa pertanyaan penelitian yang ingin penulis pecahkan, yakni :

1. Bagaimana Pemaknaan Bentuk dan Saluran Fenomena Berita *Hoax* Sosial Media (*Facebook*) Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta ?
2. Bagaimana Motif Penyebaran Berita *Hoax* di Sosial Media (*Facebook*) Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta ?
3. Bagaimana Interaksi sosial Masyarakat Jakarta tentang Fenomena Berita *Hoax* Sosial Media (*Facebook*) Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta ?

**1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

* + 1. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian, maka penulis merumuskan beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pemaknaan Bentuk dan Saluran Berita *Hoax* Sosial Media (*Facebook*) Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta ?
2. Untuk Mengetahui Motif Penyebaran Berita *Hoax* di Sosial Media (*Facebook*) Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta?
3. Untuk Mengetahui Interaksi sosial Masyarakat Jakarta tentang Berita *Hoax* Sosial Media (*Facebook*) Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta?

**1.3.2 Kegunaan Penelitian**

 **1.3.2.1 Kegunaan Teoritis**

Dalam penelitian ini, penulis memaparkan 2 (dua) jenis kegunaan penelitian yang kelak akan berguna di masa yang akan datang. Kegunaan pertama ialah kegunaan teoritis, dimana penulis berharap bahwa hasil penelitian penulis dapat berguna dalam memberikan tambahan wawasan mengenai kajian ilmu komunikasi dalam kaitannya dengan Fenomena Berita *Hoax* Sosial Media (*Facebook*) Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta, Penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan mengenai Fenomena Berita *Hoax* Sosial Media (*Facebook*) Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta.

 **1.3.2.2 Kegunaan Praktis**

Sementara kegunaan kedua ialah kegunaan praktis, dimana penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat berguna dalam penerapan praktis di kehidupan sehari – hari, khususnya bijak dalam memilah dan memilih informasi di media sosial. Diharapkan kepada masyarakat dapat mengetahui dengan adanya penelitian ini tentang Fenomena Berita *Hoax* Sosial Media (*Facebook*) Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta.

Gambar 1.2

**Bagan Kerangka Pemikiran**

**FENOMENA BERITA HOAX SOSIAL MEDIA (*FACEBOOK*) DALAM MENGHADAPI PEMILIHAN UMUM GUBERNUR DKI JAKARTA 2017**

**Teori Fenomenologi**

**Alfred Schutz**

**MOTIF**

**INTERAKSI SOSIAL**

**Bentuk :**

1. **Tulisan**
2. **Gambar**
3. **Video**

**Saluran**

1. **Sosial Media Facebook**

**Penyebab Motif Adanya Fenomena Berita Hoax Sosial Media (*Facebook*) Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta**

**Tindakan Masyarakat Dalam Menyikapi Berita Hoax**

**PEMAKNAAN BENTUK DAN SALURAN**