

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu dasar bagi penulis dalam melakukan peninjauan untuk memperkaya bahan serta teori yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Melihat dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan judul yang sama dengan judul yang diusung. Dengan itu, penelitian terdahulu membantu penulis untuk dapat memposisikan keaslian penelitian. Beberapa penelitian yang diangkat oleh penulis dimaksudkan sebagai bahan referensi dan rujukan agar mendapat gambaran dan sudut pandang akan keterkaitannya dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Mengutip beberapa rujukan yang diambil peneliti sebagai referensi untuk mendapatkan gambaran dan keterkaitan laporan masalah, dibawah ini akan dipaparkan beberapa penelitian terdahulu menggunakan variabel yang serupa:

1. Judul penelitian terdahulu pertama yaitu “Perilaku Pengguna Media Sosial *Facebook* Dalam Menghadapi Informasi *Hoax*” yang ditulis oleh Angela Merry Suciati pada tahun 2018. Penelitian ini bertujuan mengetahui perilaku pengguna media sosial ketika dihadapkan pada informasi *hoax* serta bagaimana hambatan yang dihadapi sehingga tidak memaksimalkan upaya pencegahan informasi *hoax*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis dengan desain deskripsi pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam, wawancara, dan observasi .

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sumber untuk mendapatkan informasi telah bergeser dari media cetak dan media elektronik menjadi media sosial. *Hoax* yang secara berturut-turut menjadi topik yang paling banyak ditemukan adalah: politik, bencana alam, kesehatan serta *entertainment*. *facebook* dan *youtube* menjadi media sosial yang paling banyak memuat berita *hoax*.

2. Judul penelitian terdahulu kedua yaitu “Analisis Informasi *Hoax* Vaksin Covid-19 Melalui Media Sosial *Twitter* (Studi Analisis Isi)” yang ditulis oleh Muh. Syaiful pada tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis informasi *hoax* vaksin covid-19 di media sosial twitter serta untuk menganalisis fakta-fakta informasi covid-19 di media sosial twitter. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, adanya beberapa bentuk kategorisasi informasi *hoax* di media sosial *twitter*. Serta fakta-fakta informasi terkait vaksin covid-19. Pembuatan laporan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu tentunya memiliki perbedaan. Pada penelitian oleh Muh. Syaiful pada tahun 2021, peneliti menggunakan metode analisis isi untuk menganalisis informasi *hoax* terkait vaksin covid-19 dengan fokus penelitian pada pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan mesin pencari (*search engines*) yang terdapat pada media sosial *Twitter* dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan dalam laporan penelitian ini, fokus penelitiannya adalah Bagaimana *representament* masyarakat akan objek yang dalam hal ini adalah berita *hoax* terkait vaksinasi covid-19 di

interpretasikan atau dimaknai sebagai berita *hoax* di masa endemi menggunakan teori semiotika.

3. Penelitian terdahulu ketiga dengan judul “Pemrosesan Informasi Pandemi Covid-19 Dari *Facebook*” yang ditulis oleh B. Lenny Setyowati. Jurnal Komunikasi dan Media, Vol. 01, November 2020 : 45-54. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pengalaman individu dalam memproses informasi tentang covid-19 dari *facebook*. Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil dari penelitian ini adalah pemrosesan informasi dalam system kognitif individu dimulai sejak individu terterpa informasi yang berkaitan dengan covid-19. Terjadinya *involuntary attention* individu yang dikarenakan pada awalnya individu dihadapkan pada situasi *unware*, sehingga informasi terkait covid-19 ditempatkan sebagai informasi yang perlu diakses. Dengan kehadiran informasi terkait covid-19, terdorongnya rasa penasaran individu yang menyebabkan *cognitive dissonance*. Terdapat pula tiga pemaknaan mengenai *hoax* terkait covid-19 yang dipahami oleh individu, yang diperoleh melalui *facebook* secara dominan. Adapun perbedaan penelitian yang oleh B. Lenny Setyowati ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu terletak pada pendekatan teori yang digunakan, dimana penelitian terdahulu menggunakan pendekatan fenomenologi. Sedangkan, penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika. Sementara itu, persamaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada objek penelitiannya.

Berikut merupakan skripsi serta Jurnal yang menjadi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian yang dilakukan oleh penulis :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Angela Merry Suciati. Universitas Gadjah Mada. Tahun 2018	Perilaku Pengguna Media Sosial <i>Facebook</i> Dalam Menghadapi Informasi <i>Hoax</i> .	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sumber untuk mendapatkan informasi telah bergeser dari media cetak dan media eletronik menjadi media sosial. <i>Hoax</i> yang secara berturut-turut menjadi topik yang paling banyak ditemukan adalah: politik, bencana alam, kesehatan serta entertainment. <i>facebook</i> dan <i>youtube</i> menjadi media sosial yang paling banyak memuat berita <i>hoax</i> .
2	Muh. Syaiful. Universitas Hasanuddin Makassar. Tahun 2021	Analisis Informasi <i>Hoax</i> Vaksin Covid-19 Melalui Media Sosial <i>Twitter</i> (Studi Analisis Isi)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, adanya beberapa bentuk kategorisasi informasi <i>hoax</i> di media sosial <i>twitter</i> . Serta fakta-fakta informasi terkait vaksin covid-19.

3	<p>B.Lenny Setyowati. Jurnal Komunikasi dan Media, Vol. 01, November 2020 : 45-54</p>	<p>Pemrosesan Informasi Pandemi Covid-19 Dari <i>Facebook</i>.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah pemrosesan informasi dalam system kognitif individu dimulai sejak individu terterpa informasi yang berkaitan dengan covid-19. Terjadinya <i>Involuntary attention</i> individu yang dikarenakan pada awalnya individu dihadapkan pada situasi <i>unware</i>, sehingga informasi terkait covid-19 ditempatkan sebagai informasi yang perlu diakses. Dengan kehadiran informasi terkait covid-19, terdorongnya rasa penasaran individu yang menyebabkan <i>cognitive dissonance</i>. Terdapat pula tiga pemaknaan mengenai <i>hoax</i> terkait covid-19 yang dipahami oleh individu, yang diperoleh melalui <i>facebook</i> secara dominan.</p>
---	---	--	---

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi pada hakikatnya adalah interaksi yang mengekspresikan individu, oleh karena itu proses komunikasi merupakan hal penting dalam proses kehidupan manusia. Proses komunikasi memiliki dua sudut pandang makro, yang antara lain adalah sudut pandang secara psikologis dan sudut pandang secara mekanis. Sudut pandang secara psikologi bermaksud memaparkan bahwa proses komunikasi adalah aktivitas psikologi sosial dimana melibatkan komunikator (pengirim pesan), komunikan (penerima pesan), konten atau isi pesan, proses *decoding-encoding*, lambang, serta persepsi. Sedangkan sudut pandang mekanis menjelaskan sifat kontekstual dan situasional dalam proses komunikasi yang dilakukan oleh komunikator.

Komunikasi memiliki bidang-bidang yang diantaranya adalah komunikasi organisasi, komunikasi sosial, komunikasi antar budaya dan sebagainya. Sedangkan menurut sifatnya, komunikasi meliputi komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal. Berbicara mengenai tujuannya, komunikasi bertujuan untuk mengubah perilaku dan sikap, gagasan atau opini khalayak dan sebagainya.

Komunikasi didefinisikan sebagai kata yang mencakup setiap pola interaksi manusia dengan manusia lain dalam bentuk kompromi, membujuk, melatih, dan hal minor seperti percakapan biasa (Nurjaman & Umam, 2012)

Komunikasi adalah proses pertukaran pengertian dalam bentuk informasi dan gagasan dari seseorang ke orang lain merupakan pengertian dari komunikasi (Handoko, 2022).

Manusia merupakan individu yang tidak dapat hidup sendiri, hal ini dikarenakan manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan orang lain. Hubungan sosial inilah yang menumbuhkan dan memerlukan komunikasi. Secara Bahasa komunikasi berasal dari Bahasa Inggris “*communication*”, dan komunikasi dalam bahasa Latin adalah “*comunico*” yang artinya membuat sama dan “*communicare*” yang artinya memberitahukan dan menyebarkan. Sebagai makhluk sosial, manusia memerlukan interaksi dengan sesama manusia dan juga beradaptasi dengan lingkungan dengan eksistensi dirinya. Lingkungan tidak membentuk manusia, yang membentuk manusia adalah kesamaan dalam memaknai pesan yang diterima di lingkungan dimana dirinya berada. Komunikasi akan efektif jika gagasan dan pendapat yang disampaikan diterima, sejalan dengan gagasan dan pendapat yang diterima tersebut, adanya aksi berupa dorongan tindakan yang dilakukan atas gagasan yang tersampaikan. Hal inilah yang menunjukkan keberhasilan memaknai pesan yang sama dalam proses komunikasi yang terjalin.

Dalam komunikasi yang efektif menurut Steward L. Tubbs & Sylvia Moss pada 1974 terdapat lima hal yang akan muncul, yang diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Pengertian, yang dalam hal ini komunikasi menerima pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator dengan baik, sehingga tidak terjadinya kegagalan akan pemaknaan isi pesan yang tersampaikan. Dalam konteks penelitian ini, terdapatnya postingan *hoax* pada beranda *facebook* karena adanya perbedaan pengertian dan pemahaman antara komunikator dan

komunikasikan. Postingan *hoax* tersebutlah yang kemudian menunjukkan kekeliruan pengertian yang diterima komunikasikan.

- b. Kesenangan, yang dalam hal ini mengupayakan adanya proses transaksional dalam proses komunikasi yang terjadi. Dalam konteks penelitian ini, pemerintah sebagai penggerak agenda vaksinasi akan mendapat kesenangan jika agenda vaksinasi terlaksana tanpa adanya variabel pengganggu yang salah satunya adalah *hoax*.
- c. Memengaruhi sikap yang dalam hal ini mendefinisikan salah satu teknik komunikasi yaitu mempersuasi komunikasikan (khalayak) untuk melakukan dan memutuskan suatu hal. Agenda vaksinasi yang dihimbau pemerintah dengan *hoax* yang tersebar merupakan dua hal yang berlawanan, yang kemudian memunculkan sikap resah dan bingung khalayak untuk melakukan vaksinasi.
- d. Hubungan sosial yang baik, hal ini menunjukkan bahwa dengan proses komunikasi yang terjalin maka tumbulah hubungan sosial. Dimana ada pihak yang mengendalikan (komunikator, media) dan pihak yang dikendalikan (khalayak).
- e. Tindakan, yang menitikberatkan pada persuasi dalam komunikasi yang difungsikan untuk melahirkan suatu tindakan yang dikehendaki oleh komunikasikan (pemerintah atau media). Dalam konteks tindakan ini, pemerintah ingin seluruh masyarakat Indonesia mendapatkan suntik vaksin.

Melalui penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa proses dimana individu-individu terhubung satu sama lain dengan saling merespon dan menciptakan suatu pesan dan informasi, membagikan dan mengartikan nya dalam pengertian yang sama disebut sebagai komunikasi. Bentuk-bentuk komunikasi ada banyak yang disesuaikan oleh konteks dan situasi yang sedang berlangsung. Komunikasi akan terjadi terus-menerus selagi manusia masih memiliki eksistensi di dunia.

2.2.2 Jurnalistik

Jurnalistik secara tata bahasa berasal dari bahasa Belanda "*journalistiek*" yang didefinisikan secara singkat yaitu kegiatan pencarian, penyiapan, penulisan, penyuntingan, serta penyampaian pesan kepada khalayak atau audiens melalui media massa. Pengertian lain dari jurnalistik yang berasal dari bahasa Latin "*diurma*" yang memiliki arti harian dan "*jour*" yang dalam bahasa Prancis memiliki arti hari. Dari pengertian tersebut jurnalistik didefinisikan sebagai pembuatan laporan kegiatan harian.

Jurnalisme merupakan salah satu disiplin yang turut serta dalam pembentukan studi ilmu komunikasi. Jurnalisme dikembangkan oleh Julius Caesar melalui cikal bakal surat kabar, tahun 1900-1930 merupakan periode *speech and journalism* berkembang yang ditandai dengan terbentuknya jurnal dan organisasi komunikasi.

Pengiriman informasi yang dilakukan dengan seksama, cepat dan benar dengan tujuan membela kebenaran dan keadilan berpikir yang dapat dibuktikan dari satu tempat ke tempat lain merupakan pengertian dari Jurnalistik (Erik Hodgins, 2004). Pengertian lain dari jurnalistik oleh ahli adalah kegiatan mencatat, melaporkan,

sekaligus menyebarkan informasi yang berkaitan dengan kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh seseorang kepada masyarakat umum (Astrid Susanto, 1986).

Tujuan pokok dan paling penting dari jurnalistik adalah sebagai penyedia informasi yang dibutuhkan khalayak, karena sepatutnya khalayak adalah manusia merdeka yang memiliki kebebasan bersuara, berekspresi, dan menentukan pilihan untuk mengatur dirinya sendiri. Dalam buku “*The Elements of Journalism, What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*”, Kovach dan Rosentiel (2001) menyatakan adanya sembilan unsur yang berkaitan dengan tugas penting jurnalistik yang diantaranya yaitu :

1. Kebenaran merupakan *point* pertama yang berkaitan dengan tugas penting jurnalistik. Berita yang merupakan konten jurnalistik memiliki kualitas dan berguna bagi khalayaknya untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi.
2. Loyalitas terhadap khalayaknya, dimana hal ini menjelaskan bahwa jurnalistik haruslah bersikap adil dan tidak berat sebelah. Dengan loyalitas, maka jurnalistik dengan informasinya tidak membingungkan melainkan semakin memperjelas pemahaman khalayaknya.
3. Disiplin dan verifikasi merupakan intisari dari jurnalisme. Informasi yang disebarkan kepada audiens atau khalayak seharusnya telah melalui verifikasi data yang lengkap agar tidak menimbulkan kesalahpahaman.
4. Praktisi dalam bidang jurnalistik berkewajiban dalam menjaga nilai *independent* terhadap sumber berita.
5. Jurnalisme hadir sebagai pemantau kekuasaan, dimana hal ini berkaitan dengan kepentingan dari khalayak umum.

6. Adanya forum untuk menerima kritik dan dukungan dari khalayak umum dan audiens nya.
7. Jurnalisme haruslah berfokus dan menyorot hal-hal yang penting. Hal ini berkaitan dengan kebutuhan audiens akan informasi relevan, bermakna dan dibutuhkan nya dalam menjalani kegiatan sehari-hari.
8. Berita yang proposional dan komperhensif merupakan tugas yang harus dijaga oleh jurnalisme dalam tujuan membuat audiens atau khalayak memiliki sudut pandang yang akurat akan suatu kejadian dan peristiwa yang sedang berlangsung.
9. Jurnalistik adalah kegiatan moral yang memerlukan hati Nurani karena berkaitan dengan kepentingan masyarakat umum.

Jurnalistik menjadi salah satu usaha untuk mencapai suatu kebenaran akan fakta yang didapatkan dari peliputan dan observasi suatu kejadian ataupun peristiwa. Tercapainya suatu fakta dalam jurnalistik menjadikan nya mendapat kredibilitas khalayak. Klimaksnya objektifitas yang digunakan dalam praktek pencarian, penyiapan, penulisan, penyuntingan, serta penyampaian pesan kepada khalayak dengan tujuan jurnalisme yang sesuai dengan realitas sosial sekaligus bersifat fungsional. kompetisi untuk mendapatkan kepercayaan (kredibilitas) dari khalayak merupakan tanggungjawab yang seharusnya dipenuhi dengan penyampaian fakta-fakta yang akurat, benar, dan terverifikasi.

2.2.3 Hoax

Informasi *hoax* secara sederhana merupakan informasi yang tidak benar atau informasi yang kurang valid. Menurut Septiaji Eko Nugroho yang adalah Ketua Komunitas Masyarakat Indonesia Anti Fitnah, *Hoax* merupakan rekayasa informasi yang bertujuan menutupi informasi sebenarnya atau dapat juga didefinisikan sebagai informasi yang meyakinkan dengan upaya pemutarbalikan fakta tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya. Selain itu, definisi lain dari *hoax* juga dapat diartikan sebagai tindakan membanjiri suatu media dengan pesan yang salah dan mengaburkan informasi yang sebenarnya agar dapat menutupi informasi yang sesungguhnya.

Hoax juga dapat didefinisikan sebagai suatu kotradiksi dari kebenaran, tidak hanya berupa verbal (kata-kata). Namun juga dapat berupa non-verbal berupa tanda, simbol, perilaku, sikap hingga sebuah situasi dan kondisi. Dalam bahasa Indonesia, *hoax* didefinisikan sebagai berita atau informasi yang bohong, palsu serta dusta. Pada awal era revolusi industri di Inggris pada tahun 1800, istilah *hoax* telah muncul. Verbal yang seringkali diucapkan oleh para pesulap saat akan memulai atraksinya yakni "*hocus*" dari matra "*hocus pocus*" yang mirip dengan "*simsalabim*" diyakini sebagai asal kata dari *hoax*.

Informasi bohong atau dalam bahasa jurnalistik dikenal dengan *libel* merupakan definisi yang serupa dan semakna dengan *hoax*. Dimana, fakta akan informasi yang kebenarannya perlu dipertanyakan karena adanya indikasi pemutarbalikan fakta. Menjawab tuntutan zaman digitalisasi saat ini, tidak lagi hanya media online yang dapat menyebarkan dan membagikan berita atau informasi. Pengguna internet

juga dapat mengambil peran dalam penyebaran informasi atau berita, hal tersebut dikenal sebagai *citizen journalism*. Ketika media dengan sengaja mempublikasi berita dan informasi palsu, lalu media sosial seperti *Facebook* menjadi tempat dimana aktivitas penyebaran berita bohong tersebut secara pesat dibagikan kepada sesama pengguna.

Salah satu hal mendasar dan paling penting dalam kehidupan manusia adalah adanya kebenaran. Kontradiksi dari kebenaran adalah ketidakbenaran, bohong, dan penipuan (Louis Alvin Day, 2006). Kontradiksi dari kebenaran ini memunculkan sebuah pesan komunikasi yang secara sengaja agar khalayak mendapatkan pemahaman yang salah dari sebuah informasi atau menimbulkan ketidakpercayaan dan kebingungan akan hal yang diyakini. Kontradiksi dari kebenaran tidak hanya berasal dari verbal atau kata-kata saja, namun juga bisa berasal dari non-verbal berupa tanda, symbol, perilaku, sikap hingga situasi dan kondisi.

Bohong adalah bagian dari kontradiksi kebenaran, dimana hal ini meliputi informasi yang dikomunikasikan salah dan jauh dari kebenaran dan fakta yang terjadi. Berita bohong yang banyak tersebar menjadi bukti bahwa kontradiksi dari kebenaran seringkali dilakukan oleh media massa, yang dalam hal ini komunikator (sebagai sumber informasi) telah melanggar norma sekaligus hal yang paling mendasar dari kehidupan manusia.

Dalam realitas yang terjadi, kebenaran informasi yang dikemas dalam bentuk berita oleh media, tak jarang merupakan hal yang berbanding terbalik dengan kebenaran dari sisi khalayak. Hal ini terjadi karena perbedaan kepentingan akan media sebagai penyalur dan pendistribusian informasi dengan khalayak. Kebenaran

yang meliputi media bergantung dengan lingkungan keberadaan media itu sendiri, atau secara singkat, media bergantung dengan kepentingan-kepentingan pemilik modal dan para petinggi.

Wardle (2020) mengurutkan tujuh macam klasifikasi *hoax* berdasarkan tujuan dengan tingkat merugikan dari yang terendah hingga tertinggi, yang adalah sebagai berikut :

- 1) Parodi atau satire, berita yang memungkinkan menipu audiens tapi tidak memiliki maksud merugikan.
- 2) Koneksi palsu (*false connection*), isi konten tidak sesuai dengan judul berita dan visual yang ditampilkan.
- 3) Konten menyesatkan (*misleading content*), bertujuan untuk menjatuhkan suatu hal sehingga informasi yang diberikan merupakan informasi yang menyesatkan.
- 4) Konteks palsu (*false context*), konteks palsu yang dibagikan dalam bentuk konten yang aktual
- 5) Konten tiruan (*imposter content*), sumber terpercaya digunakan sebagai tameng untuk menyebarkan konten tiruan atau palsu.
- 6) Konten manipulasi (*manipulated content*) dimanipulasinya atau disamarkannya sebuah informasi aktual yang bertujuan untuk menipu.
- 7) Konten buatan (*fabricated content*), keseluruhan isi konten merupakan kebohongan yang sengaja dibuat untuk merugikan dan menipu.

Berita sebagai produk dari jurnalistik, yang dilaporkan dan disebarluaskan kepada khalayak seminimal mungkin berita mendapatkan verifikasi dan validasi

akan data- data dan fakta yang akan disampaikan kepada khalayak. Maka jika berita yang disampaikan oleh media dirasa meragukan oleh khalayak. Informasi tersebut dapat dimintai validasi atau konfirmasi akan kebenarannya, itulah alasan mengapa dalam sebuah berita haruslah mengungkap seorang narasumber (komunikator) yang memiliki kredibilitas yang dipercaya oleh khalayak. Untuk menghindari berita bohong dan meminimalisir kecurangan media, khalayak juga perlu bersikap aktif dan progresif serta menyaring dan memvalidasi berita yang diterima dari media. dari penjelasan ini, agenda dari visi dan misi pemerintah (komunikator) akan bisa sejalan jika media bersikap adil dan tidak tumpang-tindih dengan kepentingan-kepentingan pribadi. Kredibilitas pemerintah dapat lebih mempersuasi masyarakat untuk mengikuti agenda dan prosedur yang dimiliki, sehingga tidak muncul pro dan kontra di antara masyarakat dalam hal pengambilan keputusan.

2.2.4 Media Massa

Media massa merupakan alat atau sarana dimana alat indera manusia mampu memperoleh informasi lalu memproses dan memaknai informasi tersebut. Dengan media massa, manusia memperoleh informasi akan peristiwa dan kejadian yang sedang berlangsung baik yang dirasakan maupun tidak dirasakan. Melalui media massa masyarakat dapat mengakses segala informasi yang dibutuhkan nya, hal ini dikarenakan media massa lah yang menjadi gudang segala bentuk informasi yang dikemas dalam beragam bentuk, mulai dari berita, gagasan, hiburan dan sebagainya.

Media massa yang menyebarluaskan realitas yang terjadi, sebelumnya telah diseleksi terlebih dahulu. Kejadian yang diperlihatkan oleh media massa menjadi

pembentuk citra akan situasi dan kondisi yang sedang berlangsung, hal ini dikarenakan khalayak cenderung menjadi penerima informasi yang disebarluaskan oleh media massa. Memengaruhi perilaku seseorang akan sesuatu hal yang terjadi memang tidak dilakukan oleh media massa, namun media massa mampu mengubah sudut pandang khalayak akan sesuatu hal yang terjadi. Khalayak menerima informasi yang diperoleh dari media massa lalu terbentuklah sudut pandang akan hal tersebut. Sedangkan, media massa menyebarkan informasi yang diinginkan nya untuk mengubah sudut pandang dari khalayak. Penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak menggunakan alat-alat komunikasi seperti televisi, radio, koran, dan juga film merupakan pengertian media massa oleh Canggara, 2010.

Media massa berkaitan erat dengan komunikasi massa, kegunaan media massa yaitu untuk menunjukkan penerapan media sebagai alat teknis yang berfungsi menyebarkan atau menjadi tempat dari komunikasi massa hal ini dinyatakan oleh Riyono Praktio, 2003. Komunikasi massa dalam sistemnya cenderung menekankan sebuah keteraturan. Berita yang ditulis oleh jurnalis disusun berdasarkan sistematika yang menjadi acuan nya serta menggunakan pembagian paragraph serta tanda-tanda baca dengan sistematis dan tertib. Struktur yang telah ditetapkan menjadi acuan yang diterapkan dalam siaran televisi. Dialog interaktif yang disiarkan oleh radio juga memiliki keteraturan yang sistematis. Hal ini menunjukkan bahwa pesan media massa yang disebarluaskan kepada khalayak dapat didokumentasikan berdasarkan klasifikasinya. Asep Muhtadi, dalam bukunya Komunikasi Jurnalistik menyatakan bahwa terdapat lima hal yang dapat menunjukkan sifat dari media massa, yang antara lain adalah sebagai berikut :

- 1) Media massa bersifat melembaga
- 2) Media massa bersifat satu arah
- 3) Media massa bersifat serentak dan meluas
- 4) Media massa menggunakan peralatan mekanis maupun teknis
- 5) Media massa bersifat terbuka.

Media massa bersifat “*ubiquity*” yang artinya serba ada. Informasi didominasi oleh keberadaan media massa, karena sifat media massa yang serba ada dan meluas. Maka khalayak tidak mampu terhindar dari informasi yang disebarkan melalui media massa. Keserentakan yang ditampilkan dalam media massa. Menghadirkan berita yang seragam diberitakan melalui siaran televisi dan radio serta surat kabar. Oleh karena itulah, untuk membentuk persepsi baik dari khalayak, maka media massa bekerjasama memberikan kejelasan agar informasi yang diterima masyarakat mampu membawanya dalam sebuah persepsi yang menguntungkan untuk dirinya.

2.2.5 Media Sosial

Saluran yang disediakan oleh internet yang mampu mempresentasikan diri dari penggunaannya untuk menjalin interaksi dan berkomunikasi serta kolaborasi, dan berbagi dengan pengguna lainnya dalam membentuk sebuah ikatan sosial di ruang virtual merupakan pengertian dari media sosial. Jaringan sosial adalah karakter yang dimiliki oleh media sosial. Jaringan internet membentuk struktur jaringan sosial yang membangun media sosial, sejalan dengan pernyataan oleh Castells (2002) bahwa organisasi atau struktur sosial berdasarkan jaringan informasi yang terbentuk di internet pada dasarnya beroperasi sesuai dengan teknologi informasi

yang termediasi menggunakan perangkat teknologi seperti gawai atau *smartphone*, komputer, dan *tablet*.

Pernyataan tersebut sejalan dengan ungkapan oleh Van Dijk (2013) yang menyatakan bahwa media sosial merupakan media atau *platform* yang berfokus untuk memfasilitasi eksistensi dari pengguna nya dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Sedangkan dalam Westerman oleh Pepitone (2013) mengungkapkan sosial media dianggap sebagai sebuah teknologi dimana penggunaannya meningkat menjadi sumber informasi.

Informasi merupakan produk yang dikonsumsi oleh pengguna media sosial. Produk yang dibuat di media sosial sangat beragam bentuk nya, dan merupakan representasi dari kreativitas pengguna. Pengertian media sosial sebagai wadah penyalur menggunakan teknologi dan digitalisasi dimana realitas sosial dapat terjalin tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Oleh karena itulah, terdapat nilai-nilai moral yang merugikan yang ada banyak terdapat melalui media sosial yang akan didapatkan oleh pengguna, hal ini diantaranya adalah :

1. Tercipta serta tersebarnya informasi, pesan, serta konten yang memuat *hoax* yang dapat diakses serta terpapar siapapun yang menggunakan media sosial tersebut.
2. Membuat atau menyebarkan konten yang berisikan fitnah, pencemaran nama baik, ujaran kebencian, isu SARA, serta penyebaran permusuhan.
3. Menyebarkan konten yang berisikan materi bermuatan pornografi

4. Aktifitas buzzer yang melakukan penyebaran informasi dan berita bohong sebagai profesi yang hanya menguntungkan dirinya sendiri dan merugikan khalayak.

Pengguna media sosial memiliki otoritas penuh akan akun sosial media yang dimilikinya. Oleh karena itulah, pengguna memiliki hak penuh untuk memilih bagaimana dirinya menggunakan fungsi sosial media yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi. Nilai-nilai norma yang ada di atas menunjukkan bahwa bahkan didalam ruang virtual pun, pengguna diharuskan menggunakan adab mengelola penggunaan sosial media. Sanksi sosial dan hukuman terhadap pelanggaran nilai-nilai tersebut pun telah diatur dan dipayungi oleh undang-undang dengan tujuan mengurangi dan meminimalisir kejahatan dan kerugian akibat kejahatan yang dilakukan di media sosial.

Platform media sosial saat ini telah menyediakan fitur yang memungkinkan pengguna untuk memilih topik informasi apa saja yang ingin dicari dan didapatkan di media sosial miliknya, melaporkan konten yang telah dipublikasikan jika dianggap melanggar nilai-nilai norma, serta dapat memilih untuk berhenti menampilkan konten di beranda sosial media serta melaporkan akun pengguna lainnya.

2.2.6 Facebook

Facebook adalah sebuah aplikasi yang menyediakan layanan jejaring sosial menggunakan jaringan internet yang memungkinkan pengguna nya berinteraksi

dan membangun kekerabatan pada ruang virtual. Cikal bakal *facebook* diperuntukkan oleh pendirinya yaitu Mark Zuckerberg pada kalangan terbatas yaitu berkomunikasi dengan sesama mahasiswa Harvard University pada 4 februari 2014. Seterusnya, secara berturut-turut dalam jangka waktu yang singkat setelah diluncurkan. Keanggotaan dari *facebook* diperluas untuk digunakan oleh para mahasiswa dari universitas lain menggunakan *E-mail* berdomain *.ac*, *.edu*. Kemudian setelahnya, keanggotaannya semakin bertambah seiring dengan perkembangan jaringan dimana diperuntukkan pula untuk perusahaan besar dan juga sekolah tingkat tinggi. Lalu dengan alamat *E-mail* pada September 2006 pengguna dapat menjadi anggota atau pengguna *facebook*.

Perkembangan digitalisasi menjadikan *facebook* tidak hanya sekedar untuk membagikan foto, video, atau berbagi kabar saja. Para komunikator dan juga para praktisi media massa menggunakan sosial media seperti *facebook* sebagai wadah penyampaian dan penyebarluasan suatu informasi dan berita. Hal ini dikarenakan penggunaan jejaring sosial media seperti *facebook* dapat menyerbualaskan berita secara cepat tanpa batasan ruang dan waktu.

Sosial media merupakan platform yang berfokus memfasilitasi penggunaannya dalam rangka berkolaborasi dan beraktivitas. Oleh itulah, sosial media dipandang sebagai fasilitator untuk mengakrabkan ikatan sosial antar pengguna merupakan pengertian sosial menurut Van Dijk, 2013. Bagian internet yang mampu memberikan informasi sekaligus kekuasaan kepada setiap orang untuk memperoleh dan menyalurkan hal tersebut merupakan definisi media sosial menurut Villanueva, 2013.

Pengguna *facebook* tidak dipastikan secara tepat sebagai khalayak yang melakukan validasi informasi atau berita yang tampil di beranda *facebook*. Dalam konteks vaksinasi COVID-19 misalnya, postingan *hoax* yang banyak tersebar di *facebook*. Berita tanpa validasi tersebut tersebar secara cepat bermula dari ketidakpercayaan masyarakat terhadap pemerintah dalam penanganan pandemi COVID-19. Walaupun tidak semua khalayak percaya akan postingan *hoax* terkait vaksinasi COVID-19 yang tersebar di *facebook*. Namun khalayak tersebut tetap saja terpapar akan informasi *hoax* tersebut, yang menunjukkan sebuah fakta bahwa tidak ada satupun masyarakat yang tidak pernah terpapar dan membaca informasi *hoax* di beranda *facebook* nya. Melalui interaksi yang terjalin di *facebook*, maka akan terbangun nya realitas sosial yang berasal dari persetujuan sosial.

2.2.7 Pemberitaan Vaksinasi Covid-19

Penyakit menular yang menyebabkan infeksi saluran pernapasan, ditandai dengan flu biasa hingga penyakit serius seperti MERS (*middle east respiratory syndrome*) serta SARS (sindrom pernafasan akut berat) yang terjadi pada manusia serta hewan yang disebabkan oleh SARS CoV-2 (*Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2*) atau dikenal dengan Covid-19 (*Coronavirus Disease 2019*). Dikutip dari Kominfo bahwa, Covid-19 ditetapkan statusnya sebagai bencana nasional non bencana alam melalui Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020. Sejalan dengan hal tersebut, berbagai upaya penanggulangan penyebaran Covid-19 dilakukan oleh pemerintah yang salah satunya adalah agenda vaksinasi. Seseorang terlindungi dan

menjadi kebal terhadap suatu penyakit melalui proses didalam tubuh dengan vaksinasi.

Gurning, Siagian, Wiranti, Devi & Atika (2020) mengungkapkan bahwa di masa pandemi, upaya *public goods* adalah vaksinasi Covid-19 yang dilaksanakan oleh pemerintah sebagai *obligatory public health functions* (urusan wajib). Dikarenakan vaksinasi adalah urusan wajib oleh pemerintah, maka seluruh pendanaan vaksinasi secara penuh diurus oleh pemerintah. Agenda vaksinasi Covid-19 ini bertujuan untuk mengurangi penularan dan penyebaran yang mengakibatkan kematian sekaligus membentuk kekebalan kelompok di masyarakat. Agenda vaksinasi diperoleh melalui fasilitas kesehatan yang disokong oleh pemerintah, dimana nakes menjadi motor penggerak dari kegiatan vaksinasi, dan media massa yang berperan sebagai acuan masyarakat untuk menerima informasi terkait Covid-19 serta agenda vaksinasi Covid-19

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Semiotika

Semiotika secara etimologis berasal dari kata Yunani “*Semeion*” yang artinya adalah tanda. Dianggap mewakili sesuatu yang lain atas dasar konvensional sosial yang lain merupakan definisi dari tanda. Pesan dan makna tersendiri dikandung dalam tanda.

Erns Cassier menyatakan *animal symbolicum* sebagai manusia yang merupakan ciptaan atau makhluk yang secara generik mempergunakan tanda yang memiliki jangkauan yang lebih luas daripada homo sapiens yang berarti manusia adalah

mahluk atau ciptaan yang berpikir. Sebab, manusia mempergunakan tanda-tanda dalam kegiatan berpikirnya. Manusia dapat mengembangkan kemampuan berpikirnya secara sistematis melalui kemampuan berbahasa yang dimiliki. Hal ini menunjukkan, jika bahasa tidak ada maka kemampuan berpikir manusia untuk dapat memaknai informasi dan pesan dari orang lain serta tidak dapat mengkomunikasikan isi pikiran dan perasaan kepada orang lain.

Dalam kegiatan kehidupan sehari-hari, walaupun manusia memiliki bahasa. Interpretasi atau upaya pemberian makna terhadap bahasa masih harus dilakukan oleh manusia. Hal ini pun menunjukkan pemberian makna dan interpretasi akan bahasa yang sudah tertulis dan lebih baku yang ada di media massa menjadi suatu kendala yang tidak mudah. Penyimpangan dan bias makna tak jarang terjadi yang disebabkan oleh konteks berpikir yang berbeda dan interpretasi yang tidak tepat.

Umberto Eco yang merupakan ahli semiotika menyatakan sesuatu yang tersembunyi dibalik tanda bukan merupakan tanda itu sendiri, oleh karena itulah beliau menyatakan tanda sebagai suatu kebohongan. Konsep kebenaran dalam perilaku media massa bukanlah sebuah kebenaran yang hakiki. Subjektivitas dalam kebenaran tak jarang ditampilkan dalam media sehingga khalayak dapat menyadari dan memaknai konten atau berita yang sedang dilihat di media massa.

Pendapat lain dimana Wilbur Schramm mengungkapkan bahwa sifat makna selalu individual. Pengalaman pribadi dan kombinasi tanggapan berbeda-beda diantara dua individu membangun sebuah makna. Maka tanda disebutkan bersifat arbiter (mana suka), hal ini dikarenakan makna dari tanda setiap individu yang

berbeda-beda. Yang adalah tiap-tiap tanda mempunyai makna yang berbeda di setiap bingkai pengalaman dan budaya seorang individu.

John Fiske menyebutkan berkenaan dengan studi semiotik, tanda menjadi pusat pendekatan semiotic yang kemudian dibagi menjadi 3 area penting dalam semiotic yang antara lain:

1. Tanda itu sendiri. Erat kaitannya dengan beragam tanda yang berbeda, misalnya cara mengantarkan makna serta cara menghubungkannya dengan orang yang menggunakannya. Manusia lah yang menciptakan tanda dan dimengerti oleh orang yang menggunakannya.
2. Kode atau system dimana lambang-lambang disusun. Hal ini meliputi dibangunnya beragam kode yang berbeda untuk mempertemukan dengan kebutuhan yang dimiliki masyarakat dalam kebudayaannya.
3. Kebudayaan dimana lambang dan kode beroperasi.

Asumsi terkait pemaknaan dalam komunikasi antar manusia yang diungkapkan oleh Wendell Johnsons yang antara lain:

1. Makna ada dalam diri manusia, manusia menggunakan kata-kata untuk mendekati makna yang ingin dikomunikasikan. Oleh karena itulah, makna terletak dalam diri manusia bukan terletak pada kata-kata. Makna yang diperoleh khalayak dari informasi dan pesan akan sangat berbeda dengan makna yang akan dikomunikasikan.
2. Makna terus berubah, segala pengalaman serta kejadian yang bergulir seiring dengan bergulirnya waktu menjadi acuan perubahan suatu makna.

3. Makna butuh acuan, masuk akal nya kegiatan komunikasi jika memiliki kaitan dengan dunia atau lingkungan luar.
4. Penyingkatan yang berlebihan akan mengubah makna.
5. Tidak terbatasnya jumlah makna yang menjelaskan ribuan makna dapat terkandung dalam satu kata.
6. Dikomunikasikan makna hanya sebagian, hal ini menjelaskan bahwa suatu kejadian bersifat kompleks dan multi aspek. Dengan itu hanya sebagian maknanya yang dapat dijelaskan.

Sobur (2004) menyatakan sekurang-kurangnya ada sembilan macam semiotik yang dikenal pada saat ini, diantaranya adalah :

1. Semiotik analitik yang merupakan analisis sistem tanda, semiotik memiliki objek tanda yang dianalisis menjadi ide, objek, dan makna. Lambang dapat dikatakan sebagai ide, sedangkan makna merupakan beban yang terkandung dalam lambing yang acuan nya adalah objek tertentu.
2. Semiotik deskriptif yang merupakan semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dialami saat ini, walaupun telah ada sejak awal tetap seperti yang dilihat saat ini.
3. Semiotik faunal zoosemiotic yang merupakan semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan, sehingga menjadi semiotik yang khusus.
4. Semiotik kultural yang meletakkan perhatian dan khusus menelaah sistem tanda yang terkandung didalam kebudayaan masyarakat.

5. Semiotik naratif yang merupakan semiotik yang berkaitan dengan sistem tanda yang terdapat dalam narasi yang berwujud cerita lisan dan mitos.
6. Semiotik natural yang merupakan semiotic yang memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh alam.
7. Semiotik normative merupakan kekhususan dalam semiotik karena membahas tentang sistem tanda yang dibentuk oleh manusia yang berwujud norma-norma.
8. Semiotik sosial merupakan kekhususan dalam semiotik yang dimana menelaah sistem tanda yang berwujud lambing yang dibentuk oleh manusia.
9. Semiotik struktural yang merupakan kekhususan dalam semiotik yang dimana menelaah struktur bahasa yang dimanifestasikan melalui sistem tanda.

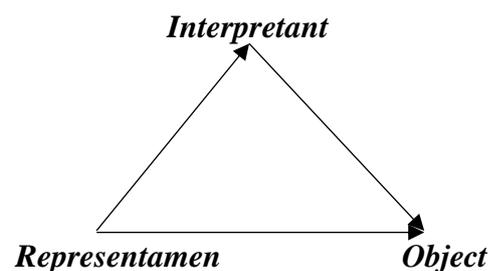
Semiotika dapat digunakan sebagai pisau kajian untuk membedah dan menganalisa penggunaan kata-kata dalam teks berita atau informasi yang dibagikan di media sosial yang berasal dari fakta palsu atau distorsi informasi.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan kerangka yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah. Teori serta pendapat para ahli yang valid dimuat dalam kerangka pemikiran, oleh karena inilah kerangka pemikiran sangat dibutuhkan sebagai alat peneliti. Pengaruh dari dua orang penting dalam memahami semiotika yang adalah Charles Sander Peirce dan Ferdinand De Saussure, yang dimana dasar-dasar dalam

kajian semiotika diletakkan oleh keduanya. Peirce terkenal sebagai seseorang yang memiliki pemikiran argumentatif serta seorang filsuf Amerika yang paling multidimensional dan paling orisinal. Peirce berasal dari keluarga intelektual yang lahir pada tahun 1839.

Dalam semiotika, teori yang dikemukakan oleh Peirce seringkali disebut sebagai *grand theory*. Disebut sebagai *grand theory* dikarenakan gagasan yang dikemukakan oleh Peirce memiliki sifat menyeluruh serta deskripsi structural dari semua system penandaan. Peirce ingin menggabungkan kembali semua komponen dalam struktur tunggal dengan mengidentifikasi partikel dasar dari tanda.



Gambar 2. 1SegitigaMakna Peirce

Sumber : Semiotika Komunikasi oleh Indiwana Seto Wahyu Wibowo, 2013

Representamen atau sebuah tanda oleh Charles Sanders Peirce merupakan sesuatu yang bagi seseorang mewakili sesuatu yang lain dalam berbagai kapasitas dan beberapa hal. Peirce menyebutkan sesuatu yang lain itu sebagai interpretant dari tanda yang pertama yang pada akhirnya akan mengacu pada objek tertentu. Oleh karena demikian, Peirce mengemukakan sebuah tanda atau representamen mempunyai hubungan triadik langsung dengan interpretan dan objeknya.. proses semiosis yang dimaksudkan merupakan sebuah proses yang memadukan entitas

(bentuk representamen) dengan objek atau entitas lain, hal ini lah yang disebutkan Peirce sebagai signifikasi.

Klasifikasi oleh Peirce terhadap tanda mempunyai ciri khas walaupun tidak dapat dikatakan sederhana. Pierce membedakan tipe-tipe tanda menjadi 3 berdasarkan relasi diantara representament dan objeknya.

1. Ikon ialah tanda yang mengandung kemiripan bentuk dan rupa. Dengan hal ini tanda dapat dikenali oleh pemakainya. Hubungan antara representamen dan objeknya didalam ikon terwujud sebagai kesamaan dalam berbagai kualitas.
2. Indeks ialah tanda yang mempunyai keterkaitan fenomenal atau eksistensial diantara representamen dan objek. Indeks mengandung hubungan antara objek dengan tanda yang bersifat kongkrit, aktual, dan biasanya melalui suatu cara yang kasual atau sekuensial.
3. Simbol ialah jenis tanda yang memiliki sifat konvensional dan arbiter yang disesuaikan dengan konvensi dan kesepakatan beberapa orang atau khalayak dan masyarakat. Tanda-tanda kebahasaan pada umumnya adalah simbol-simbol.

Tabel 2. 2 Jenis Tanda dan Cara Kerjanya

Jenis Tanda	Ditandai Dengan	Contoh	Proses Kerja
Ikon	-Kesamaan (persamaan) -Kemiripan	Gambar dan foto	Dilihat

Indeks	-Hubungan Sebab-Akibat -Keterkaitan	-Wabah Covid-19— Vaksinasi Covid-19 -Hoax—Facebook	Diperkirakan
Simbol	Konvensi dan Kesepakatan Sosial	Kata-kata dan isyarat	Dipelajari

Sumber : Semiotika Komunikasi oleh Indiwani Seto Wahyu Wibowo, 2013.

Melalui sudut pandang Peirce, proses signifikasi dapat menghasilkan rangkaian hubungan yang terus-menerus tidak berkesudahan. Yang pada gilirannya suatu interpretasi akan menjadi representamen kemudian menjadi interpretasi lagi dan kemudian menjadi representamen dan seterusnya. Tiga kategori Peirce dalam membagi tanda dan cara kerjanya sebagaimana tampak dalam tabel di atas. Namun pada konteks-konteks tertentu ikon dapat menjadi simbol, banyak simbol yang berupa ikon. Suatu tanda dapat juga berfungsi sebagai simbol disamping menjadi indeks. Sehingga dari beragam kemungkinan persilangan di antara seluruh tipe tanda tersebut, tentu dapat dihasilkan banyak macam kombinasi yang kompleks.

Penelitian ini menggunakan model analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Sehingga dapat dibuatkan struktur kerangka pemikiran dengan tujuan mempermudah pemahaman dalam penelitian ini, yang adalah sebagai berikut:

Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Pemikiran