

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan hasil survei dari Asosiasi Penyedia Jasa Internet (APJII) berupa data statistik pengguna internet terbitan 21 November tahun 2016, diketahui bahwa pengguna internet terbesar kedua ditempati oleh Pulau Sumatera sebesar 15% atau sebanyak 20 juta jiwa setelah Pulau Jawa. Data tersebut juga menunjukkan bahwa pengguna aktif terbanyak adalah pemuda antara usia 10-34 tahun dengan jumlah 56,7 juta pengguna atau sebesar 43 %. Mahasiswa juga mengambil bagian dengan jumlah pengguna sebanyak 10 juta jiwa atau sekitar 7,8 % (Isparmo, <http://Isparmo.web.id/tag/data-statistik-pengguna-internet-di-indonesia-2017/> diakses pada 24 September 2017). Peningkatan jumlah pengguna internet juga dibarengi dengan perkembangan media sosial yang semakin pesat di tengah masyarakat terutama mahasiswa, salah satunya adalah instagram.

Instagram sudah tidak asing lagi dikalangan para pengguna media sosial, namun masih dianggap sebagai media baru di tengah masyarakat, karena penggunaannya yang hanya dikhususkan pada beberapa *handphone* tertentu seperti *smartphone*. Sejak diluncurkan pada Oktober 2010 (Robert, <http://print.kompas.com/baca/ipitek/teknotrika2015/09/23/Pengguna-Instagram-Kini-400-Juta/> diakses pada 27 Mei 2017), instagram menjadi akun media sosial yang paling banyak digemari karena penggunaannya yang berbeda dari media sosial lain sebut saja *facebook*, *twitter*, *messenger*, *path*, *whatsapp* dan

media lain yang biasa digunakan di tengah masyarakat. Perbedaannya terletak pada fungsi penggunaannya, jika di media lain dapat berbagi status, berbagi foto atau hanya *chatting* (berbalas pesan). Instagram lebih praktis dan menyenangkan, karena dikhususkan hanya untuk berbagi foto dan video serta melihat kiriman foto dan video dari berbagai pengguna di dunia.

Jumlah pengguna aktif bulanan (*monthly active user*) instagram saat ini mencapai 700 juta pengguna (Bohang, <http://tekno.kompas.com/read/2017/4/27/09370017/> diakses pada 24 September 2017). Disebutkan instagram, komunitas pengguna layanannya telah berlipat ganda dalam kurun waktu dua tahun terakhir. Instagram mengumumkan secara resmi bahwa kini lebih dari 45 juta orang Indonesia adalah pengguna aktif instagram, meningkat secara signifikan dari 22 juta pengguna aktif di awal tahun 2016. Angka ini memposisikan Indonesia sebagai komunitas terbesar instagram di Asia Pasifik dan salah satu pasar terbesar di dunia dari total 700 juta pengguna aktif setiap bulan di dunia (<https://m.kaskus.co.id/thread/597af975947868852f8b4575/> diakses pada 24 September 2017).

Selain jumlah penggunanya, aktifitas pengguna instagram di Indonesia juga semakin meningkat dan berkembang. Seperti berbagi foto, kini aplikasi instagram menyediakan fasilitas pengiriman banyak foto dalam sekali unggah. Berbagi video, baik video yang telah ada maupun yang akan dibuat langsung melalui instagram. Kini pengguna dapat membuat video momen dengan durasi pendek dan menarik, yang disebut dengan *boomerang* (instagram.co.id).

Aktifitas lain yang paling menarik adalah *video live*, dimana pengguna dapat menyiarkan langsung kegiatannya saat itu untuk ditonton oleh pengguna lain. Pengguna lain dapat memberikan tanda *like* atau komentar pada layar video yang sedang berlangsung. Hal ini biasa dilakukan oleh para *public figure* yang tujuannya menyapa penggemar, atau promosi barang tertentu seperti yang dilakukan oleh salah satu selebgram Indonesia Ria Ricis (@riaricis1795) dan Prilly Latuconsina (@prillylatuconsina96). Saat ini, setiap pengguna bisa melakukan hal tersebut walau tanpa kepentingan apapun.

Setiap harinya jutaan foto dan video terunggah di instagram, walaupun pengguna tidak mem*follow* akun tersebut, kiriman masih dapat ditemukan di papan pencarian dan dapat dilihat jika akun tidak terkunci (*private*, yaitu khusus untuk pengikut). *Like* terbanyak menjadi penyebab kiriman foto atau video tersebut selalu muncul teratas di papan pencarian instagram. Terlepas dari baik buruk, bermanfaat atau tidaknya kiriman tersebut.

Salah satu pengguna instagram berinisial G mengungkapkan alasannya membagikan foto di instagram “*terus kalo alesan upload foto karena apa, karena pengen moment-moment yang di foto itu juga dilihat orang. Jadi gak disimpen aja tuh foto*” (wawancara 01 Mei 2017, pukul 19.42 WIB). Sebagian pengguna mengatakan jika salah satu tujuannya menggunakan instagram adalah untuk meng*update* informasi, seperti yang disampaikan oleh pengguna instagram berinisial M “*di ig (instagram) tu kita bisa mencari tau berbagai informasi yang lagi marak setiap harinya. Alasan paling utamanya ya kekinian aja sih*” (wawancara 02 Mei 2017, pukul 08.35 WIB).

Di kalangan mahasiswa umumnya (Sumber: hasil wawancara), berbagi informasi menjadi hal yang harus dilakukan karena sifatnya publik. Seperti pengetahuan umum, informasi seputar kuliah, atau isu yang sedang hangat diperbincangkan. Dalam media sosial instagram, ada beberapa akun informasi yang biasa dijadikan sumber informasi oleh mahasiswa Sumatera Barat diantaranya infosumbar (@infosumbar) dengan 196.000 *followers*, wowfakta (@wowfakta) dengan 4,8 juta *followers*, indozonemedia (@indozone.id) dengan 1,7 juta *followers* (instagram.co.id), dan banyak lagi akun berbagi informasi yang banyak diikuti oleh mahasiswa.

Namun sayangnya, hal itu tidak disertai dengan pengetahuan mahasiswa mengenai informasi tersebut, seperti sumbernya, kebenaran/faktanya, manfaatnya, serta akibat jika memberikan *like* atau membagikan pada pengguna lain. Hal itulah yang menjadi dampak negatif dari penggunaan media sosial karena tidak bersikap kritis (literasi) terhadap berita yang ada. Akibatnya berita bohong (*hoax*) tersebar dan berkembang di tengah masyarakat.

Pada tahun 2016, fenomena berita bohong (*hoax*) khususnya melalui media sosial begitu marak terjadi di Indonesia. Realitasnya, sejumlah berita bohong yang menyebar tersebut diyakini kebenarannya oleh banyak orang. Dampak dari beredarnya berita bohong yaitu terbentuknya opini publik yang mengarah kepada terjadinya kehebohan di masyarakat, ketidakpastian informasi, dan menciptakan ketakutan massa. Sasaran dari beredarnya berita bohong tidak hanya ditujukan kepada individu, melainkan juga kepada institusi pemerintahan maupun swasta. Sementara itu, Menteri Komunikasi dan Informasi menjelaskan

telah melakukan pemblokiran 800 ribu situs berkonten negatif. Konten yang diblokir itu termasuk media *online* yang memiliki konten negatif atau mengandung berita bohong (Budiman, 2017: 2).

Fenomena *hoax* juga membuat pemerintah semakin waspada, salah satunya dengan melakukan survei nasional terhadap masyarakat Indonesia. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Masyarakat Telematika Indonesia (Mastel) pada 7 Februari 2017, mengenai Wabah *Hoax* Nasional dengan melibatkan 61,20 % mahasiswa sebagai responden. Hasilnya sebesar 54% responden masih ragu-ragu terhadap kebenaran berita heboh yang diterima, ditambah lagi dengan paling besarnya penyebaran *hoax* di media sosial termasuk instagram sebesar 92,40% (Infografis Mastel, 2017: 5).

Salah satu media berita instagram anti *hoax* yaitu tirtoid (@tirtoid) seringkali mengulas permasalahan *hoax* yang terjadi di media. Berikut beberapa pernyataan akun media tirtoid mengenai informasi *hoax* yang terjadi.

Gambar 1.1 Informasi Seputar *Hoax* di Instagram Oleh tirtoid

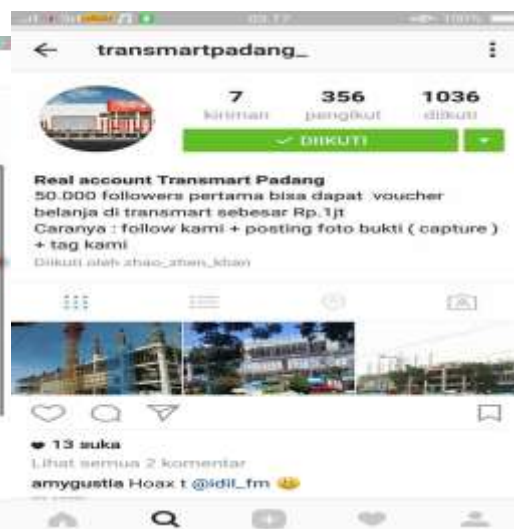


Kasus *hoax* di media sosial instagram juga berimbas pada salah satu tokoh pemerintahan yaitu Walikota Bandung. Tepatnya pada 11 Mei 2017, Ridwan Kamil melakukan klarifikasi terhadap informasi *hoax* yang ditujukan

terhadap dirinya oleh salah satu akun *hoax* di instagram (instagram.co.id). Ridwan Kamil dikenal sebagai tokoh yang bijak dan transparan dalam menjalankan tugas pemerintahan, serta aktif dalam menggunakan media sosial terutama instagram sebagai sarana komunikasi dan berbagi dengan masyarakat Bandung. Namun keberadaannya menjadi sasaran situs *hoax* dalam melancarkan berita bohong agar dipercaya oleh masyarakat.

Selain Bandung sebagai salah satu wilayah terbesar di pulau Jawa, Sumatera Barat juga mengambil bagian dengan banyaknya penyebaran *hoax* di awal tahun 2017 ini. Seperti yang diungkapkan oleh Walikota Padang H. Mahyeldi Ansharullah mengenai berita banjir yang fotonya tersebar sebagai banjir kota Padang, padahal itu adalah foto banjir di Pangkalan 50 Kota. Hal itu menyebabkan keresahan, dan banyak yang menelepon beliau untuk mengklarifikasi. Media sosial juga membuat panik pada saat gempa Mei 2016 lalu di Padang, guncangannya memang kuat namun tidak memiliki dampak yang membahayakan masyarakat, namun *hoax* (berita bohong) yang tersebar membuat semua masyarakat panik (<http://www.semangatnews.com/tinggalkan-hoax-saatnya-tulis-berita-benar/> diakses pada 02 Oktober 2017).

Gambar 1.2 Informasi Hoax di Instagram



Berita bohong (*hoax*) lainnya yang juga meresahkan masyarakat Padang adalah isu penculikan anak pada awal tahun 2017, yang menyebabkan keresahan dan ketakutan di tengah masyarakat. Bahkan menyebar beberapa video penculikan dan penyiksaan terhadap anak-anak. Kapolresta Padang mengklarifikasi bahwa berita tersebut adalah *hoax* melalui Redaksi Sumbar.com pada 27 Maret 2017 (<http://redaksisumbar.com/kapolresta-padang-isu-penculikan-anak-semuanya-hoax/> diakses pada 27 September 2017). *Hoax* menjadi cepat menyebar dengan adanya media sosial, dan semakin salah dengan interpretasi yang buruk dari penggunanya.

Media sosial memiliki andil besar dalam menyebarkan suatu informasi. Pengguna yang bijak (sadar media) akan mampu memanfaatkan informasi sesuai dengan manfaat dan porsinya. Untuk itu peneliti menyebar dan membagikan kuesioner data awal kepada 95 responden mahasiswa di UIN Imam Bonjol Padang. Dari kuesioner tersebut diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1. 1. Respon Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang Sebagai Pengguna Media Sosial

No	Pernyataan	Jawaban				Jumlah
		Selalu	Sering	Jarang	Tidak Pernah	
1	Menggunakan media sosial sebagai sumber informasi	39 (41 %)	52 (54,7%)	4 (4,2 %)	0	95
2	Tidak mengetahui langsung kebenaran suatu informasi	5 (5,2 %)	37 (39 %)	49 (51,5 %)	4 (4,2 %)	95
3	Langsung membagikan informasi penting yang diterima walaupun tanggal terbitnya tidak tersedia	4 (4,2 %)	21 (22 %)	55 (58 %)	15 (15,7 %)	95

No	Pernyataan	Jawaban				Jumlah
		Selalu	Sering	Jarang	Tidak Pernah	
4	Informasi yang dibagikan dalam bentuk foto, video, dan berita tertulis.	9 (9,5 %)	41 (43 %)	32 (33,7 %)	13 (13,7 %)	95
5	Tidak perlu mencantumkan sumber/ keterangan mengenai informasi yang disebar	6 (6,3 %)	18 (19 %)	33 (34,7 %)	38 (40 %)	95

Kuesioner tersebut dibagikan secara acak kepada seluruh mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang, dengan rincian respondennya yaitu Fakultas Adab sebanyak 24 mahasiswa, Tarbiyah 26, Syariah 12, Dakwah 15, FEBI 11, dan Ushuluddin 7 mahasiswa dengan total keseluruhan 95 responden.

Berdasarkan data tersebut, sebagian besar mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang menggunakan media sosial sebagai sumber informasi, namun dengan intensitas yang berbeda. Sebanyak 54,7 % sering menggunakan, dan 41% lainnya selalu menggunakan media sosial sebagai sumber informasi. Ribuan situs *online* dan akun informasi di Instagram dapat dijadikan sebagai rujukan informasi, namun banyaknya situs yang negatif membuat kredibilitas informasi menjadi berkurang. Pada awal tahun 2017, menurut Menteri Komunikasi dan Informasi sudah 800 ribu situs dan konten yang diblokir, termasuk media *online* karena mengandung berita bohong.

Mahasiswa menggunakan media *online* sebagai bahan pelengkap tugas, kutipan, bahan diskusi, dan selebihnya untuk bersenang-senang. Rata-rata mahasiswa membuka media sosial 2 hingga 3 jam sekali duduk. Lalu

membagikan cerita yang diterima melalui penyampaian verbal. Dari banyaknya informasi yang diterima setiap hari, sebagian besar mahasiswa juga tidak langsung mengetahui kebenaran informasi yang diterima. Sebanyak 51,5 % jarang dan 39% lainnya sering tidak mengetahui.

Seperti beberapa waktu lalu, beredar informasi mengenai registrasi ulang kartu SIM. Seluruh *group chat* di media sosial menerima kiriman tersebut, namun beberapa mahasiswa lain juga mengirim informasi berlawanan mengenai larangan untuk registrasi. Mahasiswa panik, berdebat dan sibuk menanyakan kebenaran ke sana sini. Apalagi bagi mereka yang sudah terlanjur registrasi, merasa cemas dan takut akan kebenaran informasi tersebut. Dalam infosumbar (@infosumbar) juga dikatakan bahwa informasi larangan tersebut adalah *hoax*.

Informasi yang diterima tidak hanya dalam bentuk berita tertulis, tapi juga berbentuk foto dan video. Sebanyak 43% mahasiswa sering membagikan informasi tersebut, dan 9,5% atau sekitar 9 mahasiswa selalu membagikan kiriman. Beberapa video yang beredar beberapa waktu lalu di kalangan mahasiswa UIN Imam Bonjol adalah video penculikan anak yang sempat menghebohkan masyarakat. Kemudian video kekerasan oleh oknum kepolisian, padahal yang dipukuli adalah begal motor sadis di Jogjakarta. Video penemuan bahan-bahan pemicu kanker pada pakaian dalam wanita, padahal itu hanya video iseng-iseng yang dibuat salah seorang warga. Namun menjadi bahan perbincangan oleh salah satu *groupchat* mahasiswa Tarbiyah. Mahasiswa memiliki andil dalam penyebaran informasi tersebut, walaupun

hanya dilakukan oleh beberapa orang, namun jika intensitasnya lebih banyak maka itu mengalahkan mereka yang tidak menyebarkan.

Kemudian foto pengujian laboratorium tahu bulat yang disebutkan positif mengandung boraks, hal itu menyebabkan para pedagang tahu bulat menghilang selama beberapa pekan di sekitaran kampus. Mahasiswa tidak ada yang berani lagi membeli tahu bulat. Beberapa mahasiswa di sekitar kampus yang sering membeli tahu bulat mengatakan tidak berani lagi makan tahu bulat karena mengandung boraks dan pengawet. Ternyata berita mengenai boraks adalah *hoax*, diklarifikasi pula oleh berita harian Singgalang Padang pada 5 Oktober 2017.

Karena itulah sumber dan waktu yang jelas dari suatu informasi sangat dibutuhkan, sebagai acuan dari kebenaran informasi, apalagi informasi dalam bentuk foto dan video. Sebanyak 40% mahasiswa menyatakan tidak pernah menyebarkan informasi apabila tidak tercantum sumber yang dapat ditelusuri. Sementara 60% sisanya menyatakan bahwa ia pernah menyebarkan informasi tersebut tanpa perlu disertai sumber. Padahal sudah jelas jika informasi tanpa tanggal atau keterangan lengkap mengenai sumbernya adalah *hoax*. *Hoax* yang tersebar tidak hanya disebabkan oleh ketidaktahuan pengguna, namun ketidakpedulian menjadi poin utama ketika seseorang secara sadar mengabaikan penelusuran informasi.

Berdasarkan beberapa kasus *hoax* sebelumnya, informasi tidak hanya perlu diperbaharui setiap saat, namun lebih pada kemampuan pengguna dalam memahami perkembangan informasi tersebut. Kemampuan yang perlu

dikembangkan adalah literasi media, yang secara psikologi juga merupakan bentuk aktifitas kognitif. Literasi media secara umum diartikan sebagai suatu kemampuan untuk mengakses, menganalisis, dan menciptakan. Menurut Hobbs literasi media adalah proses mengakses, menganalisis secara kritis pesan media dan menciptakan pesan dengan menggunakan alat media (Adiarsi, Yolanda & Martha, 2015: 473). Potter mendefinisikan literasi media sebagai sebuah perspektif yang secara aktif dipakai ketika berhadapan dengan media massa untuk menginterpretasikan makna pesan yang dihadapi (Hayuningrat, 2010: 18).

Manusia membangun perspektif dari struktur pengetahuan. Untuk membangun struktur pengetahuan itu, dibutuhkan alat dan bahan baku. Peralatan itu adalah keterampilan manusia, bahan baku adalah informasi dari media dan dunia nyata. Penggunaan aktif berarti memperhatikan pesan dan berinteraksi secara sadar dengan informasi tersebut (Novita, 2016: 18). Jadi literasi media adalah sikap kritis terhadap suatu informasi yang ada di media sosial baik dari segi isi maupun sumber berdasarkan kepedulian dan kemauan. Karena jika hanya sebatas berpengetahuan tapi malas untuk mengkritisi suatu informasi, maka akan tetap menutupi fakta yang ada. Apalagi informasi pada instagram yang lebih pada bentuk gambar dan video, visual dan audio yang ditampilkan dengan canggih dan memikat.

Penggunaan media-media saat ini lebih dikenal dengan istilah media baru, karena peluncurannya pada abad-21 serta pengaplikasiannya yang kompleks dan membutuhkan keterampilan lebih, tidak hanya sekedar

mengetahui. Menurut Bernard M, literasi media baru dikaitkan dengan kemampuan menggunakan komputer, media sosial, dan internet. Penekanannya bukan hanya tentang bagaimana orang menanggapi pesan media, tetapi juga pada bagaimana mereka terlibat secara proaktif dalam dunia media dalam hal produksi, partisipasi, kelompok sosial, dan level tinggi pada keahlian non profesional yang umum (Hariyanto, 2017: 6).

Sama halnya dengan media lain, tingkat analisis terhadap suatu informasi di instagram juga harus diimbangi dengan perkembangan pengaplikasiannya. Apalagi informasi dalam instagram tidak hanya dalam bentuk tulisan, tapi juga gambar, foto, dan video yang telah dibuat sedemikian rupa. Aktifitas instagram yang semakin kompleks menjadi rentan terhadap penyebaran suatu informasi jika tidak dibarengi dengan pengetahuan dalam informasi tersebut (literasi media). Apalagi sebagai mahasiswa, yang memiliki pendidikan dan pengetahuan yang lebih dari masyarakat umum, harus mampu memilah informasi yang benar dan terliterasi dengan baik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Novita (2016) tentang Literasi Media Baru dan Penyebaran Informasi *Hoax*, diantaranya adalah melek terhadap informasi. Artinya setiap pengguna dari berbagai kalangan mampu mempergunakan dengan bijak dan mengetahui fungsi sebenarnya dari media sosial yang digunakannya. Dari penelitian tersebut mahasiswa disebut sebagai salah satu penyebab dari tersebarnya informasi *hoax*, karena tidak teliti terhadap informasi dan sembarangan dalam menggunakan haknya sebagai pengguna (tidak melek informasi) (Novita, 2016: 7). Secara tidak langsung,

mahasiswa memiliki andil besar dalam penyebaran *hoax* (berita bohong). Selain pengguna terbanyak, mahasiswa adalah pengakses media dengan intensitas tinggi, dan tidak teliti dalam menelaah informasi.

Penelitian ini sendiri ditujukan pada mahasiswa yang aktif menggunakan instagram, karena melihat dari eksistensi mahasiswa dalam penggunaan *smartphone* di kehidupan nyata, serta meningkatnya jumlah pengguna instagram tiga tahun belakangan. Aktifitas instagram terjadi begitu saja, tanpa alasan dan tujuan yang jelas. Seperti *like*, apapun informasi yang muncul di beranda instagram akan langsung *dilike*, alasannya karena suka saja. Sehingga dampaknya akan terlihat pada keberadaan suatu informasi yang muncul dari aktifitas tersebut. Karena bagus tidaknya postingan di instagram dilihat dari banyaknya *like* dan *share* yang dilakukan pengguna. Terlepas dari baik atau buruknya, bermanfaat atau berdampak buruk bagi pengguna lainnya.

Kemudian penelitian Hariyanto (2017) mengenai *Literasi Media di Kalangan Remaja Kota Dalam Penggunaan Media Sosial*. Penelitian deskriptif kuantitatif menggunakan teori Literasi media baru dari Lin. Didapatkan bahwa kemampuan literasi media remaja kota Surabaya dari empat aspek yang dituntut, dua diantaranya memiliki skor yang rendah. Pada hasil kuisisioner juga ditemukan bahwa, rendahnya tingkat pengetahuan mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang terhadap kebenaran suatu informasi yang diterima, menunjukkan bahwa salah satu kemampuan literasi media mahasiswa juga rendah.

Penelitian yang dilakukan penulis akan sangat penting dilakukan, karena dalam teori literasi media baru milik Jenkins, terdapat 12 aspek sebagai penentu kemampuan literasi media pada mahasiswa. Dengan pesatnya aktifitas pengguna di instagram, berbagai informasi terus-menerus terbit dalam konteks yang beragam. Sampai detik inipun kita tidak mengetahui bagaimana *hoax* (berita bohong) akhirnya menyebar dan menguasai pemikiran masyarakat.

Aspek-aspek dalam literasi media yang disampaikan Jenkins di antaranya adalah *play, performance, simulation, appropriation, multitasking, distributed cognition, collective intelligence, judgment, transmedia navigation, networking, negotiation, visualization* (Jenkins, 2006: 4). Itulah keduabelas aspek yang digunakan peneliti untuk menggali lebih jauh perilaku penyebaran *hoax* pada pengguna instagram. Sehingga penelitian yang akan dilakukan adalah tentang **“Hubungan Antara Literasi Media Dengan Sikap Terhadap Penyebaran *Hoax* (Berita Bohong) Pada Mahasiswa Pengguna Instagram”** di UIN Imam Bonjol Padang.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan di atas, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Perkembangan informasi terus meningkat seiring perkembangan media sosial. Media sosial menjadi dunia baru yang melibatkan semua kalangan, dan memiliki ranah sendiri untuk aktifitas penggunanya. Aktifitas media sosial tidak terbatas pada komunikasi semata, namun juga mencari informasi, berbagi informasi, membuat informasi, dan kepentingan lain yang melibatkan banyak pengguna. Sehingga pengguna tidak hanya dituntut untuk bisa menggunakan, namun mampu menganalisis, mengkritisi, menelaah, membuat sesuai manfaat, mengirim sesuai etika dan kesadaran bermedia. Itulah yang disebut literasi media.
2. Literasi media menjadi dasar pengetahuan bagi penggunanya dalam melakukan aktifitas di media sosial. Ada tidaknya literasi media menentukan sikap penggunanya, ketika informasi diterima oleh pengguna yang sadar media (memiliki literasi media), maka kecil kemungkinan untuk suatu informasi lolos begitu saja tanpa analisis. Begitu pula sebaliknya, ketika informasi diterima oleh pengguna yang tidak sadar media maka hal itu akan mempengaruhi bagaimana sikap yang diambilnya dalam menanggapi informasi. Dalam hal ini, sikap pengguna media akan menentukan suatu informasi akan menjadi positif atau negatif yaitu menjadi baik atau buruk, apalagi jika itu adalah informasi *hoax*. Sikap yang salah akan menyebabkan informasi tidak benar menyebar di tengah masyarakat.

3. Literasi media merupakan pengetahuan yang dirangkap dengan kesadaran pada pengguna media terutama media sosial. Kelalaian dalam menyebarkan suatu informasi yang salah adalah salah satu bentuk kelemahan literasi media, seperti yang dilakukan oleh mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang berdasarkan kuesioner data awal mengenai penggunaan media sosial. Diketahui bahwa mahasiswa cenderung tidak mengetahui langsung kebenaran informasi yang diterimanya, dengan 42 (44,2 %) dari 95 orang mahasiswa merespon sering. Kemudian hanya 15 dari 95 mahasiswa saja yang tidak pernah langsung membagikan informasi walaupun tanggal terbitnya tidak tersedia, dan sisanya yaitu sekitar 80 mahasiswa pernah melakukannya. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara literasi media dengan sikap mahasiswa terhadap penyebaran *hoax*, terlepas dari niat menyebarkan informasi itu sendiri.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara literasi media dengan sikap terhadap penyebaran *hoax* (berita bohong) pada mahasiswa pengguna instagram di UIN Imam Bonjol Padang?

D. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar tingkat literasi media pada mahasiswa pengguna instagram di UIN Imam Bonjol Padang?

2. Seberapa besar tingkat sikap terhadap penyebaran *hoax* (berita bohong) pada mahasiswa pengguna instagram di UIN Imam Bonjol Padang?
3. Apakah ada hubungan antara literasi media dengan sikap terhadap penyebaran *hoax* (berita bohong) pada mahasiswa pengguna instagram di UIN Imam Bonjol Padang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan batasan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat literasi media pada mahasiswa pengguna instagram di UIN Imam Bonjol Padang.
2. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat sikap terhadap penyebaran *hoax* (berita bohong) pada mahasiswa pengguna instagram di UIN Imam Bonjol Padang.
3. Untuk mengetahui adakah hubungan antara literasi media dengan sikap terhadap penyebaran *hoax* (berita bohong) pada mahasiswa pengguna instagram di UIN Imam Bonjol Padang.

F. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini akan dapat menambah pengetahuan bagi penulis dan pembaca, terutama mahasiswa terhadap literasi media. Bahwa setiap media bukan sekedar untuk penyampaian kesenangan semata, ada nilai dan etika yang juga dijaga untuk kepentingan pengguna lain. Dunia maya sama halnya dengan dunia nyata, karena setiap pengguna memiliki

hak yang sama dalam hal menerima informasi yang benar. Sumbangan pengetahuan bahwa literasi media penting bagi setiap pengguna media sosial. Pengembangan ilmu terhadap dunia literasi media yang harus diterapkan sejak dini.

Ada beberapa teori yang dikembangkan mengenai literasi media, yaitu Potter kemudian Jenkins dengan dua belas kemampuan literasi media. Seiring dengan perkembangan literasi media yang semakin maju, diperlukan teori yang mampu menjangkau seluruh aspek kemampuan manusia dalam menggunakan media sosial terutama instagram. Komunikasi massa yang semakin berkembang menyebabkan manusia tidak hanya terhubung dengan mereka yang ada di hadapan, namun juga mereka yang anonim. Dalam hal ini, literasi media tidak hanya terbatas pada kemampuan saja, namun juga kesadaran dan kepedulian dalam lingkungan media.

Teori psikologi komunikasi yang menjangkau perilaku manusia dalam komunikasi, terutama komunikasi tidak langsung atau lebih dikenal dengan istilah *online*. Hal ini semakin mengembangkan ilmu pengetahuan terhadap perilaku manusia dalam media, atau yang biasa disebut *human in technology*. Semakin banyak penelitian dunia yang membahas mengenai keunikan perilaku manusia dalam lingkup teknologi, terutama media sosial.

2. Manfaat Praktis

Beberapa manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini yaitu:

- a. Mengetahui apa saja kemampuan literasi media yang harus dimiliki oleh pengguna internet khususnya masyarakat umum, dalam menggunakan media sosial seperti menganalisis dan mengkritisi informasi.
- b. Mengenalkan konsep literasi media kepada para pengguna media sosial agar mereka mulai bersikap kritis terhadap berbagai macam informasi yang diterima, sehingga informasi sepeenting apapun tidak langsung di *share* pada pengguna lain karena mengingat kepentingan pengguna lain.
- c. Mengetahui peran pada setiap pengguna media sosial terutama instagram di kalangan mahasiswa, agar tidak mengembangkan perilaku menyebarkan *hoax* (berita bohong), karena tidak peduli lebih berpeluang dari pada ketidaktahuan.
- d. Mengetahui pentingnya sikap peduli terhadap media sejak dini. Seperti memilah informasi sesuai usia pengguna media.