
Respon Pembaca Berita Media *Online* Terhadap Pemberitaan *Hoax* Pada Masyarakat Kecamatan Darussalam Aceh Besar

Zulfahmi,¹ Dr. Mahyuzar, Drs, M.Si

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Syiah Kuala
Email: fahmychen@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Respon Pembaca Berita Media *Online* Terhadap Pemberitaan *Hoax* Pada Masyarakat Kecamatan Darussalam Aceh Besar”. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui respon masyarakat pembaca berita media *online* terhadap pemberitaan *hoax*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Uses and Gratifications* karena teori tersebut dapat membantu dalam memahami apakah masyarakat sudah memahami tentang bahayanya berita *hoax*. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam subjek penelitian ini, terdapat 12 informan dari 6 desa yakni, Limpok, Tanjung Selamat, Barabung, Tungkop, Lamduroy dan Lam Ujong. Sedangkan objek pada penelitian ini adalah pemberitaan *hoax* di media *online*. Metode pengambilan data yang digunakan ialah observasi, wawancara serta dokumen yang dikumpulkan termasuk juga catatan kecil yang dibuat selama penelitian berlangsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat memilih media *online* untuk penggunaan dan kepuasan media yang mereka pilih daripada media cetak dikarenakan media online lebih efisien daripada media cetak. Semua masyarakat sudah lebih memahami tentang berita *hoax*. Masyarakat juga sudah mampu mengkritisi berita yang diterima dari media WhatsApp, dan secara umum masyarakat telah memiliki *sense of check and the balance* informasi yang beredar di media *online*. Dalam merespon berita *hoax* tersebut, rata-rata masyarakat melakukan klarifikasi terlebih dahulu, hanya saja masih ada masyarakat yang acuh tak acuh dalam mengklarifikasi sehingga dibutuhkan pengetahuan yang lebih tentang berita *hoax* agar generasi muda menjadi generasi yang berguna bagi nusa dan bangsa sehingga tidak menimbulkan bibit-bibit penyebar berita *hoax* selanjutnya di masa mendatang.

Kata Kunci : Pemberitaan *Hoax*, WhatsApp, Respon Pembaca.

ABSTRACT

This research entitled " The Response of Online Media News Readers Towards Hoax News Among the Residents of Darussalam Aceh Besar ". This study aims To determine the response of the public online media news readers to the news hoax. The theory used in this study is the theory of uses and gratifications because the theory can help in understanding whether people already understand about the dangers of hoax news. The approach in this research using qualitative approach. In this research subject, there are 12 informants from 6 villages namely, Limpok, Tanjung Selamat, Barabung, Tungkop, Lamduroy and Lam Ujong. While the object in this study is the preaching of hoax in online media. Methods of data collection used were observations, interviews and documents collected including small notes made during the study took place. The results show that people choose online media for their use and media satisfaction rather than print media because online media is more efficient than print media. All the people are more understanding about the hoax news. And the public has also been able to criticize the news received from the media WhatsApp, and in general the community already has a sense of check and the balance of information circulating in online media. In response to the news hoax, the average community to clarify in advance, it's just that there are still people who are indifferent in clarifying so that more knowledge is needed about the news hoax. In order for the young generation to be a useful and useful generation for the nation and the nation so as not to cause seeds of future hoax news spreader in the future. And the enactment of the law on criminal law in Aceh for anyone who is known to create and disseminate hoax news in order to cause deterrent effect to the perpetrator.

Keywords: Hoax Reporting, WhatsApp, Reader Response.

PENDAHULUAN

Media massa memiliki peran strategis, sebagai saluran yang menyampaikan informasi kepada publik secara serempak di antara khalayak yang sedang menggunakan media tersebut. Pada dasarnya, media massa memiliki fungsi penghantar dalam menyebarkan berbagai macam pengetahuan, menyelenggarakan kegiatan dalam lingkungan publik yang dapat dijangkau segenap anggota masyarakat secara bebas,

sukarela, umum dan murah, hubungan antara pengirim dan penerima seimbang dan sama, serta mampu menjangkau lebih banyak orang dari pada institusi lainnya (McQuail, 1987:51).

Ujung perkembangan komunikasi ini bertemu dengan kemajuan industri media yang mempengaruhi perkembangan komunikasi dan peradaban dewasa ini, termasuk melahirkan teknologi internet. Dari internet muncullah jenis media massa baru, yaitu media *online*.

Berita *hoax* sekarang ini sedang marak tersebar di berbagai media. Baik itu media cetak maupun media *online*. Kebanyakan dari masyarakat bisa dengan mudah mempercayai berita *hoax* dan tak segan-segan untuk menyebarkan kepada khalayak. Berita *hoax* adalah berita palsu yang diada-adakan atau diputarbalikkan dari realitas sesungguhnya. Banyak kasus atau peristiwa yang sebenarnya tidak terjadi namun diangkat menjadi sebuah berita dan dikemas sebaik mungkin agar khalayak tertarik untuk membacanya.

Sebagai masyarakat modern dan berpendidikan, masyarakat harus pandai dalam menggali informasi. Masyarakat wajib membaca dengan teliti dan menelusuri sumber dari berita tersebut dan yang terpenting adalah jangan terlalu mudah untuk menyebarkan berita tersebut sebelum berita tersebut diketahui keasliannya.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 28 Ayat 1 dijelaskan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian, dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Dilansir oleh *Kompas.com*, beberapa faktor penyebab cepat beredarnya berita *hoax* dikarenakan masyarakat Indonesia sendiri yang dinilai tidak biasa berdemokrasi secara sehat, kebanyakan masyarakat tidak terbiasa mencatat dan menyimpan data sehingga sering berbicara tanpa data, serta masyarakat Indonesia juga memiliki sifat dasar suka berbincang, maka informasi yang diterima itu lalu dibagikan lagi tanpa melakukan verifikasi. Hal itu diungkapkan oleh Guru Besar Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung, Deddy Mulyana. (*www.kompas.com*, 2017)

Dengan banyaknya berita *hoax* yang beredar, tentu menimbulkan dampak negatif dikalangan masyarakat. Dalam berita mengenai dampak berita *hoax* (*Republika.co.id*, 2017) menjelaskan beberapa dampak negatif yang dihasilkan oleh berita *hoax* karena *hoax* akan menyasar emosi masyarakat, menimbulkan opini negatif sehingga terjadi disintergratif bangsa, memberikan provokasi dan agitasi negatif, dan menyulut kebencian, kemarahan, hasutan kepada orang banyak (untuk mengadakan huru-hara, pemberontakan, dan sebagainya).

Masyarakat memerlukan literasi media agar mereka aktif, cerdas, peka dan kritis dalam mengamati fenomena pemberitaan media saat ini. Masyarakat pada dasarnya merupakan “sasaran” media massa, oleh karena itu masyarakat harus peka dan memiliki tingkat pemahaman yang baik terhadap pemberitaan media. Karena dengan melalui media literasi membuat masyarakat menjadi kritis, peka terhadap informasi media massa, serta mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas intelektual masyarakat itu sendiri. Melalui media literasi masyarakat bisa meningkatkan intelektual mereka dengan aktif mencari informasi yang sesuai dengan kebutuhannya berdasarkan referensi yang ada, sehingga informasi yang didapat bisa menjawab kebutuhan yang dicari oleh individu sebagai anggota masyarakat itu sendiri. (*www.kompasiana.com*, 2018)

Dalam berkomunikasi, masyarakat wajib menggunakan etika komunikasi dengan baik dan benar. Begitupun dalam hal menyebarkan informasi, harus sesuai dengan fakta, tidak dilebih-lebihkan, tidak dikurang-kurangkan dan tidak diputarbalikkan dari fakta sebenarnya.

Aspek kejujuran atau objektivitas dalam komunikasi merupakan etika yang didasarkan kepada data dan fakta. Faktualisasi menjadi kunci dari etika kejujuran. Menulis dan melaporkan dilakukan secara jujur, tidak memutarbalikkan fakta yang ada. Dalam istilah lain adalah informasi yang teruji kebenarannya dan orangnya terpercaya atau dapat diakui integritas dan kredibilitasnya.

Informasi *hoax* didapatkan melalui media *online* kemudian disebarluaskan melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter dan Path. Aplikasi pesan instan seperti BBM, Line dan WhatsApp juga

menjadi media yang sangat masif (kuat) untuk penyebaran informasi *hoax*. Lalu lintas informasi melalui aplikasi pesan instan dapat terjadi setiap detik. Seperti fenomena berita yang terjadi pada media *online* website (www.regional.kompas.com) pada pemberitaan 24 Maret 2017 dengan judulnya Polri: Berita "Satu Anak, 5 Miliar" adalah "*Hoax*". (www.regional.kompas.com, 2017)

Pada isi pemberitaan tersebut menjelaskan bahwa "Kepolisian pastikan informasi penculikan dan penjualan organ tubuh anak-anak yang viral di media sosial adalah *hoax*. Kapolri Jenderal Tito Karnavian meminta masyarakat untuk tidak termakan isu dan resah terhadap maraknya kabar penculikan anak dan penjualan organ tubuh di media sosial," demikian imbauan yang ditulis melalui postingan di Instagram. Sebelumnya berita tersebut telah tersebar luas di media *online* tentang isu penculikan anak dan pasar gelap penjualan organ tubuh yang telah membuat banyak orang resah (www.regional.kompas.com, 2017).

Terdapat beberapa fenomena lain di media *online*, seperti berita yang tersebar beberapa waktu yang lalu pada aplikasi pesan instan WhatsApp yang juga meresahkan masyarakat yang berisi informasi tentang *Big Data Cyber Security* (BDCS) dan *Cyber Crime Police* (Polisi Internet) lalu disertai tautan ke situs web resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika. Pesan tersebut menjelaskan sebuah sistem yang konon dimiliki pemerintah Indonesia, disingkat BDCS, dan berfungsi mengambil semua informasi masyarakat melalui internet, termasuk semua percakapan di media siber seperti WhatsApp, BBM, Telegram, Line, SMS dan lain sebagainya. Selain BDCS, pesan tersebut juga menyinggung *Cyber Crime Police* (polisi internet) yang katanya memantau dan menindak pengguna yang menyebarkan konten mengandung SARA, melecehkan pemimpin atau simbol negara.

Berita tersebut sudah diklarifikasi oleh Plt (Pelaksana Tugas) Kepala Biro Humas Kemkominfo jika beritanya adalah *hoax* di website www.kumparan.com pada pemberitaan 6 Januari 2017 dengan judul Kemkominfo: "Berita Big Data Cyber Security itu *Hoax*". "Itu *hoax*. Kami sudah sampaikan berkali-kali," kata Noor Iza, Plt Kepala Biro Humas Kemkominfo. Dia juga menjelaskan bahwa *hoax* soal fungsi BDCS yang

kelewat batas itu sudah tersebar sejak awal 2016, dan *hoax* itu sekarang beredar lagi.

Beberapa contoh kasus diatas mengindikasikan bahwa berita *hoax* sudah sudah semakin marak dan banyak membawa pengaruh negatif dalam kehidupan di masyarakat. Jika saja saat menerima informasi *hoax* para masyarakat melakukan analisa, mencari informasi yang sama di media massa lainnya, membandingkan dengan fakta yang terjadi di sekitar, tentu keresahan masyarakat yang terjadi tidak akan berlarut-larut. Oleh karena itu, menjadi penting bagi penulis untuk melihat penyebaran informasi *hoax* yang dilakukan masyarakat. Bagaimana sebenarnya respon masyarakat terhadap penyebaran informasi *hoax* ketika pertama kali menerima informasi tersebut.

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang pemahaman masyarakat yang mengetahui terhadap pemberitaan *hoax*, agar tidak terjadi dampak negatif dari pemberitaan *hoax* tersebut, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Respon Pembaca Berita Media Online Terhadap Pemberitaan Hoax pada Masyarakat Kecamatan Darussalam Aceh Besar".

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratifications*. Teori ini mengatakan bahwa penggunaan media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya (Nurudin, 2007:192).

Menurut Katz, Blumler & Gurevitch (1974) dalam (Jalaluddin Rakhmat, 2005:205), menjelaskan mengenai asumsi dasar mengenai Teori *Uses & Gratifications*, yaitu: a) Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebgaiian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan; b) Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak; c) Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi

media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan; d) Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu; e) Penilaian tentang arti *cultural* dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Mukim Tungkop di Kecamatan Darussalam, Aceh Besar. Kecamatan Darussalam merupakan daerah yang representatif untuk meninjau respon masyarakat karena daerah tersebut memiliki masyarakat yang heterogen. Dengan adanya masyarakat yang beragam dan pembauran masyarakat yang sebagiannya adalah mahasiswa maka akan memberikan bias terhadap masyarakat sekitar sehingga membuat masyarakat termotivasi dengan sendirinya. Rasa ingin tahu masyarakat tinggi, rasa ingin belajarnya tinggi dan rasa kepeduliannya tinggi.

Kecamatan Darussalam terdiri dari 3 Mukim, yaitu Mukim Tungkop, Mukim Siem dan Mukim Lambaro Angan. Lokasi penelitian dilakukan pada Mukim Tungkop. Mukim Tungkop memiliki 12 desa. Dari 12 desa tersebut peneliti mengambil 6 desa karena desa tersebut representatif. 6 desa tersebut adalah Tanjung Selamat, Limpok, Barabung, Tungkop, Lamduroy dan Lam Ujung.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian (Bungin, 2011). Hasil dari penelitian ini yaitu memberikan gambaran tentang pemberitaan *hoax* pada media *online* yang disebarkan melalui WhatsApp terhadap pentingnya melakukan klarifikasi berita yang didapatkan melalui WhatsApp.

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah individu, benda atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian (Idrus, 2009:91). Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian ialah masyarakat Mukim Tungkop. Alasan peneliti memilih masyarakat di daerah ini karena Kecamatan Darussalam merupakan daerah yang representatif untuk meninjau respon masyarakat karena daerah tersebut memiliki masyarakat yang heterogen. Dengan adanya masyarakat yang beragam dan pembauran masyarakat yang sebagiannya adalah mahasiswa maka akan memberikan bias terhadap masyarakat sekitar sehingga membuat masyarakat termotivasi dengan sendirinya. Rasa ingin tahu masyarakat tinggi, rasa ingin belajarnya tinggi dan rasa kepeduliannya tinggi. Adapun objek dari penelitian ini adalah pemberitaan *hoax* di media *online*.

Informan penelitian dalam penelitian ini adalah yang berhubungan pada masyarakat yang berdomisili di Mukim Tungkop, Kecamatan Darussalam; Masyarakat yang aktif menggunakan internet dan menggunakan WhatsApp; dan Masyarakat yang sudah atau sedang mengecap pendidikan. Pengumpulan informasi dilakukan pada 12 orang masyarakat Mukim Tungkop.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Terdapat 12 desa pada Mukim Tungkop Kecamatan Darussalam, Aceh Besar. Dari 12 desa peneliti mengambill 6 desa yakni, Limpok, Tanjung Selamat, Barabung, Tungkop, Lamduroy dan Lam Ujong.

Tabel 4.1 Tabel Jumlah Penduduk Kecamatan Darussalam Aceh Besar

No.	Nama Gampong	Luas (Km ²)	Jumlah Penduduk		Jumlah Penduduk	Nama Keuchik
			Laki-Laki	Perempuan		
1.	Lampuja	0,64	132	117	249	Jamaaluddin
2.	Lam Ujong	0,27	215	218	433	M. Kasim Basyah
3.	Lam Gawe	0,20	99	128	227	Bakhtiar
4.	Lamkeuneung	0,29	285	281	566	Amiruddin
5.	Lampuuk	0,22	399	350	749	Muzahar, S. IP

No.	Nama Gampong	Luas (Km ²)	Jumlah Penduduk		Jumlah Penduduk	Nama Keuchik
			Laki-Laki	Perempuan		
6.	Lamtimpeung	0,20	342	350	692	Mukhlis
7.	Limpok	0,45	706	757	1463	Ibrahim
8.	Barabung	0,36	347	356	703	Syafruddin, SP
9.	Tungkop	0,52	1.406	1.261	2.667	Azhari, ST
10.	Lamduroy	0,61	384	366	750	M. Yusuf H
11.	Tanjung Deah	0,59	524	481	1.005	Zikri Samidan
12.	Tanjung Selamat	0,81	2.072	2.449	4.521	Buchari Juned
13.	Lam Asan	0,31	211	242	453	Muhammad Syam
14.	Lam Reh	0,25	393	369	762	Helmi Mahmud, S. Hi
15.	Siem	1,71	536	491	1.027	Jamaluddin
16.	Krueng Kale	5,58	148	163	311	Syamsuddin
17.	Lambiheu Siem	0,30	376	338	714	Nasrullah
18.	Lam Klat	0,43	219	193	412	Iskandar Mirza
19.	Lambitra	0,35	281	287	568	Zulkifli
20.	Li-Eue	0,50	523	505	1.028	T. Rusli
21.	Lambaro Sukon	0,44	406	361	767	Syahrul Isni
22.	Lambiheu	0,39	376	338	714	Abdullah
23.	Lambda Peukan	0,78	370	335	705	Azhari AR
24.	Gampong Blang	7,86	313	275	588	Chairil Mukmin, A. Ma
25.	Gampong Cot	7,13	343	366	709	Sadikin Ibrahim
26.	Angan	5,11	166	148	314	Suheimi
27.	Miruek Taman	0,36	646	600	1.246	Marzuki
28.	Lampeudaya	0,82	369	351	720	Fauzan
29.	Suleue	0,95	196	193	389	Muhaiyan

Sumber: Kantor Camat Darussalam Aceh Besar

Dari hasil wawancara dengan masyarakat Mukim Tungkop, semua masyarakat sudah lebih memahami tentang berita *hoax*. Dan masyarakat juga sudah mampu mengkritisi terhadap berita *hoax* yang beredar di media WhatsApp. Dalam merespon berita *hoax* tersebut, rata-rata masyarakat melakukan klarifikasi terlebih dahulu, hanya saja masih ada masyarakat yang acuh tak acuh dalam mengklarifikasinya sehingga dibutuhkan pengetahuan yang lebih tentang berita *hoax*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas mengenai respon masyarakat Mukim Tungkop Kecamatan Darussalam, maka

peneliti menemukan jawaban atas permasalahan dalam penelitian ini. Selama melakukan penelitian berupa wawancara pada masyarakat Mukim Tungkop Kecamatan Darussalam, dapat dikatakan bahwa masyarakat tersebut adalah masyarakat yang aktif dalam menggunakan aplikasi WhatsApp, dimana era sekarang ini WhatsApp merupakan salah satu media penyebaran *hoax* terbesar dan termudah dikarenakan hampir seluruh masyarakat menggunakan aplikasi tersebut. Dari hasil wawancara tersebut juga peneliti dapati bahwa, hampir seluruh masyarakat tersebut paham mengenai buruknya dampak berita *hoax*. Mereka yang menerima berita *hoax* tersebut tidak serta merta langsung percaya tentang isi berita tersebut tanpa melakukan klarifikasi. Ada beberapa dari informan telah mengetahui bahwa itu adalah berita *hoax* hanya dengan melihat sumber berita (*website*) yang tidak memiliki nilai validasi. Meskipun begitu ada juga respon informan yang masih acuh tak acuh terhadap pemberitaan *hoax*. Akan tetapi, peneliti meyakini bahwa informan tersebut adalah orang yang minim pengetahuannya tentang buruknya dampak pemberitaan *hoax* jika tersebar ke khalayak luas sehingga dibutuhkan sosialisasi dari pemerintah tentang Literasi Media kepada masyarakat.

Pada pembahasan ini, peneliti juga akan menguraikan lebih dalam mengenai teori yang peneliti gunakan untuk mendukung hasil penelitian yang telah peneliti peroleh yaitu Teori *Uses and Gratifications* dan apa kaitannya dengan penelitian yang peneliti lakukan. Teori ini menjelaskan bahwa penggunaan media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya (Nurudin, 2007:192).

Dalam penelitian ini, informan Mukim Tungkop Kecamatan Darussalam lebih memilih media *online* daripada media cetak untuk memenuhi penggunaan dan kepuasannya terhadap suatu media. Berikut kutipan salah satu informan penelitian ini:

“Karena media *online* yang dekat dengan saya saat ini. Informasinya lebih cepat saya dapatkan lewat media *online*. Saya memiliki handphone yang terkoneksi dengan internet, jadi saya bisa membaca berita kapan saja

saya mau. Kalau media cetak saya harus mengeluarkan biaya lagi untuk membelinya” (Charlis Siana Rosita, 27 Maret 2018).

Di era globalisasi ini, sebagai masyarakat modern tentu efisiensi dalam melakukan suatu hal menjadi bahan pertimbangan yang penting. Seperti wawancara yang dilakukan oleh peneliti, rata-rata masyarakat Mukim Tungkop Kecamatan Darussalam memilih media *online* untuk penggunaan dan kepuasan mereka terhadap suatu media dikarenakan media *online* lebih praktis dan sangat mudah untuk diakses.

Dalam Teori *Uses and Gratifications* menjelaskan bagaimana khalayak menggunakan media massa untuk kepentingan dirinya serta mencapai kepuasan tersendiri dan cenderung akan menghindari media yang menurut dirinya kurang berguna, sehingga teori ini memusatkan perhatiannya pada kebutuhan khalayak dalam penggunaan media (*uses*) untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*). Dalam hal ini khalayak aktif memilih media karena masing-masing pengguna memiliki tingkatan berbeda dalam pemanfaatan medianya, dan isi media menyesuaikan dengan kebutuhan khalayak.

Menurut Katz, Blumler & Gurevitch (1974) dalam (Jalaluddin Rakhmat, 2005:205), menjelaskan mengenai asumsi dasar mengenai Teori *Uses & Gratifications*, yaitu:

- a) Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
- b) Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
- c) Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- d) Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu;

- e) Penilaian tentang arti cultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Asumsi *Teori Uses and Gratifications* yang dijelaskan oleh Katz, Blumler & Gurevitch (1974) dalam (Jalaluddin Rakhmat, 2005:205), sesuai dengan masyarakat Mukim Tungkop Kecamatan Darussalam yang menyatakan bahwa mereka adalah masyarakat (khalayak) yang aktif dalam mengakses internet. Media yang mereka pilih sebagai penggunaan dan pemuasan dalam menggunakan media adalah aplikasi chat WhatsApp. Dimana aplikasi WhatsApp juga dipilih oleh sang penyebar berita *hoax* dikarenakan aplikasi WhatsApp banyak digunakan oleh masyarakat. Banyak masyarakat Mukim Tungkop Kecamatan Darussalam menggunakan WhatsApp dikarenakan WhatsApp menjadi salah satu bentuk pemuasan mereka dalam memilih sebuah media yang ingin mereka akses.

Penggunaan *Teori Uses and Gratifications* ini diharapkan dapat menyeleksi hal-hal positif dalam penggunaan media internet itu sendiri, sebagai pengguna aktif dan selektif, serta dapat memilih setiap media sesuai konten atau pesan apa yang kita butuhkan. Tentu dalam penggunaan media terdapat dampak positif dan juga dampak negatif. Salah satu dampak negatif yang dapat ditimbulkan adalah tersebarnya berita *hoax*. Sebagai masyarakat yang melek terhadap media dan informasi, tentunya masyarakat Mukim Tungkop Kecamatan Darussalam sudah mampu mengkritisi berita-berita *hoax* yang selama ini beredar dalam masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis data secara kualitatif, maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat Mukim Tungkop Kecamatan Darussalam sudah memahami tentang berita *hoax*. Selain itu, masyarakat juga sudah mampu mengkritisi berita yang diterima dari media WhatsApp, dan secara umum masyarakat telah memiliki *sense of check and the balance* informasi yang beredar di media *online*. Dalam merespon tentang penyebaran berita *hoax*, masyarakat sudah lebih banyak

mengklarifikasi terlebih dahulu kebenaran berita yang didapatkan melalui media WhatsApp. Jika berita tersebut benar dan bermanfaat bagi khalayak luas maka mereka akan menyebarkan berita tersebut, namun sebaliknya jika berita tersebut adalah berita *hoax* maka mereka memilih untuk mengabaikan berita tersebut karena mereka sadar tentang dampak yang akan ditimbulkan dari sebuah berita *hoax*. Selain itu, masyarakat Mukim Tungkop Kecamatan Darussalam memilih media *online* untuk penggunaan dan kepuasan media yang mereka pilih daripada media cetak dikarenakan media *online* lebih efisien daripada media cetak.

Berita *hoax* bukan hanya sekedar berita yang keberadaannya disepelkan penyebarannya. Berita *hoax* dapat menjadi pemecah belah bangsa jika masyarakat tidak jeli dan tidak mau peduli tentang isu berita *hoax* yang tersebar. Harus diakui bahwa hampir seluruh masyarakat telah mengetahui apa itu berita *hoax*, namun ada juga masyarakat yang belum mengerti tentang bahayanya pembuat dan penyebaran berita *hoax*. Untuk itu, diharapkan agar ada tindakan dari pemerintah untuk mengadakan sosialisasi Literasi Media kepada masyarakat terhadap buruknya penyebaran berita *hoax*, khususnya generasi muda. Agar generasi muda yang hidup di era globalisasi yang serba praktis ini dapat menjadi generasi yang berguna dan bermanfaat bagi nusa dan bangsa sehingga tidak menimbulkan bibit-bibit penyebar berita *hoax* selanjutnya di masa mendatang. Saran selanjutnya yang ingin peneliti sampaikan adalah diberlakukannya peraturan UU hukum pidana di Aceh bagi siapa saja yang diketahui menciptakan dan menyebarkan berita *hoax* agar menimbulkan efek jera kepada si pelaku.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Erlangga.
- McQuail, Denis. 1987. *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)*. Jakarta: Erlangga.
- Nuruddin, Arianti. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Metode penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya

2. Website

- Kompas. 2017. Cara Cerdas Mencegah Penyebaran "Hoax" di Media Sosial.
<http://nasional.kompas.com/read/2017/11/07/08020091/cara-cerdas-mencegah-penyebaran-hoax-di-media-sosial>. Diakses: 11 Januari 2018
- Kompas. 2017. Polri: Berita "Satu Anak, 5 Miliar" adalah "Hoax".
<http://regional.kompas.com/read/2017/03/24/14343821/polri-berita.satu.anak.5.miliar.adalah.hoax>. Diakses: 3 Maret 2017.
- Kompasiana. 2018. Pentingnya Literasi Media Bagi Masyarakat.
https://www.kompasiana.com/dylanaprialdo/pentingnya-literasi-media-bagi-masyarakat_552a41a2f17e614d6fd6243c. Diakses: 21 Juni 2018
- Sindo News. 2017. Hoax dan Harmonisasi Sosial.
<https://nasional.sindonews.com/read/1171944/18/hoax-dan-harmonisasi-sosial-1484721676>. Diakses: 8 Juni 2017.