

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Peran

1. Pengertian Peran

Peran menurut terminology merupakan tingkah yang diharapkan oleh yang berkedudukan dimasyarakat. Peran juga diartikan sebagai aktivitas yang dilancarkan oleh suatu lembaga atau organisasi dan diatur dalam suatu ketetapan fungsi dari lembaga tersebut.

Peran didefinisikan sebagai aktivitas yang diperankan atau dimainkan oleh seseorang yang memiliki kedudukan atau status sosial dalam organisasi.

Menurut Koentjaraningrat, peran berarti tingkah laku individu yang memutuskan suatu kedudukan tertentu, dengan konsep yang merujuk pada pola perilaku yang diharapkan dari orang yang memiliki status atau posisi tertentu. Sedangkan menurut Soerjono Soekanto, peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status) apabila orang tersebut melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya.

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa peran adalah suatu sikap dan perilaku seseorang yang diharapkan banyak orang atau sekelompok orang terhadap orang yang memiliki status atau kedudukan tertentu.

2. Jenis-jenis Peran

- a. *Anacted Role* (peran nyata), cara yang dijalankan seseorang atau kelompok dalam menjalankan suatu peran.

- b. *Prescribed Role* (peranan yang dianjurkan), cara yang diharapkan masyarakat dalam menjalankan peran tertentu.
- c. *Role Conflict* (konflik peranan), kondisi yang dialami seseorang yang menduduki status yang menuntut harapan dan tujuan peranan yang saling bertentangan satu sama lain.
- d. *Role Distance* (kesenjangan peranan), pelaksanaan peran secara emosional.
- e. *Role Failure* (kegagalan peran), kegagalan seseorang dalam menjalankan peran tertentu.
- f. *Role Model* (model peranan), seseorang yang tingkah lakunya kita contoh, tiru, dan ikuti.
- g. *Role Set* (rangkaiannya atau lingkup peranan), hubungan seseorang dengan individu lain ketika sedang menjalankan peran.

B. Jurnalisme

1. Pengertian jurnalisme

Jurnalistik merupakan sebuah bentuk alat komunikasi dari media massa, baik itu sebuah kegiatannya ataupun isinya, sedangkan pers adalah media tempat jurnalistik itu disalurkan. Akan tetapi, Kalau jurnalistik adalah hasil kegiatan pengolahan informasi yang akan disampaikan dalam bentuk berupa berita, reportase, feature, dan opini, maka pers adalah surat kabarnya, atau majalahnya atau radionya atau televisinya. Sehingga bisa

disebut juga dengan pers adalah medianya, sedangkan jurnalistik adalah isinya¹⁵.

Berita juga bisa disebut dengan laporan tentang ide, kejadian atau konflik yang menarik perhatian para pembaca yang membangkitkan minat membaca dan mempunyai makna terhadap pembaca dalam urusan–urusannya atau hubungannya dengan masyarakat. Sementara dewasa ini, kehadiran media online memunculkan ”generasi baru” jurnalistik, yakni jurnalisme dalam bentuk online (*online journalism*), atau bisa disebut juga dengan *cyber journalism*. Jurnalisme online merupakan proses penyampaian informasi yang dilakukannya dengan menggunakan media internet atau website sebagai proses penyebaran berita tersebut¹⁶.

Materi jurnalistik dalam media massa (cetak) secara fisiknya dapat dibagi menjadi dua kategori. Pertama, kategori berita–berita langsung, reportase, dan feature. Kedua, kategori pendapat atau opini–tajuk rencana, artikel dan tulisan kolom. Berita adalah sesuatu peristiwa yang terjadi dalam masyarakat yang menarik perhatian sejumlah orang¹⁷.

2. Tujuan utama jurnalisme

Menyediakan informasi sesuai fakta, akurat atau dapat dipercaya dan dapat dibuktikan kebenarannya kepada public agar informasi tersebut

¹⁵Ermanto, *Wawasan Jurnalistik Praktis. Peluang dan Tantangan Wartawan Kreatif*, (Yogyakarta : Cinta Pena. 2005), hlm: 25.

¹⁶M. Romli, *Bahasa Media: Panduan Praktis Bahasa Jurnalistik*, (Bandung: Batic Press. 2009), hlm. 97.

¹⁷Ermanto, *Menjadi Wartawan Handal dan Profesional*, (Yogyakarta: Cinta Pena, 2005), hlm.68.

mereka dapat mengambil peran untuk membangun masyarakat yang bebas tapi adil.

Adapun tugas utama seorang jurnalis dalam menjalankan tugasnya adalah sebagai berikut :

1. Menyampaikan kebenaran.
2. Memiliki loyalitas pada masyarakat.
3. Disiplin untuk melakukan verifikasi.
4. Memiliki kemandirian terhadap apa yang diliput.
5. Memiliki kemampuan untuk memantau kekuasaan.
6. Menjadi forum bagi kritik dan kesepakatan public.
7. Menyampaikan sesuatu secara menarik dan relevan.
8. Membuat berita secara komprehensif dan proporsional.
9. Memberi wartawan keluasaan untuk mengikuti nurani mereka.

3. Tugas utama jurnalisisme

Jurnalis dalam menjalankan tugasnya tentunya terdapat hal-hal yang menjadi patokan dalam dia bekerja, adapun tugas utama jurnalisisme dalam menjalankan tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Kewajiban pertama pada kebenaran : keinginan agar informasi adalah kebenaran elementer, berita merupakan materi yang digunakan untuk mempelajari dan berfikir tentang dunia diluar diri mereka, dan kualitas dari berita ialah bisa digunakan dan diandalkan.
- b. Loyalitas pertama pada warga : kesetiaan pada warga adalah makna dari independensi, ketidaktertarikan dan tidak berpihak terhadap

informasi sehingga menimbulkan kebingungan dan pemahaman menjadi kabur terhadap media.

- c. Intisari jurnalis adalah disiplin dalam verifikasi : sikap ketidakberpihakan oleh wartawan atau netral lebih sering digunakan oleh organisasi berita untuk mempromosikan diri bahwa mereka berupaya menghasilkan sesuatu yang diperoleh melalui metode obyektif.
- d. Para praktisi harus menjaga independensi terhadap sumber media : dalam hal ini lebih ke pragmatisme atau dimana seseorang dapat membayangkan sekaligus menjadi peserta dalam suatu peristiwa, tapi realistiknya mengaburkan tugas yang harus dilakukan.
- e. Jurnalisme harus berlaku sebagai pemantau kekuasaan : pers hadir untuk “menyusahkan orang senang dan menyenangkan orang susah”, membuat makna anjing penjaga disalah pahami sehingga memberikan citra liberal dan tujuannya bukan hanya menjadi manajemen dan pelaksana kekuasaan saja, tetapi menjadikan hal tersebut diketahui dan diapahami oleh public.
- f. Jurnalisme harus menyediakan forum untuk kritik dan dukungan.
- g. Jurnalisme harus berupaya membuat hal-hal yang penting dengan menyediakan informasi yang dibutuhkan orang dalam memahami dunia.
- h. Jurnalisme menjaga berita agar tetap komprehensif dan proporsional dengan mengupayakan pembuatan peta untuk membantu kita melihat

proporsi dan komprehensifitas, hal tersebut merupakan kunci dari akurasi.

- i. Para praktisi harus diperbolehkan mengikuti hati nurani mereka, maksud dari hati nurani ialah sesuatu yang dipercayai oleh sebagian besar wartawan, dimana mereka merasa bahwa jurnalisme adalah tindakan moral, latar belakang nilai yang mereka miliki dapat mengarahkan mereka dalam membuat berita.

Tentunya, dalam menjalankan tugas sebagai jurnalisme, ada beberapa kode etik yang harus di gunakannya selama proses pencarian maupun dalam penulisannya. Beberapa kode etik jurnalistik yang digunakan oleh jurnalis Indonesia adalah sebagai berikut:

- a. Wartawan indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang dan tidak beritikad buruk.
- b. Wartawan indoensi menempuh cara-cara yang professional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.
- c. Wartawan indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis dan cabul.
- d. Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini, tidak menghakimi, serta menerapkan asa praduga tak bersalah.
- e. Wartawan Indonesia tidak menyebutkan atau menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan idetitas anak yg menjadi pelaku kejahatan.

- f. Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesinya menerima suap.
- g. Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang dan off the record sesuai dengan kesepakatan.
- h. Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, merendahkan martabat orang lemah, miskin, cacat jiwa atau cacat fisik.
- i. Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan public.
- j. Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan pemirsa.
- k. Wartawan Indonesia melayani hak jawab seseorang untuk memberikan tanggapan atau sanggahan terhadap pemberitaan dari fakta yang merugikan nama baiknya.

Tentunya dalam proses menjalankan tugasnya, ada beberapa hal yang perlu dihindari sehingga berdampak membuat jurnalistik kehilangan kekhasannya, yaitu:

- a. Hubungan yang salah, seperti judul berita, visual, serta keterangan tidak mendukung atau tidak ada hubungannya dengan konten yang terkait.
- b. Konten yang menyesatkan, penggunaan informasi dengan membingkai suatu isu dalam cara tertentu atau biasa disebut dengan *farming theory*.
- c. Konteks yang salah, yang menjadikan istilah berita palsu sudah tidak relevan karena konten asli bisa diedarkan namun diluar konteks aslinya.

C. Media

1. Pengertian Media.

Secara *etimologi*, “media” merupakan kata jamak dari “medium” yang berasal dari bahasa latin “medius” yang berarti tengah, sedangkan dalam bahasa Indonesia medium berarti “antara” atau “sedang” sehingga arti media dapat mengarah pada sesuatu yang mengantar atau meneruskan informasi antara sumber dan penerima pesan.

Media juga dapat diartikan sebagai bentuk dan saluran yang dapat digunakan dalam proses penyajian informasi. Istilah media dikenal dengan alat peraga, kemudian dikenal dengan istilah audio visual aids (alat bantu pandang atau dengar).

Sedangkan secara harfiah, media berarti perantara antara sumber pesan (*a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*). Beberapa yang termasuk dalam media yaitu film, televisi, diagram, media cetak, computer,

dan lainnya.¹⁸ Media merupakan alat yang dapat membantu dalam keperluan dan aktivitas yang sifatnya mempermudah bagi penggunaanya.

Media massa merupakan tempat disiarkannya hasil kerja wartawan, media massa dibagi menjadi tiga kategori yaitu, media massa cetak seperti surat kabar dan majalah, media elektronik, dan media sosial, setiap media memiliki karakteristik masing-masing. Beberapa fungsi penting media massa yaitu:

- a. Media merupakan produksi yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa serta menghidupkan industry yang terkait.
- b. Media massa merupakan sumber kekuatan sebagai alat control, manajemen dan alat infromasi masyarakat.
- c. Media merupakan lokasi (forum) yang semakin berkembang, untuk menampilkan sebuah peristiwa kehidupan dalam msyarakat baik nasional maupun internasional.
- d. Media berperan sebagai wahana pengembangan hidup, bukan hanya pengembangan tata cara, tetapi dalam pengembangan gaya hidup dan norma.

Ada juga yang mengatakan tentang fungsi media massa adalah sebagai berikut.

- a. *To inform* (menginformasikan).
- b. *To educate* (mendidik).

¹⁸ Dian Indriana, *Ragam Alat Bantu Pengajaran*, cet pertama, (Yogyakarta : DIVA Press, 2011), hlm.13.

- c. *To entertain* (menghibur).
- d. *To influence* (mempengaruhi).
- e. *To social responsibility* (memberikan respon sosial).
- f. *To linkage* (penghubung).

Dengan adanya media massa, dapat memberikan efek terhadap berbagai sektor di dalam perputaran media ini, diantaranya yaitu:

- a. Efek ekonomis
- b. Efek sosial
- c. Efek pada penjadwalan kegiatan
- d. Efek pada penyaluran/ penghilangan perasaan tertentu
- e. Efek pada perasaan orang terhadap media.

2. Macam-macam media.

Media dalam bentuknya terdapat beberapa perbedaan, tentunya juga dengan cara pemasaran, proses dan penerbitan, adapun beberapa macam dari media adalah sebagai berikut:

1. Media Cetak, merupakan media yang proses pembuatannya melalui percetakan, seperti majalah, bulletin, surat kabar (koran), dan sebagainya. Koran atau surat kabar adalah suatu penerbitan yang ringan dan dicetak pada kertas murah yang biasa disebut kertas Koran.
2. Media Elektronik, sama seperti surat kabar, eksistensi media elektronikpun mengalami pasang surut, salah satunya media elektronik yang merakyat adalah radio.

3. Media Sosial, berbeda dengan media lain media sosial mengalami masa puncaknya karena didukung oleh perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat terutama internet yang dapat digunakan dengan media apapun termasuk handphone. Media sosial merupakan media online yang mana penggunaanya dapat berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.

3. Kode Etik Media Massa.

Dalam menjalankan proses pemberitaan, media massa tentunya mempunyai beberapa rambu-rambu dalam menjalankan tugasnya, adapun kode etik media massa yaitu:

- a. Media massa harus menyajikan informasi yang benar, akurat, dan cerdas. Media massa memiliki komitmen yang berisi tiga hal yaitu, opini, berita dan iklan, kejujuran media massa harus menempatkan informasi sesuai dengan tiga hal tersebut. Berita harus berlandaskan fakta, bukan rekayasa, apalagi imajinatif, opini disajikan dengan gagasan yang cerdas, dan dapat memberikan pendidikan terhadap khalayak, serta iklan disajikan dengan bentuk yang sudah disepakati bersama seperti, iklan baris, iklan kolom, pariwisata atau advertorial.
- b. Media massa berperan sebagai wahana pertukaran pendapat, komentar, dan kritik yang cerdas dan membangun, hal tersebut menguatkan fungsi media massa sebagai alat pendidikan kepada khalayak.

- c. Media massa harus menyajikan gambaran khas dari setiap kelompok masyarakat. Media massa yang baik ialah media yang mengerti atau paham terhadap lingkungan tempat media itu hidup.
- d. Media massa harus selalu menyajikan dan menjelaskan nilai dan tujuan yang berlaku di masyarakat, setelah media memahami kondisi masyarakat maka yang lebih komprehensif media dapat ikut serta dalam melestarikan, mempertahankan, dan menularkan nilai-nilai yang ada pada masyarakat.
- e. Media massa harus membuka akses penuh ke berbagai sumber informasi, bahkan sekarang ini informasi merupakan bagian yang sangat penting dalam manusia, oleh karena itu media harus mengambil bagian dan memberikan kesempatan kepada semua pihak untuk dapat mengakses informasi sebesar-besarnya.

Beberapa faktor yang mempengaruhi pelaksanaan kode etik media massa adalah sebagai berikut:

- a. Etika Instiusional.

Merupakan etika yang bersangkutan dengan aturan, kebijaksanaan, dan kendala formal yang dikembangkan oleh institusi yang memiliki media massa serta berfungsi untuk mencapai tujuan tertentu dari institusi yang bersangkutan.

- b. Etika Personal.

Merupakan etika yang berkaitan dengan sistem nilai dan moral yang ada pada hati nurani penulis itu sendiri. penulisan didasari oleh

keyakinan dan kepercayaan pribadi yang tidak lepas dari pertimbangan akibat dari tulisan yang dibuat. Etika personal yang paling penting yaitu :

- 1) Kejujuran (*fairness*), seorang penulis harus jujur dalam mengungkapkan, mencari, mengumpulkan dan mengelola informasi.
- 2) Akurasi (*accuracy*), akurasi berkaitan dengan ketepatan data dan informasi yang disampaikan kepada khalayak. Dalam praktek jurnalistik sebelum menyiarkan informasi check dan recheck informasi yang kita dapatkan.
- 3) Bebas dan bertanggung jawab, bebas maksudnya penulis bebas untuk mencari, menggali, dan mengumpulkan serta menyampaikan informasi kepada khalayak.
- 4) Kritik konstruktif, kritik yang disampaikan dapat mendidik dan membawa perubahan kearah yang lebih baik.

c. Etika Profesional.

Merupakan etika yang berkaitan dengan menentukan cara penyampaian pesan atau pemberitaan yang tepat sehingga informasi yang diterima mendapat pandangan yang benar dan wajar dari khalayak. Etika ini bertolak ukur dengan perilaku dan moral yang sudah disepakati, serta memiliki tujuan untuk mengatur profesi dan menegakkan moralitas saat berkarya.

4. Dampak dari pesan media massa.

Media massa dalam proses penyebarannya memberikan beberapa pesan terhadap khayalaknya, diantaranya yaitu:

- a. Dampak Kognitif, yang dihasilkan dari dampak ini lebih kepada bagaimana media massa mempengaruhi khalayak dengan membantu mempelajari informasi yang disampaikan dan membantu kemampuan kognitifnya.
- b. Dampak Afektif, dampak ini lebih berpengaruh pada perasaan saat membaca pesan atau informasi yang ada di media massa. Komunikasi massa mengharapkan khalayak dapat merasakan iba, terharu, gembira, marah, dan sebagainya. Terdapat dalam bukunya menemukan adanya faktor yang mempengaruhi emosional pesan dari media massa, yaitu : suasana emosional, skema kognitif, suasana terpaan, predisposisi individual, dan faktor identifikasi.
- c. Dampak Konatif, dampak ini berperan ketika media massa menampilkan pesan atau informasi secara terus menerus atau berpola. Dalam hal ini dapat mempengaruhi khalayak dari bentuk atau cara berperilaku. Dipengaruhi saat mereka berkegiatan atau melakukan tindakan dan yang terkena dampaknya juga akan berbeda-beda.

5. Karakteristik Media Massa.

Adapun karakteristik media massa dalam proses penyampaiannya adalah sebagai berikut:

- a. Melembaga, media massa berisikan orang-orang yang digerakkan oleh sistem manajemen dengan tujuan tertentu dari suatu lembaga atau organisasi. Terdiri dari pimpinan redaksi, wartawan, yang terikat peraturan dan sistem tertentu.
- b. Bersifat umum, media mssa memiliki tujuan untuk masyarakat umum dan bersifat terbuka.
- c. Bersifat anonym dan heterogen, anonym artinya orang yang terkait dalam media massa namun tidak saling kenal, sedangkan heterogen artinya orang-orang yang menaruh perhatian pada media massa yang beraneka ragam. Seperti ras, suku, agama, pekerjaan, dan lainnya.
- d. Menimbulkan keserempakan, media massa menyampaikan pesan secara serempak, meskipun khalayak berada di tempat dan jarak yang berbeda namun dapat membaca pesan atau informasi yang disampaikan oleh media.
- e. Mementikan isi dari pada hubungan kedekatan, dalam hal ini misalnya ada yang dekat dengan salah satu orang yang terlibat dalam media masa, belum tentu tulisan yang dikirim akan dimuat jika memang tidak layak.

Perbandingan karateristik media massa

Surat Kabar	Majalah	Radio Siaran	Televisi
Publisitas : pesan tersebar pada khalayak besar.	<i>Depth Writing</i> : penyajian lebih mendalam.	Auditori : pesan komuniaksi melalui pendnegeran.	Audiovisual : acaranya dapat didengar dan dilihat.
Perodesitas : keteraturan terbit	Aktualitas : nilai	<i>Radio is the now</i> : informasi	<i>Think in picture</i> : berfkir melalui

(harian, mingguan, bulanan).	aktualitasnya lebih lama daripada surat kabar.	sangat actual dibandingkan dengan media massa lain.	gambar. Keselarasan pikiran dengan gambar yang disampaikan.
Universalitas : isinya beranekaragam dan dari seluruh dunia.	Gambar/foto lebih banyak dari pada surat kabar.	Imajinatif : mengajak komunikasi berimajinatif.	Pengoperasian lebih kompleks : sistem penyelenggaraan memerlukan banyak orang dan <i>high technology</i> .
Aktualitas : masih hangat, terkini, baru.	Cover menjadi daya tarik utama	Akrab : terjalin hubungan intim dengan pendengar karena dapat dinikmati dalam tempat dan suasana yang sangat pribadi.	
Terdokumentasikan : dapat didokumentasikan / diarsipkan dalam bentuk kipling.		<i>Convensatuoinal style</i> : informasi disampaikan dengan gaya percakapan	
		Menjaga mobilitas : mendengarkan informasi radio tidak mengganggu aktivitas.	

D. Hoax

1. Pengertian Hoax.

Menurut Silverman (2015 : 149) mengatakan bahwa hoax merupakan rangkaian informasi yang memang sengaja disesatkan namun dijual sebagai

kebenaran. Sedangkan menurut Nasution (2016 : 16), berita hoax sama dengan perbuatan al-qazf dimana pada dasarnya merupakan pemberitaan bohong yang dilakukan seseorang kepada orang lain. Menteri komunikasi dan informasi mengatakan bahwa hoax dan media sosial seperti vicious circle, atau lingkaran setan dan dari situlah muncul langkah pencegahan mulai dilakukan termasuk facebook dan tweeter sebagai pemilik platform yang membuat tim khusus untuk meminimalisasi keberadaannya.

Hoax menurut kamus KBBI berarti berita bohong, kabar dusta, informasi palsu, istilah tersebut mulai populer seiring dengan popularitas penggunaan media sosial. Hoax merupakan suatu kebohongan yang dilakukan untuk kepentingan pribadi baik secara ekstrinsik maupun intrinsik untuk mengalihkan perhatian atau menutupi kebenaran, dan hoax merupakan informasi yang sesat dan berbahaya (Chen,2014).

Sosial Hoax ialah *“deceive somebody with a hoax”* (memperdaya banyak orang dengan sebuah berita bohong). Ia dipahami juga dengan *“to deceive someone by making them believe something which has been maliciously or mischievously fabricated”* (memperdaya beberapa orang dengan membuat mereka percaya sesuatu yang telah dipalsukan). Sedangkan dalam bentuk kata benda, hoax diartikan sebagai *“trick played on somebody for a joke”* (bermain tipu muslihat dengan orang lain untuk bercanda) atau *“anything deliberately intended to deceive or trick”* (apapun yang dengan sengaja dimaksudkan untuk menipu orang lain).

Adapun dalam istilah bahasa Indonesia, hoax merupakan kata serapan yang sama pengertiannya dengan “berita bohong”. Kemunculan hoax tak lepas dari perkembangan teknologi media yang telah mengubah alat-alat komunikasi menjadi lebih cepat membentuk apa yang sering kali disebut sebagai kampung global (*global village*). Kecepatan alat-alat komunikasi berpengaruh pada tumbuhnya media sosial. Ia secara substansial telah mengubah cara komunikasi antara masyarakat dan individu. Sebuah komunikasi dan informasi dapat tersebar secara cepat, bahkan tak ada batasan tertentu, sehingga semua masyarakat bebas mengeluarkan pendapat. Semua menjadi lebih mudah dalam menerima, berbagi, dan memberi komentar melalui media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, dan sebagainya. Informasi kemudian saling bertumpuk, berimplosif, dan bereksplosif, karena direproduksi melalui opsi bagi (*share*) dan salin (*copy*) dalam sistem media sosial¹⁹.

Kebebasan mengeluarkan berita ini secara tidak langsung kemudian menyebabkan merebaknya berita hoax dalam rangka membentuk opini publik. Demi kepentingan tertentu, berita hoax bisa digunakan untuk saling menyerang, menuduh, melakukan stereotypes, bahkan untuk mengklaim bahwa sebuah kelompok atau pun agama tertentu yang paling unggul dibandingkan yang lainnya. Media hadir menyampaikan sebuah informasi yang tak terlepas dari berbagai kepentingan sosial dan politik. Pada akhirnya, media menjadi wadah bias kepentingan dari berbagai pihak. Di satu sisi,

¹⁹Vibriza Juliswara, “ Menganalisis Informasi Berita Palsu (*Hoax*) di Media Sosial”, *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, Vol. 4 No. 2, 2017, hlm: 148.

media sudah menjadi komoditas informasi untuk memenuhi kebutuhan dan keingintahuan masyarakat Tetapi, disisi lain media juga cenderung digunakan untuk kepentingan mendiskreditkan salah satu pihak demi keuntungan tertentu. Itu semua dilakukan tanpa memerhatikan dampak sosial yang mungkin terjadi.

Hoax bertujuan untuk membuat opini publik, menggiring opini publik, membentuk persepsi juga untuk hufing fun yang menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna internet dan media sosial. Tujuan penyebaran hoax beragam tapi pada umumnya hoax disebarkan sebagai bahan lelucon atau sekedar iseng, menjatuhkan pesaing (*black campaign*), promosi dengan penipuan, ataupun ajakan untuk berbuat amalan–amalan baik yang sebenarnya belum ada dalil yang jelas di dalamnya. Namun ini menyebabkan banyak penerima hoax terpancing untuk segera menyebarkan kepada rekan sejawatnya sehingga akhirnya hoax ini dengan cepat tersebar luas. Orang lebih cenderung percaya hoax jika informasinya sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki.

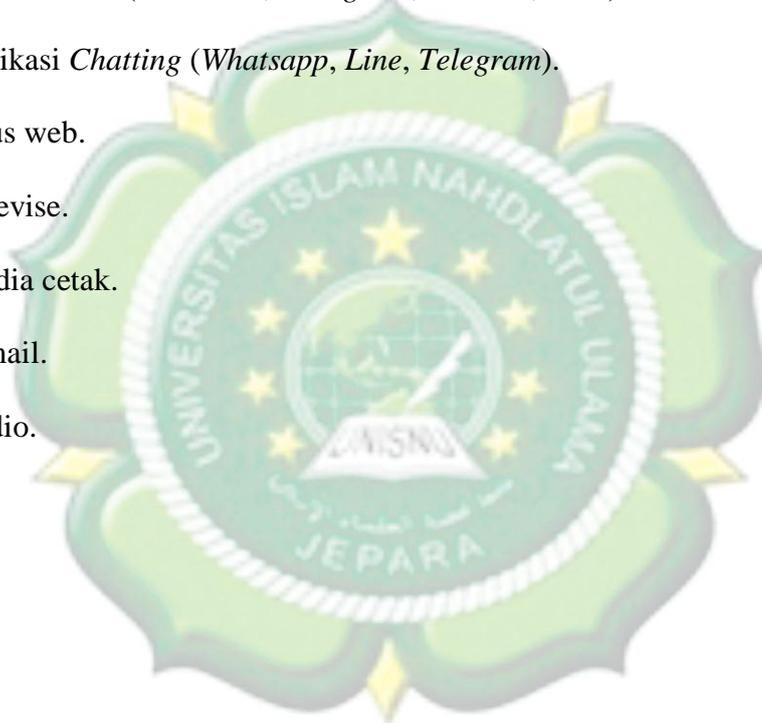
Contohnya jika seseorang penganut paham bumi datar memperoleh artikel yang membahas tentang berbagai teori konspirasi mengenai foto satelit maka secara naluri orang tersebut akan mudah percaya karena mendukung teori bumi datar yang diyakininya. Secara alami perasaan positif akan timbul dalam diri seseorang jika opini atau keyakinannya mendapat afirmasi sehingga cenderung tidak akan mempedulikan apakah informasi yang diterimanya benar dan bahkan mudah saja bagi mereka untuk menyebarkan

kembali informasi tersebut. Hal ini dapat diperparah jika si penyebar hoax memiliki pengetahuan yang kurang dalam memanfaatkan internet guna mencari informasi lebih dalam atau sekadar untuk cek dan ricek fakta²⁰.

2. Saluran Penyebaran Hoax.

Adapun bentuk-bentuk penyaluran berita hoax melalui beberapa media, yaitu:

- a. Sosial media (*Facebook, Instagram, Tweeter, Path*).
- b. Aplikasi *Chatting* (*Whatsapp, Line, Telegram*).
- c. Situs web.
- d. Televisi.
- e. Media cetak.
- f. E-mail.
- g. Radio.



²⁰Thamrin Dahlan, *Bukan Hoax*, (Jakarta: Peniti Media, 2016), hlm.11.