

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

Kajian literatur ini berfokus pada penelitian terdahulu, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap, serta pembanding yang memadai sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai. Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

2.1.1 *Review* Penelitian Sejenis

Peneliti menemukan beberapa penelitian sejenis yang memiliki relevansi dengan penelitian yang peneliti lakukan. Beberapa literatur tersebut merupakan hasil penelitian yang dilakukan tiga orang peneliti, yaitu:

1) Penelitian pertama yang digunakan peneliti sebagai acuan adalah penelitian dari Orbit Al Azzam yang merupakan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan yang dilakukan pada tahun 2015 yang berjudul “Penggunaan Twitter Sebagai Media Literasi Politik Generasi Milenial”. Penelitian ini

menggunakan metode penelitian kualitatif dalam studi kasus dengan menggunakan teori *New Media* dan teori *Media Literacy*.

Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Orbit Al Azzam dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu kedua penelitian yang dilakukan ini menggunakan metode yang sama yaitu metode kualitatif dan sama-sama membahas topik yang sama yaitu mengenai media literasi.

Perbedaan pada kedua penelitian ini terdapat pada objek penelitian yang digunakan, objek penelitian yang dilakukan oleh Orbyt Al Azzam menggunakan media sosial twitter dan penelitiannya berfokus pada penelitian mengenai media sosial sebagai media pengetahuan atau literasi politik sementara pada penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan berbagai berfokus kemampuan literasi media ibu rumah tangga mengenai informasi hoax di social networking. Selain itu terdapat pula perbedaan teori, teori yang digunakan oleh Orbyt Al Azzam yaitu teori media baru dan literasi media sedangkan teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori/konsep *individual competence framework*.

2) Penelitian kedua yang digunakan peneliti sebagai acuan adalah penelitian dari Sonya Adelina yang merupakan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Sumatera Utara yang dilakukan pada tahun 2014 yang berjudul “Pemahaman Literasi Media Baru Terhadap Penyebaran Berita *Hoax* Di Sosial Media Instagram Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Sumatera Utara”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman literasi media baru terhadap penyebaran berita *hoax* di media sosial instagram pada kalangan Mahasiswa Universitas

Sumatera Utara. Metode penelitian ini yaitu metode korelasional, yang bertujuan menghitung hubungan pemahaman literasi media baru terhadap penyebaran berita hoax di media sosial instagram dengan teori pendukung antara lain, teori literasi media dan *new media*.

Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Sonya Adelina dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu sama-sama membahas literasi media mengenai informasi hoax di media.

Perbedaan pada kedua penelitian ini terdapat pada metode penelitian, penelitian yang dilakukan Sonya Adelina menggunakan metode penelitian Korelasional sedangkan penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu metode kualitatif selain itu perbedaan terdapat pada teori yang digunakan, penelitian yang dilakukan oleh Sonya Adelina menggunakan teori *new media* dan literasi media sedangkan teori yang digunakan di penelitian ini yaitu teori *Individual Competence Framework*.

3) Penelitian ketiga yang digunakan peneliti sebagai acuan adalah penelitian dari Mirda Rasinta BR Tarigan yang merupakan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Sumatera Utara yang dilakukan pada tahun 2017 yang berjudul “Tingkat Individual Competence Framework Ibu Rumah Tangga Penonton Sinetron Ikatan Cinta”. Metode penelitian ini yaitu metode kualitatif, untuk mengetahui bagaimana tingkat individual competence framework ibu rumah tangga penonton tayangan sinetron “Ikatan Cinta” di desa Suka Julu, Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara.

Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Mirda Rasinta BR Tarigan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu kedua penelitian yang dilakukan ini menggunakan metode yang sama yaitu metode kualitatif, subjek yang sama yaitu ibu rumah tangga dan sama-sama membahas media literasi dan menggunakan teori yang sama yaitu teori/ konsep *individual competence framework*.

Perbedaan pada kedua penelitian ini terdapat pada objek penelitian yang dimana peneliti menggunakan informasi hoax di social networking sebagai objek penelitian sedangkan objek penelitian yang dilakukan oleh Mirda Rasinta BR Tarigan yaitu sinetron ikatan cinta.

Tabel 2.1

Review Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Sub Judul	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1)	Orbit Al Azzam	“Penggunaan Twitter Sebagai Media Literasi Politik	Metode Kualitatif	- Metode penelitian (Kualitatif) - Membahas literasi Media	- Objek Penelitian - Subjek Penelitian - Teori yang digunakan

		Generasi Milenial”			
2)	Sonya Adelina	“Pemahaman Literasi Media Baru Terhadap Penyebaran Berita Hoax Di Sosial Media Instagram Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Sumatera Utara”	Metode Korelasional	- Topik (literasi media) - Objek penelitian	- Metode penelitian - Subjek penelitian - Teori yang digunakan
3)	Mirda Rasinta BR Tarigan	”Tingkat Individual Competence Framework Ibu Rumah Tangga	Metode Kualitatif	- Metode penelitian - Teori yang digunakan - Subjek Penelitian	Objek penelitian

		Penonton Sinetron Ikatan Cinta”			
--	--	---------------------------------------	--	--	--

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu dengan konsep lainnya. Kerangka konsep ini gunanya bagaimana kita dapat menghubungkan atau menjelaskan secara menyeluruh terhadap suatu objek yang akan dibahas. Kerangka ini terdiri atas beberapa konsep ilmu serta teori yang dipakai sebagai landasan penelitian. Kerangka konseptual didapat dari tinjauan pustaka yang dihubungkan sesuai dengan yang akan diteliti. Tinjauan pustaka ini berisi semua pengetahuan mengenai konsep dan lain-lain yang dapat membantu untuk menyusun kerangka pemikiran dalam penelitian.

2.2.1 Literasi Media

Literasi media berasal dari bahasa Inggris yaitu *Media Literacy*, terdiri dari dua suku kata Media berarti media tempat pertukaran pesan dari *Literacy* berarti melek, kemudian dikenal dalam istilah Literasi Media. Literasi media sering diterjemahkan dengan melek media, apabila dianalogikan dengan melek huruf maka literasi media diartikan tidak buta media. Literasi media diharapkan masyarakat dapat membedakan konten media yang bermanfaat dan yang menimbulkan mudharat bagi kehidupannya. Literasi media merujuk kemampuan

khalayak yang melek terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa (Tamburaka, 2013: 7).

Literasi media dapat dikatakan sebagai suatu proses mengakses, menganalisis secara kritis pesan media, dan menciptakan pesan menggunakan alat media (Hobbs, 1996: 20). Rubin (1998: 99) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan literasi media adalah pemahaman sumber, teknologi komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang dihasilkan, seleksi, interpretasi, dan dampak dari pesan tersebut.

Para pakar komunikasi/literasi media dan lembaga terkait dengan literasi media telah menguraikan definisi, diantaranya :

- 1) Baran & Dennis (2010) memandang literasi media sebagai suatu rangkaian gerakan melek media, yaitu: gerakan melek media dirancang untuk meningkatkan control individu terhadap media yang mereka gunakan untuk mengirim dan menerima pesan. Melek media dilihat sebagai keterampilan yang dapat dikembangkan dan berada dalam sebuah rangkaian-kita tidak melek media dalam semua situasi, setiap waktu dan terhadap semua media

- 2) Lawrence Lessig memandang sebagai kemampuan individu dalam Aktivitas nyata ketika berhubungan dengan media. Dia mengemukakan bahwa literasi media adalah kemampuan untuk memahami menganalisis dan mendekonstruksi pencitraan media. Center for Media Literacy merumuskan *media literacy* sebagai “kemampuan berkomunikasi secara kompeten

melalui semua media , baik elektronik maupun cetak” (Iriantara, 2009). Literasi media mencakup beberapa kemampuan,yaitu:Kemampuan mengkritik media,kemampuan memproduksi media,kemampuan mengajarkan tentang media,kemampuan mengeksplor sipembuatan media,kemampuan mengeksplorasi berbagai posisi, dan kemampuan berpikir kritis atas isi media

Secara garis besar Literasi media merupakan kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan pesan-pesan berbagai bentuk termasuk cetak dan non cetak. Dalam literasi media kita dituntut untuk secara kritis memahami sifat media, teknik yang digunakan oleh media, dan dampak dari teknik ini. Dengan kata lain, literasi media merupakan kemampuan untuk memahami dan menggunakan media secara aktif dan kritis.

Menurut Share, Jolls & Thoman (2005:14), ada lima konsep inti literasi media, yaitu:

- 1) Semua pesan media dikonstruksikan.
- 2) Pesan-pesan media dikonstruksikan dengan menggunakan bahasa yang kreatif dan dengan aturannya sendiri.
- 3) Orang-orang yang berbeda akan mengalami pesan-pesan media yang sama secara berbeda.
- 4) Media telah menanamkan nilai-nilai dan sudut pandang.
- 5) Banyak pesan media yang dikonstruksikan untuk memperoleh keuntungan atau kekuatan.

Dari defenisi yang dikemukakan baik oleh para pakar komunikasi dan lembaga penggiat literasi media, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam kurun waktu yang lama literasi media yang terbatas hanya pada kajian studi di perguruan tinggi kini sudah bergerak lebih maju lebih terorganisir/terlembaga dan generasi selanjutnya dalam menyentuh pada upaya mempersiapkan kemampuan literasi media setiap individu di masa yang akan datang.

2.2.2 Tujuan Literasi Media

Tujuan literasi media menurut Bajkiewicz, (2009:25) adalah untuk mengembangkan pemikiran kritis, mengembangkan keadaan kritis atas media, mengembangkan otonomi kritis, mengevaluasi, memilih makna, mengkaji autohorship dan penalaran. Oleh karena itu, tujuan literasi media adalah agar seseorang memiliki kemampuan untuk mengakses, menganalisis, dan mengevaluasi konten media sehingga menimbulkan pemikiran kritis. Berpikir kritis itulah yang menjadikan tameng utama seseorang dalam menganalisis sebuah isu atau informasi dari sesuatu yang disampaikan oleh media.

Selain itu literasi media juga mendorong munculnya pemikiran kritis dari masyarakat terhadap produk yang disajikan media dan literasi media juga memungkinkan terciptanya kemampuan untuk berkomunikasi secara kompeten dalam semua bentuk media, lebih bersikap proaktif dari pada reaktif dalam memberi makna terhadap produk beragam media (Ahmad Sihabudin, 2013:06). Dengan terwujudnya tujuan literasi media, khalayak tidak akan sempit pengetahuannya. Terlebih pada masyarakat awam yang bersifat apatis dan masih belum melek media.

2.2.3 Elemen-Elemen Literasi Media

Silverblatt (Raharjo, 2012:15) mengidentifikasi beberapa elemen yang menjadi dasar dalam literasi media, yaitu:

- 1) Kecakapan berpikir kritis yang memungkinkan khalayak mampu mengembangkan penilaian yang independen tentang isi media.
- 2) Pemahaman tentang proses komunikasi massa.
- 3) Kesadaran tentang dampak media terhadap individu dan masyarakat.
- 4) Strategi-strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan-pesan media.
- 5) Pemahaman tentang isi media sebagai salah sebuah teks yang memberikan pandangan ke dalam budaya dan kehidupan.

2.2.4 Komponen Literasi Media

Menurut Livingstone (2004), ia mengemukakan bahwa ada empat komponen dari literasi media, yaitu

- 1) *Acces* (Akses)
- 2) *Analyse* (Analisis)
- 3) *Evaluation* (Evaluasi)
- 4) *Content Creation*

Keempat komponen tersebut mendukung antar komponen yang lainnya. Dimana literasi media diungkapkan dengan belajar menciptakan keterampilan di

dalam analisis, kemudian dari analisis tersebut dapat mencoba mengevaluasi untuk mengembangkan kemampuan mengakses.

2.2.5 Karakteristik Literasi Media

Menurut Potter, (2014) mencatat sembilan karakteristik dari literasi media, atau deskripsi tentang apa yang dibutuhkan seseorang untuk berpikir dan bertindak agar dinilai melek media, yaitu:

- 1) Kecakapan dan informasi merupakan hal yang penting.
- 2) Literasi media adalah seperangkat perspektif di mana kita mengekspos diri terhadap media dan mengartikan makna dari pesan-pesan yang dikemukakan.
- 3) Literasi media harus dikembangkan.
- 4) Literasi media bersifat multi dimensi,
- 5) Literasi media tidak dibatasi pada suatu medium.
- 6) Orang yang melek media dapat memahami bahwa maksud dari literasi media yaitu kemampuan mengendalikan pesan-pesan yang menerpanya dan menciptakan makna.
- 7) Literasi media harus dikaitkan dengan nilai-nilai.
- 8) Orang yang melek media meningkat terpaan mindful-nya.
- 9) Orang yang melek media mampu memahami bahwa literasi media adalah sebuah kontinum, bukan lagi kategori.

2.2.6 Media Online atau New Media

Media Online merupakan sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (baca-komputer dan internet). Media Online adalah saluran komunikasi yang tersaji secara online di situs web (Website) internet. Semua jenis kanal (*channel*) komunikasi yang ada di internet atau hanya bisa diakses dengan koneksi internet disebut media online.

Secara bahasa (KBBI), media adalah alat atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Media juga berarti perantara, penghubung dll. Online dalam bahasa Indonesia disebut daring karenanya media online disebut juga media daring. Daring artinya “dalam jaringan”, yakni terhubung melalui jejaring komputer, internet, dan sebagainya.

Menurut *Business Dictionary* pengertian media online adalah media digital yang mencakup foto, video, dan musik, yang didistribusikan melalui internet.

1) Karakteristik Media Online

(1) Digital

Ciri khas atau karakteristik dari media baru yang pertama kali adalah digital. Maksudnya, semua data dan konten yang ada di dalam media baru sebenarnya merupakan data-data yang bersifat digital dan bukan fisik seperti layaknya media massa yang berupa koran, ataupun yang lainnya. Konten digital pada dasarnya adalah data komputer, atau data elektronik yang berupa angka-angka yang dapat diterjemahkan oleh

komputer atau perangkat keras yang dapat mengubah data tersebut dapat dipahami oleh pengguna komputer.

(2) Interaktivitas

Karakteristik kedua dari media baru adalah interaktif atau interaktivitas. Maksudnya, pada media baru memungkinkan semua orang, termasuk pembaca yang awam sekalipun dapat terlibat langsung dalam proses diskusi atau saling mengomentari sebuah berita atau sebuah komentar dari seseorang tertentu di dalam suatu berita tersebut. Tidak peduli apakah Anda orang ahli atau bukan, tidak peduli apa profesi Anda, dan tidak peduli apakah Anda sudah dewasa atau belum, ruang untuk terlibat dalam diskusi sangat luas karena terdapat fitur semacam komentar yang menyediakan akses untuk berinteraksi dengan media ataupun dengan orang lain.

(3) Hipertekstual

Karakter berikutnya adalah hipertekstual. Maksudnya, pada media baru terdapat hiperteks-hiperteks yang memungkinkan pengguna untuk mengakses konten yang lain dengan cepat melalui mengklik teks tersebut dengan menggunakan perangkat mouse ataupun dengan disentuh langsung pada gawai telepon genggam pintar. Adanya hiperteks membuat orang dapat dengan mudah berpindah konten, melakukan pencarian konten, dan lain sebagainya. Pada semua media baru, hiperteks pasti terdapat pada hampir setiap halaman yang dimiliki oleh media baru.

(4) Virtual

Media baru merupakan media virtual. Maksudnya, objek ataupun benda-benda yang kita klik, kita lihat dan seterusnya di media baru tidak memiliki objek fisik sebagaimana media massa yang lain seperti misalnya majalah, dan lain sebagainya. Identitas kita pun bisa dengan mudah kita buat dengan asal, ketika kita ingin berkomentar pada media tersebut. Dengan virtualisasi, kita dapat terhubung dan mengakses segalanya dengan mudah di dunia media baru.

(5) Simulasi

Simulasi merupakan sebuah representasi dari suatu peristiwa atau suatu kejadian, objek, atau hal lain yang dapat menambah pemahaman terhadap hal tersebut tanpa harus memasuki atau mengalami kejadian atau benda asli secara langsung. Dengan adanya virtualisasi dan teknologi digital, media baru dapat menghadirkan sebuah simulasi terhadap suatu objek atau suatu peristiwa tertentu. Infografis, video reka ulang yang dibuat dengan teknologi CGI misalnya adalah wujud dari simulasi media baru.

(6) Terhubung

Ciri khas berikutnya adalah terhubung, yang berarti baik konten ataupun pengguna di media baru dapat saling terhubung dengan media lain yang ada di internet. Misalnya, akun email yang terkoneksi dengan fitur media lain, atau akun sosial media yang dapat digunakan untuk berlangganan di salah satu media massa online, dan lain sebagainya.

Dengan demikian pengguna dapat menggunakan satu akun email untuk terhubung ke berbagai jenis media dan melakukan aktivitas komentar, membaca, berlangganan, dan lain sebagainya.

(7) Kecepatan

Karakteristik new media berikutnya adalah kecepatan. Kecepatan yang dimaksud di sini meliputi kecepatan akses dan kecepatan update berita yang dapat terjadi hampir setiap detik, sangat cepat apabila dibandingkan dengan media lama yang cenderung update paling cepat setiap satu hari.

(8) Diversifikasi Konten

Media baru juga menghadirkan sebuah variasi konten yang sangat luas. Tidak hanya berita berupa teks, akan tetapi berita berupa video reportase, gambar, infografis, *live broadcast* dan lain sebagainya dapat diakses secara langsung tanpa perlu berpindah-pindah dari satu situs, misalnya. Oleh karena itu setiap orang dapat menggunakan media baru untuk melakukan banyak hal.

(9) Akses Luas

Media baru yang memiliki media akses melalui internet, memungkinkan media ini untuk terhubung dan diakses oleh semua orang dari semua wilayah, dan semua orang dari kelompok umur. Oleh karena itu, penetrasi informasi media baru sangat luas. Walaupun terkesan menguntungkan, akan tetapi hal ini juga perlu di waspadai karena

informasi tertentu bisa diakses oleh orang yang tidak pantas mengakses informasi tersebut.

2.2.7 Social Networking

Social Networking atau media sosial menurut ahli komunikasi Varinder Taprial dan Priya Kanwar (2012) adalah media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial, atau menjadi sosial secara daring dengan cara berbagi isi, berita, foto, dan lain-lain. Jenis ragam *Social Networking* yang digunakan didominasi Facebook, Twitter dan Instagram.

1) Facebook

Facebook adalah sebuah situs jejaring sosial yang dipakai manusia untuk berinteraksi dengan manusia lain dengan jarak jauh. Facebook memiliki berbagai macam aplikasi tambahan seperti game, chatting, video chat, halaman komunal, dan lain-lain. Oleh sebab itu Facebook dianggap sebagai media sosial dengan fitur yang dianggap paling familiar dengan berbagai kalangan baik tua maupun muda. (Ega Dewa Putra, 2014:8)

2) Twitter

Twitter adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter.inc dan merupakan salah satu layanan jejaring sosial microblog daring yang memungkinkan para penggunanya untuk mengirim, menerima, dan membaca pesan berbasis teks yang jumlah karakternya mencapai 140 karakter, yang dikenal dengan sebutan kicauan (tweet). Di Twitter pengguna bisa menjalin jaringan dan dengan pengguna lain, menyebarkan informasi, mempromosikan pendapat/pandangan

orang lain, sampai membahas isu terhangat (trending topic) tweet menggunakan tagar/hashtag tertentu, misalnya #ayohidupsehat, atau #ayoindonesiabisa. (Nasrullah dan Rulli,2016:43)

3) Instagram

Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Pada aplikasi instagram, memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video ke dalam *feed* yang dapat diedit dengan berbagai filter dan diatur dengan tag dan informasi lokasi. Unggahan dapat dibagikan secara publik atau dengan pengikut yang disetujui sebelumnya. Pengguna dapat menyukai foto serta mengikuti pengguna lain untuk menambahkan konten mereka masuk kedalam beranda.

2.2.8 Informasi

Menurut Tata Sutabri, informasi adalah data yang sudah diklasifikasikan atau diolah dan diinterpretasikan untuk dipergunakan dalam pengambilan keputusan. Informasi memiliki fungsi penting dalam kehidupan manusia, terutama di era informasi saat ini. Adapun salah satu fungsi informasi adalah sebagai sumber berita, informasi disampaikan melalui media-media pemberitaan, seperti televisi, radio, *website/blog*, dan berita *daring*.

1) Macam-macam Informasi

Menurut Sasa Djuarsa dalam Pengantar Komunikasi (1999), mengutip pemahaman Fisher (1986), ia mengemukakan bahwasanya ada tiga macam variasi mengenai informasi. Diantaranya yaitu:

(1) Informasi mengacu kepada fakta atau data

Informasi yang seharusnya bernilai fakta atau data kerap dimanipulasi dan menjadi informasi yang bohong dan ini menjadi masalah di kehidupan masyarakat ketika dihadapkan dengan sebuah informasi.

(2) Informasi mengacu kepada makna data

Informasi yang mengacu kepada makna data artinya adalah bahwa informasi harus mempunyai makna yang dikandung. Maka suatu data dapat berbeda bagi para penerimanya. Umumnya masalah penafsiran suatu makna dapat berbeda difaktori dengan tingkat pengetahuan seseorang terhadap apa yang ditafsirkan.

(3) Informasi mengacu kepada jumlah data

Artinya informasi menunjukkan jumlah data mengenai ketidakpastian yang dapat diukur dengan cara mereduksikan atau mengurungkan sejumlah alternatif/pilihan yang tersedia.

Dari ketiga variasi informasi tersebut, bahwa informasi harus mengacu pada fakta, makna dan jumlah data yang benar. Namun hal ini sering disepelekan oleh seseorang yang menulis informasi hoax.

2) Bentuk-bentuk Informasi Melalui Internet

(1) *Undirected Viewing*

Pada bentuk ini digambarkan dengan seseorang yang mencari informasi dengan sebanyak-banyaknya dari berbagai sumber kemudian disaring sesuai dengan keinginan serta kebutuhannya.

(2) *Conditioned Viewing*

Pada bentuk ini seseorang yang mencari informasi di internet digambarkan dengan seseorang yang sudah mengetahui informasi yang dicari dan pencarian informasinya pun sudah jelas terarah

(3) *Informal search*

Pada bentuk ini, seseorang pencari informasi sudah mempunyai pengetahuan atas informasi yang dicari. Kemudian dalam bentuk ini, pencari informasi hanya ingin menambah pengetahuan atas topik tersebut.

(4) *Formal Search*

Pada *formal search*, biasanya seseorang yang berada dalam bentuk ini bertujuan untuk mencari informasi sesuai dengan kebutuhannya, baik itu secara detail maupun mencari solusi dari sebuah permasalahan yang dihadapi.

3) Informasi *Hoax*

Hoax merupakan informasi yang direkayasa untuk menutupi informasi sebenarnya. Dengan kata lain *hoax* juga bisa diartikan sebagai upaya pemutarbalikan fakta menggunakan informasi yang seolah-olah meyakinkan tapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya. Definisi lain menyatakan *hoax* adalah suatu tipuan yang digunakan untuk mempercayai sesuatu yang salah melalui *Social Networking*.

Hoax bertujuan untuk membuat opini publik, menggiring opini publik, membentuk persepsi juga untuk hating fun yang menguji kecerdasan

dan kecermatan pengguna internet. Namun banyak juga yang terpancing untuk segera menyebarkan kepada rekan sejawatnya sehingga akhirnya hoax ini dengan cepat tersebar.

Dari adanya informasi hoax tersebut memungkinkan untuk merubah persepsi masyarakat baik dari segi kognitif dan afektif. Dengan demikian, khalayak dapat terpengaruh oleh informasi hoax dengan begitu mudah tanpa dibentengi dengan tingkat kecerdasan dan kecermatan dalam ber*Social Networking*.

Menurut Harley (2008: 13-18) ada beberapa aturan praktis yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi hoax secara umum. Pertama, berita 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, berita 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, berita 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).

Lebih lanjut Harley menyebutkan bahwa kebanyakan berita *hoax* beredar dari niat baik untuk menunjukkan perhatian atau membantu orang lain. Tetapi ada juga berita *hoax* yang dimaksudkan untuk kesenangan personal ketika berhasil menipu orang lain. Yang penting mengenai berita *hoax* adalah penyebarannya ke publik, menyebar dalam jumlah yang luas. Untuk menghadapinya, seseorang harus berpikir kritis (bahkan skeptis) dengan mengeluarkan argumentasi semacam: "Bill Gates tidak akan masuk ke dalam barisan orang terkaya dengan memberikan uangnya sebagai hadiah kepada orang-orang yang mau menyebarkan email tentang dirinya". Jika seseorang menyebarkan informasi tanpa mengecek kebenarannya, Harley menilainya sebagai sebuah tindakan yang naif sekaligus malas. Hal ini sejalan dengan konsep literasi media yang mensyaratkan seseorang untuk berkomitmen menggunakan sudut pandang kritis dan meluangkan waktu untuk memeriksa kebenaran informasi yang ditemui.

Jenis-jenis informasi *hoax* diklasifikasikan sebagai berikut :

- (1) *Fake News* adalah berita yang berusaha menggantikan berita yang asli. Adapun tujuan jenis informasi ini untuk memalsukan dan memasukan ketidakbenaran dalam suatu berita.
- (2) *Clickbait* adalah tautan yang diletakan secara strategis di dalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik orang untuk masuk ke situs lainnya. Jenis ini mempunyai judul yang berlebih-lebihan

atau dipasang gambar yang menarik untuk memancing bagi pembaca

- (3) *Confirmation Bias* adalah bias informasi. Suatu kecenderungan untuk menginterpretasikan sebuah informasi dengan kepercayaan yang sudah ada.
- (4) *Misinformation* adalah informasi yang salah dan diperuntukan untuk menipu.
- (5) *Satire* adalah sebuah tulisan yang menggunakan kata-kata boombastis dalam hal ini mengomentari suatu kejadian yang sedang diperbincangkan.
- (6) *Post-truth* atau dengan kata lain pasca kebenaran ialah kejadian dimana emosi lebih berperan daripada fakta untuk membentuk opini publik.
- (7) Propaganda adalah aktivitas menyebar luaskan informasi, fakta, argumen, gosip, setengah kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik.

4) Hukum Berita *Hoax*

Sejalan dengan berkembangnya perkembangan teknologi komunikasi, muncul Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau kerap disebut dengan UU ITE. Undang-Undang ITE Nomor 11 tahun 2008 yang berbunyi bahwa “seseorang yang dengan sengaja menyebarkan berita bohong dipidana

dengan penjara paling lama 6 tahun/ denda paling banyak satu miliar rupiah”. Dalam pasal 28 (1), ini kata “bohong” dan “menyesatkan” memiliki arti yang berbeda, dimana pengertian “bohong” merupakan suatu perbuatan dimana informasi yang disebarkan baik berupa berita ataupun informasi lain adalah informasi yang tidak benar adanya, sementara kata “Menyesatkan” adalah meruakan dampak yang ditimbulkan dari perbuatan menyebarkan berita bohong tersebut.

2.3 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis adalah identifikasi teori-teori yang dijadikan sebagai landasan berfikir untuk melaksanakan suatu penelitian atau dengan kata lain untuk mendeskripsikan kerangka referensi atau teori yang digunakan untuk mengkaji permasalahan.

2.3.1 Individual Competence Framework

Kemampuan literasi media dapat diukur dengan menggunakan *Individual Competence Framework* dalam *Final Report Testing and Refining Criteria to Asseses Media Literacy Levels in Europa* tahun 2009 yang dilaksanakan oleh lembaga Riset *European Commission* dengan menyesuaikan indikator-indikator dengan indikator media baru. *European Commission*, dalam *Study of Assessmen*.

Criteria for Media Literacy Levels merumuskan dan mendefinisikan *Individual Competence* sebagai kemampuan seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan media. Diantaranya kemampuan untuk menggunakan

memproduksi, menganalisis, dan mengkomunikasikan pesan melalui media.

Individual competence ini terbagi menjadi dua kategori:

- 1) *Personal Competence*, yaitu kemampuan seseorang dalam menggunakan media dan menganalisis konten-konten media. *Personal competence* terdiri dari dua kriteria:

- (1) *Use (Technical Skill)* yaitu kemampuan teknik dalam menggunakan media. Artinya, seseorang mampu mengoperasikan media dan memahami semua jenis intruksi di dalamnya, *Use (Technical Skill)* ini mencakup beberapa komponen, yaitu:

Kemampuan menggunakan komputer dan internet

Kemampuan menggunakan media secara aktif

Kemampuan menggunakan internet secara *advace*

- (2) *Critical Understanding*, yaitu kemampuan kognitif dalam menggunakan media seperti kemampuan memahami menganalisis dan mengevaluasi konten media. Kriteria *Critical Understanding* adalah:

Kemampuan memahami konten dan fungsi media
(*Understanding media content and its functioning*)

Memiliki pengetahuan tentang media dan regulasi media
(*knowlage about media and media regulation*)

Perilaku pengguna dalam menggunakan media (*user behavior*).

Ada empat komponen literasi media yang berhubungan dengan *critical understanding competences*.

- 1) Pertama berhubungan dengan aspek kognitif yaitu kemampuan untuk menganalisis pesan dan memahami pesan dan memahami maknanya saja.
- 2) Kedua yaitu berhubungan dengan kemampuan untuk mengelompokkan isi pesan media media dan tidak hanya memahami maknanya saja.
- 3) Ketiga yaitu kemampuan seorang individu untuk mengevaluasi konten media. Aspek ini berhubungan dengan penilaian seseorang individu pada konten media. Apakah konten tersebut bisa di percaya atau tidak? Berkualitas atau tidak?
- 4) Keempat yaitu kemampuan seseorang seseorang individu untuk secara kritis mengevaluasi media. Kemampuan ini memungkinkan pengguna media untuk mengevaluasi secara keseluruhan sistem media dan fungsi dari media. Mulai dari regulasi, peraturan pemerintah, norma dan kepemilikan media dan hal lain yang berhubungan

(2) *Sosial Competence*, yaitu kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dan membangun relasi sosial lewat media serta mampu memproduksi konten media. *Social competence* terdiri dari *communicative abilities*, yaitu kemampuan komunikasi dan partisipasi melalui media. *Communicative*

abilities ini mencakup kemampun untuk membangun relasi sosial serta berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat melalui media. Selain itu *Comumunicative abilities* ini juga mencakup kemampuan dalam membuat dan memproduksi konten media yaitu:

Kemampuan berkomunikasi dan membangun relasi sosial melalui media

Kemampuan berpartisipasi dengan masyarakat melalui media

Kemampuan untuk memproduksi dan mengkreasikan konten media. (*Euro-pean Commission, 2009 :7-11*).

Selanjutnya *European Commission* juga mengkategorikan tingkat kemampuan literasi media (*individual competence*) kedalam tiga kategori yaitu:

Tabel 2.2

Tingkat Individual Competence Framework

<i>Level</i>	Deskripsi Kemampuan
<i>Basic</i>	Individu memiliki seperangkat kemampuan yang memungkinkan penggunaan dasar media. Individu dalam tingkatan ini masih memiliki keterbatasan dalam penggunaan media internet. Pengguna mengetahui fungsi dasar, dan digunakan untuk tujuan-tujuan tertentu tanpa arah yang jelas. kapasitas pengguna untuk berpikir secara kritis dalam menganalisis informasi yangditerima

	<p>masih terbatas. Kemampuan komunikasi melalui media juga terbatas.</p> <p>Persentase untuk tingkat kemampuan basic ini adalah 0 - 40%.</p>
<i>Medium</i>	<p>Individu sudah fasih dalam penggunaan media, mengetahui fungsi dan mampu melaksanakan fungsi-fungsi tertentu, menjalankan operasi yang lebih kompleks. Pengguna media internet dapat berlanjut sesuai kebutuhan. Pengguna mengetahui bagaimana untuk mendapatkan dan menilai informasi yang dia butuhkan, serta menggunakan strategi pencarian informasi tertentu.</p> <p>Persentase untuk tingkat kemampuan medium ini adalah 41-70%</p>
<i>Advanced</i>	<p>Individu pada tingkatan ini sangat aktif dalam penggunaan media, menjadi sadar dan tertarik dalam berbagai regulasi yang mempengaruhi penggunaannya. Pengguna memiliki pengetahuan yang mendalam tentang teknik dan bahasa serta dapat menganalisis kemudian mengubah kondisi yang mempengaruhinya. Dapat melakukan hubungan komunikasi dan penciptaan pesan. Dibidang sosial, pengguna mampu mengaktifkan kerjasama kelompok yang memungkinkan dia untuk memecahkan masalah.</p> <p>Persentase untuk tingkat kemampuan advanced ini adalah 71-100%</p>

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah hasil pemikiran rasional yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang dicapai serta perumusan kerangka pemikiran merupakan bahan yang akan menuntun dalam merumuskan hipotesis penelitian. Pada penelitian kualitatif, kerangka pemikiran sebagai dasar pemikiran dalam melakukan sebuah penelitian. Kerangka penelitian digunakan bukan untuk menguji teori tetapi hanya sebagai panduan dalam penelitian agar dapat tetap berfokus pada masalah yang diteliti.

Literasi media adalah suatu istilah yang dapat digunakan sebagai jawaban atas maraknya pandangan masyarakat mengenai pengaruh dan dampak yang timbul akibat isi dari *content* media dimana cenderung negatif dan tidak diharapkan. Sehingga perlu diberikan suatu kemampuan, pengetahuan, kesadaran dan keterampilan secara khusus kepada khalayak sebagai pengguna media.

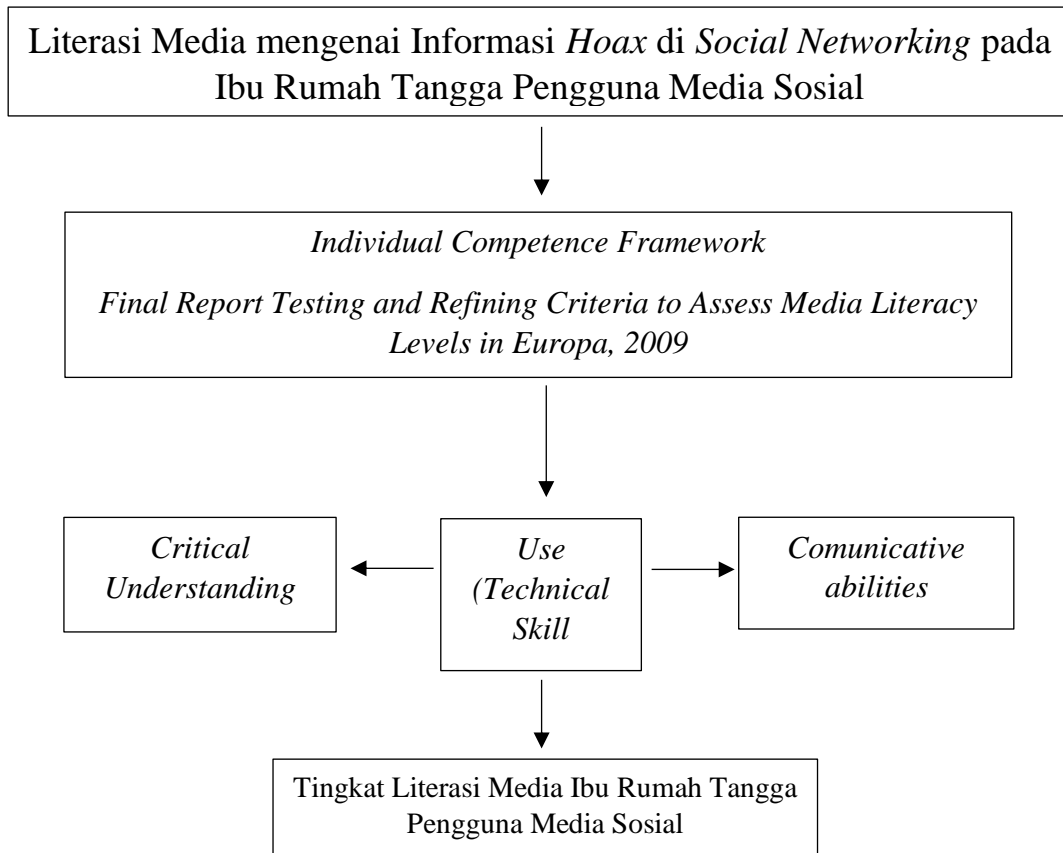
Bagi individu kemampuan literasi media khususnya di media baru menjadi suatu kompetensi yang harus dimiliki, mengingat terlalu cepat persebaran informasi dan beragamnya informasi yang tersebar luas dimasyarakat sehingga mengakibatkan limpahan informasi yang dibarengi oleh perkembangan teknologi informasi.

Mengukur suatu kemampuan literasi media pada seseorang dapat menggunakan *Individual competence framework*. Metode ini adalah cara yang digunakan oleh *European commission* untuk pegujian literasi media pada Negara-negara di Eropa.

Untuk mengukur suatu kemampuan literasi media pada seseorang dengan menggunakan *Individual competence framework* ini yaitu dengan melihat indikator-indikator yang terbagi menjadi dua kategori. Pertama kita harus mengetahui *Personal Competence* atau kemampuan seseorang dalam menggunakan media dan menganalisis konten-konten media. Kriteria dari *Personal Competence* yang pertama adalah apakah seseorang memiliki *Use (Technical skill)* atau kemampuan teknik dalam menggunakan media, kriteria yang kedua yaitu apakah seseorang memiliki *Critical Understanding* atau kemampuan kognitif dalam menggunakan media seperti kemampuan memahami, menganalisis dan mengevaluasi konten media. Kategori yang kedua yaitu mengetahui *Social Competence* yaitu kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dan membangun relasi sosial lewat media serta mampu memproduksi konten media, kriteria dalam kategori kedua ini yaitu apakah seseorang memiliki kemampuan komunikasi dan partisipasi melalui media atau bisa di sebut sebagai *communicative abilities*. Dari dua kategori yang mencakup tiga kriteria tersebut yang terdapat pada teori *Individual competence framework* ini maka, kita dapat mengetahui bagaimana literasi media pada ibu rumah tangga pengguna media sosial mengenai informasi hoax di social networking.

Gambar 2.1

Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber : Modifikasi Peneliti,2022