

TINGKAT PENGETAHUAN IDENTIFIKASI INFORMASI BOHONG ATAU HOAKS DALAM GRUP *WHATSAPP* DI MASYARAKAT DENPASAR

Komang Gina Pebriyanti¹⁾, I Gusti Agung Alit Suryawati²⁾, Ni Made Ras Amanda Gelgel³⁾

¹²³⁾Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: ginapebri21@gmail.com¹, igaalitsuryawati@yahoo.co.id², rasamanda13@gmail.com³

ABSTRACT

The growth of information technology makes hoax or false information spread very easily. There are 733 hoax complaints and 43 hoax contents were spread in Whatsapp media from 2018 to 2019. Whatsapp is the second-place platform for hoax spreaders (56,55%) after Facebook (82,25%). This study aims to measure the level of knowledge of Denpasar community identification of hoax in Whatsapp group. This study uses descriptive quantitative research methods with the concept of knowledge divided into 6 levels, Know, Comprehension, Application, Analysis, Synthesis, and Evaluation. The sampling technique was purposive sampling. Data obtained by distributing questionnaires with 230 respondents in March 2020 that were measured using Likert scale. The results show that the Denpasar community have very high level of identification knowledge in identifying hoax or false information in Whatsapp group but it is known that men with background senior high school have a better level of identification knowledge than women.

Keyword: Denpasar, Hoax, Knowledge, Whatsapp Group

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini pada era informasi industri media massa dipacu untuk terus berinovasi dan bertransformasi dari bentuk analog menjadi digital. Perangkat komunikasi saat ini bersatu dalam bentuk audio, teks, dan visual yang sebelumnya saling terpisah sehingga menginovasi fungsi media penyiaran informasi lama ke dalam media *platform* yang baru. Semuanya menggunakan jaringan internet global. Jaringan internet, computer dan media massa saling berpadu atau belakangan sering disebut sebagai konvergensi media (Straubhaar & LaRose, 2006 dalam Wira Respati, 2017). Pengguna media baru yang kurang mengerti atau bijak menggunakan media baru akan memberikan dampak negatif ke depannya. Pierre Levy

(dalam Littlejohn, 2014 : 413-414) mendukung pandangan tentang teori baru. Levy mengatakan bahwa media baru lebih perantara. Media baru membagikan kemudahan yang fleksibel, general namun media baru dapat memberikan gangguan, kecemasan hingga kekacauan.

Fenomena sering terjadi dan berhubungan dengan media baru adalah informasi bohong atau hoaks. Informasi hoaks paling banyak ditemukan pada *platform Facebook* (82,25%), *Whatsapp* (56,55) dan *Instagram* (29,48) (*dailysocial.id*, 2018). Hasil riset yang dipaparkan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo), pada Januari 2019 mempublikasikan data

mengenai hoaks dalam *whatsapp*. Sejak Agustus 2018 hingga Januari 2019, Kominfo mendapatkan laporan 43 konten hoaks. Rekapitulasi Kominfo sepanjang tahun 2018, tercatat ada 733 aduan hoaks yang disebar lewat aplikasi *Whatsapp*. (*asumsi.co*, 2019). *Whatsapp* juga memiliki fitur grup di mana kapasitas anggota dalam grup mencapai 256 pengguna (*Kompas.com*, 2016). Hal ini menyebabkan penyebaran informasi dapat terjadi secara cepat dan mudah. Dari data tersebut, peneliti ingin mencari tahu tingkat pengetahuan identifikasi informasi bohong atau hoaks dalam grup *whatsapp*.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Peneliti menggunakan 3 referensi skripsi yang memiliki keterkaitan atau relevansi dengan topik penelitian ini. Adapun ketiga referensi tersebut, yaitu Skripsi pertama, berjudul "Eksplorasi Pengetahuan Remaja Terhadap Media Sosial (Studi Deskriptif pada Siswa SMP Negeri 1 Pallangga, Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan)" oleh Khangriawan Anugrah (2017), skripsi kedua berjudul "Sikap Masyarakat Kota Denpasar Terhadap Informasi Bohong di *Facebook*" oleh Ni Ketut Juniantari (2019) dan skripsi ketiga adalah "Tanggapan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Terhadap Berita Palsu (Hoaks) Pada Portal Berita" oleh Susilawati (2017).

MEDIA BARU (NEW MEDIA)

Kehadiran media baru (*new media*) sudah dikenal sejak tahun 1960-an mencakup perangkat teknologi komunikasi yang semakin maju dan berbagai macam

dimana memiliki karakteristik digital dan terhubung dengan internet. Denis McQuail karakter media baru yakni berkesinambungan, terdapat *sender* atau *recipient* informasi, beragam akitifitasnya, manfaat yang berbagai macam, sebagai wadah yang bebas, dan karakteristik yang menyeluruh.

Menurut menyatakan bahwa media baru memiliki lima karakteristik, yakni: 1) Media baru bisa menipu; 2) Media baru bersifat *terhubung dengan jaringan lainnya*; 3) Media baru bersifat *compressible*; 4) Media baru bersifat padat; dan 5) Media baru bersifat tidak memihak.

WHATSAPP

WA merupakan kepanjangan dari *Whatsapp*, adalah media sosial bisa di akses dari *smartphone* ataupun *PC (Personal Computer)*. Jan Kaum dan Brian Acton merupakan pendiri *whatsapp* pada 24 Februari 2009. Namun pada Februari 2014 *Whatsapp* diambil alih oleh *Facebook*, namun berkerja secara terpisah dan berfokus untuk digunakan pertukaran pesan yang cepat dan efisien. *Whatsapp* adalah media sosial yang banyak digunakan dalam pertukaran informasi. *Platform* media *Whatsapp* yakni aplikasi terpopuler dengan pengguna terbanyak di Indonesia, sebesar 35,8 juta pengguna di Indonesia dan mendapatkan 77,6% pangsa pasar pengguna internet *mobile* di Indonesia (*comScore*, 2017). Pengguna *Whatsapp* dapat dengan mudah mengirim dan menerima pesan, foto, vidio, membagikan lokasi, file, dan telepon. *Whatsapp* memiliki fitur grup di mana

maksimal anggotanya bisa mencapai 256 orang di dalamnya.

LITERASI DIGITAL

Digital literacy sudah ada pada tahun 1990. Gilster (1997:1-2) *digital literacy* memaparkan digunakan untuk kepintaran dalam memerlukan informasi setiap sudut pandang yang berbeda. Gilster (1997:3) memaparkan tidak hanya proses berpikir kritis, kompetensi yang diperlukan seperti menggunakan bagaimana menyusun pengetahuan, serta mendirikan berbagai pesan yang dapat digunakan dari berbagai sumber yang beragam. Individu yang berliterasi digital perlu memperkaya pengetahuan untuk mencari serta membangun suatu cara dalam menggunakan *search engine* dalam mencari informasi yang ada dan mengetahui informasi mana di diperlukan.

Gilster (1997:3) menggabungkan ke-4 pengetahuan yang diperlukan oleh pengguna intrnet diharapkan dapat berpikir kritis ketika menggunakannya. Dimana pengetahuan berpikir kritis tersebut mencakup: 1) cara pencarian di intrn (*Internet Searching*); 2) Pandu Arah Hypertext (*Hypertextual Navigation*); 3) (*Conten Evaluation*); dan 4) menyusun pengetahuan (*Knowledge Assembly*).

BERITA BOHONG ATAU HOAKS

Hoaks adalah sebuah informasi yang sengaja memutarbalikan fakta di mana memiliki tujuan untuk memberikan kekacauan, kegaduhan hingga menggiring opini khalayak pada fenomena tertentu. Allcott and

Gentzkow (2017:213) menjelaskan hoaks merupakan sebuah artikel yang memang dibuat sedemikian rupa sehingga dapat menyebabkan kekacauan informasi bagi yang membacanya. Banyaknya informasi bohong yang masih tersebar dan kurangnya pengetahuan tentang hoaks itu sendiri maka dewan pers menggambarkan ciri-ciri hoaks, antarlain: a) *hoaks* memberikan pengaruh negative bagi masyarakat yang terpapar seperti kebingungan, kekacauan hingga kebencian; b) sumber biasanya tidak dapat dicantumkan dan tidak diketahui jelas yang menyebarkannya, tidak relevan dan biasanya terdapat actor, kelompok ataupun lainnya yang disudutkan dalam suatu informasi; dan c) isi dari informasi biasanya berisi kebencian mulai dari judul, isi dan akhir secara tidak langsung terdapat penghakiman sepihak tetapi data dan fakta disembunyikan bahkan tak dipungkiri terdapat tokoh tertentu.

KEMKOMINFO mempublikasikan terdapat 800 ribu situs di tanah air teridentifikasi merupakan *sender* hoaks (*CNNIndonesia.com*, 2016) dan ujaran kebencian (*hatespech*) (pratama,2016). *Whatsapp* merupakan platform media sosial ke dua dalam penyebar hoaks sebesar (56,55%), setelah *Facebook* (82,25%) (*dailysocial.id*, 2018).

PENGETAHUAN

Bergeron menjelaskan pengetahuan adalah informasi yang telah dikonstruksi , untuk mempertajam suatu pemahaman akan benda, objek atau lainnya kesadaran, dan artinya. Pengetahuan aspek penting dalam sebuah tindakan manusia (*overt behavior*).

Sebuah tindakan yang dilatarbelakangi dengan pengetahuan melekat lebih lama daripada tindakan tidak dilandaskan dengan sebuah pengetahuan.

Menurut Notoadmodjo (2007) pengetahuan memiliki domain kognitif, dimana pengetahuan memiliki enam tingkatan yakni: Tahu (*know*), Memahami (*Comprehension*), Aplikasi (*Application*), Analisis (*analysis*), Sintesis (*synthesis*), dan Evaluasi (*evaluation*).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian memakai penelitian penelitian kuantitatif dan mengadopsi pendekatan deskriptif dalam menganalisis data. Dalam penelitian ini memakai rancangan penarikan sampel *Non-Probability Sampling*. Sampel yang dibutuhkan di penelitian ini yakni teknik *purposive sampling* menggunakan instrumen berupa kuesioner dan menggunakan pengujian dalam analisis data yakni uji validitas dan uji reliabilitas.

Untuk menentukan sampel penelitian memakai acuan dari Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982:253) menganjurkan masukan mengenai ukuran sampel untuk riset yakni, sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti, diketahui banyak sampel dalam penelitian ini yakni 230 responden. Sampel dalam penelitian ini memiliki karakteristik yakni, responden berdomisili di Denpasar, dan Responden berusia 19 hingga 34 tahun.

UJI VALIDITAS

Validitas merupakan pengukuran yang memperlihatkan standar-standar keasihan maupun keakuratan dalam instrument berfokus dengan konsep yang akan diangkat dalam penelitian. Pada Penelitian ini teknik korelasi *pearson product moment* yang digunakan dan Alat ukur dalam penelitian ini dikatakan valid apabila nilai suatu system alat ukur $> 0,3$.

UJI REABILITAS

Reliabilitas merupakan sebuah keakuraatan sebuah intrumen yang akan diukur, dimana alat ukur dapat diandalkan dan dipercaya. Sebuah intrumen dalam kuesioner dapat dikatakan realibel apabila responden dapat menjawab setiap pertanyaan stabil dan konsisten dalam setiap waktu. Sebuah instrumen dalam kuesioner akan disebut reliabel jika *cronbach's alpha* $> 0,06$.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Whatsapp merupakan salah satu media sosial yang memerlukan internet dalam mengaktifkannya. Dalam penggunaannya *Whatsapp* dapat digunakan melalui *smarthphone* atau PC (*Personal Computer*). *Whatsapp* diusung oleh Jan Kaum dan Brian Acton pada 24 Februari 2009. Namun pada Februari 2014 *Whatsapp* diakuisisi oleh *Facebook*, namun bekerja sebagai media sosial yang menjalankan pertukaran pesan secara mudah. *Whatsapp* memiliki fitur seperti dapat mengirim foto, video, dokumen, *Whatsapp* Status, pesan suara, video *call*, panggilan dan grup *Whatsapp*.

Platform media *Whatsapp* adalah sebuah media yang digemari masyarakat Indonesia

sebesar 35,8 juta pengguna di tanah air dan di pangsa pasar pengguna internet *mobile* Indonesia *whatsapp* mendapat perhatian sebesar 77,6% (*comScore*, 2017). *Whatsapp* memiliki fitur grup di mana maksimal mencapai 256 anggota di dalamnya. Grup *Whatsapp* sendiri terdiri dari grup kantor, grup keluarga, grup komunitas, grup sekolah dan lainnya.

Hoaks adalah sebuah informasi yang sengaja memutarbalikan fakta di mana memiliki tujuan untuk memberikan kekacauan, kegaduhan hingga menggiring opini khalayak pada fenomena tertentu.

Allcott and Gentzkow (2017:213) menjelaskan hoaks menjadi sebuah informasi yang disusun dengan informasi yang salah dengan sedemikian rupa dimana bertujuan untuk menggiring opini yang berlawanan dengan fakta yang ada. Sebuah riset yang dipublikasikan KEMKOMINFO mempublikasikan terdapat 800 ribu situs di tanah air teridentifikasi sebagai *sender* penyebar hoaks (*CNNIndonesia.com*, 2016) dan ujaran kebencian (*hatespeech*). *Whatsapp* merupakan platform media sosial ke dua dalam penyebar hoaks sebesar (56,55%), setelah *Facebook* (82,25%) (*dailysocial.id*, 2018).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Denpasar mempunyai tingkat pengetahuan identifikasi dikategorikan sangat baik/sangat tinggi dalam menyikapi hoaks dalam grup *Whatsapp*. Hasil tersebut dapat dijelaskan dari total skor rata-rata keseluruhan adalah 4.26, artinya dapat dikategorikan sangat baik/ sangat tinggi. Skor

terbaik atau paling tinggi terdapat pada tingkat pengetahuan evaluasi yakni didapatkan rata-rata 4.44 yang dapat dijelaskan tergolong sangat baik/sangat tinggi di aspek pengetahuan evaluasi dengan menjastifikasi dan menilai hoaks dalam grup *Whatsapp*. Pada tingkat pengetahuan analisis merupakan skor terendah dalam keenam tingkatan pengetahuan yakni sebesar 4.13 dimana dapat dilihat bahwa tingkat pengetahuan analisis masyarakat Denpasar dalam menyikapi hoaks dalam grup *whatsapp* tergolong baik/tinggi.

Pengetahuan adalah hal terpenting dalam terkonstruksinya suatu tindakan (*overt behavior*). Tindakan dilatar belakangi dengan pengetahuan melekat lama dibandingkan tindakan tidaksekali dilatarbelakangi oleh pengetahuan.

Tahu (*know*), memahami (*comprehension*), aplikasi (*application*), analisis (*analysis*), sintesis (*synthesis*) dan evaluasi (*evaluation*) merupakan sebuah domain kognitif dalam tingkatan pengetahuan, Notoadmodjo pada tahun 2007.

Sebuah pengetahuan terdapat dua aspek dimana terdapat aspek positif dan negative. Aspek positif maupun negatif akan melandasi pengetahuan seseorang. Dimana semakin besar aspek negatif akan buruk pula pengetahuan seseorang mengenai suatu objek atau subjek yang dilihatnya, sehingga begitu juga kebalikanya. Melalui penelitian ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat pengetahuan evaluasi (*evaluation*) tergolong paling baik dan tertinggi dalam menyikapi hoaks dalam grup *Whatsapp*.

Pada hasil tabulasi silang jenis kelamin dan pendidikan dalam menyikapi hoaks. Diketahui bahwa laki-laki dilandasi latar belakang pendidikan terakhir SMA/Sederajat memiliki tingkat pengetahuan identifikasi informasi bohong atau hoaks yang lebih baik dibanding perempuan dimana skor laki-laki yakni 4.31 dan perempuan yakni 4.23.

Dari keseluruhan hasil penelitian ini ditemukan bahwa mayoritas responden berdomisili di Denpasar selatan dengan rentan umur 19-22 tahun, berlatar belakang pendidikan terakhir SMA/Sederajat, setatus pekerjaan sebagai mahasiswa dengan penghasilan kurang dari Rp. 15.00.000 diketahui memiliki tingkat pengetahuan identifikasi paling baik atau tertinggi dalam menanggapi hoaks di grup *whatsapp*.

5. KESIMPULAN

Pada bab V ini maka dilihat kesimpulan berupa:

1. Diketahui bahwa masyarakat Denpasar mempunyai tingkat pengetahuan identifikasi yang sangat baik/ sangat tinggi dalam menyikapi informasi bohong atau hoaks dalam grup *Whatsapp*. Dimana artinya masyarakat Denpasar memiliki pengetahuan identifikasi yang sangat baik untuk membedakan dan menerima informasi bohong atau hoaks dalam grup *Whatsapp*.
2. Masyarakat Denpasar memiliki tingkat pengetahuan identifikasi yang sangat baik/sangat tinggi dalam dimensi tahu (*know*), memahami (*comprehension*), aplikasi (*application*), dan evaluasi

(*evaluation*) mengenai informasi bohong atau hoaks dalam grup *Whatsapp*.

3. Masyarakat Denpasar memiliki tingkat pengetahuan identifikasi yang baik dalam mengetahui ciri-ciri informasi bohong atau hoaks dalam grup *Whatsapp* dan tindakan masyarakat Denpasar ketika melihat terdapat penyebaran hoaks di grup *Whatsapp* mengatakan bahwa itu tidak benar. Masyarakat Denpasar juga memiliki tingkat pengetahuan identifikasi yang baik dalam menilai bahwa informasi yang tidak jelas dalam grup *Whatsapp* adalah hoaks.

Data terkait tabulasi silang jenis kelamin dan latar belakang pendidikan terakhir masyarakat Denpasar. Diketahui bahwa jenis kelamin laki-laki dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat memiliki tingkat pengetahuan identifikasi yang lebih baik dalam menyikapi informasi bohong atau hoaks dalam grup *Whatsapp* dibandingkan jenis kelamin perempuan.

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana. Edisi ke-2
- Gilster, Paul. 1997. *Digital Literacy*. New York: Wiley
- Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan*

Analisis Data Sekunder. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada PANGESTIKA-FITK.pdf (diakses 20 Mei 2019)

McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika Susilawati, 2017. *TANGGAPAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS HASANUDDIN*

Rakhmat, J & Ibrahim, I. S. 2016. *Metode Penelitian Komunikasi Edisi Revisi Kedua*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media *TERHADAP BERITA PALSU (HOAX) PADA PORTAL BERITA*. Skripsi. Makassar: Universitas Hasanudin (online)

Skripsi :

Anugrah, Khangriawan, 2017. *EKSPLORASI PENGETAHUAN REMAJA TERHADAP MEDIA SOSIAL (Studi Deskriptif pada Siswa SMP Negeri 1 Pallangga, Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan)*. Skripsi. Makassar: UIN Alauddin Makassar (Online). [http://repository.uin-](http://repository.uin-alauddin.ac.id/bitstream/handle/123456789/26773/SKRIPSI%20SUSILAWATI%20E31113527%20FIX.pdf?sequence=1)

[alauddin.ac.id/7122/1/Khangriawan%20Anugrah.pdf](http://repository.uin-alauddin.ac.id/7122/1/Khangriawan%20Anugrah.pdf) (diakses 22 Oktober 2019)

Juniantari, Ni Ketut. 2018. *SIKAP MASAYARAKAT KOTA DENPASAR TERHADAP INFORMASI BOHONG DI FACEBOOK*. Denpasar : Universitas Udayana. (diakses 19 Mei 2019)

Pangestika Nur, Lia. 2018. *PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL WHATSAPP TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI PEMBELAJARAN DI SMA NEGERI 5 DEPOK*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah (Online) <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/41759/1/NUR%20LIA%20>

Jurnal:

Allcott H., dan Gentzkow M. 2017. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*

A'yuni, Qory Qurratun. 2016. *LITERASI DIGITAL REMAJA DI KOTA SURABAYA (Studi Deskriptif tentang Tingkat Kompetensi Literasi Digital pada Remaja SMP, SMA dan Mahasiswa di Kota Surabaya)*. Surabaya: Universitas Airlangga.

<http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-In53e61a7e60full.pdf> (diakses 21 Mei 2019)

Respati, Wira. *TRANSFORMASI MEDIA MASSA MENUJU ERA MASYARAKAT INFORMASI DI INDONESIA*. Jakarta: Binus University. (Online) <https://media.neliti.com/media/publications/167082-ID-transformasi-media-massa->

menuju-era-masy.pdf (diakses 21 Mei 2019)

Sumber Internet:

Anonim. 2019. *Kenapa Informasi Hoax Gampang tersebar Lewat Whatsapp*. Asumsi.

<https://www.asumsi.co/post/kenapa-informasi-hoax-gampang-tersebar-lewat-Whatsapp>. diakses pada 13 September 2019

Anonim. 2019. *Tentang Whatsapp*. *Whatsapp*.

<https://www.Whatsapp.com/about/?lang=id>. Diakses pada 22 Mei 2019

Anonim. 2019. *Facebook Menjadi Media Sosial Terbesar Penyebaran Berita Hoax*. InfoPublik.

<http://infopublik.id/kategori/nusantara/328047/facebook-menjadi-media-sosial-terbesar-penyebaran-berita-hoax>. Diakses pada 19 November 2019

Eka, Randi. 2018. *Laporan DailySocial: Distribusi Hoax di Media Sosial 2018*. Dailysocial.

<https://www.google.com.sg/amp/s/dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-distribusi-hoax-di-media-sosial-2018/%3famp=1>.

Diakses pada 25 Februari 2019

<https://www.nesabamedia.com/pengertian-Whatsapp/>. Diakses 11 September 2019

K. Nistanto, Reska. 2016. *Batas Anggota Group Whatsapp Naik Jadi 256 Orang*. <https://tekno.kompas.com/read/2016/02/05/08361057/Batas.Anggota.Group.Whatsapp.Naik.Jadi.256.Orang>. Diakses pada 13 September 2019

Pratama Hadi, Aditya. 2017. *Laporan comScore: Whatsapp Adalah Aplikasi Mobile Terpopuler di Indonesia*. <https://id.techinasia.com/comscore-Whatsapp-adalah-aplikasi-terpopuler-di-indonesia>. Diakses 13 September 2019

Portal Resmi Pemerintah Kota Denpasar. 2019. *Peta Denpasar*. <https://www.denpasarkota.go.id/page/read/37>. Diakses pada 21 Maret 2019.

Tanuwijaya, Gracia. 2018. *"Citizen Journalism" dan Penyebaran Hoaks Melalui Whatsapp*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/gracia77830/5bc8b426c112fe4cd26d35c4/citizen-journalism-dan-penyebaran-hoax-melalui-Whatsapp?page=all>. Diakses pada 13 september 2019