

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia telah berkembang dengan berbagai macam teknologi yang di ciptakan oleh manusia, dimana semua manusia di tuntut untuk melihat dunia luas dan berpemikiran global, semua kebutuhan tentang komunikasi terpenuhi secara praktis. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi saat ini, siapapun dapat berkomunikasi dengan cepat dimanapun dan kapanpun bagi yang memiliki akses tersebut, semua orang dapat mengakses berita informasi dengan mudah dan cepat, ini semua karena kecanggihan teknologi komunikasi. Dengan dukungan perangkat digital media baru yang dapat mengakses konten informasi dimana saja dan kapan saja. Sehingga dapat memberikan kesempatan bagi siapa saja baik menjadi penerima ataupun pengguna untuk berpartisipasi aktif, interaktif dan kreatif baik dalam sebuah konten atau pesan yang pada masanya akan membentuk sebuah komunitas atau masyarakat baru melalui isi media.

Dalam perkembangan media baru masyarakat modern turut terlibat dalam era perubahan teknologi baru dalam berkomunikasi, dimana dahulu dalam studi hanya mengenal bentuk komunikasi interpersonal, komunikasi intrapersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Pada masa kini seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi kita dapat berkomunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, tidak dengan bertatap muka langsung dengan lawan komunikasi kita.

Pada masa modern kini kita dapat menggunakan internet, seperti mengirim atau menerima pesan singkat melalui *e-mail*, menggunakan telepon genggam, melalui aplikasi-aplikasi sosial media lainnya yang berbasis internet seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan masih banyak lagi lainnya, hal ini merupakan komunikasi yang dapat dikategorikan sebagai *Computer Mediated Communication* (CMC) dimana CMC sendiri cenderung pada interaksi sosial.

Seperti halnya media sosial *Facebook*, aplikasi layanan komunikasi publik, *Facebook* sendiri di ciptakan oleh Mark Zuckerberg bersama dengan teman-temanya sesama mahasiswa Universitas Harvard, Eduardo Saverin, Andrew

McCollum, Dustin Moskovitz. *Facebook* sendiri diluncurkan pada februari 2004 yang berkantor pusat di Melno Park, California, Amerika Serikat. Masyarakat Indonesia merupakan pengguna *Facebook* dengan urutan nomor empat terbanyak di dunia, dengan jumlah enam persen (6%) pada tahun 2018 jumlah pengguna keseluruhan *Facebook* dengan total pengguna aktif di Indonesia mencapai 130 juta akun. Hingga pada tahun 2019, kini pengguna facebook di indonesia meningkat menjadi 150 juta akun (kompas).

Media sosial *Facebook* saat ini menjadi aplikasi yang di gemari oleh kalangan ibu rumah tangga di Desa Ngluyu, serta menjadi tranding media sosial yang saat ini banyak dipergunakan. *Facebook* di kalangan ibu rumah tangga di desa Ngluyu dimanfaatkan baik hanya sekedar untuk eksistensi diri, serta untuk mengetahui sebuah berita maupun iklan barang-barang, bahkan fasion terbaru yang ada di *Facebook*. Adapula ibu rumah tangga yang menggunakan sosial media *Facebook* sebagai alat komunikasi untuk promosi barang atau jasa produksi rumahan. Dari survei yang dilakukan oleh peneliti, mengenai media sosial *Facebook* ibu rumah tangga di desa Ngluyu masih sangat antusias dengan penggunaan media sosial *Facebook* hingga saat ini, bahkan adapula yang menjadi pengguna baru media sosial *Facebook*. Dalam penggunaan media sosial *Facebook* oleh ibu rumah tangga di desa Ngluyu tidak menutup kemungkinan bahwa mereka pernah menemukan atau bahkan menjadi konsumen korban berita *hoax* kesehatan seputar makanan.

Dalam contoh kasus ibu rumah tangga yang menjadi objek dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengapa peneliti hanya memilih ibu rumah tangga. Seperti berita yang dilansir oleh media online (JawaPos.Com) mengatakan bahwa penyebar *hoax* terbanyak di Indonesia mayoritas ibu rumah tangga. dimana ibu rumah tangga terjerat kasus dalam penyebaran *hoax*, pelaku yang berjumlah 16 orang dengan kasus penyebaran berita *hoax* penculikan anak. Berdasarkan hasil dari pemeriksaan yang dilakukan oleh Mabes Polri, mayoritas pelaku hanya iseng dalam menyebarkan *hoax* tersebut, menurut Kadiv humas Polri Irlen Setyo kejadian itu memberikan kesadaran bahwa ibu-ibu rumah tangga perlu mendapat literasi digital.

Berbicara tentang sosial media *Facebook* akan terkait erat dengan penyebaran berita *hoax* tentang kesehatan makanan yang mampu menjadikan keresahan bagi pengguna media sosial *Facebook*. Dikarenakan media sosial ini termasuk media baru, siapapun dan dimanapun dapat menjadi komunikator dengan segala opini yang ingin mereka tulis. Mengutip dari (m.cnnindonesia.com) pada 8 April 2020 mengatakan bahwa *Facebook* merupakan media sosial dengan penyebaran *hoax* terbanyak dibandingkan dengan *Twitter*, *Instagram*, dan *YouTube*. Tentunya media ini sulit untuk dipertanggung jawabkan kebenarannya karena sumber yang kurang jelas. Berbeda dengan media konvensional seperti televisi, koran, majalah, radio yang dapat dipertanggung jawabkan berita yang di expose dan dari sumber data yang valid.

Menurut Alex Davies *hoax* sendiri tidak terlalu jelas kapan pastinya istilah ini muncul. *Oxford English Dictionary* memperkirakan istilah *hoax* berasal dari kata "*hocus*". Definisi *hoax* sendiri muncul dalam suatu referensi yang ditulis pada tahun 1796: "To deceive by an amusing or mischievous fabrication or fiction, to play upon the credulity of (Davies 2013:134)." *Hoax* sendiri diartikan dalam kata kerja yang berarti menipu menggunakan rekayasa atau fiksi yang memikat begitu pula dapat memainkan sebuah kepercayaan, dalam Gunawan (2018:7).

Berita *hoax* sendiri memiliki ciri-ciri dan karakteristik berita *hoax* yang tertulis dalam (Gunawan 2018:4) Ciri-ciri *hoax* Berita yang ditampilkan merupakan kebohongan atau kepalsuan informasi. Peristiwa yang ditampilkan berlebih-lebihan (hiper bola) dan bagian-bagian tertentu dihilangkan. Isi teks tidak sesuai dengan gambar yang ditampilkan. Judul tidak sesuai dengan isi berita. Memunculkan berita lama dan menjadikan berita tersebut seolah-olah aktual untuk tujuan mendukung isu yang tengah menjadi bahan perbincangan. Dengan sengaja menampilkan gambar lain yang telah di rekayasa sedemikian rupa guna mendukung isu-isu yang menjadi topik terhangat untuk diperbincangkan.

Kriteria berita *hoax* merujuk pada Davies memaparkan beberapa kriteria *hoax*, dalam *hoax* terkandung unsur yang menyenangkan sehingga menjadikan audiens merasa terhibur. Berita *hoax* menipu audiens tidak secara permanen,

namun hanya bersifat sementara, sesampai audiens tersadar bahwa yang telah mereka konsumsi bukanlah kebenaran namun hanyalah *hoax*.

Berita *hoax* kesehatan merupakan sebuah informasi seputar kesehatan yang tidak benar atau berita bohong yang di kemas seakan-akan menjadi sebuah kebenaran yang kemudian disebarkan di ruang publik dan dikonsumsi oleh khalayak media. Berita *hoax* sendiri berasal dari sumber data yang tidak jelas atau tidak dapat dipertanggung jawabkan keaslian datanya.

Dalam contoh kasus berita *hoax* seputar kesehatan makanan di Indonesia yang pernah ramai di kalangan masyarakat yang pernah menyebar luas di media sosial *Facebook*. Seperti hal nya suatu contoh berita *hoax* yang sempat menggemparkan dunia maya menimbulkan kecemasan dan rasa takut adalah sesuap ikan lele mengandung 3000 sel kanker. Namun setelah klarifikasi pada media Liputan 6 cek fakta dalam (Liputan6.com) dengan kesimpulan bawasannya berita seputar sesuap ikan lele mengandung 3000 sel kanker hanyalah *hoax*, keterkaitan ikan tersebut dengan sel kanker payudara yang diungkap oleh peneliti asal University of Pittsburgh yang di dalam penelitiannya ikan lele tersebut diambil dari sungai Allegheny dan Monongahela dimana sungai tersebut sangat tercemar di kota Pittsburg.

Berita *hoax* seputar kesehatan makanan banyak menyebar luas di media sosial begitupun dalam media sosial *Facebook*, dalam beberapa pemberitaan media massa berbasis internet yang terpercaya seperti contoh Liputan6.com, m.detik.com, berita *hoax* seputar kesehatan makanan menjadi topik pembahasan yang cukup sering di bahas. Dalam analisis berita yang telah dilakukan oleh peneliti lebih lebih sering mendapati berita *hoax* seputar kesehatan yaitu tentang makanan.

Berdasarkan pemaparan permasalahan diatas peneliti ingin melakukan penelitian terhadap ibu rumah tangga pengguna media sosial *Facebook* dan menuntun peneliti untuk menetapkan penulisan penelitian dengan judul “Literasi dan Dampak Berita *Hoax* Kesehatan Makanan Di Media Sosial *Facebook* (Studi Pada Ibu Rumah Tangga di Desa Ngluyu)”.

Peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang literasi dari ibu rumah tangga mengenai berita *hoax* kesehatan makanan di media sosial *Facebook* serta

dampaknya, dikarenakan berita *hoax* kesehatan merupakan berita dengan penyebaran pada peringkat tertinggi ke dua setelah berita *hoax* tentang politik di Indonesia, mengenai berita *hoax* seputar kesehatan peneliti menganggap penting untuk dijadikan penelitian (Tempo.co, 8 januari 2020).

Penggunaan media sosial *Facebook* di Desa Ngluyu berdasarkan hasil data wawancara kepada tokoh masyarakat (Kepala Desa Ngluyu) mengatakan bawasanya masyarakat desa Ngluyu cenderung lebih banyak mengakses media sosial *Facebook* dibandingkan media sosial lainnya, serta menurutnya ibu rumah tangga lebih intens menggunakan media sosial *Facebook* dibandingkan bapak-bapak. Menurut kepala Desa Ngluyu komunikasi melalui media sosial *Facebook* juga membantu menginformasikan kepada masyarakat yang kemungkinan ingin mengetahui kegiatan masyarakat serta membantu kegiatan sosialisasi pemerintah Desa Ngluyu, kemungkinan efektivitas dalam mensosialisasikan melalui media sosial *Facebook* lebih tinggi, dikarenakan masyarakat cenderung lebih banyak mengakses media sosial *Facebook* dibandingkan media sosial lainnya.

Dalam survei yang dilakukan oleh peneliti mengenai informan ibu rumah tangga pengguna media sosial *Facebook* di desa Ngluyu, bawasanya semua yang menjadi informan dalam penelitian ini mengatakan pernah mendapati berita tentang makanan di media sosial *Facebook* yang ternyata pada faktanya adalah berita *hoax*. Informan ibu rumah tangga mengatakan bahwa mereka lebih cenderung peduli dengan makanan yang dikonsumsi bagi anak-anaknya serta keluarganya, secara alamiah ibu rumah tangga cenderung lebih peduli dan lebih mengutamakan kesehatan anak-anaknya dan keluarganya. Dari jawaban informan tersebut menjadi dasar peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang literasi dan dampak berita *hoax* kesehatan makanan di media sosial *Facebook* bagi ibu rumah tangga di Desa Ngluyu, Kabupaten Nganjuk.

Peneliti memilih Desa Ngluyu sebagai tempat penelitian adalah ibu rumah tangga kebanyakan merupakan pengguna baru media sosial *Facebook* dan trending terbaru bagi kalangan ibu rumah tangga di Desa Ngluyu. Survei yang dilakukan peneliti mendapatkan hasil bahwa ibu rumah tangga pengguna media sosial *Facebook* lebih banyak dibandingkan dengan Desa tetangga yang berbatasan dengan wilayah Desa Ngluyu, dari segi ekonomi ibu rumah tangga di

Desa Ngluyu juga lebih banyak yang menggunakan media sosial Facebook sebagai sarana penjualan produk secara online. Peneliti menemukan bawasanya media sosial *Facebook* mayoritas menjadi aplikasi tunggal yang mereka gunakan dalam konteks berbasis media sosial publik. Peneliti cenderung mudah berinteraksi dengan informan ibu rumah tangga pengguna media sosial *Facebook*, serta untuk mempermudah peneliti untuk mendapatkan hasil data yang dibutuhkan dalam penelitian, menemukan data yang valid dari pengguna lebih cenderung mengetahui objek penelitian. Desa Ngluyu sendiri merupakan pusat desa dari wilayah Kecamatan Ngluyu kabupaten Nganjuk. Dalam penelitian mengenai media sosial di Desa Ngluyu belum pernah ada penelitian serupa dengan yang dilakukan oleh peneliti lainya di Desa Ngluyu.

Menurut kepala Desa Ngluyu pada masa kini, ekonomi perdagangan masyarakat desa Ngluyu lebih menggunakan media sosial *Facebook*, masyarakat Desa Ngluyu lebih banyak yang menjual produk melalui media online, serta pedagang online di Desa Ngluyu lebih banyak dibandingkan dengan Desa tetangga lainya di wilayah Kecamatan Ngluyu. Dalam keterkaitan penelitian ini adalah bukti dimana masyarakat Desa Ngluyu cenderung banyak megakses media sosial *Facebook*, dikarenakan efektivitas promosi suatu produk yang ditawarkan melewati media sosial *Facebook*.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimanakah literasi ibu rumah tangga mengenai berita *hoax* kesehatan makanan di media sosial *Facebook* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui seperti apa literasi rumah tangga mengenai berita *hoax* kesehatan makanan di media sosial *Facebook* ?

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat nilai-nilai penting untuk wawasan serta memiliki nilai guna seperti yang tertera di bawah :

1.5 Manfaat Teoritis

1. Secara teoritis dengan adanya hasil penelitian ini dapat bermanfaat Sebagai penambah pengetahuan setiap pembaca.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan serta memberikan manfaat dan memberikan kontribusi khususnya untuk program studi Ilmu Komunikasi sebagai referensi penulisan karya dimasa yang akan datang.

1.6 Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini di harapkan mampu memperluas pengetahuan tentang media baru dengan segala dampaknya yang telah di atur dalam UU ITE (UU nomor 11 tahun 2008) yang mengatur tentang informasi serta transaksi elektronik. Bagi pelanggar yang menyebabkan ketidak harmonisan dimasyarakat terkait sara maka dapat dikenakan pasal berlapis, dengan hukuman penjara 6 tahun atau denda sebesar 1 miliar. Serta untuk mengetahui lebih lanjut tentang berita *hoax* atau berita bohong dan pengaruhnya bagi masyarakat khususnya di desa Ngluyu, Kabupaten Nganjuk. Dapat pula dijadikan sebagai data sumbangsi untuk penyuluhan tentang media baru, sebagai tindakan filtering bagi masyarakat tentang sebuah informasi dari media sosial *Facebook*.