

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Teknologi komunikasi dan informasi (TIK) berkembang mengikuti perkembangan zaman media *online*. Kemudahan serta efisiensi yang ditawarkan media *online* dalam penggunaannya menjadikan media ini menjadi wadah penyebaran informasi yang sangat berpengaruh pada masyarakat. Media *online* tidak hanya mengubah cara penyampaian informasi tapi juga mengubah cara masyarakat mengkonsumsi informasi tersebut. Saat ini penyebaran informasi atau berita melalui media online tidak hanya dilakukan oleh situs berita yang sudah dikenal oleh masyarakat, namun siapa saja penggunaan internet dapat berperan dalam penyebaran suatu informasi. Sayangnya banyak informasi atau berita yang disebarluaskan secara individu atau kelompok yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya atau terindikasi *hoax*. *Hoax* merupakan informasi atau berita yang berisi hal-hal yang belum pasti atau yang benar-benar bukan fakta yang terjadi. (Juditha, 2018, h. 31).

Kehadiran mesin-mesin pencari informasi macam *Goggle* dan *Yahoo* sebagai sebuah jawaban terhadap keinginan menghadirkan informasi setiap saat kepada siapapun yang mengaksesnya, pada satu sisi telah menyebabkan kemudahan kehidupan. Namun pada sisi lain ternyata hal itu juga menyebabkan orang dapat mengakses informasi apa saja, dan menelannya tanpa upaya untuk bersikap selektif terhadap informasi tersebut, Digitalisasi komunikasi mendorong setiap orang untuk mampu memproduksi dan

mencerna informasi maupun berita melalui media digital (Aribowo, 2017) dengan kata lain, kemampuan literasi media merupakan prasyarat bagi setiap individu yang ingin terjun dalam lautan informasi saat ini. (Suyanto, 2018, 52-53).

Saat ini di Indonesia sedang marak terjadi peristiwa penyebaran berita palsu atau yang disebut *hoax*. Peristiwa penyebaran berita *hoax* ini sangat meresahkan masyarakat Indonesia, karena banyak pihak yang merasa dirugikan atas peristiwa tersebut. Seiring dengan perkembangan teknologi, masyarakat semakin mudah mendapatkan informasi apapun dari berbagai aplikasi media sosial diantaranya *Instagram*, *Line*, dan *Whatsaap* tetapi semakin mudah pula pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab dalam menyebarkan berita *hoax*. Sebagai bagian dari inovasi teknologi informasi, media sosial memberikan ruang bagi seseorang untuk mengemukakan pendapat serta menyuarakan pikirannya yang sebelumnya mungkin tidak pernah bisa diungkapkan karena keterbatasan wadah untuk berpendapat. Media sosial juga menjadi ruang ekspresi baru bagi masyarakat dunia dalam beberapa tahun terakhir ini. (Marwan & Ahyad, h.1-2).

Berdasarkan data yang diperoleh dari berbagai situs web bahwa pada tahun 2016 pengguna internet mencapai 132,7 juta orang di Indonesia yang 44% nya merupakan pengguna aktif media sosial dari 256,2 juta orang total penduduk Indonesia. Jumlah tersebut meningkat sebesar 51,8% dari tahun 2014 yang hanya terdapat 88 juta orang saja yang terhubung ke internet atau sebagai pengguna media sosial. Berdasarkan *Survey Brandwatch* 2016 telah didapatkan fakta dan *statsistic* media sosial dari 3,7 milyar pengguna internet,

sebanyak 2,3 milyar pengguna media *social mobile* yang setara dengan 12 orang/detik “(prasetyo, 2017). Pertumbuhan pengguna internet dari tahun ke tahun selalu meningkat cukup signifikan, hal tersebut sangat berdampak pada peristiwa penyebaran berita bohong atau *hoax* yang kian marak diperbincangkan oleh para *netter* di Indonesia. (Marwan & Ahyad, h. 2).

Media sosial merupakan wadah yang sangat rentan dan sering digunakan sebagai tempat untuk menyebarkan berita *hoax*. Banyaknya pengguna aktif bahkan dapat dikatakan sebagai penggila media sosial di Indonesia ini sangat memudahkan pihak penyebaran *hoax* dalam menjalankan aksinya. Dari hasil *survey* tentang wabah *hoax* nasional yang dilakukan oleh Mastel (2017) bahwa *channel* atau saluran penyebaran berita atau informasi yang berisi konten *hoax* tertinggi adalah dari media sosial berupa Facebook pada urutan tertinggi 92,40%, aplikasi *chatting* 62,80%, dan situs web 34,90%. (Marwan & Ahyad, h. 3).

Pihak-pihak penyebar *hoax* semakin dimudahkan karena kurangnya penyaringan berita di media sosial sehingga berita apapun yang di-*posting* oleh seseorang dapat dengan mudahnya tersebar. Hadirnya media sosial banyak memberikan dampak positif tetapi tidak sedikit pula dampak negatifnya. Di Indonesia sendiri kehadiran media sosial juga memberikan pengaruh terhadap perubahan politik, sosial, budaya dan ekonomi di Indonesia. Media sosial menggeser dan menembus batas dari pola relasi interaksi hirarkis menjadi egaliter, baik diruangan politik maupun budaya. Seorang warga Negara biasa secara langsung dapat mengkritik dan berkomunikasi dengan presidennya cukup hanya dengan mengiring *mention*

keakun presiden di *Instagram*. Informasi yang kurang bahkan tidak bermutu beredaran secara massif tanpa verifikasi dan konfirmasi. *Hoax*, fitnah, dan hujatan bersahut-sahutan nyaris tanpa henti. (Marwan & Ahyad, h.3).

*Hoax* bertujuan untuk membuat opini publik, menggiring opini publik, membentuk persepsi juga untuk *huffing 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 baik yang sebenarnya belum ada dalil yang jelas didalamnya. Namun ini menyebabkan penerima *hoax* terpancing untuk segera menyebarkan pada rekan sejawatnya sehingga akhirnya *hoax* ini dengan cepat tersebar luas. (Rahadi, 2017, h. 61).

Orang lebih cenderung percaya *hoax* jika informasinya sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki (Respati, 2017). Contohnya jika seseorang penganut paham bumi data memperoleh artikel yang membahas tentang berbagai teori konspirasi mengenai foto satelit maka secara naluri orang tersebut akan mudah percaya karena mendukung teori bumi data yang diyakininya. Secara alami perasaan positif akan timbul dari diri seseorang jika opini atau keyakinannya mendapat afirmasi sehingga cenderung tidak akan mepedulikan apakah informasi yang diterimanya benar dan bahkan mudah saja bagi mereka untuk menyebarkan kembali informasi tersebut. Hal ini dapat diperoleh jika si penyebar *hoax* memiliki pengetahuan yang kurang dalam memanfaatkan internet guna mencari informasi lebih dalam atau hanya sekedar untuk cek dan ricek fakta. (Rahadi, 2017, h. 62).

Pada tahun 2008 kendaripos mendirikan sebuah media yaitu kendaripos *News* untuk berita-berita terupdate untuk mengimbangi. Selanjutnya kendaripos juga merasa perlu untuk membentuk berita-berita *kendaripos.co.id* yang mengeksplor sendiri, jadi berita koran di onlinekan.

Kemudian *kendaripos.co.id* didirikan pada tahun 2014, pertimbangannya untuk memuat berita-berita *kendaripos* cetak hingga masyarakat mengikuti perkembangan di dunia internet secara online. Hal ini bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam mendapatkan seputar informasi dan berita terbaru pada umumnya secara nasional dan khususnya di wilayah Sulawesi Tenggara.

*Kendaripos.co.id* adalah media online kendaripos yang melayani informasi dengan berita mengutamakan kecepatan hingga masyarakat tidak perlu menunggu besok untuk membaca suatu berita yang terjadi. Diupdate selama 24 jam sehari dengan melaporkan setiap kejadian penting paling lambat 15 menit sampai 1 jam dari lokasi kejadian *Kendaripos.co.id* ditulis secara singkat, padat dan humanis dan menjawab kebutuhan masyarakat yang semakin efisien dalam membaca berita. Berfokus pada pembaca Indonesia, baik yang berada di tanah air maupun yang tinggal di luar negeri, dengan konten beragam seperti berita umum, politik, ekonomi, olahraga, edukasi, selebriti, kesehatan, dll, yang melingkupi berita informasi di wilayah Sulawesi Tenggara, nasional dan internasional

Di era yang serba keterbukaan informasi sekarang ini tidak bisa dipungkiri bahwa pengaruh arus digitalisasi sangat berpengaruh terhadap kehidupan bermasyarakat tak terkecuali media online. Dimana masyarakat

dengan mudah mendapatkan informasi dari yang fakta hingga ke berita hoax yang menimbulkan perpecahan sesama anak bangsa. Ini semua tidak lepas dari bagaimana seorang pembawa berita dan informasi yang harus mengikuti aturan serta norma-norma yang telah diatur dalam kode etik jurnalistik. Kendari pos yang merupakan salah satu media yang menyampaikan berita dan informasi hendaklah menjadi penyeimbang terhadap permasalahan yang paling sering terjadi di Indonesia khususnya dalam hal pemberian dan penyampaian informasi di khalayak.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, fokus penelitian ini yaitu:

- 1) Kebijakan *Kendaripos.co.id* dalam upaya menanggulangi berita *hoax* di internet.
- 2) Faktor pendukung dan penghambat *Kendaripos.co.id* dalam upaya menanggulangi berita *hoax* di internet.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana kebijakan *Kendaripos.co.id* dalam upaya menanggulangi berita *hoax* di internet?
- 2) Apa faktor pendukung dan penghambat *Kendaripos.co.id* dalam upaya menanggulangi berita *hoax* di internet?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui kebijakan *Kendaripos.co.id* dalam upaya menanggulangi berita *hoax* di internet.
- 2) Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat *Kendaripos.co.id* dalam upaya menanggulangi berita *hoax* di internet.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini terdiri dari dua macam yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah dan pemahaman penulis khususnya dalam mengetahui kebijakan *Kendaripos.co.id* dalam menanggulangi berita *hoax* di internet serta diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

- 1) Bagi Kendari Pos, sebagai masukan bagi *Kendaripos.co.id* dalam upaya menanggulangi berita *hoax* di internet.
- 2) Bagi peneliti, untuk menambah pengetahuan tentang kebijakan dalam upaya menanggulangi berita *hoax* di internet.
- 3) Bagi peneliti lain, dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian yang lebih lanjut mengenai kebijakan dalam upaya menanggulangi berita *hoax* di internet.

## **1.6 Definisi Operasional**

Agar tidak terjadi kesalahan penafsiran terhadap istilah-istilah dalam proposal ini, maka perlu didefinisikan hal-hal berikut:

### **1.6.1 Kebijakan**

Kebijakan adalah merupakan upaya memecahkan problem sosial bagi kepentingan masyarakat atas asas keadilan dan kesejahteraan masyarakat.

### **1.6.2 *Kendaripos.co.id***

*Kendaripos.co.id* adalah media online Kendari Pos yang melayani informasi dan berita dengan mengutamakan kecepatan sehingga masyarakat tidak perlu menunggu lama untuk membaca suatu berita yang terjadi karena dapat diakses melalui internet.

### **1.6.3 Berita *Hoax***

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) '*Hoax*' adalah berita bohong atau tidak bersumber yang dibuat dengan tujuan jahat.

### **1.6.4 Internet**

Internet adalah suatu jaringan komunikasi yang memiliki fungsi untuk menghubungkan antara satu media elektornik dengan media elektronik yang lain dengan cepat dan tepat.