

**PEMANFAATAN MEDIA ONLINE UNTUK MENCEGAH HOAX DAN
HATE SPEECH DI KALANGAN PELAJAR KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

FAJAR AM DALIMUNTHE

NPM: 1403110288-P

Program Studi Ilmu Komunikasi



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2017

ABSTRAKSI

PEMANFAATAN MEDIA ONLINE WWW.JALANDAMAI.ORG UNTUK MENCEGAH HOAX DAN HATE SPEECH DI KALANGAN PELAJAR SMA 2 MUHAMMADIAH MEDAN

Fajar Azzuhairy Mahmuda Dalimunthe
1403110288P

BNPT menilai perlu adanya suatu upaya pencegahan untuk membekali siswa-siswi atau remaja agar tidak terkontaminasi oleh ajakan-ajakan atau rayuan yang sifatnya memecah belah bangsa, persatuan hingga kesatuan dan dengan kesadaran yang penuh juga melihat kondisi. Hari ini rata-rata setiap anak memiliki gadget maka BNPT berhasil meluncurkan sebuah aplikasi yang dapat diakses dengan mudah oleh para remaja bahkan semua kalangan. Terkait hal ini, peneliti memilih SMA 2 Muhammadiyah Medan sebagai objek penelitian. Terkait penyelesaian terhadap maraknya hoax di Tanah Air, peneliti tertarik untuk melirik BNPT (Badan Nasional Penanggulangan Terorisme). BNPT adalah sebuah lembaga pemerintah non kementerian (LPNK) yang melaksanakan tugas pemerintahan di bidang penanggulangan terorisme. Hasil penelusuran sementara oleh peneliti, BNPT sejauh ini telah banyak memanfaatkan media online dalam pencegahan *Hoax* dan *Hate Speech*. Menurut BNPT, berawal dari media online atau dunia maya, indoktrinasi dari situs radikal mulai mengintensifkan dan memfokuskan kepercayaan kepada kalangan anak-anak yang kemudian mulailah mencari kelompok yang sepaham dengan dirinya. Lambat laun secara sadar mereka akan mengambil tindakan atas keyakinannya itu tadi. Hal ini sangat berbahaya bila kita tidak peduli karena bisa menjadi ancaman. Berdasarkan masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut: “Apakah Media Online [jalandamai.org](http://www.jalandamai.org) bermanfaat mencegah *Hoax* dan *Hate Speech* di kalangan pelajar kota Medan?”. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pemanfaatan Media Online Untuk Mencegah *Hoax* dan *Hate Speech* Di Kalangan Pelajar Kota Medan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Yakni menjelaskan bahwa penelitian yang bersifat deskriptif merupakan penelitian yang memberi gambaran secermat mungkin mengenai suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu. Hasil penelitian yang telah penulis lakukan yakni Pemanfaatan media *online* khususnya *website* www.jalandamai.org digunakan untuk menjelaskan kepada masyarakat (responden) agar terhindar dari bahaya *hoax* dan *hate speech* yang semakin marak beredar di sosial media khususnya media *online*. Gambar, isi pesan, video dan konten-konten menarik sengaja dibuat oleh *website* www.jalandamai.org agar pembaca yang membuka, tertarik untuk membaca dan melihat tampilan yang ada didalamnya. Hal ini ditujukan guna masyarakat membaca dan dapat memahami bahaya-bahaya *hoax* dan *hate speech*. *Website* www.jalandamai.org mengajak masyarakat untuk melakukan edukasi sejak dini apa itu bahaya *hoax* dan *hate speech* dan memberi informasi sanksi yang didapat seputar keikutsertaan orang-orang yang mendukung berita *hoax* tersebut.

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt, karena berkat rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini, dan tidak lupa shalawat beriring salam kita panjatkan kepada nabi Muhammad Saw, yang telah membawa kita dari kebodohan kepada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini berjudul: “Pemanfaatan Media Online untuk mencegah Hoax dan Hate Speech di Kalangan Pelajar Kota Medan”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan Strata 1 di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi.

Dalam penulisan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari beberapa pihak, baik secara moril maupun materil serta doa. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Terima kasih dan penghargaan yang tidak putus-putusnya terhadap ayahanda Sabrianto Dalimunthe dan Ibunda Hamidahnum Lubis.
2. Bapak Dr. Agussani M.AP Selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Tasrif Syam, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Nurhasanah Nasution M.I.Kom Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Ribut Priadi S.Sos, M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan kesempatan kepada penulis selama penyusunan Skripsi.
6. Bapak Puji Santoso, S.Sos, M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan kesempatan kepada penulis selama penyusunan Skripsi.
7. Dosen dan seluruh staff pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat selama penulis mengikuti perkuliahan.
8. Kepada bapak H.Kamaludin Lubis, SH dan Bapak Dr. zulkarnain Nasution .
Ma yang telah menjadi penasehat dan sahabat selama ini.
9. Kepada seluruh keluarga besar Pusat Media Damai Badan Nasional Penanggulangan Terorisme Republik Indonesia .
10. Keluarga Besar IKO Humas Malam 2013, Keluarga besar Forum Koordinasi Pencegahan Terorisme Sumatera Utara, Pusat Informasi Masyarakat Anti Narkoba Sumatera Utara Dan Keluarga Besar Aksi Regional Sumatera .
11. Para responden yang disertakan dalam penelitian ini, yang telah memberikan berupa bantuan data-data yang sangat penulis butuhkan dalam penulisan skripsi ini.

Akhirnya, kepada seluruh pihak yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, semoga Allah Swt melimpahkan rahmat dan karunianya serta membalas segala budi baik yang diberikan kepada penulis. Akhirnya, penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Medan, 20 Oktober 2017

Penulis

Fajar A.m Dalimunthe

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Pembatasan Masalah.....	5
1.3. Rumusan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II URAIAN TEORITIS	
2.1. Komunikasi.....	8
2.1.1. Pengertian Komunikasi.....	8
2.1.2. Proses Komunikasi.....	12
2.1.3. Fungsi Komunikasi.....	14
2.1.4. Unsur-Unsur Komunikasi.....	17
2.1.5. Sifat Komunikasi.....	19
2.1.6. Hambatan Komunikasi.....	24
2.2. Komunikasi Massa.....	26
2.2.1. Pengertian Komunikasi Massa.....	26
2.2.2. Fungsi Komunikasi Massa.....	27
2.2.3. Efek Media Massa.....	29
2.3. Media Massa.....	33
2.3.1. Sejarah Media Massa.....	33
2.3.2. Pengertian Media Online.....	36
2.4. Hate Speech.....	38
2.5. BNPT (Badan Nasional Penanggulangan Terorisme).....	40
2.6. Teori Penggunaan dan Kepuasan.....	41
2.6.1. Asumsi teori.....	42
2.6.2. Model Nilai Harapan.....	42
2.6.3. Model Penggunaan dan Ketergantungan.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	44
3.2. Kerangka Konsep.....	44
3.3. Operasionalisasi Konsep.....	45
3.4. Definisi Operasionalisasi konsep.....	46

3.5. Populasi dan Sampel.....	47
3.5.1. Populasi.....	47
3.5.2. Sampel.....	48
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.7. Teknik Analisis Data.....	51
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Penyajian Data.....	53
4.2. Pembahasan Data.....	69
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR WAWANCARA	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin berkembang belakangan ini turut mempengaruhi berbagai aktivitas keseharian masyarakat dunia. Hal-hal yang dahulu dilakukan dengan cara yang cukup rumit dan memakan waktu yang lama, kini dapat dilakukan dengan berbagai alternatif lain yang lebih mudah dan cepat, khususnya dalam penyebaran informasi.

Perkembangan media turut ambil bagian dalam penyebaran informasi. Media online menjadi salah satu media *mainstream* yang kini menjadi sebuah alat untuk mendapatkan informasi. Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Didalamnya terdapat portal, *website* (situs web), radio-online, TV-online, pers online, mail-online dan lainnya dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user memanfaatkannya (M.Romli, Asep Syamsul, 2012 : 34).

Kehadiran media online mempermudah orang lain untuk mendapatkan informasi yang dia inginkan, bahkan informasi yang berada sangat jauh dari diri mereka. Pesan-pesan yang diterima panca indera selanjutnya diproses dalam pemikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan (Canggara, 2006 : 119).

Masyarakat Indonesia saat ini umumnya senang berbagi informasi. Dibarengi dengan perkembangan teknologi digital yang penetrasinya hingga

berbagai kalangan, peredaran informasi menjadi kian sulit terbendung. Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara menyebutkan, sedikitnya 170 juta masyarakat Indonesia memiliki minimal satu ponsel atau setidaknya satu SIM card (Kompas.com). Namun, rupanya hal ini menimbulkan suatu polemik baru. Informasi benar dan salah menjadi campur aduk, misalnya saja maraknya penyebaran *Hoax* dan *Hate Speech* di media online. Seperti yang dilansir oleh kompas.com 14/02/2017 Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara mengatakan Isu soal *hoax* tak hanya menjadi permasalahan di Tanah Air, tetapi menjadi isu global. Penyelesaian terhadap maraknya *hoax* juga tak melulu harus diselesaikan pemerintah, tetapi bisa mengadopsi cara penyelesaian di luar pemerintah.

Terkait penyelesaian terhadap maraknya *hoax* di Tanah Air, peneliti tertarik untuk melirik BNPT (Badan Nasional Penanggulangan Terorisme). BNPT adalah sebuah lembaga pemerintah non kementerian (LPNK) yang melaksanakan tugas pemerintahan di bidang penanggulangan terorisme. Hasil penelusuran sementara oleh peneliti, BNPT sejauh ini telah banyak memanfaatkan media online dalam pencegahan *Hoax* dan *Hate Speech*. Menurut BNPT, berawal dari media online atau dunia maya, indoktrinasi dari situs radikal mulai mengintensifkan dan memfokuskan kepercayaan kepada kalangan anak-anak yang kemudian mulailah mencari kelompok yang sepaham dengan dirinya. Lambat laun secara sadar, mereka akan mengambil tindakan atas keyakinannya itu tadi. Hal ini sangat berbahaya bila kita tidak peduli karena bisa menjadi ancaman.

Salah satu pemanfaatan media online oleh BNPT baru-baru ini yakni dengan peluncuran aplikasi yang bisa di download di smartphone baik dari *Google Play* maupun *App Store*. Setelah sebelumnya BNPT juga aktif dalam sosialisasi melalui situs website yang berisi edukasi tentang pemahaman radikalisme dan terorisme. Dalam hal ini, BNPT sengaja untuk tidak mengatasnamakan situs online maupun aplikasi online yang diluncurkannya dengan embel-embel BNPT atau bisa dikatakan tidak secara resmi atas nama BNPT. Menurut hasil penelusuran sementara peneliti, hal ini didasari oleh alasan agar para netizen dan para penikmat media-media online tidak beranggapan website, portal dan aplikasi tersebut terlalu kaku sehingga dapat menurunkan niat para netizen untuk mengunjungi *website*, Portal dan Aplikasi sedangkan konten yang ada didalam website, Portal dan aplikasi tetap berisikan tentang segala sesuatu yang bersifat Edukatif, informatif, Komunitas dan Diskusi terkait hal-hal pencegahan paham Radikalisme dan Terorisme baik dikalangan Tokoh Masyarakat, Pelajar, dan lain-lain.

Kemudian alasan mengapa *Website*, Portal dan Aplikasi tidak memakai embel-embel BNPT melainkan memakai kata-kata “Damai” menurut penelusuran sementara peneliti hal tersebut berdasarkan Pihak BNPT sadar akan keadaan sekarang dimana semerawutnya pemberitaan yang bersifat mengadu domba, memfitnah dan dengan gampang menghakimi seseorang yang belum terbukti bersalah inilah yang mendasari kenapa semua media dan aplikasi BNPT selalu memiliki kata-kata “Damai” dengan tujuan agar dapat mencegah paham

kekerasan, menebar pesan damai baik di dunia maya ataupun di media sosial dan menciptakan kembali fungsi media yaitu edukatif dan informative.

BNPT menilai perlu adanya suatu upaya pencegahan untuk membekali siswa-siswi atau remaja agar tidak terkontaminasi oleh ajakan-ajakan atau rayuan yang sifatnya memecah belah bangsa, persatuan hingga kesatuan dan dengan kesadaran yang penuh juga melihat kondisi hari ini rata-rata setiap anak memiliki gadget maka BNPT berhasil meluncurkan sebuah aplikasi yang dapat diakses dengan mudah oleh para remaja bahkan semua kalangan,. Terkait hal ini, peneliti memilih SMA 2 Muhammadiyah Medan sebagai objek penelitian.

Sekolah Menengah Atas (SMA) 2 Muhammadiyah Medan merupakan sekolah Islam yang sudah menerapkan program *e-learning* pada siswa. Peneliti sempat melakukan wawancara kepada Kepala Sekolah SMA 2 Muhammadiyah (20/5/2017), Taufik Pasaribu. Beliau menjelaskan *e-learning* adalah program pembelajaran berbasis media online yang sudah terhubung ke jaringan internasional dan dapat dimanfaatkan orang tua untuk mengawasi proses belajar anak. Melihat hal ini, peneliti merasakan bahwa pemanfaatan media online sudah tak asing lagi bagi siswa-siswi di sekolah SMA 2 Muhammadiyah ini. Setiap siswa pasti banyak menerima informasi melalui media online baik itu informasi positif maupun informasi negatif yang beredar luas di media online tersebut.

Pengguna media online tidak dapat diatur dalam tata cara penggunaannya. Mereka memiliki kuasa penuh atas apa yang mereka konsumsi setiap hari, mereka akan fokus mencari apa yang mereka butuhkan tanpa perlu permissi atau bahkan tidak perlu jauh-jauh datang ke sebuah daerah atau negara

untuk mendapatkan berita yang mereka inginkan (M.Romli, Asep Syamsul, 2012 : 62).

Berangkat dari latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media online dalam pencegahan *Hoax dan Hate Speech* dikalangan pelajar kota medan.

1.2. Pembatasan Masalah

Untuk mempermudah dan mempersempit ruang lingkup masalah, sehingga tidak mengaburkan penelitian, maka batasan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Media online pada penelitian ini adalah website BNPT (Badan Nasional Penanggulangan Terorisme)
2. Objek penelitian ini adalah Siswa-siswi SMA 2 Muhammadiyah Medan.
3. Untuk mendapat hasil penelitian yang akurat sampel diambil dalam penelitian ini terbatas hanya di kelas X dan XI.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

“Apakah Media Online jalandamai.org bermanfaat mencegah *Hoax dan Hate Speech* di kalangan pelajar kota Medan?”.

1.4. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pemanfaatan Media Online Untuk Mencegah *Hoax* dan *Hate Speech* Di Kalangan Pelajar Kota Medan.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara akedemis yaitu sebagai sarana dalam menerapkan ilmu yang didapat penulis selama menjadi Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMSU serta menambah wawasan penulis.
- b. Secara praktis yaitu penelitian ini dapat memberi masukan dan sumbangan pemikirn bagi penelitian yang lain jika mengadakan penelitian yang sama dan juga bermanfaat bagi pembaca.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari beberapa sub-bab dengan uraian masing masing dengan substansi sebagai berikut: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Pada bab ini pula dimungkinkan mengajukan lebih dari satu teori atau data sekunder/tersier untuk membahas permasalahan yang menjadi topik skripsi, sepanjang teori-teori data sekunder.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini mengungkapkan rancangan penelitian, prosedur penelitian, Populasi dan Sampel, , Kerangka Konsep, Definisi operasionalisasi Konsep, teknik pengumpulan dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguakikan tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan setelah penulis atau peneliti melakukan riset atau penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

2.1.1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. Sama disini maksudnya adalah sama makna (Effendy, 2011:9). Menurut Effendy komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media).

Komunikasi memiliki sejumlah arti. Para pakar telah membuat banyak upaya untuk mendefinisikan komunikasi. Namun, menetapkan satu definisi tunggal terbukti tidak mungkin dan berguna. Definisi mana yang dipilih, tergantung pada kegunaannya dan dalam hal apa definisi diperlukan. Berikut tiga kategori definisi komunikasi, Daryanto (2010:10) adalah sebagai berikut :

- a) Tingkat observasi yakni bersifat umum adalah definisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan. Dalam hal yang lebih khusus, definisi komunikasi adalah alat untuk mengirimkan pesan militer, perintah dan sebagainya melalui telepon, telegraf, radio, kurir dan lainnya.
- b) Tingkat keberhasilan yakni menekankan keberhasilan dan diterimanya pesan yaitu definisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran informasi untuk mendapatkan saling pengertian. Sementara itu,

yang tidak menekankan keberhasilan misalnya defenisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses transmisi informasi.

- c) Tingkat kesengajaan yakni yang mengisyaratkan kesengajaan yaitu defenisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari mempengaruhi perilaku penerima.

Beberapa defenisi menurut para pakar menurut bidang ilmunya (Cangara, 2012:21-22):

- a) Defenisi singkat menurut Harold D. Lasswell.

Bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

- b) Menurut Steven

Bahwa komunikasi terjadi kapan saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek atau stimuli.

- c) Everett M. Rogers pakar sosiologi

Komunikasi adalah sebuah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

- d) Rogers mengembangkan definisi tersebut bersama D. Lawrence Kincaid (1981).

Melahirkan suatu defenisi baru yang menyatakan bahwa, komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk dan

melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian mendalam (Cangara, 2012:22)

e) Menurut Weaver (1949)

Bahwa komunikasi adalah manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja (Cangara, 2012:22)

Secara terminologis komunikasi berarti penyampaian suatu pernyataan seseorang kepada orang lain. Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap menurut (Effendy, 2011:11-17) yaitu :

a) Proses Komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampain pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing (*symbol*) sebagai media. Lambing sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa *bahasa* yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasa yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain.

Wilbur schramm, seorang ahli komunikasi, dalam karyanya, “Communication Research in the United States”, menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of refrence*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan. (Effendy, 2011:13)

b) Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambing sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relative jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Pentingnya peranan media, yakni media sekunder, dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan. Surat kabar, radio, atau televisi misalnya, merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Akan tetapi, oleh para ahli komunikasi diakui bahwa keefektifan dan efisiensi komunikasi bermedia hanya dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif. Menurut mereka, yang efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan persuasive adalah komunikasi tatap muka karena kerangka acuan (*frame of refrence*) komunikan dapat diketahui oleh komunikator, sedangkan dalam proses komunikasinya, umpan balik berlangsung seketika, dalam arti kata komunikator mengetahui tanggapan atau reaksi komunikan pada saat itu juga. Ini berlainan dengan komunikasi bermedia. Seperti halnya dengan menggunakan media massa, yang tidak memungkinkan komunikator mengetahui kerangka acuan khalayak yang menjadi sasaran komunikasinya, umpan balik berlangsung tidak pada saat itu.

Karen proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus ruang dan waktu, maka dalam menata lambing-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternative perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju. Komunikan media surat, poster, atau papan pengumuman akan berbeda dengan komunikan surat kabar, radio, televisi, atau film. Setiap media memiliki ciri atau sifat tertentu yang hanya efektif dan efisien untuk dipergunakan bagi penyampaian suatu pesan tertentu pula.

2.1.2. Proses Komunikasi

Effendy (2003: 33) mengemukakan proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi:

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media atau saluran.

a. Lambang Verbal

Effendy (2003 : 33) mengemukakan bahwa proses komunikasi bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering digunakan. Hal ini disebabkan bahasa dianggap mampu mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal, peristiwa, baik yang konkret maupun yang abstrak yang terjadi masa kini, lalu dan masa yang akan datang.

b. Lambang Nonverbal

Lambang nonverbal adalah lambang yang dipergunakan dalam komunikasi yang bukan bahasa, misalnya kial, isyarat dengan anggota tubuh, antara lain kepala, mata, bibir, tangan dan jari. Penggunaan gambar adalah lambang lain yang dipergunakan dalam berkomunikasi nonverbal.

Mark Knap (Cangara, 2004:100) menyebutkan bahwa penggunaan kode verbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

- 1) Meyakinkan apa yang diucapkan (*Repetition*)
- 2) Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*Subtation*).
- 3) Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*Identity*)
- 4) Menambah atau melengkapi ucapan yang dirasa belum sempurna

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Effendy, 2003:17).

Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau jumlahnya banyak. Kalau komunikan jauh, dipergunakanlah surat atau telepon. Jika komunikan banyak, dipakailah perangkat penguat suara.

3. Proses Komunikasi Secara Linear

Proses komunikasi secara linear, sebagaimana dikemukakan oleh Effendy (2003: 39) yaitu mengandung makna lurus. Jadi proses linear berarti perjalanan dan satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi, proses linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Biasanya berlangsung pada komunikasi bermedia.

4. Proses Komunikasi Secara Sirkular

Istilah sirkular sebagai terjemahan dan perkataan circular yang secara harfiah artinya bulat, bundar. Effendy (2003: 39) penggunaan dalam komunikasi yang dimaksudkan yaitu proses sirkular itu adalah terjadinya *Feedback* yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu, ada kalanya *Feedback* mengalir dan komunikan ke komunikator itu adalah *Response* atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dan komunikator.

2.1.3. Fungsi Komunikasi

William I. Loren Anderson (Mulyana,2005:5-30), mengategorikan fungsi komunikasi menjadi 4, yaitu:

a) Sebagai komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tegangan dan tekanan, antara lain lain lewat

komunikasi yang bersifat menghibur danb memupuk hubungan dengan orang lain.

Pembentukan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan mengenai diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan oleh orang lain kepada kita. Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun bagaimana kita merasakan siapa kita. George Herbert Mead mngistilahkan *significant others* (orang lain yang sangat penting) untuk orang-orang di sekitar kita yang mempunyai peranan penting dalam membentuk konsep diri kita. Richard Dewey dan W.J Humber (19969) menamai *affective others*, untuk orang lain yang dengan mereka kita punya ikatan emosional. Dari merekalah perlahan-lahan kita membentuk konsep diri kita. Selain itu, terdapat juga yang disebut *reference group* yaitu kelompok yang secara emosioanal mengikat kiota, dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri kita. Dengan ini, orang akan mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan diri dengan ciri-ciri kelompok.

Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri terlihat jelas pada seorang pnanya pada sebuah seminar, walaupun sudah diperingati oleh moderator untuk brbicara singkat dan langsung ke pokok masalah, penanya atau komentator itu sering berbicara panjang kebar dengan argument-argumen yang kebanyakan tidak relevan.

Untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan. Para psikolog berpendapat, kebutuhan utama kita sebagai manusia, dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohani, adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa dipenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain. Komunikasi sangat dibutuhkan untuk memperoleh dan memberi informasi yang dibutuhkan, untuk meyakinkan, dan mempengaruhi orang lain, mempertimbangkan solusi alternatif atas masalah kemudian mengambil keputusan, dan tujuan-tujuan sosial serta hiburan.

b) Sebagai komunikasi ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal. Misalnya ibu menunjukkan rasa kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya.

c) Sebagai komunikasi ritual

Komunikasi ritual biasanya dapat terlihat pada suatu komunitas yang melakukan upacara-upacara yang disebut oleh para antropolog sebagai *rites of passage*, seperti upacara kelahiran, upacara pernikahan, siraman, dan lain-lain. Dalam acara tersebut orang-orang biasanya mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku simbolik.

d) Sebagai komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur

Sebagai instrument, komunikasi tidak saja digunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Komunikasi berfungsi sebagai instrument untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Berkenaan dengan fungsi komunikasi ini, seorang ahli bernama Harold D. Laswell memaparkan fungsi komunikasi sebagai berikut:

- Pengawasan lingkungan yaitu penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat.
- Menghubungkan bagian-bagian penting yang tak terpisahkan bagi masyarakat untuk menanggapi lingkungan
- Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi

2.1.4. Unsur-Unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima pesan (komunikan) dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

Menurut Harold Lasswell (Effendy, 2005:22) terdapat 5 unsur dalam komunikasi, yaitu:

- a. Komunikator (siapa yang mengatakan), adalah pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan kepada komunikan (penerima pesan) dalam sebuah proses komunikasi.
- b. Pesan (mengatakan apa), adalah setiap pemberitahuan, kata atau komunikasi baik lisan maupun tertulis, yang dikirimkan dari satu orang ke orang lain.
- c. Alat atau media (kepada siapa), adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan.
- d. Komunikan (kepada siapa), adalah partner atau rekan dari komunikator dalam berkomunikasi, seperti penerima pesan yang telah dikirim oleh komunikator.
- e. Efek (dengan dampak / efek apa?), adalah perubahan, hasil atau konsekuensi yang disebabkan oleh sesuatu (pesan) yang dikirimkan oleh komunikator kepada komunikan.

Menurut Aristoteles (Cangara, 2004: 22) ahli filsafat Kuno dalam bukunya *Rhetorica* menyebutkan bahwa suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang mendukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan dan siapa yang mendengarkan.

Claude E. Shannon dan Werren Weaver 1949 (Cangara, 2004:23), dua orang insinyur listrik menyatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan 5 unsur yang mendukungnya, yakni pengirim, transmitter, signal,

penerima dan tujuan. Meski pandangan Shannon dan Weaver ini pada dasarnya berasal dan pemikiran proses elektronika, tetapi para sarjana yang muncul di belakangnya mencoba menerapkannya dalam proses komunikasi antarmanusia seperti yang dilakukan Miller.

Awal tahun 1960-an David K. Belo (Cangara, 2004:23) membuat formula komunikasi yang lebih sederhana. Formula ini dikenal dengan nama “SMCR”, yakni *Source* (pengirim), *Message* (pesan), *channel* (saluran-media) dan *Receiver* (penerima).

Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dan Joseph De Vito, K Sereno dan Erika Vora (Cangara, 2004:24) yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi.

2.1.5. Sifat Komunikasi

Adapun sifat-sifat komunikasi adalah sebagai berikut :

- a. Tatap muka (*face to face*), Dalam berkomunikasi, biasanya kesadaran kita akan lebih pada saat-saat yang khusus, seperti kita diuji dengan ujian lisan oleh dosen kita atau ketika anda berdialog dengan orang asing dengan bahasa asing dibandingkan dengan ketika anda bercanda dengan teman atau kerabat kita di rumah. Pada saat seseorang tersenyum maka itu dapat ditafsirkan sebagai suatu kebahagiaan, ketika orang itu cemberut maka dapat ditafsirkan bahwa ia sedang ngambek. Ketika seseorang diam dalam sebuah dialog itu bisa diartikan setuju, malu, segan, marah, atau bahkan malas atau bodoh. Diam bisa diartikan setuju seperti perlakuan Rasulullah

saw. yaitu ketika ada seorang sahabat yang menggosaok giginya ketika berwudhu, ini menunjukkan bahwa beliau setuju dengan perlakuan sahabat tadi namun tidak dengan penegasan. Secara implisit semua perlakuan manusia dapat memiliki makna yang akhirnya bernilai komunikasi. Komunikasi yang dilakukan di mana komunikator berhadapan langsung dengan komunikannya memungkinkan respon yang langsung dari keduanya. Seorang komunikator harus mampu menguasai situasi dan mampu menyandi pesan yang disampaikan sehingga komunikan mampu menangkap dan memahami pesan yang disampaikannya.

Diantara konteks komunikasi tatap muka (*face to face*) ini adalah :Komunikasi interpersonal (*interpersonal Communication*). Komunikasi interpersonal menunjuk kepada komunikasi dengan orang lain. Komunikasi jenis ini dibagi lagi menjadi komunikasi diadik, komunikasi publik, dan komunikasi kelompok-kecil. Komunikasi interpersonal termasuk:

- Pidato
- Komunikasi nonverbal
- Komunikasi bawah sadar
- penyimpulan
- parafrase

Memiliki komunikasi interpersonal yang baik mendukung proses-proses seperti:

- perdagangan
- konseling
- pelatihan
- bimbingan
- pemecahan konflik

Komunikasi interpersonal merupakan subyek dari beberapa disiplin dalam bidang psikologi, terutama analisis transaksional. Komunikasi ini dapat dihalangi oleh gangguan komunikasi atau oleh kesombongan, sifat malu, dll.

- b. Bermedia (mediated), Dalam komunikasi, sekali anda mengirimkan pesan, anda tidak dapat mengendalikan pengaruh pesan tersebut bagi khalayak, apalagi menghilangkan efek pesan itu sama sekali. Sifat irreversible ini adalah implikasi dari komunikasi sebagai suatu proses yang selalu berubah, sehingga kita harus berhati-hati pada saat menyampaikan pesan kepada orang lain. Terutama pada saat kita berkomunikasi yang pertama kali, kita harus berhati-hati karena kesan pertama begitu berkesan bagi pendengar.

Terlebih saat seorang komunikator melakukan komunikasi melalui media cetak ataupun elektronik, maka pesan yang disampaikan haruslah betul-betul diyakini kebenarannya oleh dirinya dan masyarakat luas sebagai komunikan. Komunikasi yang dilakukan dengan media menuntut seorang

kominikan untuk mampu menguasai teknologi komunikasi, juga keterampilan untuk berkomunikasi dalam bentuk tulisan. Konteks komunikasi bermedia ini adalah :

Komunikasi Massa (Mass Communication), Yaitu komunikasi yang dilakukan seorang komunikator melalui media massa, baik cetak maupun elektronik yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang heterogen, anonim, dan di banyak tempat. Bisa melalui :

- Pers
- Radio
- Televisi
- Film
- Surat Kabar/Majalah

c. Verbal (verbal) Lisan (oral), Komunikasi verbal adalah komunikasi dengan menggunakan simbol-simbol verbal. Simbol verbal bahasa merupakan pencapaian manusia yang paling impresif. Ada aturan-aturan yang ada untuk setiap bahasa yaitu fonologi, sintaksis, semantik dan pragmatis.

Komunikasi ini dapat berupa ucapan langsung dari komunikator (oral) juga berupa pesan yang dikomunikasikan lewat tulisan oleh komunikator. Komunikan dapat mendengar langsung pesan yang disampaikan dan juga dapat membaca pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator dalam komunikasi verbal ini.

d. Nonverbal (non-verbal), Komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Contoh komunikasi nonverbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara.

Para ahli di bidang komunikasi nonverbal biasanya menggunakan definisi “tidak menggunakan kata” dengan ketat, dan tidak menyamakan komunikasi non-verbal dengan komunikasi nonlisan. Contohnya, bahasa isyarat dan tulisan tidak dianggap sebagai komunikasi nonverbal karena menggunakan kata, sedangkan intonasi dan gaya berbicara tergolong sebagai komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal juga berbeda dengan komunikasi bawah sadar, yang dapat berupa komunikasi verbal ataupun nonverbal.

a. Tulisan/cetak (written/printed)

b. Nonverbal

(<https://nandaerlika.wordpress.com/2012/03/16/pengertian-dan-sifat-komunikasi/dikutip/20-09-2017>)

2.1.6. Hambatan Komunikasi

Menurut Shannon dan Weaver 1949 (Effendy, 2011) hambatan komunikasi terjadi jika terdapat intervensi yang mengganggu salah satu elemen komunikasi, sehingga proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif serta adanya hambatan yang membuat proses komunikasi tidak dapat berlangsung sebagaimana harapan komunikator dan penerima. Maka pada dasarnya hambatan komunikasi dapat dibedakan atas tujuh macam, yakni sebagai berikut.

a. Gangguan Teknis

Gangguan teknis terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisikan melalui saluran mengalami kerusakan (channel noise). Misalnya gangguan pada stasiun radio dan tv, gangguan jaringan telepon, rusaknya pesawat radio sehingga terjadi suara bising dan semacamnya.

1. Gangguan Semantik dan Psikologis

Gangguan semantik ialah gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan (Blake 1979). gangguan semantik sering terjadi karena:

- a) Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak tertentu.
- b) Bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan oleh penerima.
- c) Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima.

d) Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan.

2. Rintangan Fisik

Rintangan fisik ialah rintangan yang disebabkan karena kondisi geografis misalnya jarak yang jauh sehingga sulit dicapai, tidak adanya sarana kantor pos, kantor telepon, jalur transportasi dan sebagainya.

3. Rintangan Status

Rintangan status ialah rintangan yang disebabkan karena jarak sosial diantara peserta komunikasi, misalnya perbedaan status senior dan junior atau atasan dengan bawahan.

4. Rintangan Hambatan Berfikir

Rintangan hambatan berfikir ialah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak terhadap pesan yang digunakan dalam berkomunikasi. ini bisa disebabkan latar belakang pendidikan yang berbeda.

5. Rintangan Budaya

Rintangan budaya adalah rintangan yang terjadi disebabkan karena adanya perbedaan norma, kebiasaan dan nilai-nilai yang dianut oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi

2.2. Komunikasi Massa

2.2.1. Pengertian Komunikasi Massa

Pengertian komunikasi massa merujuk kepada pendapat Tan dan Wright yang mengatakan bahwa komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu (Komala dan Elvinaro, 2004 : 3).

Ada juga definisi tentang komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi yang lain, yaitu Gerbner yang menyatakan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Komala dan Elvinaro, 2004 : 4). Dari definisi Gerbner ini tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

2.2.2. Fungsi Komunikasi Massa

Banyak ahli yang mengemukakan sejumlah fungsi komunikasi massa kendati dalam setiap item fungsi terdapat persamaan dan perbedaan. Karlinah mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum sebagai berikut (Komala dan Elvinaro, 2004: 19):

1. Fungsi Informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingan khalayak. Khalayak sebagai manusia social akan selalu merasa haus informasi tentang segala sesuatu yang terjadi di sekitarnya. Sebagian informasi didapat bukan dari sekolah atau tempat bekerja melainkan dari media.

2. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (mass education). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.

3. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel dan sebagainya. Fungsi mempengaruhi ini dapat dilihat antara lain dalam ruang atau kolom

khusus, iklan atau artikel yang disusun sedemikian rupa sehingga tidak terlihat sebagai suatu artikel yang isinya mempromosikan suatu produk. Artikel tersebut biasanya memuat tulisan tentang suatu analisis produk tertentu. Khalayak terpengaruh oleh pesan-pesan dalam tulisan tersebut sehingga tanpa sadar khalayak

4. Fungsi Proses Pengembangan Mental

Melakukan tindakan sesuai dengan yang diinginkan oleh media tersebut. Untuk mengembangkan wawasan, kita membutuhkan berkomunikasi dengan orang lain. Dengan berkomunikasi, manusia akan bertambah pengetahuannya dan berkembang intelektualitasnya. Hal tersebut diperoleh dari pengalaman pribadinya dan dari orang lain. Pengalaman dapat membantu manusia untuk memahami betapa besar ketergantungan manusia kepada komunikasi, karena komunikasi dapat membantu manusia dalam perkembangan mentalnya.

5. Fungsi Adaptasi Lingkungan

Setiap manusia berusaha untuk menyesuaikan diri dengan dunianya untuk dapat bertahan hidup. Proses komunikasi membantu manusia dalam proses penyesuaian tersebut. Proses pengiriman pesan oleh komunikator dan penerimaan pesan oleh komunikan dapat membantu kita dalam berhubungan dengan orang lain, saling menyesuaikan diri, sehingga menimbulkan kesamaan di antara komunikator dan komunikan.

6. Fungsi Memanipulasi Lingkungan

Manipulasi di sini bukanlah diartikan sebagai sesuatu yang negatif. Memanipulasi lingkungan artinya berusaha untuk mempengaruhi. Setiap orang berusaha untuk saling mempengaruhi dunia dan orang-orang yang berada di sekitarnya. Dalam fungsi manipulasi, komunikasi digunakan sebagai kontrol utama dan pengatur lingkungan

Memahami fungsi-fungsi komunikasi massa ini, menurut Devito (Komala & Elvinaro, 2004: 22), ada tiga masalah pokok yang harus diperhatikan. Pertama, setiap kali kita menghidupkan pesawat televisi, radio siaran maupun membaca surat kabar, kita melakukannya karena alasan tertentu yang unik. Kedua, komunikasi massa menjalankan fungsi yang berbeda bagi setiap pemirsa secara individual. Ketiga, fungsi yang dijalankan komunikasi massa bagi sembarang orang yang berbeda dari satu waktu ke waktu yang lain.

2.2.3. Efek Media Massa

Komunikasi massa merupakan sejenis kekuatan sosial yang dapat menggerakkan proses sosial ke arah suatu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Akan tetapi untuk mengetahui secara tepat dan rinci mengenai kekuatan sosial yang dimiliki oleh komunikasi massa dan hasil yang dapat dicapainya dalam menggerakkan proses sosial tidaklah mudah. Oleh karena itu, efek atau hasil yang dapat dicapai oleh komunikasi massa dilaksanakan melalui media massa. Menurut Steven M. Chaffe (Komala & Elvinaro, 2004:49) efek media massa dapat dilihat dari beberapa pendekatan. Pendekatan pertama yaitu efek

media massa yang berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri. Pendekatan kedua yaitu dengan melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak yaitu komunikasi massa yang berupa perubahan sikap, perasaan dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif, behavioral.

A. Pendekatan pertama yaitu efek media massa yang berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri.

1. Efek ekonomi

Kehadiran media massa ditengah kehidupan manusia dapat menumbuhkan berbagai usaha produksi, distribusi dan konsumsi jasa media massa. Keberadaan televisi baik televisi pemerintah maupun televisi swasta dapat memberi lapangan pekerjaan kepada sarjana ilmu komunikasi, para juru kamera, pengarah acara, juru rias dan profesi lainnya.

2. Efek sosial

Efek sosial berkaitan dengan perubahan pada struktur atau interaksi sosial sebagai akibat dari kehadiran media massa. Sebagai contoh dari kehadiran televisi dapat meningkatkan status dari pemiliknya.

3. Penjadwalan kegiatan sehari-hari

Terjadinya kegiatan penjadwalan kegiatan sehari-hari, misalnya sebelum pergi ke kantor masyarakat kota akan lebih dahulu siaran berita di televisi.

4. Efek hilangnya perasaan tidak nyaman

Orang menggunakan media massa untuk memuaskan psikologisnya dengan tujuan menghilangkan perasaan tidak nyaman, misalnya untuk menghilangkan perasaan kesepian, marah, kesal, kecewa, dan sebagainya.

5. Efek menumbuhkan peraan tertentu.

Kehadiran media massa bukan saja dapat menghilangkan perasaan tidak nyaman pada diri seseorang, tetapi juga dapat menumbuhkan perasaan tertentu. Terkadang seseorang mempunyai perasaan positif atau negatif terhadap media tertentu. Tumbuhnya perasaan senang atau percaya pada suatu media massa tersebut.

B. Pendekatan kedua yaitu dengan melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak.

1. Efek Kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikasi yang sifatnya informatif bagi dirinya. Efek kognitif ini membahas bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya. Melalui media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung. Realita yang ditampilkan oleh media adalah realita yang sudah diseleksi. Televisi memilih tokoh-tokoh tertentu untuk ditampilkan dan mengesampingkan tokoh lainnya.

➤ Efek Profesional Kognitif

Efek profesional kognitif adalah bagaimana media massa memberikan manfaat yang dikehendaki oleh masyarakat. Bila televisi menyebabkan kita lebih mengerti tentang Bahasa Indonesia yang baik dan benar, maka televisi telah menimbulkan efek profesional kognitif.

2. Efek Afektif

Efek ini kadarnya lebih tinggi dari pada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberikan khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan iba, terharu, gembira, marah setelah menerima pesan dari media massa. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional pesan dari media massa adalah sebagai berikut :

➤ Suasana Emosional

Respon individu terhadap sebuah film atau sinetron televisi akan dipengaruhi oleh situasi emosional individu.

➤ Skema Kognitif

Skema kognitif merupakan naska yang ada di dalam pikiran individu yang menjelaskan alur peristiwa.

➤ Suasana Terpaan

Suasana terpaan adalah perasan individu setelah setelah menerima terpaan informasi dari media massa.

➤ Predisposisi Individual

Predisposisi Individual mengacu kepada karakteristik individu. Individu yang melankolis cenderung menghadapi tragedi lebih emosional dari pada orang yang periang. Orang yang periang yang memiliki sifat terbuka cenderung akan lebih senang bila meliat adegan-adegan lucu dari pada orang yang melankolis.

➤ Faktor Identifikasi

Menunjukkan sejauh mana orang merasa terlibat dengan tokoh yang ditonjolkan dalam media massa. Dengan identifikasi, penonton, pembaca, pendengar akan menentukan dirinya di posisi tokoh.

3. Efek Behavioral

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk tindakan atau kegiatan.

2.3. Media Massa

2.3.1. Sejarah Media Massa

Sejak awal, para ahli komunikasi tidak sependapat dengan model komunikasi yang ditawarkan karena model - model ini tidak memasukkan media sebagai sesuatu yang penting dari tiga dimensi tersebut, akibatnya para ahli komunikasi yang muncul sekitar tahun 1960 an mengkritisi dan memperbaiki model komunikasi dengan mengikutsertakan media. Pada umumnya, para ahli yang di kritik lantaran tidak memasukkan media dalam analisis model komunikasi berasumsi bahwa proses komunikasi manusia dilakukan secara artifisial melalui saluran penyuaran pesan (vokalisasi), bahasa isyarat (gestures), terkadang pula melalui tulisan dan tulisan. Pada tahapan ini, kita patut berutang pada orang Roma dengan bahasa Romawi kuno karena telah mengurai “komunikasi” dari akar kata *Communicare* yang pada masa ini dipahami sebagai sistem pos terpusat untuk mengendalikan rangkaian subsistemberperan menyebarluaskan informasi dari pusat kekaisaran Romawi ke pelbagai penjuru provinsi yang tersebar luas di bentangan Eropa hingga ke Timur Tengah, (Liliweri, 2011:872).

Sekurang-kurangnya ada empat catatan historis tentang perkembangan media, yakni yang pertama, era masyarakat tribal (the tribal age). Di era ini, komunikasi media dimediasi melalui komunikasi lisan (oral communication) karena masyarakat umumnya terikat dengan budaya lisan (oral culture) sehingga yang berperan di sini ialah storytelling yang mengandalkan keterlibatan pemikiran intuitif dan holistik, (Liliweri, 2011:872).

Kedua, era masyarakat tulis (the age of literacy). Di era ini, komunikasi manusia dimediasi oleh tulisan yang dibangun berdasarkan prinsip-prinsip bangunan logika. Ada empat karakteristik dari era masyarakat tulis, yakni:

- 1 Sangat didominasi oleh komunikasi visual.
- 2 Mendorong permenungan pribadi ketimbang melibatkan kelompok.
- 3 Memperkenalkan logika, cara berpikir linear.
- 4 Matematika, sains, filsafat.

Ketiga, era percetakan (the print age). Di era ini, komunikasi antarmanusia menekankan pada cetakan visual yang berpusat pada galaksi Guttenberg. Di sini peranan mata sangat dominan, cara berpikir linear, status sains semakin diperhitungkan, serta munculnya sikap individual. Karakteristik era ini berkaitan dengan:

1. Penyebarluasan visualisasi secara bebas.
2. Melakukan konversi tulisan perorangan ke teknik cetakan.
3. Standardisasi bahasa nasional sebagai syarat membangun nasionalisme.

Keempat, era elektronika (the electronic age), yang menekankan pada image visual. Era ini diawali dengan terbentuknya kesadaran dan pengalaman

hidup dengan prinsip global village. Pada era ini, televisi merupakan media yang sangat dominan karena melibatkan semua sensori manusia (persepsi, sikap, stereotip, pikiran, perasaan, emosi, tindakan) yang mendorong warga masyarakat ke retribalization, serta memudarnya logika dan cara berpikir linear. Ada empat karakteristik era ini:

- 1 Bertumbuhnya global village.
- 2 Kehadiran cool medium seperti televisi yang secara spontan menawarkan hakikat lingkungan, serta retribalisasi kemanusiaan (perhatikan film-film horor, mitos).
- 3 Pengaruh media semakin kuat sehingga para penonton menjadi pasif.
- 4 Peralihan cara berpikir dari linear ke lokal.

Kini kemajuan teknologi komunikasi, semakin banyak orang menggantungkan hidup pada media sehingga teknologi media sangat mempengaruhi audiens, misalnya dalam teori technological determinis yang diperkenalkan oleh Marshall McLuhan. Kata teori ini, keyakinan bahwa pengembangan teknologi sangat menentukan perubahan sosial dan kultural, karena teknologi ini menerpa kita dari segala penjuru. Media seolah mendorong rasio dari perasaan kita untuk bagaimana mengalami dunia. Marshall McLuhan membagi dua jenis media dalam suatu kategori yang bersifat binar yang dia sebut hot media dan cool media yang jika diletakkan di atas skala, amak ada dikotomi di antara media-media tersebut. Sebagaimana dijelaskan dalam bukunya *Understanding Media*, McLuhan mengemukakan pendapat bahwa kita dapat membagi media berdasarkan tingkat pengaruhnya terhadap audiens, dan tingkat

partisipasi audiens terhadap media, dan karena itu pula, maka audiens memilih media yang paling mereka suaki. McLuhan membagi dua tipe media yakni, (Liliweri, 2011:874).

1. Hot media adalah media yang mempunyai pengaruh sangat besar terhadap manusia melalui sensorisnya, bahkan hanya menggunakan satu sensoris atau sensoris tunggal saja seperti melalui cahaya/mata dan suara/telinga. Intinya pada hot media selalu melibatkan sensoris tunggal tanpa mempertimbangkan stimulus. Menurut McLuhan, jenis media seperti ini sering mempunyai kekuatan perusak (*destructive strength*, misalnya kapak batu (catatan: hasil riset McLuhan terhadap sejarah media), yang mengawali media lainnya
2. Cool media adalah jenis media yang selalu melibatkan lebih sedikit stimulus. Ketika audiens mengakses media ini, maka mereka harus berusaha lebih aktif untuk berpartisipasi misalnya dengan memanfaatkan semua sensoris secara serentak agar memahami semua informasi yang mereka terima. Jenis cool media antara lain televisi, forum seminar, film kartun, telepon, karikatur

2.3.2. Pengertian Media Online

New Media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media

dijadikan satu (Lievrouw, 2011). *New Media* merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13).

Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang complex dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media karena media ini adalah sesuatu yang terus selalu berkembang dari media zaman dahulu (*old media*) sampai sekarang yang sudah menggunakan digital (*modern media/new media*).

Selama tahun 2000, internet telah memasuki fase yang disebut web 2.0. (*web two point-oh*), dimana semua menjadi lebih interaktif dan telah menjadi area untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja. Semua orang saat ini dapat langsung mengambil peran dan menaruh apapun kedalam internet. Perkembangan web 2.0 sebagai platform telah mengubah sifat interaktivitas di web dan membuka alam semesta bagi pengguna media. Sedangkan metafora halaman web 1.0 hanya diperbolehkan untuk mengunduh informasi sejalan dan karena itu tidak berbeda dengan konsumsi media penyiaran, aplikasi web 2.0 memungkinkan pengguna untuk menjadi produsen otonom. *Blog, Youtube, Wikipedia, Ebay, Flickr, Second Life* dan

situs jaringan sosial online lainnya seperti memungkinkan pengguna media untuk memiliki pengalaman siaran. Pentingnya Web 2.0 adalah media siar menghasilkan sebuah konteks hubungan sosial instan nasional atau internasional, ada beberapa cara di mana individu mendapatkan interaksi berharga untuk membuat koneksi global secara nyata. Faktanya bahwa pengguna sekarang dapat bekerja dengan materi media siar sebagai sebuah cara mengembangkan ide pada ruang publik (Littlejohn,2009:686).

2.4. Hate Speech

Dalam buku “Penebaran Kebencian (Masalah Pengaturan dan Penanganannya)” (Tim Imparsial, 2017:17) Isue tentang ujaran kebencian atau hatespeech merupakan persoalan kompleks yang dihadapi oleh banyak negara di dunia termasuk Indonesia.bahkan di negara-negara yang sistem demokrasinya sudah maju sekalipun, mereka juga menghadapi fenomena ini. Para ahli saling berbeda dalam didalam merumuskan konsep tentang hatespeech dan mendefinikan bentuk-bentuknya. Saat ini tidak ada definisi hatespeech yang bisa di terima secara universal. Terlepas dari persoalan definisi itu, berbagai studi atas masalah ini menunjukkan bahwa persoalan ujaran kebencian atau hate speech telah menimbulkan dampak yang serius terutama terhadap mereka yang menjadi korban atau sasaran dari tindakan ini .

Jhon k. Roth mendefinisikan hatespeech sebagai tindakan kejahatan dan ucapan yang menyinggung yang diarahkan kepada individu karena ras, etnis, agama orientasi seksual atau kelompok afiliasi lainnya.

Isue *hate speech*, atau yang sering di rujuk dalam bahasa indonesia sebagai 'syiar kebencian' menjadi salah satu isue hak asasi manusia (HAM) yang paling di perdebatkan dan sekaligus menjadi salah satu yang dianggap paling penting baik dalam konteks internasional maupun nasional.

Konteks *hate speech* dalam ranah internasional menjadi penting karena adanya perbedaan gejala. Pertama, adanya gejala intoleransi yang berujung pada serangan atau diskriminasi terhadap kelompok minoritas, baik itu agama, etnik atau ras atau juga kelompok LGBT. Semuanya dikemas dalam dalil 'kebebasan berekspresi' dan kontestasi pasar bebas ide dalam suatu masyarakat yang demokratis, isue *hate speech* tidak hanya bisa di produksi dalam suatu negara otoriter yang menggunakan kelompok mayoritas dalam penekanan kaum minoritasnya, tetapi juga bisa berkembang dalam sistem negara yang demokratis.

Kedua *hate speech* menjadi salah satu instrument yang efektif dari para politisi, pemuka agama, atau tokoh masyarakat lainnya untuk memperkuat posisi dan daya tawar mereka terhadap struktur negara, perluasan dan semakin banyak jenis media (cetak, elektronik, audio-visual dan online atau internet) juga bisa dimanfaatkan sebagai medium diseminasi hatespeech yang efektif dan ekstensi 1, yang selalu dapat bertahan dari kemampuan sensor negara.

Ketiga adanya celah normatif dalam kerangka legal di banyak negara dalam mendefinisikan apa itu *hate speech*, termasuk yang berasal dari instrument-instrument HAM internasional atau regional nyaris tidak terdapat rumusan yang seragam dari ketentuan - ketentuan hatespeech di banyak negara yang bisa di bilang di kembangkan menjadi suatu norma universal.

Keempat ,membuat suatu batasan normatif yang ketat oleh negara terhadap hate speech bisa punya dampak negatif dengan menderogasi kebebasan berekspresi yang menjadi suatu modal penting bagi promosi dan perlindungan Ham.

2.5. Hoax

Kata *Hoax* muncul pada akhir abad ke 18 yang berarti menipu (to cheat), memaksakan pada (to impose upon) (Robert Nares, 1753-1829) .*Hoax* adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut adalah palsu. Salah satu contoh pemberitaan palsu yang paling umum adalah mengklaim sesuatu barang atau kejadian dengan suatu sebutan yang berbeda dengan barang/ kejadian sejatinya. Definisi lain menyatakan *hoax* adalah suatu tipuan yang digunakan untuk mempercayai sesuatu yang salah dan seringkali tidak masuk akal yang melalui media online

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.

Adapun *hoax* menurut Curtis D. MacDougall (1958) adalah:

1. Hoax adalah kepalsuan yang sengaja dibuat untuk menyamar sebagai kebenaran
2. Hoax berbeda dengan informasi yang terbentuk karena kesalahan dalam pengamatan atau kekurangcermatan
3. Hoax juga berbeda dengan rumor, pseudosciences dan lain-lain yang didasarkan pada iktikad baik tertentu.

Orang lebih cenderung percaya *hoax* jika informasinya sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki (Respati, 2017). 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 fakta.

2.6. BNPT (Badan Nasional Penanggulangan Terorisme)

Dalam buku “MODUL Mekanisme Pencegahan Terorisme di Daerah” (Idris Hemay Dkk, 2013:35) dijelaskan BNPT memiliki wewenang untuk

menyusun dan membuat kebijakan serta strategi dan menjadi koordinator dalam bidang pencegahan terorisme. Arah kebijakan pelaksanaan pencegahan radikal terorisme harus dapat berjalan secara efektif, efisien, terukur, konsisten, terintegrasi, terlembaga, dan berkelanjutan. Arah kebijakan ini meliputi pencegahan penyebaran ideologi dan kelompok radikal terorisme melalui sosialisasi, intelijen pencegahan dan fasilitasi pelatihan. Hal ini juga harus sejalan dengan meningkatkan dukungan masyarakat terhadap gerakan upaya melawan pemikiran dan aksi radikal terorisme sebagai upaya pencegahan terorisme yang dapat mengancam stabilitas keamanan dan kedaulatan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

BNPT telah membentuk Forum Koordinasi Pencegahan Terorisme (FKPT) di daerah. Pembentukan FKPT merupakan salah satu upaya BNPT mencegah terorisme di seluruh wilayah Indonesia. Pembentukan FKPT bertujuan untuk menghimpun dukungan masyarakat dan pemerintah daerah dalam upaya pencegahan terorisme dengan berbasiskan penerapan nilai kearifan lokal masing-masing daerah.

Visi

Visi kebijakan dan strategi pencegahan terorisme adalah mewujudkan upaya pencegahan terorisme yang komprehensif, menghormati hak asasi manusia dan berkelanjutan dengan sinergi antar institusi pemerintah dan masyarakat yang meliputi bidang pencegahan, perlindungan, dan deradikalisasi serta meningkatkan

kewaspadaan nasional untuk menjamin terpeliharannya keamanan nasional dari ancaman terorisme.

Misi

1. Melakukan pencegahan terjadinya aksi terorisme, melawan propaganda ideologi radikal terorisme, meningkatkan kewaspadaan dini, dan memberikan perlindungan terhadap obyek-obyek vital, transportasi dan VVIP yang potensial menjadi target serangan terorisme.
2. Melakukan upaya deradikalisasi bagi narapidana, mantan narapidana, keluarga dan jaringannya serta upaya penangkalan dalam rangka membentengi masyarakat dari menyebarnya ideologi radikal terorisme di daerah.

2.6. Teori Penggunaan dan Kepuasan

“Teori penggunaan dan kepuasan” atau *uses-and-gratification theory* disebut-sebut sebagai salah satu teori paling populer dalam studi komunikasi massa. Teori ini menilai bahwa audiensi dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif sekaligus diskriminatif (Morissan, 2013:508). Audiensi dinilai mengetahui kebutuhan mereka dan mengetahui serta bertanggung jawab terhadap pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka tersebut. Penggunaan media didorong oleh adanya audiensi sendiri. Teori penggunaan dan kepuasan menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audiensi sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media tersebut.

2.6.1. Asumsi teori

Dalam hal ini terdapat sejumlah asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan sebagaimana dikemukakan Katz, Blumler dan Gurevitch (1974) yang mengembangkan teori ini mereka menyatakan lima asumsi dasar teori ini penggunaan dan kepuasan yaitu : 1) audiensi aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media. 2) inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media di tentukan audiensi. 3) media bersaing dengan sumber kepuasan lain. 4) audiensi sabar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media dan. 5) penilaian isi media ditentukan oleh audiensi.

2.6.2. Model Nilai Harapan

Philip Palmgreen (1984) mengajukan gagasan bahwa perhatian audiensi terhadap isi media di tentukan oleh sikap yang dimilikinya. Menurutnya, kepuasan yang diperoleh seorang dari media ditentukan juga oleh sikap orang tersebut terhadap media, yaitu kepercayaan dan juga evaluasi yang akan diberikannya terhadap isi pesan media. Suatu sikap terdiri atas kumpulan kepercayaan dan evaluasi. Sikap seseorang, misalnya terhadap program televisi di tentukan oleh kepercayaannya terhadap program dan evaluasi yang diberikan terhadap program bersangkutan.

2.6.3. Model Penggunaan dan Ketergantungan

Teori penggunaan dan kepuasan sering dinilai sebagai gagasan yang memandang media memberikan efek terbatas kepada audiensi. Dengan kata lain,

teori ini menjamin kemampuan individu untuk melakukan kontrol terhadap media yang mereka konsumsi karena media memiliki kemampuan terbatas untuk mempengaruhi audiensi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

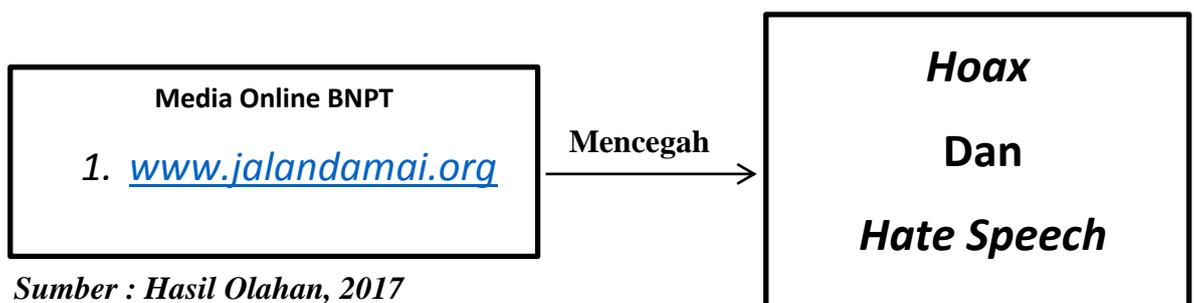
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian “Pemanfaatan Media Online Untuk Mencegah *Hoax* Dan *Hate Speech* Di Kalangan Pelajar Kota Medan” ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Masyhuri (2008:34) menjelaskan bahwa penelitian yang bersifat deskriptif merupakan penelitian yang memberi gambaran secermat mungkin mengenai suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu.

Metode penelitian kuantitatif yang dijelaskan oleh Sugiyono (2011: 14) adalah: Metode penelitian sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme; metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu; teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan dengan perhitungan teknik sampel tertentu yang sesuai; pengumpulan data kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2. Kerangka Konsep

Tabel. 3.1

Kerangka Konseptual Penelitian



3.3.Operasionalisasi Konsep

Sugiyono (2011:61) menjelaskan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian hanya terdapat satu variabel (variabel tunggal) yaitu :

Tabel 3.2

Operasional Variabel

No	Konsep Teoritis	Konsep variabel
1	Media Online BNPT www.jalandamai.org	a. Kecepatan mengakses b. Tampilan c. Isi pesan d. Gambar e. E-book f. Komentar
2	<i>Hoax dan Hate Speech</i>	a. Memfitnah b. Penghinaan Ringan c. Menista secara lisan dan tulisan

Sumber : Hasil Olahan, 2017

3.4. Definisi Operasionalisasi konsep

a. Media Online BNPT

Media online BNPT adalah suatu media yang digunakan dalam mengawasi dan memonitor berita dan informasi yang beredar.

b. Kecepatan mengakses

Kecepatan transfer data pada saat melakukan akses melalui jalur internet.

c. Tampilan website

Tampilan visual didalam sebuah halaman website.

d. Isi pesan website

kontent-kontent yang terdapat didalam halaman website seperti Tokoh, sosial, Pustaka, Suara kita dan Materi

e. Gambar

Tiruan yang dibuat dengan coretan pensil atau lainnya.

f. E-book

Merupakan sebuah bentuk buku yang dapat dibuka dan diakses melalui komputer ataupun gadget.

g. Komentar

Tanggapan dari netizen atau orang yang melihat sesuatu karya tertentu.

h. *Hoax*

Berita yang belum dapat dipercaya atau suatu informasi yang tingkat kebenarannya suatu informasi tersebut terpercay.

i. *Hate speech*

Ujaran kebencian terhadap suatu golongan tertentu.

j. Memfitnah

Memfitnah adalah menuduh dan menyatakan orang lain melakukan sesuatu keburukan, padahal orang itu tidak melakukan hal yang dituduhkan kepadanya.

k. Penghinaan ringan

Penghinaan Ringan adalah menganggap rendah derajat orang lain dengan cara meremehkan atau mencela kekurangan orang lain yang dapat menyebabkan orang lain tersebut merasa dirugikan.

l. Menista secara lisan dan tulisan

Menista secara lisan dan tulisan adalah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan, ataupun hinaan kepada individu atau kelompok yang lain dalam hal berbagai aspek seperti ras, warna kulit, etnis, gender, cacat, orientasi seksual, kewarganegaraan, agama, dan lain-lain.

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan unit analisis, yaitu objek yang akan diteliti. Populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap, hidup dan sebagainya. Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Burhan Bungin, 2001:101).

Berdasarkan pengertian di atas, maka populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMA Muhammadiyah 2 Medan berjumlah 210.

Tabel 3.3

Jumlah siswa SMA Muhammadiyah 2 Medan

Kelas	Jumlah Siswa
Siswa kelas X	41
Siswa kelas XI	41
Total	82

3.5.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil secara representative atau mewakili populasi yang bersangkutan atau bagian kecil yang diamati. Penelitian terhadap sampel biasanya disebut studi sampling.

Menurut Sugiyono, (2011:44) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sementara itu penentuan sampling dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Mengenai penentuan besarnya sampel didalam pengambilan sampel apabila subjeknya kurang dari 100 maka diambil semua. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25% bahkan lebih.

Dari keseluruhan populasi yang ada, maka penulis menarik hasil sampel menggunakan rumus:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

(Kriyanto, 2006:160)

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

D = Presisi

$$n = \frac{82}{82 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{82}{82 (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{82}{0.82 + 1}$$

$$n = \frac{82}{1,82}$$

$$n = 45,05 = 45 \text{ Orang}$$

Setelah melakukan hitungan melalui rumus diatas, maka sampel dari penelitian “Pemanfaatan Media Online Untuk mencegah Hoax dan Hate Speech di Kalangan Pelajar Kota Medan” adalah sebanyak 45 orang responden yakni siswa kelas X dan siswa kelas XI SMA 2 Muhammadiyah Medan.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data, analisis data juga digunakan untuk menemukan data-data yang baik serta mengetahui proses kerja lapangan. Cresswell dan Taylor

(Moleong, 2007:03) mengemukakan bahwa metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Hal ini dapat menjadi suatu koreksi bagi hal ini yang tidak terlihat sebelumnya dan membuat analisa sebagai suatu usaha yang terus berjalan dalam kaitannya dengan pengaruh di lapangan, Arikunto (2002:136).

Untuk melengkapi data-data dalam penelitian ini, dilakukan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut :

a. Studi kepustakaan

Pada tahap ini, awal sebelum turun ke lapangan. Penulis terlebih dahulu melakukan studi keperpustakaan yang dilakukan dengan mencari data dan bahan untuk memperbanyak referensi baik artikel, skripsi dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian serta mencari tambahan dari internet.

b. Observasi

Observasi dilakukan untuk melacak secara sistematis dan langsung, mengetahui gejala dan hambatan yang terjadi dalam menjalankan strategi komunikasi untuk menciptakan suasana kondusif, Pawito (2007:111). Metode observasi dipilih karena dengan mengamati objek penelitian dan peneliti bisa melihat lebih jauh dan lebih dekat cara strategi komunikasi yang baik.

c. Angket

Angket atau kuisioner adalah suatu alat pengumpul data, yang berupa serangkaian pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk mendapat jawaban yang pasti.

d. Pendokumentasian

Pendokumentasian dilakukan dengan melakukan pemotretan pada Mahasiswa pemakai instagram pada saat diwawancarai. Untuk membuktikan bahwa peneliti memang telah melakukan kegiatan wawancara.

3.7. Teknik Analisis Data

Analisis tabel tunggal merupakan suatu analisis yang dilakukan dengan membagi-bagikan variabel penelitian ke dalam kategori-kategori yang dilakukan atas dasar frekuensi. Tabel tunggal merupakan langkah awal dalam menganalisa data yang terdiri dari kolom, sejumlah frekuensi dan presentase untuk setiap kategori, Sugiyono (2010:08).

Dalam penelitian kuantitatif, peneliti akan menggunakan skala pengukuran. Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada pada alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Pada penelitian kali ini, peneliti akan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah diterapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian

indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan, Sugiyono (2010:93).

Jawaban setiap item instrumen yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju : SS
- b. Setuju : S
- c. Kurang Setuju : KS
- d. Tidak Setuju : TS

Untuk keperluan analisis kualitatif, maka jawaban tersebut dapat diberi skor, misalnya :

- a. Sangat Setuju : skor 4
- b. Setuju : skor 3
- c. Kurang Setuju : skor 2
- d. Tidak Setuju : skor 1

Tabel 3.4

Contoh Analisis Tabel Tunggal Skala Likert

NO	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SS	S	KS	TS

1					
2					

3.8.Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini bertempat di SMA 2 Muhammadiyah Medan, Jalan Abdul Hakim No.02, Tanjung Sari, Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara.

Waktu penelitian diperkirakan Juli 2017 – September 2017.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Penyajian Data

Dalam bab ini akan disajikan data-data yang telah diperoleh dari hasil penelitian di lapangan dalam bentuk angket kuisisioner. Adapun data yang menjadi masukan utama dalam penelitian ini berasal dari jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang penulis ajukan melalui angket. Berdasarkan teknik penarikan sampel peneliti, populasi peneliti mengambil adalah 82 responden yang terdiri dari 41 orang siswa kelas X dan 41 orang siswa kelas XI. Maka setelah dilakukan penarikan sampel, maka jumlah responden adalah 45 orang responden siswa pelajar SMA 2 Muhammadiyah Medan.

Penulis juga akan menguraikan hasil analisa data yang ditabulasikan dengan bantuan tabel-tabel dan dianalisa secara deskriptif, kemudian diinterpretasikan dan ditarik kesimpulan dari hasil penelitian tersebut yang telah disebarkan. Berikut ini disajikan beberapa tabel yang ditabulasikan berdasarkan hasil penyebaran angket kuisisioner yang dimaksud di lapangan penelitian.

Adapun data responden yang penullis teliti identitasnya yang dapat penulis sajikan adalah sebagaimana pada tabel berikut ini :

Media Online BNPT (www.jalandamai.org)

Tabel 4.1.

Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Ketika mengakses website www.jalandamai.org di smartphone atau komputer tidak mengalami kesulitan”

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	40	88%
2	Setuju	5	11%
3	Kurang Setuju	0	0 %
4	Tidak setuju	0	0%
JUMLAH		45	100%

Sumber : Hasil angket 2017

Hasil angket dari jawaban responden menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 88% dan setuju sebesar 11%. Hal ini menunjukkan bahwa ketika mereka mengakses website di smartphone atau komputer, mereka tidak mengalami kesulitan. Mereka cukup cepat dan mudah dalam mengakses website www.jalandamai.org.

Tabel 4.2.

Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Media online www.jalandamai.org tidak memiliki tampilan berbeda saat di akses lewat smartphone”

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	13	29%
2	Setuju	32	71%
3	Kurang Setuju	0	0 %
4	Tidak setuju	0	0%
JUMLAH		45	100%

Sumber : Hasil angket 2017

Hasil angket dari jawaban responden menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 29% dan setuju sebesar 71%. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan website www.jalandamai.org tidak berbeda ketika diakses melalui *smartphone* maupun di komputer sehingga tidak membingungkan responden ketika mereka melihat website tersebut di tempat yang berbeda yakni *smartphone* maupun komputer.

Tabel 4.3.

Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Tampilan situs www.jalandamai.org menarik untuk dilihat”

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	30	67%
2	Setuju	15	33%
3	Kurang Setuju	0	%
4	Tidak setuju	0	%
JUMLAH		45	100%

Sumber : Hasil angket 2017

Hasil angket dari jawaban responden menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 67% dan setuju dengan presentase sebesar 33%. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan website www.jalandamai.org menarik untuk dilihat. Hal-hal yang ada di website tersebut menarik minat responden untuk membaca apa yang ada didalam website tersebut.

Tabel 4.4.

Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Konten yang ada didalam website sangat bermanfaat dan menarik”

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	40	89%
2	Setuju	5	11%
3	Kurang Setuju	0	0 %
4	Tidak setuju	0	0%
JUMLAH		45	100%

Sumber : Hasil angket 2017

Hasil angket dari jawaban responden menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 89% dan setuju dengan presentase sebesar 11%. Hal ini menunjukkan bahwa menurut responden konten yang ada di dalam website itu sangat bermanfaat dan menarik. Dapat menambah ilmu dan pengetahuan yang ada terkait masalah *hoax* dan *hate speech*. Apa yang selama ini tidak dipahami oleh responden, akhirnya responden menjadi tahu dan hati-hati dalam menulis apapun, memposting dan berkomentar apapun di sosial media.

Tabel 4.5.

Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Isi dari tulisan-tulisan berita yang ada di situs www.jalandamai.org menarik untuk dibaca”

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	13	29%
2	Setuju	32	71%
3	Kurang Setuju	0	0%
4	Tidak setuju	0	0%
JUMLAH		45	100%

Sumber : Hasil angket 2017

Hasil angket dari jawaban responden menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju dengan presentase jawaban sebesar 71% dan jawaban sangat setuju dengan presentase sebesar 29%. Hal ini menunjukkan bahwa isi dari tulisan-tulisan yang ada di situs www.jalandamai.org menarik untuk dibaca. Bentuk penulisan dan isinya dikemas ringan tetapi tetap berisi sehingga masyarakat khususnya responden dapat memahami apa yang dimaksud dari berita tersebut.

Tabel 4.6.

Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Isi dan maksud dari tulisan-tulisan di situs www.jalandamai.org mudah dimengerti maksudnya dan bersifat edukasi”

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	33	73%
2	Setuju	12	27%
3	Kurang Setuju	0	0%
4	Tidak setuju	0	0%
JUMLAH		45	100%

Sumber : Hasil angket 2017

Hasil angket dari jawaban responden menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 33% dan jawaban setuju dengan presentase sebesar 27%. Hal ini menunjukkan bahwa isi dan maksud dari tulisan-tulisan dan berita yang ada di situs www.jalandamai.org mudah dimengerti dan semuanya bersifat edukasi untuk masyarakat dan responden.

Tabel 4.7.

Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Gambar-gambar kreatif yang ada pada situs www.jalandamai.org menarik untuk dilihat dan sangat mengedukasi”

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	15	33%
2	Setuju	10	22%
3	Kurang Setuju	2	7%
4	Tidak setuju	3	6.6%
JUMLAH		45	100%

Sumber : Hasil angket 2017

Hasil angket dari jawaban responden menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 33% dan jawaban setuju sebesar 22%. Hal ini menunjukkan bahwa gambar-gambar yang ada pada berita di situs www.jalandamai.org sifatnya sangat mengedukasi responden serta menarik untuk dilihat. Sementara ada sedikit responden yang kurang menyetujui hal tersebut.

Tabel 4.8.

Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “video yang disediakan memotivasi Anda untuk lebih mengenal website www.jalandamai.org”

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	27	60%
2	Setuju	15	33%
3	Kurang Setuju	3	6.6%
4	Tidak setuju	0	%
JUMLAH		45	100%

Sumber : Hasil angket 2017

Hasil angket dari jawaban responden menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 60% dan jawaban setuju dengan presentase sebesar 33%. Hal ini menunjukkan bahwa video yang disediakan situs www.jalandamai.org memotivasi responden untuk lebih mengetahui dan mengenal situs tersebut.

Tabel 4.9.

Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Anda setuju dengan apa yang ditulis dan diberitakan oleh situs www.jalandamai.org”

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	28	62%
2	Setuju	7	16%
3	Kurang Setuju	10	22%
4	Tidak setuju	0	0%
JUMLAH		45	100%

Sumber : Hasil angket 2017

Hasil angket dari jawaban responden menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 62% dan jawaban setuju sebesar 16%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan apa yang ditulis dan diberitakan oleh situs www.jalandamai.org. sedangkan 22% dari responden kurang menyetujui hal tersebut. menurut responden ada beberapa hal yang diberitakan yang tidak sesuai dengan mereka.

Tabel 4.10

Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Situs www.jalandamai.org memberitakan banyak masukan, manfaat dan pengetahuan bagi banyak orang”

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	8	18%
2	Setuju	32	71%
3	Kurang Setuju	3	7%
4	Tidak setuju	2	4%
JUMLAH		45	100%

Sumber : Hasil angket 2017

Hasil angket dari jawaban responden menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 71% dan sangat setuju dengan presentase sebesar 18%. Hal ini menunjukkan bahwa menurut responden situs www.jalandamai.org memberikan banyak masukan, manfaat dan pengetahuan bagi banyak orang tentang pemahaman adanya *hoax* dan *hate speech* yang sedang marak-maraknya beredar di dunia maya. Dan sebagian kecil dari responden tidak menyetujui hal tersebut.

Hoax dan Hate Speech

Tabel 4.11.

Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “sekelompok orang menciptakan website, blog ataupun media online untuk menyebarkan hoax dan hate speech”

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	10	22%
2	Setuju	22	49%
3	Kurang Setuju	12	27%
4	Tidak setuju	0	%
JUMLAH		45	100%

Sumber : Hasil angket 2017

Hasil angket dari jawaban responden menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 49% dan sangat setuju setuju dengan presentase sebesar 22%. Hal ini menunjukkan bahwa menurut responden, sekarang ini banyak sekelompok orang yang menciptakan website, blog ataupun media *online* untuk menyebarkan *hoax* dan *hate speech* seperti yang sering diberitakan di televisi maupun berita media online. Sedangkan 27% respon kurang menyetujui hal tersebut.

Tabel 4.12.

Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Anda setuju dengan adanya komentar-komentar yang dibuat di kolom situs untuk memberi kritik dan saran terkait hoax dan hate speech”

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	23	51%
2	Setuju	15	33%
3	Kurang Setuju	7	15%
4	Tidak setuju	0	%
JUMLAH		45	100%

Sumber : Hasil angket 2017

Hasil angket dari jawaban responden menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 51% dan menjawab setuju dengan rata-rata presentase sebesar 33%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju jika website atau blog yang dibuat seseorang diberi kolom komentar untuk netizen berkomentar. Sedangkan 15% narasumber kurang setuju dengan perihal tersebut.

Tabel 4.13.

Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Orang-orang yang dengan sengaja menyebarkan fitnah melalui media sosial sangat cocok ditindak pidana (hukum)”

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	45	100%
2	Setuju	0	%
3	Kurang Setuju	0	%
4	Tidak setuju	0	%
JUMLAH		45	100%

Sumber : Hasil angket 2017

Hasil angket dari jawaban responden menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 100%. Hal ini menunjukkan semua responden menyetujui jika segala hal yang sifatnya memfitnah, menjerumuskan seseorang menggunakan media sosial wajib ditindak pidana agar tidak semena-mena dalam memberitakan segala sesuatu.

Tabel 4.14.

Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Anda pernah ikut menyebarkan situs atau website seperti itu disalah satu media sosial karena percaya dengan beritanya”

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	0	%
2	Setuju	0	%
3	Kurang Setuju	1	2%
4	Tidak setuju	44	98 %
JUMLAH		45	100%

Sumber : Hasil angket 2017

Hasil angket dari jawaban responden menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab tidak setuju dengan presentase sebesar 98%. Hal ini menunjukkan bahwa mereka tidak pernah ikut menyebarkan berita-berita yang sifatnya *hoax* dan *hate speech* di media sosial. Responden tidak yakin 100% dengan berita yang diberitakan, karena terkadang editan foto dan hal lainnya masih kelihatan dengan jelas.

Tabel 4.15.

Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Anda setuju jika orang-orang yang ikut berkomentar di website atau situs yang isinya menyebarkan isu sara atau hoax dan hate speech dikenakan hukuman juga”

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	0	%
2	Setuju	13	29 %
3	Kurang Setuju	11	24%
4	Tidak setuju	21	47%
JUMLAH		45	100%

Sumber : Hasil angket 2017

Hasil angket dari jawaban responden menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab tidak setuju dengan presentase sebesar 47% dan kurang setuju dengan presentase sebesar 24%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju jika orang-orang yang ikut berkomentar negatif di website atau blog dan mendukung *hoak* dan *hate speech* dikenakan hukuman juga. Dikarenakan ikut memfitnah seseorang atau hal-hal yang terkait. Sedangkan 47%, responden tidak menyetujui hal tersebut dikarenakan menurut responden orang-orang yang ikut

berkomentar tidak mengetahui hal yang sebenarnya. Mereka hanya terpengaruh dan percaya dengan berita yang diedarkan.

4.2. Pembahasan Data

Hasil jawaban dari seluruh responden yang berjumlah 45 orang berdasarkan sampel yang telah dihitung, terangkum dalam pembahasan data sebagai berikut :

Menurut responden, ketika mereka mengakses *website* www.jalandamai.org mereka tidak menemukan kesulitan serta hambatan-hambatan yang terjadi seperti koneksi yang tidak stabil dan memori yang begitu besar. proses aksesnya cukup dikatakan cepat. Kemudian *website* www.jalandamai.org tidak memiliki tampilan yang berbeda jika di buka melalui *smartphone* ataupun komputer. Hal ini tentunya memudahkan responden atau masyarakat yang membuka dan membaca situs ini. Tampilan menu utamanya juga terlihat menarik sehingga menimbulkan ketertarikan untuk membaca. Konten-konten yang ada didalam *website* www.jalandamai.org sangat bermanfaat dan menarik.

Responden juga menulis jika isi dari tulisan-tulisan berita yang tertera di *website* www.jalandamai.org menarik untuk dibaca. Selain dapat menambah ilmu pengetahuan umum juga memberikan gambaran kepada responden bahwa kita tidak boleh terlalu menyalahgunakan arti media sosial. Isi-isi dari tulisan tersebut juga dapat dimengerti maksudnya oleh responden banyak sekali yang bersifat edukasi. Video-video yang disediakan *website* www.jalandamai.org juga bersifat edukasi. Jadi tidak hanya membaca, responden juga dapat melihat video-video

yang ditayangkan. Namun ada juga sebagian kecil dari responden yang kurang menyetujui hal tersebut. kemudian, sebagian responden juga setuju dengan adanya *website* www.jalandamai.org dikarenakan *website* ini banyak memberikan masukan, manfaat dan pengetahuan bagi banyak orang.

Banyak sekelompok orang membuat *website*, *blog* maupun media *online* dengan sengaja menyebar *hoax* dan *hate speech*. Hal ini disetujui oleh responden. Dikarenakan di salah satu media sosial, hal ini sering terjadi. Mengatas namakan agama, peristiwa dan sejenisnya demi menarik simpati masyarakat dan akhirnya membuat masyarakat pro dan setuju dengan berita yang mereka buat. Tetapi sebagian dari responden juga kurang menyetujui hal ini. Menurut mereka, tidak semua orang melakukan itu. Hanya sebagian kecil saja, tetapi mereka mampu menarik simpati publik. Responden juga menyetujui adanya kolom komentar yang dibuat di *website* tersebut. dengan adanya kolom tersebut, masyarakat dapat memberikan masukan, saran serta informasi terkini seputar *hoax* dan *hate speech*.

Responden juga berharap, orang-orang yang dengan sengaja membuat beita palsu tersebut dan membuat orang lain percaya serta ikut serta menghujat pihak yang terkait berita *hoax* dan *hate speech* diberikan hukuman yang setimpal atas perbuatannya. Responden juga menulis bahwa mereka tidak pernah terlibat dengan tindakan kriminal seperti itu. Tetapi mereka pernah bahkan sering dijumpai berita-berita palsu tersebut. Dan mereka berharap agar orang-orang yang ikut terlibat berkomentar negatif agar dapat dikenakan sanksi yang tidak terlalu berat, seperti menonaktifkan sosial medianya untuk beberapa waktu, agar memberikan efek jera kepada masyarakat (*netizen*) yang bersangkutan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang ditulis penulis adalah hasil rangkuman dari penelitiannya, sebagai berikut :

- 1 Pemanfaatan media *online* khususnya website www.jalandamai.org digunakan untuk menjelaskan kepada masyarakat (responden) agar terhindar dari bahaya *hoax* dan *hate speech* yang semakin marak beredar dia sosial media khususnya media *online*.
- 2 Gambar, isi pesan, video dan konten-konten menarik sengaja dibuat oleh website www.jalandamai.org agar pembaca yang membuka, tertarik untuk membaca dan melihat tampilan yang ada didalamnya. Hal ini ditujukan guna masyarakat membaca dan dapat memahami bahaya-bahaya *hoax* dan *hate speech*.
- 3 Website www.jalandamai.org mengajak masyarakat untuk melakukan edukasi sejak dini apa itu bahaya *hoax* dan *hate speech* dan memberi informasi sanksi yang didapat seputar keikut sertaan orang-orang yang mendukung berita *hoax* tersebut.

5.2. Saran

Saran yang ditulis oleh penulis adalah masukan dan bahan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait yang melakukan pemberitaan *hoax* dan *hate speech* dan masyarakat, antara lain sebagai berikut :

- 1 Agar kiranya para pelaku tidak membuat lagi berita-berita yang lekat dengan isu sara *hoax* dan *hate speech* agar masyarakat tidak terpecah belah dengan pemberitaan yang menyimpang.
- 2 Agar masyarakat lebih menyaring lagi berita-berita serta informasi-informasi yang didapat dari media sosial dan jangan terlalu cepat percaya serta memberikan komentar negatif dan ikut serta memposting kembali berita tersebut dikarenakan akan membawa dampak buruk atau negatif bagi diri sendiri.
- 3 Kiranya pihak aparat kepolisian lebih menindak tegas kasus-kasus *hoax* dan *hate speech* ini agar tidak terjadi perbedaan pro dan kontra masyarakat yang lebih berlanjut yang dapat menimbulkan efek buruk nantinya serta merusak pemahaman masyarakat perihal satu hal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Erlangga University Press.
- Daryanto. 2010. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- , 2005. *Dinamika Komunikasi Jilid III*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- , 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Elvinaro, Ardianto. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- , 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, S.W. dan Karen A.F. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. California: SAGE Publications.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Dedi. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Moleong, J. Lexy. 2007. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Masyuri. 2008. *Metode Penelitian Pendekatan Praktis Dan Aplikatif*. Semarang: Erlangga.

Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT. Lkis. Poespoprojo.

Rahadi, Dedi Rianto. 2017. **Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax** Di Media Sosial. Malang: Jurnal Manajemen dan kewirausahaan. Vol. 5, No.1.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tim Imparsial. (2017). Penebar Kebencian : Masalah Pengaturan dan Penanganannya. Imparsial, The Indonesian Human Right Monitor: Jakarta

Idris Hemay, dkk. Modul mekanisme pencegahan terorisme di daerah. Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) Republik Indonesia: Jakarta