

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Internet telah menjadi salah satu kebutuhan masyarakat modern. Hal ini disebabkan dengan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang semakin pesat serta diiringi oleh kebutuhan dari masyarakat itu sendiri. Berdasarkan data statistik jumlah pengguna internet di Indonesia 171,260,000 terhitung pada bulan Juni 2019 (internet world stats, 2019). Artinya, jumlah pengguna internet di Indonesia ada sebanyak 64% atau lebih dari setengah jumlah total keseluruhan warga Negara Indonesia yang berjumlah 268.074.600 jiwa. Perilaku pengguna internet di Indonesia masih didominasi oleh media sosial hal ini dibuktikan dari hasil survey yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2018 sebanyak 87,13%.

Survey yang dilakukan oleh We Are Social pada 31 Januari 2019 menunjukkan pengguna media sosial di Indonesia ada sebanyak 150 juta pengguna aktif (We Are Social, 2019) dan sebagian besar pengguna media sosial mengakses menggunakan perangkat mobile yaitu sebanyak 130 juta pengguna. Berdasarkan data statistik media sosial yang sering diakses oleh masyarakat adalah Facebook, yakni sebanyak 605 juta kali kunjungan setiap bulannya (We Are Social, 2019). Pengguna media sosial Facebook di Indonesia ada sebanyak 130 juta akun yang sebagian besar pemilik akun adalah Pria yaitu sebanyak 56% dan 44% adalah Wanita (We Are Social, 2019). Rata-rata usia pengguna Facebook di Indonesia antara usia 18 tahun sampai usia 34 tahun.

Dengan pengguna Facebook sebanyak 130 Juta akun tentu saja perilaku pengguna media social sangat beragam, mulai dari penggunaan yang positif sampai ke hal yang negative. Contohnya, posting tulisan menggunakan Bahasa yang sulit dimengerti seperti kombinasi huruf besar dan huruf kecil atau kombinasi huruf dan angka. Perilaku seperti ini banyak dilakukan oleh remaja. Kebiasaan mengganggu lainnya adalah selalu meng-Update status, karena terlalu sering meng-Update status baik berupa tulisan maupun gambar-gambar *selfie*, sehingga hal-hal yang tidak penting sering dijadikan status dengan harapan untuk mendapatkan banyak *like* dan komentar dari pemilik akun lainnya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari website resmi Kemenkominfo Republik Indonesia total temuan isu hoaks di Indonesia selama bulan Agustus 2018 sampai April 2019 sebanyak 1731 isu yang sebar, dengan rincian sebagai berikut : Agustus 2018 25 Isu Hoaks, September 2018 27 Isu Hoaks, Oktober 2018 53 Isu Hoaks, November 2018 63 Isu Hoaks, Desember 2018 75 Isu Hoaks, Januari 2019 175 Isu Hoaks, Februari 2019 353 Isu Hoaks, Maret 2019 453 Isu Hoaks, dan April 2019 486 Isu Hoaks. (Kemenkominfo, 2019). Dalam sebuah survei yang dilakukan oleh Mastel (Masyarakat Telematika Indonesia) pada bulan februari tahun 2017 bahwa berita hoax yang beredar dimasyarakat menyebar melalui media social yaitu sebanyak 92,40%. Media social yang paling banyak digunakan dalam melakuakn penyeberan berita hoax adalah facebook hal ini dibuktikan survei yang dilakukan oleh *Daily Social* pada tahun 2018 menunjukkan hasil bahwa informasi hoax banyak ditemukan pada platform Fecbook sebesar 82,25%, WhatsApp sebesar 56,55% dan Instagram sebesar 29,48% (Daily Social, 2018).

Penyebaran berita hoax melalui Facebook sudah sangat sering terjadi dilakukan oleh oknum pengguna media sosial yang tidak bertanggungjawab. Penyebaran berita hoax juga dipengaruhi oleh literasi media masyarakat yang belum matang, tidak sedikit pengguna Facebook membaca berita atau mencari berita melalui media sosial dan tidak melakukan validasi berita yang telah diperoleh, selain itu pula minat baca masyarakat yang rendah menyebabkan berita hoax sering tersebar di Facebook secara sengaja atau tidak sengaja. Motivasi juga mempengaruhi seorang pengguna media sosial dalam menyebarkan berita hoax, tidak sedikit masyarakat yang melakukan penyebarana berita hoax di Facebook karena merasa informasi yang dibagikan itu penting serta bermanfaat dan tak sedikit pula seseorang melakukan penyebarana berita hoax di Facebook karena dibayar oleh oknum-oknm tertentu. Sikap seseorang dalam menanggapi berita hoax yang ada di media sosial juga menentukan tingkat penyebaran berita hoax di media sosial Facebook.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menyebarkan berita hoax di Facebook, pada penelitian ini peneliti akan fokus pada pengguna aktif media sosial yang berdomisili di kota Lubuklinggau untuk dijadikan sebagai bahan penelitian dengan judul penelitian **“Memahami Perilaku Pengguna Media Social Dalam Menyebarkan Berita Hoax Di Facebook”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah yang dapat diangkat dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya adalah :

- a. Peningkatan jumlah berita hoax di masyarakat pada bulan agustus 2018 sampai april 2019.
- b. Media sosial merupakan sarana yang paling banyak digunakan dalam melakukan penyebaran berita hoax.
- c. Facebook sebagai media sosial dengan jumlah akun terbanyak di Indonesia juga ikut berkontribusi besar dalam penyebaran berita hoax yang dilakukan oleh masyarakat.

1.3. Batasan Masalah

Dari masalah yang telah diidentifikasi pada sub bab diatas yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah perilaku pengguna media social dalam menyebarkan berita hoax di facebook dengan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis faktor.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka dapat dirumuskan dalam penelitian befokus pada faktor apa yang menyebabkan pengguna media sosial melakukan penyebaran informasi berita hoax melalui Facebook?

1.5. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna media sosial dalam melakukan penyebaran berita hoax di Facebook.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun mnafaat dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah :

- a. Memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan untuk bidang penelitian kuantitatif dengan Analisis Faktor khususnya pada bidang penelitian perilaku pengguna dalam menggunakan media sosial.
- b. Sebagai bahan referensi dalam melakukan pengolahan data dalam bentuk kuantitatif.

1.7. Susunan dan Struktur Tesis

Susunan dan struktur proposal tesis dibuat dengan maksud dapat memberikan garis-garis besar dari penulisan sehingga hubungan antara bab satu dengan bab yang lain dapat terlihat dengan jelas. Adapun susunan dan struktur proposal tesis adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis membahas mengenai latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta susunan dan struktur proposal tesis.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang kajian pustaka, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan jadwal penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini pembahasan terdiri dari desain dan jadwal penelitian, data penelitian meliputi jenis data, populasi dan sampel penelitian, kemudian konsep dan metode penelitian yang digunakan, metode pengumpulan data serta teknik pengelompokan data.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang objek penelitian, visi dan misi objek penelitian, serta gambaran umum informan penelitian

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang semua hasil dan pembahasan dari pengumpulan data penelitian

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.

LAMPIRAN

Berisi lampiran pendukung dari penelitian