

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Komunikasi merupakan suatu proses interaksi dimana didalamnya terdapat saluran yang menghubungkan antara satu dengan yang lain dan dapat memberikan efek kepada penerimanya. komunikasi digunakan dalam kehidupan sehari-hari untuk berinteraksi dengan orang lain. Dengan berkembangnya zaman komunikasi berevolusi menjadi lebih cepat dan mudah untuk didapatkan.

Di zaman modern ini, perkembangan teknologi dapat sangat cepat tumbuh dan maju dengan pesat. Seiring berjalannya waktu, banyak teknologi-teknologi terutama media yang terus tumbuh dan bertambah jenisnya. Sebut saja, beberapa media tersebut adalah media cetak, media elektronik, dan media *online*. Pada zaman ini masyarakat terus menerus haus akan informasi. Informasi-informasi ini dianggap sebagai kebutuhan pokok yang harus ada dan tersedia di setiap saat. Kegiatan mencari informasi melalui beberapa media saat ini dilakukan banyak orang untuk mempermudah kegiatan dalam mencari informasinya, namun seringkali dalam melakukan pencarian informasi di media tertentu banyak orang yang ternyata percaya dengan semua berita yang beredar di dalam media itu yang sebenarnya juga tidak diketahui apakah informasi yang terdapat di dalam media itu benar atau hanya *hoax* belaka. Contohnya masyarakat dapat mengakses atau mendapatkan informasi terkini dari media sosial *Instagram* dimana dalam media sosial *Instagram* pesan yang disampaikan dapat dengan cepat sampai ke masyarakat. Salah satunya adalah akun @JKTInfo yang merupakan akun *Instagram* yang berisikan tentang informasi terkini yang sedang terjadi di wilayah Jakarta.

Namun, dalam informasi yang disampaikan dalam akun *Instagram* tersebut belum bisa di verifikasi kebenarannya.

Salah satu contoh kasus yang ramai mengenai informasi yang beredar di media sosial namun ternyata merupakan *hoax* adalah adanya unggahan video yang diunggah oleh salah satu di *Twitter*. Di dalam video tersebut pemilik akun twitter mengunggah sebuah video yang berisikan adanya 2 ibu-ibu yang saling bertengkar untuk memperebutkan makanan. Namun, setelah ditelusuri ternyata video tersebut hanyalah sebuah *behind the scene* dari sebuah syuting produk iklan makanan. Video tersebut sudah ramai diperbincangkan di berbagai media sosial, sehingga masyarakat percaya bahwa kasus tersebut benar adanya.

Kata *hoax* berasal dari bahasa Inggris dan kini kerap muncul di berbagai media. *Hoax* adalah informasi yang sesungguhnya tidak benar, tetapi dibuat seolah-olah benar adanya. Menurut **Werme** (2016, dalam portal berita Liputan6.com), *hoax* adalah berita palsu yang mengandung informasi yang sengaja menyesatkan orang dan memiliki agenda politik tertentu. *Hoax* bukan sekedar *misleading* atau menyesatkan, tetapi dalam *fake news* atau *hoax* juga tidak memiliki landasan yang aktual, namun disajikan kepada masyarakat dengan tatanan bahasa yang benar sehingga masyarakat dengan mudah dapat mempercayai *fake news* atau *hoax* tersebut.

Salah satu contoh kasus *hoax* yang sangat ramai diperbincangkan di Indonesia pada saat itu adalah *hoax* Ratna Sarumpaet yang melakukan *hoax* kepada masyarakat,

Gambar 1 Berita Ratna Sarumpaet



dilansir dalam berita Tempo.co diberitakan bahwa dimana dalam hoax itu Ratna menyampaikan bahwa ia telah dianiaya oleh seorang aktivis dan seniman teater, lalu menuduh orang tersebut sebagai pelakunya namun setelah ditelusuri ternyata Ratna menyebarkan berita bohong atau palsu dimana keadaan yang sebenarnya adalah bahwa luka yang terdapat pada wajah Ratna Sarumpaet bukanlah luka yang disebabkan oleh penganiayaan, melainkan luka bekas habis operasi plastik di salah satu Rumah Sakit di daerah Jakarta. Berita ini menjadi sesuatu yang *viral* saat itu karena banyak pengguna sosial media yang terus menyebarkan berita ini tanpa tahu fakta dibalik berita tersebut.

Dampak dari informasi *hoax* yang beredar tersebut adalah banyak masyarakat yang sudah tidak percaya lagi dengan Ratna Sarumpaet dan kredibilitas Ratna terjun bebas atau sudah jatuh dimata publik hal ini dikatakan oleh Pakar Komunikasi Politik Emrus Sihombing dalam wawancaranya bersama portal Beritasatu.com. selain itu, Emrus Sihombing juga mengatakan bahwa kebohongan yang akan dilakukan Ratna Sarumpaet akan cenderung dilanjutkan dengan kebohongan yang lain untuk menutupi kebohongan sebelumnya . Selain itu, kasus *hoax* Ratna Sarumpaet juga berdampak kepada kredibilitas pelaku politik yang ikut terseret dalam kasus

ini karena dengan begitu rakyat akan kehilangan kepercayaan dengan para pelaku politik tersebut. Emrus Sihombing mengatakan bahwa setiap pesan komunikasi termasuk yang disampaikan RS utamanya dalam bentuk *hoax*, ujaran kebencian dan eksploitasi SARA akan tersimpan di peta kognisi khalayak (publik) lebih lama.

Selain *hoax* yang berkembang pesat pada zaman modern sekarang ini, *Post Truth* juga menjadi *tren* dimasyarakat saat ini. Dilansir dalam portal tulisan Kompasiana.com Penggunaan istilah *Post-Truth* sebenarnya pertama kali digunakan pada bulan Januari tahun 1992 dalam sebuah artikel pada *Nation Magazine*. Artikel tersebut ditulis oleh seorang penulis keturunan Serbia-Amerika, Steve Tesich. Tesich berusaha menggambarkan apa yang disebutnya "*The Watergate Syndrome*" dimana semua fakta-fakta buruk yang diungkapkan di masa kepresidenan Richard Nixon malah membuat warga Amerika meremehkan kebenaran sebab itu bukanlah hal nyaman untuk mereka percayai. Ia juga menggunakan kata *post-truth* sebagai refleksinya. *Post truth* dapat didefinisikan sebagai sifat emosional membenarkan diri sendiri tanpa memperdulikan fakta, lalu menyebarkan pembenaran tersebut sehingga dapat menggiring opini publik.

Post truth sudah berkembang dimasyarakat karena intensitas masyarakat menggunakan media elektronik dalam mengakses informasi terbilang cukup tinggi sehingga banyaknya informasi yang masuk kedalam media elektronik masyarakat dirasa benar tanpa melihat ke faktual-an dari berita atau informasi tersebut. Salah satu contoh kasus *post truth* yang terjadi di Indonesia adalah pada saat pemilihan presiden pada April 2019 kemarin. Karena pada saat debat dalam pemilihan presiden kemarin yang terjadi adalah yang pertama, hanya untuk menguatkan keyakinan sebagian besar pemilih dalam memantapkan pilihannya dan yang kedua adalah untuk mencari kesalahan dari informasi atau data yang diberikan capres dan cawapres yang

bukan pilihannya. Dari yang seharusnya perbedaan pilihan dapat mengembangkan diskusi politik tapi hanya menjadi urusan sentiment atau hanya rasa emosi yang ditunjukkan.

Penyebaran *post truth* dan *hoax* melalui media dirasa sangat kuat didalam media *online* dikarenakan tidak adanya *gatekeeper* dari media tersebut. Karena dalam media *online* semua orang bebas untuk mengupload apa saja yang ingin mereka upload tanpa tahu kebenaran dari informasi tersebut, sehingga dengan keadaan seperti itu siapa saja bisa mengakses informasi tersebut kemudian menyebarkannya dan timbulah *hoax* tersebut. Tetapi dalam media lain sebenarnya khalayak masih bisa mendapatkan informasi melalui media-media *mainstream* yang ada dan masyarakat dapat memperoleh informasi yang sedang *up to date* atau mencari informasi yang mereka butuhkan. Salah satunya adalah dengan menonton berita atau suatu program yang disiarkan melalui televisi. Televisi banyak digemari oleh masyarakat karena penggunaannya yang mudah, cepat, dan tidak membosankan karena televisi tidak hanya menyajikan gambar dan tulisan tetapi juga dengan suara.

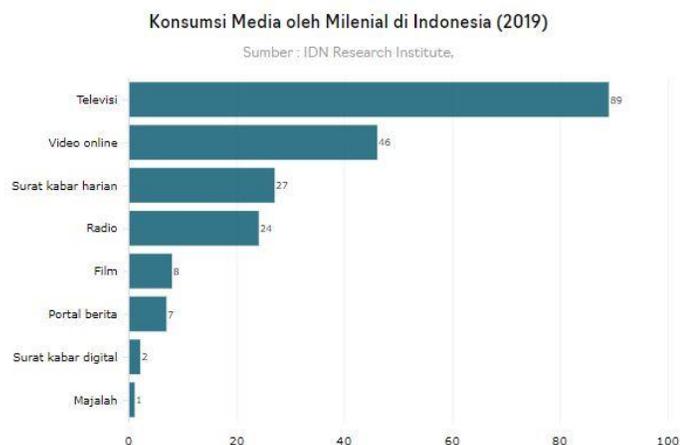
Televisi merupakan hasil produk teknologi tinggi (*hi-tech*) yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak. Isi pesan *audiovisual* gerak memiliki kekuatan sangat tinggi untuk memengaruhi mental, pola pikir, dan tindak individu. Televisi dapat banyak memuat banyak program siaran yang ditayangkan, seperti misalnya berbagai macam berita, dan acara-acara yang memberikan informasi. Tingkat kesibukan yang makin bertambah, televisi menjadi salah satu cara untuk masyarakat merelaksasikan pikirannya dan untuk mendapatkan informasi terbaru.

Sebagai salah satu media massa yang besar televisi dituntut untuk memberikan acara-acara atau program-program yang dapat mengedukasi dan memberikan informasi baru kepada penontonnya setelah mereka menyaksikan

suatu program, guna menyebarkan hal-hal positif yang diterima oleh masyarakat contohnya seperti program berita atau feature yang tayang di televisi yang menyebarkan informasi-informasi yang telah terverifikasi atau sudah benar lalu disampaikan ke khalayak banyak.

Televisi dapat menyebarkan informasi dengan cepat dikarenakan televisi mempunyai pengaruh yang besar terhadap pola pikir dan sifat dari audiencenya ketika melihat program tersebut. Peran televisi dalam memberikan informasi kepada khalayak terbilang cukup penting. Selain itu, televisi dapat membuat penonton langsung menerima pesan yang disampaikan lewat televisi seperti halnya disampaikan lewat teori jarum hipodermik atau teori peluru yang dijelaskan dalam Nurudin (2015) bahwa teori ini diibaratkan sebuah isi senapan (dalam hal ini diibaratkan pesan) langsung mengenai sasaran tanpa perantara. Hal ini artinya, pesan yang dikirimkan akan langsung mengenai sasarannya yakni penerima pesan, seperti peluru yang langsung mengenai sasaran. Contohnya pada saat pemilihan presiden dimana diberitakan terus menerus tentang calon presiden, diberitakan tentang baik buruk calon presiden yang mengulang-ngulang dan terus menerus sehingga pesan dapat tersampaikan langsung dan mengenai sasaran, dan membekas kedalam pikiran khalayak.

Gambar 2 Data Penonton Televisi



Dari data tersebut yang saya dapat diketahui bahwa penonton televisi 89% sedangkan pengguna media *online* khususnya dalam bentuk video sebesar 46%. Dengan adanya data tersebut dapat dilihat bahwa saat ini televisi masih memegang peringkat pertama untuk penyebaran informasi melalui visual. Maka dari itu Dalam hal ini televisi menjadi objek penelitian karena seperti data yang didapat bahwa pengguna televisi lebih banyak ketimbang pengguna media online, hal ini dikarenakan masyarakat belum semua menggunakan gadget. Masyarakat masih menempatkan televisi sebagai urutan pertama dalam mencari informasi yang dicari. Televisi harus menyajikan informasi yang benar atau *kredibel* kepada khalayak nya karena televisi merupakan salah satu media *mainstream* yang terus menerus digunakan khalayak di era jaman sekarang dan pesan yang disampaikan melalui televisi sangat langsung mengenai sasaran kepada khalayak. Aturan bahwa televisi harus menyiarkan informasi yang terverifikasi sudah diatur oleh KPI atau Komisi Penyiaran Indonesia. Salah satu program televisi yang dapat memberikan informasi mengenai fakta atau hoax adalah program *Fact Or Fake* yang ada di Trans 7.

Program ini merupakan program televisi yang mempunyai konten membahas sesuatu yang sedang *viral* di masyarakat lalu kemudian membuktikan ke masyarakat atau penonton apakah informasi yang sedang *viral* tersebut merupakan informasi fakta atau informasi yang *fake* atau palsu. Salah satu episode yang ada dalam program *Fact Or Fake* yang menarik adalah episode tentang seorang anak yang ramai diberitakan di media sosial yaitu anak yang sedang memulung untuk membantu ibunya lalu dikabarkan meninggal dunia akibat kelelahan. Namun, saat setelah ramai diperbincangkan bahwa sang anak meninggal ternyata informasi tersebut *hoax* atau salah

karena program *Fact Or Fake* ini menelusuri langsung untuk mencari tahu tentang fakta yang sebenarnya dan memang nyatanya anak tersebut hanya tertidur akibat kelelahan dan memulung untuk mencari tambahan uang untuk bermain *game online*. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana resepsi penonton program *Fact Or Fake* yang kerap kali mengklarifikasi *hoax*, atau membuktikan bahwa informasi yang sedang viral itu ternyata fakta atau bukan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

“Bagaimana resepsi penonton program *Fact Or Fake* di Trans 7 terhadap isi pesannya?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pemaknaan khalayak pada isi dalam program *Fact Or Fake* yang dapat mengklarifikasi *hoax* yang sedang viral di masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat teoritis dan manfaat praktis dalam penelitian ini adalah :

a. Manfaat Teoritis

1. Menambah pengetahuan serta wawasan mengenai penggunaan analisis resepsi untuk mengkaji lebih dalam suatu penelitian khususnya bidang ilmu komunikasi.
2. Memberikan sebuah pengetahuan mengenai bahaya *hoax* dan *post truth* yang sedang berkembang di masyarakat.

b. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat membuat pembaca untuk lebih selektif dalam menerima informasi yang sedang *viral* beredar di media.
2. Memberikan arahan kepada pembaca agar mencari informasi melalui media yang benar dan sudah terbukti ke faktualannya.

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan proposal skripsi, yaitu:

Bab I Pendahuluan

Bab ini membahas latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan penelitian dan manfaat Penelitian, serta sistematika penulisan proposal yang sedang dibahas.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas tentang penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema besar atau judul, konsep penelitian, dan kerangka berpikir untuk mengarahkan peneliti pada penelurusan jawaban atas pertanyaan penelitian yang harus ditemukan melalui konsep dan teori-teori dalam ilmu komunikasi.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini membahas tentang metode pengumpulan data, penentuan key informan dan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian

Bab ini membahas tentang hasil penelitian yang didapatkan, dan membahasnya dengan mengaitkan dengan teori.

Bab V Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan, serta saran yang ditulis peneliti.