

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Berita *hoax* sekarang ini sedang marak tersebar di berbagai media. Baik itu media cetak maupun media online. Mirisnya, kebanyakan dari masyarakat kurang peduli dengan adanya hal tersebut. 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.

Berita *hoax* banyak tersebar di berbagai media. Mulai dari *broadcast message*, media cetak, maupun media online. Bahkan beberapa media *online mainstream* pun banyak mengikat berita-berita *hoax* untuk dijadikan informasi bagi khalayak. Sebagai masyarakat modern dan berpendidikan, kita harus pandai dalam menggali informasi. Kita 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).¹

¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

Dilansir oleh Kompas.com, beberapa faktor penyebab cepat beredarnya berita *hoax* adalah :

1. Masyarakat Indonesia sendiri yang dinilai tidak biasa berdemokrasi secara sehat.
2. Kebanyakan masyarakat tidak terbiasa mencatat dan menyimpan data sehingga sering berbicara tanpa data.
3. 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.²

Dengan banyaknya berita *hoax* yang beredar, tentu menimbulkan dampak negatif dikalangan masyarakat. Dalam berita mengenai dampak berita *hoax* yang dimuat oleh Republika.co.id, menjelaskan beberapa dampak negatif yang dihasilkan oleh berita *hoax* :

1. *Hoax* akan menyasar emosi masyarakat.
2. Menimbulkan opini negative sehingga terjadi disintergratif bangsa.
3. Memberikan provokasi dan agitasi negatif.
4. Menyulut kebencian, kemarahan, hasutan kepada orang banyak (untuk mengadakan huru-hara, pemberontakan, dan sebagainya).³

Pada dasarnya, dalam berkomunikasi, kita 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. Istilah *fairness* dalam ilmu komunikasi,

² Kompas.com.

³ Republika.co.id.

khususnya yang menyangkut dengan komunikasi massa meliputi beberapa aspek etis. Misalnya menerapkan etika kejujuran atau obyektivitas berdasarkan fakta, berlaku adil atau tidak memihak dengan menulis berita secara seimbang serta menerapkan etika kepatutan dan kewajaran.⁴

Aspek kejujuran atau obyektivitas 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 adapat diakui integritas dan kredibilitasnya.⁵

Dalam Al-Qur'an kejujuran ini dapat diistilahkan dengan *amanah*, *ghair al-takdzib*, *shidq*, *al-haq*. Dengan dasar ketika seperti istilah-istilah tersebut, maka seorang pekerja komunikasi massa dalam pandangan Al-Qur'an tidak akan berkomunikasi secara dusta atau dengan istilah *lahw al-hadits* dan *al-ifk*. Istilah *lahw al-hadits* dapat diterjemahkan dengan kebohongan cerita atau cerita palsu. Sementara kata *al-ifk* mengandung pengertian mengada-ngada, berita palsu, gosip (istilah yang populer dalam media massa).⁶

Berita mengenai kedatangan Raja Salman mulai mengemuka pada mendekati akhir bulan Februari 2017. Tentu saja hal tersebut sangat menarik untuk diperbincangkan. Sehingga, hampir semua media di Indonesia mengangkat hal tersebut untuk dijadikan bahan berita dan informasi untuk para khalayak. Namun, banyak juga pihak-pihak yang kurang bertanggung jawab menjadikan hal tersebut kedalam berbagai berita yang tidak sesuai dan menghasilkan informasi *hoax*.

⁴ Drs. H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta : PT. LogosWacana Ilmu, 1999, Cetakan 2 hal. 66.

⁵ *Ibid.*, Hal. 66.

⁶ *Ibid.*, hal. 66.

Berita *hoax* adalah berita yang dapat merugikan bagi para khalayak. Oleh karena itu sesuai pemaparan diatas, peneliti berusaha meneliti ada atau tidaknya berita *hoax* tentang kedatangan Raja Salman ke Indonesia di media *online* Detik.com dan Okezone.com serta meneliti bagaimana media *online* Detik.com dan Okezone.com mengkonstruksi berita *hoax* yang sedang marak tersebar luas di berbagai media seperti sekarang ini.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka ditemukan pokok permasalahan yang dapat diformulasikan dalam rumusan masalah yaitu :

1. Adakah berita *hoax* tentang kedatangan Raja Salman ke Indonesia di media *online* Detik.com dan Okezone.com ?
2. Bagaimana *framing* terhadap berita *hoax* di media *online* detik.com dan okezone.com dalam pemberitaan kedatangan Raja Salman ke Indonesia ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya berita *hoax* tentang kedatangan Raja Salman ke Indonesia di media *online* Detik.com dan Okezone.com.
2. Untuk mengetahui bagaimana *framing* terhadap berita *hoax* di media *online* detik.com dan okezone.com dalam pemberitaan kedatangan Raja Salman ke Indonesia.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan dalam bidang Komunikasi Massa terutama dalam hal analisis media. Selanjutnya dapat dijadikan referensi untuk penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi media-media online dalam hal menyusun konsep ide sebuah berita serta menjadi evaluasi atas berita yang telah dianalisis.

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Secara sistematis, penulisan skripsi ini dibagi kedalam lima bab yaitu :

BAB I Pendahuluan. Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka Dan Kerangka Teori. Bab ini memuat tentang tinjauan pustaka dan kerangka teori yang berkaitan dengan penelitian yaitu, media massa, media online, berita, *hoax* dan teori analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

BAB III Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil Dan Pembahasan. Bab ini berisi tentang gambaran umum yang terdiri dari profil *Detik.com* dan *Okezone.com* serta berisi tentang hasil penelitian.

BAB V Penutup. Pada bab terakhir ini, berisi tentang kesimpulan dari penelitian dan saran.