

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi membawa sebuah perubahan dalam masyarakat. Penggunaan sarana media komunikasi saat ini telah berkembang begitu pesat dengan kemajuan teknologi komunikasi, dimana kita dihadapkan pada banyak pilihan untuk dapat menyampaikan atau mengakses informasi baik melalui media konvensional seperti media cetak maupun media elektronik dan yang paling berkembang saat ini adalah media online. Pemanfaatan internet saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, media internet tidak lagi hanya sekedar menjadi media berkomunikasi semata, tetapi juga sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari dunia bisnis, industri, pendidikan dan pergaulan sosial. Lahirnya media sosial menjadikan pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran baik itu budaya, etika dan norma yang ada. Media sosial memegang peran penting dalam kemajuan dan perkembangan suatu Negara. Semakin baik media sosial tersebut menyampaikan informasi-informasinya kepada masyarakat, maka semakin baik pula bagi pertumbuhan Negara tersebut. Hal ini karena masyarakat merupakan komponen utama bagi kemajuan dan perkembangan suatu Negara. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dengan berbagai kultur, suku, ras dan agama yang beraneka ragam memiliki banyak sekali potensi perubahan sosial. Dari berbagai kalangan dan usia hampir semua masyarakat Indonesia sudah menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana guna memperoleh dan menyampaikan informasinya.

Penggunaan media sosial pertama kali dilakukan melalui pengiriman surat elektronik pertama oleh peneliti ARPA (*Advanced Research Project Agency*) pada tahun 1971, yang berkembang melahirkan situs *GeoCities* tahun 1995 yang melayani *Web Hosting* yaitu layanan penyewa penyimpanan data *Webside* yang bisa di akses dimana saja. Kemudian lahir namanya situs jejaring sosial pada tahun 1997, pada tahun 1999 muncul situs untuk membuat *Blogger*, yang menawarkan penggunaanya bisa membuat halaman situs sendiri yang dapat membuat tentang hal apapun termasuk hal pribadi, tanpa mengeluarkan uang banyak dan kerja keras. Penggunaan media sosial bebas membuat pesan, mengedit,

menambahkan, memodifikasi tulisan, gambar dan video, grafik dan sebagainya. Semuanya dapat dilakukan sendiri tanpa membutuhkan bantuan orang lain, hal ini yang menyebabkan media sosial berkembang begitu pesat.

Adanya media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat. Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial (*social relationship*) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (*equilibrium*) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku di antara kelompok-kelompok dalam masyarakat. Perubahan sosial positif seperti kemudahan memperoleh dan menyampaikan informasi, memperoleh keuntungan secara sosial dan ekonomi sedangkan perubahan sosial negatif yang di timbulkan dari media sosial yaitu perubahan variasi cara hidup seseorang akibat dari adanya penemuan-penemuan baru dalam masyarakat, media sosial yang saat ini dapat merubah pola perilaku masyarakat menjadi lebih individu karena lebih mementingkan dunia maya dibandingkan dengan dunia nyata. Seperti yang kita lihat sekarang tidak jarang media sosial dijadikan media untuk menanamkan kebencian terhadap orang lain dengan mengunggah kata-kata atau gambar yang tidak etis sehingga terbangun rasa tidak senang dan benci terhadap seseorang, terutama bagi mereka yang memiliki posisi penting.

Dari sekian banyak media sosial saat ini yang sedang berkembang, salah satunya adalah Facebook. Facebook merupakan media sosial yang paling banyak digunakan oleh orang dewasa, remaja sampai anak-anak juga menggunakannya karena media sosial ini terbilang mudah digunakan. Facebook merupakan sebuah situs yang menghadirkan layanan jejaring sosial dimana pengguna dapat saling berinteraksi dengan para pengguna lainnya yang berasal dari penjuru dunia.

Penggunaan layanan media sosial pada tahun 2018 terus mengalami peningkatan. Berdasarkan laporan digital tahunan yang dikeluarkan oleh *We Are Social dan Hootsuite*, pertumbuhan media sosial pada tahun 2018 mencapai 13% dengan jumlah pengguna total mencapai 3 milyar. Dari angka tersebut, tahun 2018 para pengguna Facebook masih mendominasi jagat media sosial. Pengguna aktif

Facebook tercatat menguasai dua pertiga pasar dengan jumlah pengguna lebih dari 2,17 milyar. Kenaikan ini hampir 15% dibandingkan pada tahun sebelumnya. Berdasarkan data dari *We Are Social*, Indonesia menjadi Negara yang masuk dalam peyumbangan jumlah pengguna Facebook terbesar dan berada di urutan ke-empat secara global.

Hingga januari 2018, jumlah pengguna *Facebook* di Indonesia mencapai 130 juta akun dengan presentase 6% dari keseluruhan pengguna. Angka ini sekaligus mencatat nama Indonesia sebagai Negara di Asia Tenggara dengan jumlah pengguna *Facebook* paling banyak. Di bawah Indonesia, Filipina menempati urutan ke-enam dengan jumlah pengguna 67 juta akun. Disusul dengan Vietnam di urutan ke-tujuh dengan jumlah 55 juta akun dan di urutan ke-delapan ditempati oleh Thailand dengan jumlah 51 juta akun. Sedangkan jumlah pengguna Facebook terbanyak di pegang oleh India. Tahun 2018 penggunaannya mencapai 250 juta pengguna dengan presentase 12% dari jumlah total.

Facebook sendiri didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa *Harvard* kelahiran 14 Mei 1984 dan mantan murid *Ardsley High School* membuat situs jejaring sosial Facebook. Pada awalnya hanya di peruntukan bagi mahasiswa *Harvard College* saja, tetapi dalam dua bulan selanjutny, keanggotaannya diperluas ke sekolah lain di wilayah Boston (*Boston Collage, University Boston, MIT, Tufils, Rochester, Stanford, NYU, Northwrestren*) dan semua sekolah yang termasuk dalam *Ivy League*. Banyak perguruan tinggi lainnya yang di tambahkan berturut-turut dalam kurun waktu satu tahun selama peluncurannya. Akhirnya, orang-orang yang memiliki alamat *surel email* suatu universitas (seperti: *.edu, .ac, .uk*, dan lain-lain) dari seluruh dunia dapat juga bergabung dengan situs jejaring sosial ini.

Selanjutnya dikembangkan pula jaringan untuk sekolah-sekolah tingkat atas dan beberapa perusahaan besar. Sampai pada akhirnya, pada September 2006 Facebook mulai membuka pendaftaran bagi siapa saja yang memiliki alamat email. Pada waktu itu jumlah pengguna Facebook mulai bertambah. Sampai beberapa perusahaan besar seperti *Frienster, Viancom* bahkan *Yahoo* tertarik untuk membeli atau mengakusisi Facebook. Tapi semua tawaran tersebut ditolak oleh Mark Zuckerberg sebagai pendiri Facebook meskipun harga yang ditawarkan terbilang

fantastis. *Frienster* menawarkan 10 juta Us Dollar, *Viancom* 750 juta US Dollar, dan *Yahoo* menawarkan 1 Milyar US Dollar. Pada akhirnya, langkah yang diambil oleh Mark Zuckerberg untuk tidak menjual adalah langkah yang sangat tepat karena *Facebook* terus berkembang dan pada 2007 terdapat penambahan 200 ribu account terus perharinya. Lebih dari 25 user aktif menggunakan *Facebook* setiap harinya sampai pada tahun 2009.

Permasalahan yang timbul dari penggunaan media sosial saat ini adalah banyaknya hoax yang tersebar luas, bahkan orang yang terpelajar pun tidak bisa membedakan mana yang benar dan mana yang berita bohong. Penyebaran berita hoax tanpa dikoreksi maupun dipilih akan berdampak pada hukum dan informasi hoax pun telah memecah belah masyarakat. Hoax adalah suatu kata yang digunakan untuk menunjukkan pemberitaan palsu atau usaha untuk menipu atau mengakali pembaca untuk mempercayai sesuatu. Pemberitaan yang tidak berdasarkan kenyataan atau kebenaran (*nonfactual*) untuk maksud tertentu. *Hoax* bertujuan untuk membuat opini publik, menggiring opini publik, membentuk persepsi juga untuk *hufing fun* yang menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna internet dan media sosial. Tujuan penyebaran hoax beragam tapi pada umumnya hoax disebarkan sebagai bahan lelucon atau sekedar iseng, menjatuhkan pesaing (*black campaign*), promosi dengan penipuan, atau ajakan untuk berbuat amalan-amalan baik yang sebenarnya belum ada dalil yang jelas di dalamnya. Namun ini menyebabkan banyak penerima hoax terpancing untuk segera menyebarkan kepada rekan sejawatnya sehingga akhirnya hoax ini dengan cepat tersebar luas.

Dalam pengguna media sosial saat ini banyak sekali penyebaran informasi hoax yang menyebar luas, sehingga menarik untuk dikaji lebih mendalam tentang bagaimana “Pengaruh Media Sosial “Facebook” Terhadap Kesadaran Penyebaran Informasi hoax di Masyarakat”. Mengingat media sosial Facebook merupakan media sosial yang paling banyak di gunakan oleh masyarakat dalam penyebaran informasi hoax karena media sosial ini terbilang sangat mudah digunakan.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan judul yang di ajukan di atas, maka penulis dapat merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masyarakat tidak mengenal waktu bila sedang menggunakan media sosial.
2. Maraknya Penyebaran Informasi Hoax.
3. Kurang bijak dalam menggunakan media sosial Facebook.
4. Masyarakat belum memahami betul dampak positif dan negatif yang ditimbulkan dari media sosial Facebook.

C. Rumusan Masalah Penelitian

1. Apakah terdapat pengaruh penyebaran informasi hoax dalam penggunaan media sosial “Facebook” di lingkungan masyarakat?
2. Seberapa pengaruh penyebaran informasi hoax dalam menggunakan media sosial “Facebook” di lingkungan masyarakat?
3. Seberapa akurat informasi yang didapat oleh masyarakat dari media sosial “Facebook”?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini di laksanakan untuk memperoleh data dan informasi yang ada hubungannya dengan masalah yang akan dibahas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan memahami pengaruh dari informasi hoax dari media sosial “Facebook” di masyarakat.
2. Seberapa efektif pengaruh informasi hoax dari media sosial “Facebook” di masyarakat.
3. Mengetahui seberapa akurat informasi yang didapat melalui media sosial “Facebook”

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan di dapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis, peneliti di harapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta memperluas wawasan dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh peneliti selama perkuliahan di jurusan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pasundan Bandung.
- b. Manfaat Praktis, hasil peneliti diharapkan sebagai sumbangan pemikiran agar menjadi masukan dan krititikan terhadap permasalahan dalam Pengaruh Media Sosial “Facebook” Terhadap Kesadaran Penyebaran Informasi Hoax di Masyarakat.
- c. Manfaat bagi peneliti, hasil peneliti diharpan dapat menambah pengetahuan mengenai Pengaruh Media Sosial “Facebook” Terhadap Kesadaran Penyebaran Informasi Hoax di Masyarakat.
- d. Manfaat bagi pihak umum, hasil peneliti ini diharapkan memberikan manfaat dan berguna bagi pihak umum mengenai Pengaruh Media Sosial “Facebook” Terhadap Kesadaran Penyebaran Informasi Hoax di Masyarakat.

F. Definisi Operasional

1. Pengaruh

Pengertian pengaruh yaitu: “Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan dan perbuatan seseorang. Kamus besar bahasa Indonesia (2001, hlm. 849).

Pengaruh adalah “daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak kepercayaan dan perbuatan seseorang” (Depdikbud, 2001:845).

2. Media Sosial

Media sosial ialah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya Zarella (dalam Aditya, R. 2015:51).

3. Facebook

Pengertian Facebook adalah sebuah *web* jejaring sosial populer yang di luncurkan pada 4 Februari 2004. Facebook adalah sebuah *web* jejaring sosial yang memungkinkan para pengguna dapat menambah profil dengan foto, kontak, ataupun informasi personil lainnya dan dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan interaksi dengan pengguna lainnya <https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>.

Situs jejaring sosial adalah sebuah *website* yang tidak hanya menampilkan daftar koneksi sosial, tetapi juga menyediakan fitur-fitur dimana pengguna (*users*) dapat menampilkan diri mereka kepada pengguna yang lain Kim dan Lee (2011, hlm. 259).

4. Kesadaran

Kesadaran diri adalah kemampuan untuk mengenali perasaan dan mengapa seseorang merasakannya seperti itu dan pengaruh perilaku seseorang terhadap orang lain. Steven J. Stein, and Book, Howard E. (2003, hlm. 39)

5. Informasi Hoax

Sebuah pemberitaan palsu adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut palsu. Salah satu contoh pemberitaan palsu yang paling umum adalah mengklaim sesuatu barang atau kejadian dengan suatu sebutan yang berbeda dengan barang/kejadian sejatinya http://id.wikipedia.org/wiki/Pemberitaan_palsu

SISTEMATIKA

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Rumusan Masalah
- D. Tujuan Penelitian
- E. Manfaat Penelitian
- F. Definisi Operasional

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

- A. Media Sosial Facebook
 - 1. Definisi Media Sosial
 - 2. Sejarah Media Sosial
 - 3. Karakteristik Media Sosial
 - 4. Pengertian Facebook
 - 5. Sejarah Facebook
- B. Informasi Hoax
 - 1. Definisi Informasi Hoax
 - 2. Sejarah Informasi Hoax
 - 3. Jenis-jenis Informasi Hoax
- C. Masyarakat
 - 1. Definisi Masyarakat
 - 2. Ciri-ciri Masyarakat
 - 3. Syarat Fungsional Masyarakat
- D. Kerangka Pemikiran
- E. Hipotesis Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Metode Penelitian
- B. Desain Penelitian
- C. Subjek dan Objek Penelitian
 - 1. Subjek Penelitian

- 2. Objek Penelitian
- D. Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian
 - 1. Pengumpulan Data
 - 2. Instrumen Penelitian
- E. Teknik Analisis Data
- F. Prosedur Penelitian

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian
- B. Analisis Deskriptif Hasil Penelitian
 - 1. Identitas Responden
 - 2. Deskriptif Pengguna Media Sosial (Facebook)
 - 3. Deskriptif Kesadaran Penyebaran Informasi Hoax di Masyarakat
- C. Hasil Pengolahan Data Penelitian Menggunakan SPSS ver.25
- D. Analisis Vertikasi (Pengaruh X terhadap Y)
 - 1. Pengujian Normalitas
 - 2. Regresi Liner Sederhana
 - 3. Uji Hipotesisi
 - 4. Hasil Uji Kerelasi dan Kofisien Determinasi R^2
- E. Pembahasan Terhadap Temuan Penelitian

BAB V SIMPULA DAN SARAN

- 1. Simpulan
- 2. Saran

