**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penelitian**

Perkembangan media *online* juga memunculkan yang nama nya media sosial seperti facebook, twitter, instagram dan lain – lainnya, yang dapat membuat masyarakat dapat mengetahui informasi dari belahan dunia. Namun sayangnya tidaklah semua informasi di internet adalah benar, baik itu melalui situs-situs berita media abal-abal dan juga melalui situs media sosial. Adanya media sosial ini juga dimanfaatkan oleh beberapa orang-orang yang tidak bertanggung jawab seperti maraknya penipuan yang dilakukan di berbagai media sosial, berbagai bentuk kejahatan dan bentuk kriminalitas lainnya yang muncul. Seperti penipuan berkedok online shop, pemberitaan yang tidak benar, kabar burung atau yang sering kita dengar dengan Hoax.

Hoax sendiri yaitu sebuah pemberitaan palsu atau usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengar untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut adalah palsu, yang biasanya digunakan dalam forum internet seperti facebook, twitter, blog, atau melalui aplikasi pesan instan seperti whatsapp, blackberry messager (BBM), bahkan dari perbincangan mulut ke mulut, dan masih banyak lagi. Salah satu contoh pemberitaan palsu yang paling umum adalah mengklaim sesuatu barang atau kejadian dengan suatu sebutan yang berbeda dengan barang/kejadian sejatinya. Suatu pemberitaan palsu berbeda dengan misalnya pertunjukan sulap; dalam pemberitaan palsu, pendengar/penonton tidak sadar sedang dibohongi, sedangkan pada suatu pertunjukan sulap, penonton justru mengharapkan supaya ditipu.

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

Semakin maraknya berita hoax yang tersebar di berbagai media terutama media sosial, karena orang lebih cenderung percaya berita hoax jika informasinya sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki orang tersebut, Secara alami perasaan positif akan timbul dalam diri seseorang jika opini atau keyakinannya mendapat apresiasi sehingga cenderung tidak akan mempedulikan apakah informasi yang diterimanya benar dan bahkan mudah saja bagi mereka untuk menyebarkan kembali informasi tersebut. Hal ini dapat diperparah jika si penyebar hoax memiliki pengetahuan yang kurang dalam memanfaatkan internet guna mencari informasi lebih dalam atau sekadar mencari fakta yang sebenarnya terjadi.

Perilaku penyebaran hoax melalui internet sangat dipengaruhi oleh pembuat berita baik itu individu maupun berkelompok, dari yang berpendidikan rendah sampai yang tinggi, dan terstruktur rapi. Menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara seseorang yang memiliki keahlian khusus dalam menggunakan search engine dengan orang yang masih baru atau awam dalam menggunakan search engine. Mereka dibedakan oleh pengalaman yang dimiliki. Individu yang memiliki pengalaman lebih banyak dalam memanfaatkan search engine, akan cenderung lebih sistematis dalam melakukan penelusuran dibandingkan dengan yang masih minim pengalaman (novice).

Berita hoax semakin sulit dibendung walaupun sampai dengan 2016 pemerintah telah memblokir 700 ribu situs, namun setiap harinya pula berita hoax terus bermunculan. Pada Januari 2017 pemerintah melakukan pemblokiran terhadap 11 situs yang mengandung konten negatif, namun kasus pemblokiran tersebut tidak sampai menyentuh meja hijau.

Banyaknya berita hoax yang tersebar di media sosial salah satunya adalah penyebaran berita hoax tentang lokasi razia di kota Bandung, ketika di gelar operasi zebra secara serentak di Indonesia pada tanggal 16-29 November 2016. Dalam berita tersebut menuliskan lokasi – lokasi yang akan di laksanakan razia oleh kepolisian kota Bandung salah satunya Jalan Setiabudi, Jalan Cipaganti dan masih banyak lagi. Banyak masyarakat yang percaya dan menyebarluaskan berita hoax ini melalui media sosial maupun aplikasi pesan instan seperti whatsapp, blackberry messager (BBM).

Kemajuan teknologi informasi komunikasi saat ini tidak hanya memberikan dampak yang positif tetapi juga memberikan dampak yang buruk. Penyampaian akan informasi begitu cepat dimana setiap orang telah dengan mudah memproduksi informasi, dan informasi yang begitu cepat tersebut melalui beberapa media sosial seperti  facebook, twitter maupun melalui aplikasi pesan instan seperti, whatsapp, line dan lain sebagainya yang tidak dapat difilter dengan baik.

Pentingnya informasi dan berita yang di dapat di media online membutuhkan dukungan dari pihak – pihak yang berperan dalam penyebaran informasi atau berita tersebut. Seberapa benar berita yang di sebarluaskan melalui media online maupun aplikasi pesan instan, jika masyarakat membaca berita tersebut dan mempercayai berita tersebut tanpa tau darimana asal berita itu dibuat dan siapa yang membuat berita tersebut, maka bisa saja berita tersebut tidak benar dan dapat menimbulkan provokasi, konflik, menyesatkan dan lain sebagainya yang sekarang lebih banyak dikenal sebagai berita hoax. Peran masyarakat dan media dibutuhkan sebelum menyebarluaskan berita atau informasi yang ada masyarakat harus mencari kebenaran dari berita tersebut, tidak mudah percaya terhadap berita yang tidak jelas. Media pun harus ikut membantu masyarakat mencengah penyebaran hoax dengan segera mengkonfirmasi berita itu benar atau hanya berita hoax.

Berita yang di sajikan oleh media *online* hanya membutuhkan hitungan detik sampai berita itu di upload dan di baca oleh masyarakat, berita yang disajikan oleh media *online* dalam waktu tidak lama ketika peristiwa berlangsung. Karena itu banyak media cetak dan media elektronik memanfaatkan media online sebagai media tambahan untuk menyampaikan berita kepada masyarakat luas. Masyarakat pun banyak yang beralih menggunakan media online karena berita – berita yang ada lebih lengkap dan cepat dan bisa di lihat melalui gadget.

Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori yakni media cetak, media elektronik, seiring dengan berkembangnya teknologi muncul media baru yaitu media *online*. Media *online* belakangan ini sudah ramai mewarnai media massa, dan menjadi pilihan dalam kebutuhan informasi berita. Kelebihan media *online* diantaranya yaitu diakses sangat mudah dan sangat cepat dalam menyampaikan berita, media *online* juga mempunyai audio visual dengan melakukan *streaming*. Media massa diyakini memiliki kekuatan yang maha dahsyat dalam mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku masyarakat. Bahkan media massa dengan mudah dapat mengarahkan masyarakat membentuk opini atau persepsi akan suatu peristiwa atau isu yang sedang berkembang di masyarakat. Media massa mampu mengarahkan, membimbing, dan mempengaruhi kehidupan di masa kini dan dimasa mendatang.

Era modern seperti sekarang manusia sangat haus akan informasi. Manusia yang merupakan makhluk sosial menjadikan informasi sebagai kebutuhan sehari-hari. Fasilitas yang dimiliki saat ini sangat mendukung untuk masyarakat agar berbondong-bondong untuk mendapatkan informasi. Perkembangan new media dengan berbagai konten informasi yang disediakan bagi penggunanya agar memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat, tetapi karena fasilitas yang mendukung juga dimanfaatkan oleh berbagai media massa dalam perannya menyampaikan informasi, edukasi, opini, dan ilmu pengetahuan kepada para pembacanya. Dalam mencukupi kebutuhan khalayak tersebut, media massa umumnya selalu aktif dalam memproduksi informasi yang cepat, hangat dan orisinil, maka dari itu media massa sangat berperan dalam kehidupan manusia.

Kemajuan ilmu pengetahuan terutama di dalam bidang teknologi khususnya di komunikasi, membuat cara memenuhi kebutuhan informasi tidak lagi harus bertatap muka (face to face), cara dan alat yang digunakan agar tetap bisa saling berhubungan melalui komunikasi yang tergolong canggih karena proses penyampaiannya melalui saluran yang disebut media massa.

Hakikatnya setiap manusia memerlukan informasi sebagai salah satu pemenuhan kebutuhan hidupnya. Kebutuhan akan informasi membuat setiap orang melakukan berbagai cara dalam mendapatkannya. Baik melalui proses interaksi dengan orang lain ataupun melalui media (interaksi media).

Proses komunikasi merupakan proses penyampaian pesan, baik berupa informasi, sikap atau emosi dari komunikator ke komunikan melalui media sehingga menghasilkan efek dan feedback. Komunikasi merupakan hal penting yang tidak bisa lepas dari seluruh bidang kehidupan. Tiap orang tentu pernah melakukannya, karena pada hakekatnya manusia adalah makhluk sosial yang selalu bergantung pada manusia lain. Kegiatan berkomunikasi perannnya sangat besar.

Saat berkomunikasi dengan orang lain, secara sadar atau tidak kita sudah memperoleh hal-hal yang berguna untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan karena mendapatkan ilmu tidak hanya dengan belajar tetapi dengan berkomunikasi dengan banyak orang bisa menambah informasi tentang berbagai hal.

Banyak definisi komunikasi bersifat khas, mencerminkan paradigma atau perspektif yang digunakan ahli-ahli komunikasi tersebut dalam mendekati fenomena komunikasi. Paradigma ilmiah (objektif, mekanistik, positivistik) yang penelaahannya berotrientasi pada efek komunikasi tampak dominan, mengasumsikann komunikasi sebagai suatu proses linier atau proses sebab akibat, yang mencerminkan pengirim pesan atau yang biasa disebut komunikator, sumber, pengirim untuk mengubah pengetahuan, sikap atau perilaku komunikate, penerima, pesan, sasaran, khalayak, decoder (atau yang dalam wacana komunikasi di Indonesia sering disebut komunikan) yang pasif.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti berusaha mengangkat permasalahan ini dengan mengambil Judul **“PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI BERITA HOAX LOKASI RAZIA KENDARAAN BERMOTOR DI BANDUNG”.** Studi kualitatif deskriptif berita hoax lokasi razia kendaraan bermotor di kalangan mahasiswa Universitas Pasundan, penelitian ingin mendeskriptifkan seperti apa persepsi masyarakat khususnya mahasiswa Universitas Pasundan dengan adanya berita hoax serta dapat memberikan gambaran dan pemaparan dari kasus yang diteliti nantinya.

Penelitian difokuskan pada bentuk-bentuk persepsi yang menjadi perhatian, yang dirasakan, dan yang direspon oleh kecenderungan masyarakat khususnya mahasiswa Universitas Pasundan terhadap berita hoax lokasi razia kendaraan bermotor di Bandung.

* 1. **Fokus dan Pertanyaan Penelitian**
     1. **Fokus Penelitian**

Berdasarkan pada penjelasaan yang ada pada konteks penelitian, maka masalah yang dapat menjadi perhatian utama peneliti yaitu: **“Bagaimana persepsi masyarakat terhadap berita hoax lokasi razia kendaraan bermotor di Bandung?”.**

* + 1. **Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan penjelasaan yang sudah dipaparkan sebelumnya pada konteks penelitian diatas, maka peneliti membuat pertanyaan dari fokus kajian diatas yaitu :

1. Bagaimana sensasi masyarakat pada berita hoax lokasi razia kendaraan bermotor di Bandung ?
2. Bagaimana atensi sosial masyarakat pada berita hoax lokasi razia kendaraan bermotor di Bandung ?
3. Bagaimana interpretasi masyarakat pada berita hoax lokasi razia kendaraan bermotor di Bandung ?
   1. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**
      1. **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menelaah lebih jauh mengenai bagaimana persepsi masyarakat mengenai berita hoax lokasi razia kendaraan bermotor di bandung khususnya kalangan mahasiswa Universitas Pasundan, serta Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk menyelesaikan program studi (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung jurusan Ilmu Komunikasi Bidang Kajian Jurnalistik adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui sensasi masyarakat pada berita hoax lokasi razia kendaraan bermotor di Bandung.
2. Mengetahui atensi sosial masyarakat pada berita hoax lokasi razia kendaraan bermotor di Bandung.
3. Mengetahui interpretasi masyarakat pada berita hoax lokasi razia kendaraan bermotor di Bandung.
   * 1. **Kegunaan Penelitian**
4. **Kegunaan Teoritis**
5. Sebagai pengembangan ilmu komunikasi khususnya konsentrasi Jurnalistik.
6. Mengembangkan pengetahuan dan kemampuan penelitian dalam menganalisa di kemudian hari mengenai media massa.
7. Hasil penelitian ini dapat melengkapi kelengkapan kepustakaan dalam bidang disiplin Ilmu Komunikasi khususnya yang berhubungan dengan media massa, serta dapat di jadikan informasi bagi pihak yang berkepentingan.
8. **Kegunaan Praktis**
9. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan yang berguna sebagai salah satu perbandingan antara materi yang di dapatkan di bangku kuliah dengan di lapangan.
10. Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan salah satu sumber pengetahuan dan bahan masukan serta pemikiran untuk menambah wawasan bagi masyarakat mengenai berita hoax lokasi razia kendaraan bermotor di Bandung.