**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Konteks Penelitian**

Informasi menjadi hal yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Setiap orang membutuhkan informasi untuk menunjang aktivitas mereka sehingga berupaya untuk mengakses informasi secepat mungkin. Sejalan dengan hal tersebut, teknologi pun mengalami perkembangan yang diikuti oleh munculnya internet. Internet menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan kita sehari-hari. Kita membutuhkan internet untuk berkomunikasi dan mengakses informasi serta untuk menyebarkan informasi kepada orang-orang.

Tidak melek terhadap informasi yang dibawa media menimbulkan berbagai permasalahan. Bagi anak-anak, tidak melek media mengakibatkan mulai dari kecanduan menonton tayangan televisi, bermain games *online*, *chatting* melalui media sosial, konten pornografi *internet*, *infotainment*, hingga berita kriminal. Anak-anak cenderung menginternalisasi pesan-pesan media dan mengintegrasikannya dalam pembentukan diri (Gupte penerjemah Herlina, 2004 : 24-27).

Semakin mudahnya akses internet dan kemajuan teknologi komunikasi membuat kita bisa saling berinteraksi satu sama lain menembus batas antarwilayah. Begitu juga berbagai berita lalu lalang di dunia internet dan bebas menyeruak ke *gadget* kita. Mulai dari berita olahraga, ekonomi, informasi bencana hingga berita politik, bahkan beragam tips gaya hidup sehat mewarnai lalu lintas informasi. Namun dari cepatnya arus informasi yang tersebar baik itu di media konvensional ataupun di internet, maka semakin sulit untuk memilah-milah mana berita informasi yang benar atau hanya sekedar *hoax.*

Akhir tahun 2016 sampai dengan awal tahun 2017 ini yang menjadi sorotan penulis terdapat fenomena yang sangat ekstrem berupa penyebaran berita *hoax* yang makin meningkat. Walaupun berita *hoax* sendiri bukan hal yang baru dalam dunia perpesanan. Banyak peristiwa-peristiwa tragis maha dahsyat yang terjadi di dalam sejarah manusia dipicu atau diperparah oleh produksi dan penyebaran berita hoax. Ambil contoh pembantaian manusia terbesar dalam sejarah dunia modern, yakni pembantaian kaum Yahudi di Eropa oleh rezim fasis Nazi-Hitler di Jerman pada dekade 1930an dan awal 1940an. Kala itu, Hitler dan Nazi-nya menyebarkan berita bahwa penyebab kekalahan dan dekadensi bangsa Jerman adalah akibat perbuatan orang-orang Yahudi yang rakus dan tidak bermoral. Hasil dari propaganda itu, jutaan orang Yahudi dibantai. (dikutip dari http://indoprogress.com/2017/01/kita-dan-berita-hoax/)

Bahkan bagi kehidupan pers yang rawan konflik di Sumatera Utara, tidak melek terhadap informasi yang dibawa media dapat mengakibatkan “Insiden Berdarah Protap”. Aksi unjuk rasa menuntut pembentukan Provinsi Tapanuli Utara (Protap) pada 3 Februari 2009 yang berakhir ricuh dan menewaskan ketua DPRD Sumatera Utara, Aziz Angkat. Keberpihakkan berita yang dimuat Surat Kabar Harian Sinar Indonesia Baru (SKH SIB) tentang tuntutan pembentukan Protap sebelum insiden dianggap sebagai provokator dan ikut bertanggung jawab atas peristiwa yang terjadi. Insiden ini mengakibatkan seruan DPRD kepada aparat kepolisian untuk membubarkan SKH SIB. Yayasan KIPPAS (Kajian Informasi, Pendidikan, dan Penerbitan Sumatera) bekerjasama dengan LSPP Jakarta menemukan bahwa berita di SIB memang memiliki kecenderungan memihak kepada kelompok pendukung Protap. Ketua pembentukan Protap, GM Panggabean, adalah pemilik SKH SIB, sehingga tidak mengherankan jika beritanya mendukung Protap. Pemanfaatan media massa untuk kepentingan politik segolongan orang mengakibatkan terjadinya kericuhan yang berujung maut. Jika saja masyarakat, terutama para pendemo yang ikut serta dalam insiden Protap melek terhadap informasi atau mampu mengenali provokasi yang dimuat dan memahami kepentingan pemberitaan informasi yang ada di belakangnya, tentu kerusuhan ini tidak perlu terjadi. Insiden ini akhirnya mendorong Yayasan KIPPAS mengadakan kegiatan pendidikan literasi media kepada kelompok-kelompok masyarakat (LSM) dan pekerja media (Tim Peneliti PKMBP dalam tesisClara, UGM 2016 : 2). Selain insiden semacam ini, tidak sedikit pula kita mendengar kabar seseorang diculik oleh kenalannya di *facebook*, mempercayai informasi hoax melalui aplikasi pesan instan, bahkan dengan mudah ikut menyebarkan informasi *hoax* tersebut.

*Hoax* dalam bahasa Inggris dapat berarti tipuan, menipu, berita bohong, berita palsu atau kabar burung . Jadi dapat ditarik simpulan bahwa *hoax* adalah kata-kata yang berisi ketidak benaran suatu informasi. Selain berupa tulisan, kita seringkali menjumpai berita hoax ditemukan dalam bentuk tayangan gambar, video maupun animasi yang dibuat dengan teknologi digital dan penuh rekayasa.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia “bohong adalah tidak sesuai dengan hal (keadaan dan sebagainya) yang sebenarnya” (2012 : 64). Menurut Assegaf, dalam Sumadiria dalam bukunya Jurnalistik Indonesia“berita dalam adalah laporan tentang fakta atau ide yang termassa, yang dapat menarik perhatian pembaca, karena sesuatu yang luar biasa, penting, mencakup sisi human interest seperti humor, emosi dan ketegangan”. (2005: 64-65).

Artinya bahwa berita merupakan informasi terkini yang faktual dan terdapat bukti kebenarannya yang kemudian bermakna dan menyangkur kepentingan publik. Berita yang benar adalah yang mencakupi unsure-unsur 5 W 1 H.

Seperti hal nya yang dikatakan oleh Mitchel V. Charnley dalam bukunya Effendy, Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi ”berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang tertarik atau penting, atau kedua-duanya bagi sejumlah besar penduduk. Pada penulisan berita mengandung unsur- unsur 5W + 1H *what* (apa), *who* (siapa), *where* (dimana), *when* (kapan), *why* (mengapa), dan *how* (bagaimana). (2003:131)

Berita *hoax* sering menyebar melalui media sosial (medsos) dengan menggunakan pesan berantai ataupun melalui SMS. Begitupun yang terjadi pada media sosial lainnya, seperti media *instagram* yang sejati nya sebagai sarana berbagi informasi berupa visual foto dan video yang sifatnya pribadi, namun tidak pelak juga menjadi tempat penyebaran berita *hoax.* Baru-baru ini pun kita mendengar terkait penyebaran berbagai foto KTP Elektronik palsu satu orang dengan foto sama namun identitas berbeda, yang kemudian di klarifikasi langsung oleh Menteri Dalam Negeri (Mendagri) Tjahjo Kumolo mengatakan bahwa "Info tim monitoring Pilkada Kemendagri dari Ditjen Dukcapil menjelaskan bahwa ketiga foto tadi palsu karena menggunakan data milik orang lain." (Liputan 6.com 05/02/2017)

Media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* adalah tempat di mana pengguna bisa bebas mengirimkan berita dan gosip-gosip terbaru. Karena kebebasan ini, tak jarang di antara mereka yang memanfaatkan celah tersebut sebagai ajang menyebarkan berita palsu alias *hoax*. Tujuannya pun beragam seperti memutarbalikkan fakta, memprovokasi kelompok tertentu, atau sekadar sarana monetisasi.

Media sosial instagram telah menjadi fenomena di masyarakat, salah satu informasi yang menarik di instagram adalah informasi politik, tidak hanya berbentuk tulisan, informasi tersebut disertai foto dan video unik sehingga kerap menjadi perbincangan di instagram, namun informasi-informasi tersebut tidak seluruhnya dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya atau disebut berita tipuan (*hoax*). Pejabat publik, politisi, anggota dewan adalah salah satu elemen yang menggunakan instagram untuk menginformasikan kebijakan, program kerja, dan kinerja yang telah dicapai.

*Instagram* dinilai sebagai media yang efektif untuk berkomunikasi dengan publik. Aspirasi, kritik, dan masukan dari masyarakat dapat dengan mudah disampaikan melalui instagram dengan waktu yang sangat cepat dan jangkauan yang luas. Media ini juga kerap dijadikan sumber berita dan informasi oleh publik, meskipun isi pesan yang muncul pada instagram tidak melalui *gate kepeer* seperti pada media massa, sehingga informasi yang diunggah pengguna kerap tidak sesuai dengan fakta sebenarnya.

Di ranah media sosial sendiri, terdapat sejumlah pelaku penindakan yang terjerat kasus ini. Salah satunya pelaku penyebaran berita *hoax* pasca demonstrasi 25 November terkait *rush money* atau penarikan uang besar-besaran di sejumlah bank.Penarikan uang besar-besaran itu, seperti dikutip Tempo.co (19/11/2016), menjadi viral di jejaring sosial. Sejumlah akun *facebook* mengunggah foto-foto antrean orang yang diduga tengah menarik dananya di sejumlah bank nasional. Isu ini mencuat setelah aksi demo 4 November 2016 berlangsung.

Peneliti sering menjumpai begitu mudahnya berita *hoax* menyebar karena tidak ada filter untuk menyaringnya. Sebelum kita menyebarkan suatu berita, sebaiknya dicek lebih dahulu kebenarannya. Jangan sampai karena ulah kita, justru ada pihak-pihak yang dirugikan.

Saat pemilihan kepala daerah seperti akhir-akhir ini, perang urat syaraf melalui media sosial untuk menyerang lawan politik begitu gencarnya bermunculan. Contoh terkini yakni kasus Buni Yani. Ia diseret menjadi tersangka karena kasus dugaan penyebaran informasi yang menimbulkan rasa kebencian berdasarkan SARA. Semuanya berawal dari status yang disebarkan melalui akun *facebook*. Tentu saja kasus ini menambah panjang deretan kasus warga sipil terkait berita *hoax*.

David Kushner, seorang penulis buku dan kontributor The New York Time mengemukakan pendapatnya terkait berita palsu (Jawa Pos, 4/12/2016). Dia mengungkapkan berita palsu hanyalah gejala. Penyakit sesungguhnya adalah berkurangnya keinginan mencari bukti, mempertanyakan sesuatu dan berpikir kritis. Penyakit inilah yang harus dicarikan obatnya.

Saat ini yang terjadi dalam masyarakat Indonesia adalah kemalasan dalam mencari kebenaran terhadap suatu berita yang beredar. Masih banyak masyarakat yang acuh tak acuh saat menerima suatu berita. Alih-alih mengecek kebenarannya, justru malah menyebarkan berita yang belum jelas kebenarannya.

Hal ini berdasarkan hasil penelitian dari *The World’s Most Literate Nations* (WMLN) perihal tingkat literasi dunia pada April 2016 yang menempatkan Indonesia di urutan buncit, posisi ke-60 dari 61 negara yang disurvei. Lebih tinggi satu tingkat dari pada Botswana, negara kecil di benua Afrika dengan penduduk yang hanya 2,1 juta jiwa.

Menurut Rochimah *et.al* dalam Tesisnya *Perencanaan Paket Pengembangan TIK pada Domain DS (Delivery and Support) dan ME (Monitoring AND Evaluation) Cobit* bahwa Literasi media adalah pendidikan yang mengajari khalayak media agar memiliki kemampuan menganalisis pesan media, memahami bahwa media memiliki tujuan komersial/bisnis dan politik sehingga mereka mampu bertanggungjawab dan memberikan respon yang benar ketika berhadapan dengan media (2011 : 28).

Pemakaian teknologi komunikasi selalu melahirkan perubahan sosial dalam masyarakat, pemakaian komputer untuk komunikasi telah menyebabkan orang lebih percaya pada informasi yang ada di komputer daripada kenyataan yang sebenarnya. Ketika mencari informasi di internet, mereka menciptakan alasan untuk mencari informasi yang baru lagi dan lagi. Mereka menyerahkan sebagian, atau bahkanseluruh otoritas diri mereka pada internet. Seorang individu pengguna teknologi komunikasi harus tahu persis apakah kelak perilakunya baik dan responnya proporsional. (Abrar 2003 : 36)

Internet yang saat ini dengan mudahnya diakses melalui ponsel cerdas atau smartphone sering kali membuat seseorang menjadi ketagihan sehingga tidak mengenal waktu untuk mengaksesnya. Hal-hal yang tidak menyenangkan dari kemudahan mengakses insternet ini yang menjadikan literasi media hal yang penting, karena mau tidak mau pengakses informasi yang harus diedukasi untuk dapat memanfaatkan internet dengan baik.

Jenkins *et.al* dalam bukunya Iriantara dengan judul Literasi Media: Apa, Mengapa, Bagaimana, bahwa penyebaran informasi, idealnya seseorang mampu melakukan apa yang dikatakan sebagai *appropriation* dalam teori literasi media baru, yaitu mampu menyadur informasi yang diterima di media baru secara legal dan etis. Mulai dari meminta izin menyebarkan, mencantumkan sumber yang dapat ditelusuri kebenarannya, sampai dengan memahami konsekuensi penyebaran tak terbatas yang dimungkinkan. (2009 : 24)

Terdapat aturan jelas terkait bagi pelaku penyebaran berita *hoax* yang menggunakan media massa yaitu dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Nomor 11 tahun 2008. Maka dari itu menjadi modal penting untuk melek terhadap informasi yang dibawa teknologi komunikasi, agar manusia akan memiliki otoritas dirinya, dan tidak akan terombangambing oleh ketidakpastian informasi yang saat ini banyak beredar. Seorang pengguna yang melek media akan berupaya memberi reaksi dan menilai suatu pesan media dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab (Zamroni &Sukiratnasari, 2011 : 84).

Mantan Kabid Humas Polda Metro Jaya, Kombes Rikwanto (Tribunnews.com, 20/11/2016) mengingatkan pelaku penyebaran berita hoax bisa terancam pasal 28 ayat 1 dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Pelakunya dapat dikenakan hukuman penjara enam tahun dan denda Rp 1 miliar. Peran aktif masyarakat dalam mencerna, mengecek kesahihan berita tentu sangat diperlukan.

Pentingnya untuk memahamiliterasi media, hal ini membantu untuk berpikir kritis dan meningkatkan kemampuan penyelesaian masalah yang kreatif sehingga mampu menjadi *consumer* dan produsen informasi yang bijaksana. Pendidikan media adalah bagian dari hak dasar setiap masyarakat di setiap belahan dunia, untuk secara bebas mengekspresikan dan memberi informasi yang benar, dan hal tersebut berperan penting dalam membangun dan mendukung demokrasi, tidak terlebih di kalangan siswa SMA Pasundan 2 Bandung sebagai calon genarasi penerus bangsa dalam kaitannya dengan aktivitas penggunaan media sosial.

Bertolak dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengetahui literasi media *internet* bagi kalangan siswa. Di samping itu peneliti ingin mengetahui penyebaran informasi *hoax* dengan fokus pada media sosial.

* 1. **Fokus Penelitian**

Berdasarkan pada konteks penelitian di atas, maka fokus dalam penelitian ini adalah bagaimana literasi mediadalam penyebaran informasi *hoax*. Khususnya pemahaman literasi media kalangan siswa SMA Pasundan 2 Bandung di media sosial *instagram*.

* 1. **Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana cara literasi media dalam penyebaran informasi *hoax* di media sosial *instagram* pada kalangan Siswa SMA Pasundan 2 Bandung?
2. Bagaimana motif Siswa SMA Pasundan 2 Bandung dalam penyebaran informasi *hoax* di media sosial *instagram*?
3. Bagaimana tindakan Siswa SMA Pasundan 2 Bandung dalam penyebaran informasi *hoax* di media sosial *instagram*?
   1. **Tujuan Penelitian**
4. Untuk mengetahui cara literasi media dalam penyebaran informasi *hoax* di media sosial *instagram* pada kalangan Siswa SMA Pasundan 2 Bandung.
5. Untuk mengetahui motif Siswa SMA Pasundan 2 Bandung dalam penyebaran informasi *hoax* di media sosial *instagram*.
6. Untuk mengetahui tindakan Siswa SMA Pasundan 2 Bandung dalam penyebaran informasi *hoax* di media sosial *instagram.*
   1. **Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan akan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut :

* + 1. **Manfaat Teoretis**

1. Bagi program studi Ilmu Komunikasi, penelitian ini diharapkanmampu memberikan kontribusi pada pengembangan penelitiandalam disiplin ilmu komunikasi khususnya pada bidang kajian fenomena sosial.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan sumber informasi serta dokumentasi untuk penelitian selanjutnya mengenaifenomena informasi berita dalam perkembangan ilmu komunikasi pada umumnya.
   * 1. **Manfaat Praktis**
3. Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui dan mendapatkan informasi atau gambaran tentang fenomena yang terjadi saat ini terkait penyebaran informasi *hoax* yang terjadi di media sosial.
4. Diharapkan menjadi bahan kajian juga khususnya bagi masyarakat luas untuk lebih cerdas dan kritis lagi terhadap informasi yang didapatkan ditengah-tengah berkembangnya dunia internet saat ini.
   1. **Kerangka Pemikiran**
      1. **Fenomenologi**

Panduan dasar dalam penelitian ini adalah teori fenomenologi. Fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman lansung.

Menurut Schutz**,** fenomenologi adalah Studi tentang pengetahuan yang datang dari kesadaran atau cara kita memahami sebuah obyek atau peristiwa melalui pengalaman sadar tentang obyek atau peristiwa tersebut. Sebuah fenomena adalah penampilan sebuah obyek, peristiwa atau kondisi dalam persepsi seseorang, jadi bersifat subjektif. Bagi Shultz dan pemahaman kaum fenomenologis, tugas utama analisis fenomenologis adalah merekonstruksi dunia kehidupan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri alami. Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa sebagai anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi. (Mulyana, 2008 : 63)

Alfred Schutz (1899-1959) dalam bukunya Kuswarno Fenomenologi *(Fenomena Pengemis Kota Bandung)* mengemukakan orang secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberi tanda dan arti tentang apa yang mereka lihat. Interpretasi merupakan proses aktif dalam menandai dan mengartikan tentang sesuatu yang diamati, seperti bacaan, tindakan atau situasi bahkan pengalaman apapun. (2009 : 18)

Menurut Schutz, dalam bukunya Soekanto dengan judul Beberapa Teori Sosiologi Tentang Struktur Masyarakat,cara orang mengkonstruksikan makna dari luar atau dari arus utama pengalaman ialah melalui proses tipifikasi. Dalam hal ini termasuk membentuk penggolongan atau klasifikasi dari pengalaman yang ada. Hubungan-hubungan makna diorganisir secara bersama-sama, juga melalui proses tipifikasi, ke dalam apa yang Schutz namakan “kumpulan pengetahuan” (*stock of knowledge*) (1993 : 69)

Kumpulan pengetahuan bukanlah pengetahuan tentang dunia, melainkan merupakan segala kegunaan-kegunaan praktis dari dunia itu sendiri. Persoalan pokoknya disini adalah bahwa setelah perkembangan tahap tertentu, kumpulan pengetahuan tersebut yang telah ditipifikasikan, yang terdiri dari dunia saja, juga dimiliki bersamasama orang lain. Setiap orang sama-sama memiliki pikiran/akal sehat, dunia yang diterima secara begitu saja, yang oleh Schutz (mengikuti Husserl) menyebutnya sebagai *“live world”*, yang merupakan dasar dari semua aktivitas-aktivitas sosial. Kemudian disusun dan mengubahnya dalam interaksi sosial lalu menurunkannya dari generasike generasi melalui proses sosialisasi yang dilakukan.

Penelitian fenomenologi justru berangkat dari perspektif filsafat, mengenai "apa" yang diamati, dan bagaimana cara mengamatinya. Adapun premis-premis dasar yang digunakan dalam penelitian fenomenologi adalah sebagai berikut :

1. Sebuah peristiwa akan berarti bagi mereka yang mengalaminya secara langsung.
2. Pemahaman objektif dimediasi oleh pengalaman subjektif.
3. Pengalaman manusia terdapat dalam struktur pengalaman itu sendiri. Tidak dikonstruksi oleh peneliti. (Kuswarno, 2009:21)

Memahami metodologi fenomenologi, akan lebih jelas dengan mengikuti pemikiran dari Alfred Schütz. Walaupun pelopor fenomenologi adalah Edmund Husserl, Schütz adalah orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial. Selain itu, melalui Schutz-lah pemikiran-pemikiran Husserlyang dirasakan abstrak pada masa itu dapat dimengerti. (Kuswarno, 2009:27)

Pada penelitian ini literasi media yang diteliti bertujuan mengekplorasi pengalaman manusia pada otoritas diri manusia terhadap konten media massa, apapun bentuknya. Sehingga penelitian ini menekankan pada bentuk pengalaman mahasiswa dalam memahami literasi media *internet* melalui media sosial *instagram* di kehidupan sehari-hari terhadap penyebaran informasi *hoax* serta kemudian membentuk kesadaran manusia dan aktivitas yang dilakukannya saat bertemu informasi di dalam media. Tidak hanya melihat atau mengamati perilaku bermedia dan menarik maknanya, melainkan menggali kesadaran informan penelitian dalam aktivitas bermedia mulai dari saat bertemu informasi sampai dengan menyebarkan informasi tersebut.

Inti dari pemikiran Schütz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schütz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari.

* + 1. **Literasi Media**

Teori literasi media diakui cukup unik, meskipun berbagai rumusan dan gerakan literasi media telah dilakukan dan tersebar diseluruh dunia, terjadi ketidakseragaman dalam mendefinisikan literasi media. Penelitian ini fokus pada literasi media baru atau berbasis *internet* maka teori yang digunakan adalah teori literasi media baru Jenkins *et.al* (dalam Iriantara 2009 : 22) yang merumuskan literasi media baru dengan dua belas inti kemampuan literasi media baru yaitu : *play, performance, simulation, appropriation, multitasking, distributed cognition, collective intelligence, judgment, transmedia navigation, networking, negotiation, visualization*. Terobosan yang dilakukan Jenkins dkk dengan dua belas inti kemampuan yang disyaratkan bersifat sangat teknis pada media baru. Contohnya pada kemampuan pertama yaitu *play*, yang artinya tidak hanya pada kemampuan mengakses, tetapi juga mengeksplorasi TIK yang dihadapi. Hal ini sangat sesuai dengan *platform* telepon pintar yang dapat menampung banyak aplikasi yang membutuhkan kemampuan masing-masing untuk menggunakannya, untuk memenuhi kebutuhan pengguna terhadap aplikasi tersebut. Selain itu, sifat teknis juga menyebabkan teori ini cukup praktis untuk mengukur literasi media seseorang terhadap media baru.Berikut penjelasan masingmasing 12 inti kemampuan ini:

1. *Play*

Kemampuan *play* disini diartikan sebagai kemampuan menggunakan. Menggunakan dalam artian tidak hanya sekedar mengakses, tetapi juga mengeksplor media baru yang digunakan. Menurut Jenkins, pengguna media baru wajib mengeksplorasi dan mengetahui seluk-beluk aplikasi media baru yang digunakan. Hal ini akan membentuk hubungan pengguna dengan pikiran, komunitas dan lingkungan di dalam gadget (interaksi di dalamnya) serta menambah pengetahuan pengguna. Dengan begitu, semakin banyak kita menggunakan media, semakin kita melek terhadapnya. Mengkonsumsi media akan menjadi sebuah proses pembelajaran kehidupan yang membentuk struktur pengetahuan, sebagai bentuk pemecahan masalah terhadap semua hal dalam kehidupan yang dapat dipelajari dalam kegiatan mengkonsumsi media. Pengguna media baru akan mengetahui fungsi, kelemahan, kelebihan, maupun cara penggunaan media baru tersebut, yang akan menciptakan kesadaran terhadap pengguna. Semakin mengenal media sosial melalui eksplorasi penggunaannya, semakin melek seseorang terhadap aplikasi media sosial seperti *facebook, twitter, instagram* dan lain sebagainya.

1. *Simulation*

Kemampuan *simulation* diartikan sebagai kemampuan untuk menginterpretasikan dan menyelewengkan informasi pesan media. Kemampuan ini dicanangkan Jenkins agar manusia dapat berdamai dengan lautan informasi. Kemampuan ini didapatkan melalui bereksperimen, berhipotesis, menguji dengan variabel update. Percobaan langsung seperti ini membuat manusia lebih paham, memperkaya pengalaman dan kemungkinan penemuan-penemuan baru, menguji teori melalui *trialand error* yang dilakukan, sebagaimana para pakar menemukan dan menyimpulkan sifat dunia virtual. Kesadaran akan pengalaman bersimulasi ini merupakan kelanjutan dari kesadaran aktivitas bermedia yang sudah dilewati pada kemampuan *play* atau menggunakan media. Semakin manusia melakukan simulasi media sosial, semakin melek manusia terhadap lautan informasi di dalam media sosial tersebut. Hal ini dikarenakan melalui *trial and error* yang dilakukan manusia mendapatkan pengalaman langsung, sehingga dapat mengidentifikasi mana yang benar dan mana yang salah seiring berjalannya waktu dan dapat mengenali mana informasi yang sebenarnya dibutuhkan. Maka dalam penelitian ini, peneliti menganalisa akan kemampuan mengenali kredibilitas informasi yang ditemui di media sosial *facebook, twitter* dan *instagram*, terbiasa memeriksa elemen pesan, membandingkan dengan konteks kekinian di dunia nyata dan menilai pesan tersebut.

1. *Performance*

*Performance* merupakan kemampuan untuk bermain peran atau mengadopsi alternatif identitas dalam tujuan improvisasi dan penjelajahan mempelajari sesuatu. Sesuatu yang dimaksudkan di sini adalah pengetahuan dan pengalaman seputar menggunakan media baru dengan menjalani peran-peran ini dapat menumbuhkan kekayaan pemahaman akan diri manusia itu sendiri dan peran sosialnya, termasuk cara mereka terkoneksi dengan orang-orang di lingkungan maya tersebut, sehingga membantu dan dapat diterapkan dalam kehidupan nyata. Kemampuan mengadopsi beragam identitas membuat manusia dapat memahami perspektif orang lain, peran lain, negara lain, saat lain (konteks), interaksi sosial, posisi sosial, baik di dunia nyata ataupun *virtual*. Oleh karena itu, semakin manusia menguasai kemampuan ini, semakin melek media manusia tersebut.

1. *Appropriation*

Kemampuan *appropriation* diartikan sebagai sebuah proses di mana manusia mengambil sebagian budaya dan menyatukannya dengan berbagai konten media. Bentuknya dapat berupa musik, *subtitle, fashion*, maupun *picture*. Semakin manusia menguasi kemampuan ini akan semakin melek media karena dari proses ini manusia mempelajari dan berpikir lebih dalam tentang budaya yang akan digunakan, etika dan implikasi legal dari mengkreasikan konten media. Kaitannya dengan penelitian ini adalah bahwa siswa mengerti dan paham akan kemampuan untuk menyadur informasi yang di dapatkan khususnya pada penyebaran informasi *hoax* yang terjadi di media sosial *facebook, twitter* dan *instagram* secara legal. Termasuk juga memahami konsekuensi dari penyebaran informasi yang belum tentu benar.

1. *Multitasking*

*Multitasking* adalah kemampuan memindai lingkungan dan mengalihkan fokus ke detail-detail elemen pesan. Ada dua hal yang harus diperhatikan dalam kemampuan ini. Pertama, *atensi* atau perhatian, yaitu kemampuan mengkritisi, menyaring informasi asing dan fokus ke rincian paling detail dari lingkungan informasi itu, sehingga mencegah keberlimpahan informasi dengan mengontrol informasi yang masuk ke dalam memori jangka pendek manusia. Kedua, memindai dan memetakan informasi ke dalam kategorinya masing-masing, sehingga dapat mengurangi masuknya informasi ke memori jangka pendek. Keduanya dipekerjakan oleh otak untuk memanajemen kendala memori jangka pendek secara cerdas dengan menyaring dan memetakan pesan/informasi yang masuk. Kemampuan multitasking meningkatkan metode memonitor dan merespon lautan informasi yang beredar di sekitar kita. Konteks dunia yang beralih cepat oleh hadirnya media baru melatarbelakangi kemampuan ini. Manusia harus dapat membedakan antara mengerjakan tugas dengan mengerjakan beberapa pekerjaan sekaligus (*multitasking*).

1. *Distributed cognition*

*Distributed cognition* adalah kemampuan berinteraksi dengan penuh makna dengan peralatan (media baru) yang memperluas kapasitas mental manusia. Yang dimaksud dengan interaksi penuh makna disini adalah menyadari peran masing-masing elemen dalam media baru atau dalam media sosial *facebook, twitter, instagram* misalnya. Sedangkan yang dimaksud dengan kapasitas mental adalah kapasitas menyelesaikan masalah yang terjadi dalam interaksi dalam media baru dan kemudian menerapkannya dalam kehidupan nyata sehari-hari. Sehingga perspektif kemampuan ini adalah membawa kecerdasan terdistribusi antara otak, badan dan dunia nyata.

1. *Collective intelligence*

*Distributed cognition* adalah kemampuan untuk menyatukan pengetahuan dan membandingkan pendapat dengan orang lain menuju tujuan bersama. Dalam media baru, seringkali terbentuk komunitas yang terjadi akibat ketertarikan akan suatu hal. Semisal komunitas atau group yang dibuat pada *platform* media sosial. Di dalam komunitas ini terjadi saling berbagi pengetahuan mengenai seputar hal yang digemari. Pengetahuan komunitas seperti ini merubah sifat konsumsi media, beralih dari bentuk media pribadi yang berpusat pada revolusi digital, menuju media sosial/komunal yang berpusat pada budaya *konvergensi* media. Dalam penelitian ini pun kemampuan untuk menyatukan pengetahuan yang didapat dari meida sosial dan pengetahuan yang di dapat dari sumber atau media lain sangant penting untuk menghindari pengaruh dari informasi *hoax* yang beredar. Dengan demikian mahasiswa dapat menyesuaikan diri dengan konvergensi media.

1. *Judgment*

*Judgment* adalah kemampuan mengevaluasi keandalan dan kredibilitas sumber-sumber informasi yang berbeda. Meskipun informasi dibagi dari orang-orang yang mempunyai ketertarikan yang sama (dalam komunitas misalnya), belum tentu informasi yang beredar didalamnya kredibel. Jenkins membandingkan *Wikipedia* dan *Encyclopedia Britannica* untuk menjelaskan hal ini. Hasilnya menunjukkan tingkat kredibilitas yang sama. Artinya, sumber terpercaya pun juga memiliki kemungkinan untuk cacat. Oleh karena itu manusia harus berpikir untuk membaca semua sumber informasi dari perspektif kritis. Manusia harus bisa membedakan yang fakta dari yang fiksi, argumen dari dokumentasi, kebenaran dari pemalsuan dan marketing dari pencerahan. Sudah keharusan juga bahwa kalangan mahasiswa menjadi kritis dan lebih memiliki kemampuan mengenali kredibilitas sumber informasi dengan bersikap kritis dan melakukan tindakan untuk membuktikan kredibilitas sumber informasi berita tersebut.

1. *Transmedia navigation*

*Transmedia navigation* adalah kemampuan untuk mengikuti aliran cerita dan informasi antara beberapa pengandaian. Dalam era konvergensi, konsumen menjadi pemburu dan pengumpul informasi, untuk menarik informasi dari beberapa sumber dan membuat sintesis baru. Oleh karena itu manusia harus mahir membaca dan menulis melalui gambar, teks, sounds dan simulasi. Cerita transmedia yang paling dasar adalah yang diceritakan di beberapa media. Kemampuan ini meningkatkan pembelajaran untuk memahami relasi antar sistem media yang berbeda.

1. *Networking*

*Networking* adalah kemampuan untuk mencari, menyintesis dan menyebarkan informasi. Dalam dunia di mana pengetahuan diproduksi secara kolektif dan komunikasi terjadi antar media, kapasitas untuk berjejaring muncul sebagai sebuah kemampuan sosial dan budaya. Kemampuan ini meningkatkan kemampuan untuk berselancar antar komunitas sosial yang berbeda. Partisipasi dalam komunitas sosial yang berskala besar menjadi investasidalam mengumpulkan dan mencatat data untuk pengguna lainnya. Keaktifan partisipasi dibutuhkan dan bergantung pada etos sosial untuk berbagipengetahuan. Yang lainnya bergantung pada analisis otomatis perilaku kolektif (dari faktor sosial dan psikologis).

1. *Negotiation*

*Negotiation* adalah kemampuan untuk melayari beragam komunitas, memahami dan menghargai beragam perspektif serta berpegang dan mengikuti berbagai norma di setiap komunitas. Arus komunikasi dalam media baru dapat membuat budaya berjalan dengan mudahnya. Manusia dapat membentuk komunitas bahkan tanpa saling mengenal sebelumnya, keberagaman budaya di dalamnya dapat menjadi permasalahan. Sehingga manusia akan membagun pemahaman tentang konteks keberagaman budaya yang terjadi dalam komunitas. Konteks ini dibaca melalui prasangka dan asumsi yang sudah ada pada masing-masing anggota (tidak semua orang dapat menerima keberagaman). Hal ini juga beresiko menimbulkan konflik nilai dan norma. Belum lagi permasalahan seperti munculnya grup games yang pemainnya merupakan gay atau lesbi. Oleh karena itu manusia harus dapat bernegosiasi untuk memahami berbagai perspektif, menghormati dan merangkul perbedaan pandangan, memahami perbedaan norma sosial, meredakan konflik dengan menyatukan pendapat. Dengan menguasai kemampuan ini juga manusia dapat mengenali konten media mana yang mengabadikan *stereotype* (ras, kelas, etnis, agama dan sebagainya) dan berkontribusi terhadap kesalahpahaman sehingga manusia tersebut tidak akan melakukannya (melek media). Negosiasi dalam hal ini adalah Kemampua nmerespon pesan dengan bijak, memahami dan menghargai perbedaan perspektif dan keberagaman nilai antar anggota kelompok komunitas ataupun individu dalam memahami penyebaran informasi *hoax*.

1. *Visualization*

*Visualization* adalah kemampuan untuk membuat dan memahami representasi visual informasi dalam tujuan mengekspresikan ide, menemukan pola-pola dan mengidentifikasikan trend. Visualisasi dalam penelitian ini dimaksud adalah dengan adanya penyebaran informasi *hoax* yang terjadi pada media sosial hendaknya di telusuri dulu kebenaran dan keaslian gambar tersebut.

Keduabelas kemampuan ini disaring kembali berdasarkan kebutuhan penelitian, yaitu berkaitan dengan kemampuan literasi media yang dibutuhkan dalam berinformasi dalam media sosial khususnya di *instagram*, di mana subjek penelitian adalah kalangan Siswa SMA Pasundan 2 Bandung dalam penyebaran informasi *hoax*. Oleh karena itu, hanya tujuh kemampuan literasi media yang digunakan sebagai unit analisis dalam penelitian ini, yaitu *simulation, appropriation, multitasking collective intelligence, judgment, negotiation* dan *visualization*.

* + 1. **Informasi *Hoax***

Menurut David Harley (2008) dalam buku *Common Hoaxes and Chain Letters* (dalam tesis Clara, UGM 2016) ada beberapa aturan praktis yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi *hoax* secara umum. Pertama, informasi *hoax* biasanya memiliki karakteristik surat berantai dengan menyertakan kalimat seperti "Sebarkan ini ke semua orang yang Anda tahu, jika tidak, sesuatu yang tidak menyenangkan akan terjadi”. Kedua, informasi *hoax* biasanya tidak menyertakan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis atau bisa diverifikasi, misalnya "kemarin" atau "dikeluarkan oleh..." pernyataan-pernyataan yang tidak menunjukkan sebuah kejelasan.

Kemudian yang ketiga, informasi *hoax* biasanya tidak memiliki tanggal kadaluwarsa pada peringatan informasi, meskipun sebenarnya kehadiran tanggal tersebut juga tidak akan membuktikan apa-apa, tetapi dapat menimbulkan efek keresahan yang berkepanjangan. Keempat, tidak ada organisasi yang dapat diidentifikasi yang dikutip sebagai sumber informasi atau menyertakan organisasi tetapi biasanya tidak terkait dengan informasi. Siapapun bisa mengatakan: "Saya mendengarnya dari seseorang yang bekerja di Microsoft” (atau perusahaan terkenal lainnya). Belum banyak literatur mengenai informasi *hoax* yang dapat ditemui peneliti. Harley sendiri membuat sebuah panduan untuk mengenali informasi hoax dan email berantai dikarenakan banyaknya laporan mengenai informasi *hoax* dan email berantai yang beredar, menimbulkan keresahan di masyarakat. Meskipun sudah dikonfirmasi, usang dan tidak relevan, informasi-informasi ini terus beredar, sehingga panduan untuk mengenali dan mengatasi *hoax* menjadi sangat penting. Ciri-ciri informasi *hoax* dan email berantai yang dikemukakan Harley (dalam tesis Clara, UGM 2016) sesuai dengan informasi *hoax* insiden berdarah protap dan juga *rush money* yang disebarkan di media sosial, yaitu memuat kalimat yang mengajak untuk menyebarkan informasi seluas-luasnya, tidak mencantumkan tanggal dan *deadline*, tidak mencantumkan sumber yang valid dan memakai nama dua perusahaan besar. Meskipun dalam informasi yang memuat tanggal pembuatan/penyebaran dan tanggal kadaluarsa informasi juga terkadang tidak dapat membuktikan bahwa informasi tersebut bukan *hoax*, keempat ciri-ciri ini setidaknya dapat membantu kita dalam memfokuskan lokus pemikiran kita ketika berhadapan dengan sebuah informasi. Sehingga idealnya kita harus bersikap skeptis terhadap setiap informasi yang ditemui sekalipun terlihat benar, lengkap, dan sangat meyakinkan. Harley (dalam tesis Clara, UGM 2016) mengatakan bahwa informasi *hoax* masih akan terus berkembang seiring dengan perkembangan kemajuan jaman.

**Gambar 1.1**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

Literasi Media dalam Penyebaran Informasi *Hoax* di Media Sosial *Instagram*

FENOMENOLOGI

(Alfred Schutz)

1. Motif
2. Tindakan

Kasus Informasi *Hoax*

TEORI LITERASI MEDIA BARU

Jenskin dkk (2009)

1. *simulation*
2. *appropriation*
3. *multitasking*
4. *collective intelligence*
5. *judgment*
6. *negotiation*
7. *visualization*

Media Sosial *Instagram*

**Sumber : Berdasarkan Olahan Peneliti dan Pembimbing (2017)**