

Efek Menonton Tayangan Video Ciri – Ciri Berita Hoaks Terhadap Tingkat Pengetahuan Remaja Tentang Berita Hoaks

Mahardika Indra Pratama

Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Email : mahardika.indra.p@gmail.com

Abstrak

Berita hoaks merupakan sebuah berita yang mengandung makna bohong atau berita tidak bersumber. Portal media online yang muncul demi mengejar kecepatan berita dan keuntungan, tidak memperdulikan keaslian data serta sumber berita. Data Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebutkan bahwa pada bulan januari 2019 telah dideteksi lebih dari 70 isu berita hoaks. Jumlah tersebut mengalahkan angka total hoaks yang terjadi selama 2018. Jumlah berita bohong selama 2018 hanya sekitar 60 isu. Sehingga dengan kasus ini perlu diadakannya pencegahan agar berita hoaks tidak meluas dan banyak orang lebih kritis dalam memilih informasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efek penggunaan media video terhadap tingkat pengetahuan remaja tentang berita hoaks. Jenis penelitian ini adalah eksperimen kemudian melibatkan partisipan remaja yang berusia 18 – 21 tahun di Semarang. Partisipan penelitian berjumlah 60 orang yang kemudian diberikan kuisisioner yang dilakukan sebanyak dua kali, yaitu *pretest* dan *posttest*. Analisa data menggunakan Uji T *test*. Berdasarkan hasil uji t diketahui rata – rata *pretest* kelompok eksperimen sebesar 61,50 kemudian setelah dilakukan treatment tayangan video dan dilakukan *post test* hasilnya 88,97 sehingga peningkatan sebesar 27,79. Selanjutnya berdasarkan uji hipotesis menunjukkan nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan terdapat peningkatan secara signifikan pada skor hasil kelompok eksperimen atau yang diberi treatment sebuah tayangan video. Kesimpulannya penggunaan media video memiliki efek dalam meningkatkan pengetahuan remaja tentang berita hoaks.

Kata Kunci : Media Video, Media Online, Berita Hoaks

Abstract

News hoax is news that contains the meaning of a lie or the news is not sourced. Online media portals that have arisen in pursuit of speed and profit news, do not care about the authenticity of the data and news sources. Data from the Ministry of Communication and Information stated that in January 2019 more than 70 hoax news issues were detected. This number beats the total number of a hoax that occurred during 2018. The number of hoax news during 2018 was only around 60 issues. So with this case prevention needs to be held so that news hoax is not widespread and many people are more critical in choosing information.

This study aims to determine the effect of the use of video media on the level of knowledge of hoax news on teenagers. This type of research is an experiment and then involved teen participants aged 18-21 years in Semarang. The study participants numbered 60 people who were then given a questionnaire conducted twice, namely pretest and posttest. Analysis of data using the T-test. Based on the results of the t-test it was known that t

he average pretest of the experimental group was 61.50 then after the treatment of video screening and the results of the post-test were 88.97 increasing to 27.79. Furthermore, based on the hypothesis test, it shows a sig value of $0,000 < 0.05$ so that it can be stated that there is a significant increase in the score of the experimental group or that is treated by a video show. In conclusion, the use of video media has the effect of increasing adolescent knowledge about news hooks.

Keyword : video media, online media, hoax news

PENDAHULUAN

Hoaks atau disebut juga dengan berita bohong saat ini menjadi masalah di Indonesia. Menurut KBBI, Hoaks mengandung makna berita bohong, berita tidak bersumber. Berita hoaks mulai ramai muncul saat pesta demokrasi Pilkada Jakarta Tahun 2017 lalu. Melalui hasil survei 13 Februari yang dilakukan Masyarakat Telekomunikasi pada kampanye “Tanpa Hoax Indonesia Sejahtera”, wabah hoaks telah menjadi masalah nasional antara lain perpecahan, instabilitas politik, dan gangguan keamanan yang berpotensi menghambat pembangunan nasional. Syarat berita yang baik adalah harus benar dan tepat (akurat), berita tersebut harus menarik, baru atau terkini, dan seimbang. Sebuah berita yang baik harus mengandung prinsip akurasi, jadi setiap informasi yang ada didalam berita tersebut harus dipastikan bahwa benar dan tepat sesuai dengan apa yang terjadi. Akurasi merupakan salah satu rukun dasar kerja jurnalistik. Untuk menjaga akurasi, jurnalis harus memverifikasi semua informasi awal, menguji silang informasi dengan sumber lain dan melakukan riset latar belakang atau konteks informasi tersebut (Manan, dkk, 2014:8).

Kementerian Komunikasi dan Informatika mencatat ada kenaikan jumlah peredaran berita bohong atau hoax selama 2019. Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudiantara mengatakan selama Januari saja Kominfo mendeteksi lebih dari 70 hoaks. Jumlah tersebut mengalahkan angka total hoax yang terjadi selama 2018. Jumlah berita bohong (hoaks) selama 2018 hanya sekitar 60-a isu. Ada banyak contoh kasus mengenai berita hoax di Indonesia, mulai dari isu politik hingga SARA. Dari kasus yang ada remaja merupakan masalah penting untuk di perhatikan. Karena sangat rentan mejadi penyebar berita hoax. Dimana seharusnya dengan kemajuan teknologi dapat membantu perkembangan dan memberi motivasi untuk berkreasi bagi generasi muda. Namun kenyataanya remaja sangat rentan mejadi pelaku penyebaran hoax, beberapa pelaku penyebar hoax yang berhasil diungkap oleh aparat kepolisian ternyata masih berstatus pelajar(<https://www.republika.co.id/berita/tr-ndtek/internet/17/09/22/owo23k335remaja-rentan-jadi-penyebar-berita-hoaks>, di akses pada tanggal 16 Januari 2019). contoh kasus yang terjadi di Sukabumi, ada seorang pelajar yang terpaksa harus berurusan dengan aparat kepolisian karena membagikan berita palsu dan perbuatan itu mengakibatkan dirinya terancam 6 bulan penjara dan denda Rp. 1

miliar (<https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-3896238/sebar-informasi-hoax-di-medsos-pelajar-di-sukabumi-ditangkap>,

diakses pada tanggal 16 Januari 2019). Di usia remaja merupakan masa menuju dewasa dimana adanya proses perkembangan diri. Pada proses ini remaja masih bersifat emosional serta masih mencari identitas diri sehingga rentang berperilaku agresif.

Salah satu cara untuk memerangi hoaks adalah dengan melakukan edukasi kepada masyarakat khususnya remaja. Karena sulitnya menyampaikan sesuatu yang bersifat abstrak dan kompleks pada remaja. Oleh karena itu dibutuhkan metode dan media yang tepat untuk digunakan dalam penyampaian materi tersebut pada remaja. Dalam edukasi atau kampanye persuasif untuk memerangi berita hoaks dibutuhkan suatu metode atau sebuah media penyampaian agar masyarakat tertarik untuk mempelajarinya. Media berfungsi untuk membantu dalam proses pendidikan maupun penyuluhan (Irham Macfoedz, 2006: 121).

Pemilihan metode dan media dalam sebuah edukasi atau kampanye persuasif juga mempengaruhi keberhasilan sebuah kampanye tersebut. Saat ini sudah banyak media yang bisa digunakan untuk melakukan sebuah kampanye persuasif. Media yang

digunakan kini sudah mengikuti perkembangan teknologi dan informasi saat ini. Mulai dari pemanfaatan media radio, koran, majalah, sependuk, serta media televisi. Salah satu media yang bisa digunakan dalam melakukan kampanye persuasif untuk mengedukasi masyarakat tentang berita hoaks yaitu media audio visual atau video. Walaupun media video kurang praktis karena membutuhkan waktu dalam pembuatannya namun layak untuk digunakan dalam penyampaian informasi. Didalam media video terdapat narasi, music, dialog, gambar, teks, animasi dan grafik. Unsur tersebut bisa digunakan untuk memperjelas informasi yang akan di sampaikan kepada penonton.

Dari semua media yang pernah digunakan oleh Pemerintah dan pihak terkait dalam melakukan kampanye persuasif mengenai berita hoaks masih kurang dalam penyampaian informasi. Maka dari itu perlu adanya penggunaan media yang mampu penambahan informasi agar pesan yang ingin di sampaikan bisa di pahami oleh masyarakat sesuai dengan tujuannya. Dalam penelitian ini penggunaan media video yaitu video yang berjudul ciri – ciri berita hoaks yang diharapkan mampu menambah informasi baru agar penonton bisa lebih memahami apa itu berita hoaks. Didalam video tersebut menjelaskan bagaimana cara mengidentifikasi

sebuah berita hoaks atau bukan serta menjelaskan ciri – ciri berita hoaks agar masyarakat tidak langsung mempercayai berita yang sudah tersebar. Berdasarkan dari penjelasan di atas menunjukkan bahwa media video adalah media yang potensial untuk sebuah edukasi dalam melakukan kampanye persuasif..

Berdasarkan hal tersebut, maka perlu di uji apakah penambahan informasi melalui media video ciri – ciri berita hoaks memiliki efek meningkatkan pengetahuan remaja tentang berita hoaks?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan rancangan pra-eksperimen tipe *Intac-Group*, yaitu penelitian variabel dengan membagi dua kelompok, yaitu kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Rancangan tersebut merupakan salah satu desain penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian pra eksperimen dengan observasi yang dilakukan sebanyak 2 (dua) kali yaitu sebelum eksperimen yang disebut pre test dan sesudah eksperimen yang disebut post test pada subjek penelitian. Tujuan digunakan jenis rancangan *intact-group*, yaitu untuk mengetahui efek dari menonton tayangan video ciri – ciri berita hoax terhadap tingkat pengetahuan remaja tentang berita hoaks.

Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah remaja di Semarang. Pertimbangan pemilihan partisipan remaja didasarkan pada karakteristik remaja akhir pada usia 18-21. Penelitian ini menggunakan data – data yang berasal dari sumber data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dan dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan melalui kuesioner.

PEMBAHASAN

Efek Menonton Tayangan Video Ciri – Ciri Berita Hoaks Terhadap Tingkat Pengetahuan Remaja Tentang Berita Hoaks

Berdasarkan hasil uji t diketahui rata – rata pretest kelompok eksperimen sebesar 61,50 kemudia setelah dilakukan treatment penayangan video dan dilakukan post test hasilnya 88,97 sehingga peningkatan sebesar 27,79. Selanjutnya berdasarkan uji hipotesis menunjukkan nilai sig $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan terdapat peningkatan secara signifikan pada skor hasil kelompok eksperimen atau yang diberi treatment sebuah tayangan video.

Untuk membuktikan media tayangan video tersebut memiliki efek yang signifikan sudah dilakukan sebuah uji Normalize gain (N-gain score). Uji N-gain score digunakan

untuk melihat ketika ada perbedaan yang signifikan antara nilai rata – rata pretest dan posttest yang sebelumnya sudah dilakukan uji paired test dan uji independent sample t test.

Berdasarkan hasil perhitungan uji N-gain score tersebut menunjukkan bahwa nilai rata – rata untuk kelas eksperimen adalah sebesar 79,4091. Nilai rata – rata tersebut jika dilihat dari kategori lebih besar dari 76 yang artinya kategori efektif. Sedangkan hasil nilai rata – rata dari kelompok kontrol 20,0299. Dilihat dari kategori termasuk dibawah 40 yang artinya tidak efektif. Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan metode treatment tayang video efektif untuk menambah pengetahuan para remaja tentang berita hoaks karena pada kelompok eksperimen mendapat tambahan informasi baru melalui media video dibandingkan dengan kelompok kontrol yang tidak diberikan tambahan informasi.

Media video merupakan salah satu cara untuk meningkatkan pengetahuan pada remaja tentang berita hoaks. Media sebagai alat untuk menyalurkan pesan kepada penonton sehingga terdorong dan terlibat dalam proses pembelajaran. Penggunaan media dalam edukasi dapat membantu dalam memberikan pengalaman yang bermakna dan

mampu mempermudah dalam memahami sesuatu lebih mudah. Penggunaan media dapat mempermudah remaja dalam memahami sesuatu yang abstrak menjadi lebih konkrit. Melihat kecenderungan remaja saat ini dalam kepemilikan gadget elektronik seperti handphone, televisi serta personal computer, sehingga media video merupakan salah satu media pembelajaran yang efektif.

Sesuai dengan pendapat Jarome S Bruner bahwa seseorang belajar melalui 3 tahap yaitu enaktif, ikonik, dan simbolik. Tahap enaktif yaitu tahap dimana seseorang belajar dengan memanipulasi benda-benda konkrit. Tahap ikonik yaitu tahap dimana belajar dengan menggunakan gambar atau videotapes. Sementara tahap simbolik yaitu tahap dimana seseorang belajar dengan menggunakan simbol-simbol (Dandang Supriatna, 2009:3).

Hal ini sesuai dengan teori S-O-R (stimulus, organisme, dan respon) yaitu teori ini menjelaskan adanya respon atau reaksi timbal balik dari seseorang individu ketika menerima stimulus dari media. Asumsi dasar dari teori ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya model ini

mengasumsi bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol – simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu.

Penelitian ini membuktikan adanya efek antara media video terhadap meningkatnya pengetahuan remaja tentang berita hoaks. Hal ini terjadi karena adanya proses reaksi timbal balik dari seorang individu menerima stimulus dari media. Dalam hal ini video ciri – ciri berita hoax merupakan stimulus media edukasi untuk menambah wawasan pengetahuan penonton. Karena dalam video tersebut terdapat informasi yang kompleks sehingga mampu memberikan tambahan informasi kepada penonton yaitu remaja. Dengan ditambahkan simbol – simbol seperti grafik dalam video untuk menambah penekanan pemahaman penonton, Semakin banyak masyarakat yang diberikan edukasi tentang hoaks melalui media yang penuh dengan informasi maka semakin banyak yang mengetahui bahaya dari hoaks dan bisa lebih melek dengan berita yang sudah tersebar. Dalam hal ini penggunaan media video yang informatif sehingga mampu menambah pengetahuan remaja.

PENUTUP

Berdasarkan Penelitian yang telah dilakukan dengan serangkaian proses pengumpulan serta pengolahan data, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut :

Kesimpulan

1. Ada perbedaan yang signifikan antara pengetahuan partisipan kelompok eksperimen yang diberikan treatment tayangan video untuk menambahkan informasi dengan kelompok kontrol yang tidak diberikan tayangan video. berdasarkan uji hipotesis menunjukkan nilai sig kelompok eksperimen $0,000 < 0,05$ dan uji N-gain score kelompok eksperimen $79,4091 > 76$ yang artinya efektif. Artinya penambahan informasi untuk meningkatkan pengetahuan berita hoaks menggunakan media video efektif bagi remaja
2. Media video memiliki potensi untuk menambah informasi kepada masyarakat terutama remaja dalam kegiatan edukasi atau kampanye persuasif dalam hal ini edukasi tentang berita hoaks

Saran

1. Bagi pihak pemerintah dan pihak yang terkait perlunya kerja sama dengan media yang sudah ada untuk mengadakan edukasi persuasife kepada remaja tentang kampanye – kampanye untuk menambah pengetahuan mengenai berita hoaks yang saat ini sedang banyak beredar.
2. Bagi masyarakat serta remaja untuk selalu mencari informasi pengetahuan tentang berita hoaks sehingga dalam mengakses berita merkea lebih terbuka dan tidak langsung percaya begitu saja.
3. Disarankan dalam kegiatan kampanye atau promosi untuk melibatkan remaja karena untuk pengetahuan tentang berita hoaks masih sedikit yang paham.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan *E-book*

- Ardianto, Elvinaro. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media Independen (AJI) didukung oleh Yayasan TIFA.
- Azhar Arsyad. 2013. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada. Budiyo.
- Basuki Wibawa dan Farida Mukti. (1991). *Media Pengajaran*. Jakarta: Depdikbud.
- Bungin, Prof. Dr. H.M. Burhan, S.Sos.,M.Si., *Metodologi Penelitian Kuantitatif edisi 2*, Jakarta: Kencana Prenada Grup.
- Cheppy Riyana. 2007. *Pedoman Pengembangan Media Video*. Jakarta: P3AI UPI.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Gay, L.R. (1983). *Educational Research Competencies for Analsis & Application*. 2nd Edition. Ohio: A Bell & Howell Company.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mabruri Anton, KN, 2013. *Manajemen Produksi Program Acara TV Format Acara Non-Drama, News, & Sport*, Jakarta:PT Grasindo.
- Manan, Abdul, dkk. 2014. *Pedoman Perilaku Jurnalis*. Jakarta: Aliansi Jurnalis

Maryono, Y dan B. Patmi Istiana. 2008. *Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Penerbit Yudhistira.

Milhorn, H. Thomas. 2007. *Cybercrime: How to Avoid Becoming a Victim*. USA: Universal Publishers.

Notoatmodjo, S. 2002. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta. Rineka Cipta.

Supriatna, Dandang. 2009. *Pengenalan Media Pembelajaran*. Jakarta : Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sulaiman, Amir Hamzah, *Media Audio Visual untuk Pengajaran, penerangan dan penyuluhan*. Jakarta : PT Gramedia, 1985.

Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Teori*. Yogyakarta : Media Pressindo.

Syaiful Bahri Djamarah dan Aswan Zain. *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta : PT Rineka Cipta, 2002.

Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi : Perspektif, Ragam dan Aplikasi*. Jakarta : Rineka Cipta.

Wirawan. 2012. *Teori – teori Sosial dalam Tiga Paradigma*. Jakarta : Prenadamedia Grup.

Yunus, Syarifudin. 2012. *Jurnalistik Terpaan*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.

Internet :

Detik.com. Beredar Broadcast Catut Polisi Soal Kiai Sasaran PKI dipastikan Hoax

<https://news.detik.com/berita/d-3865232/beredar-broadcast-catut-polisi-soal-kiai-sasaran-pki-dipastikan-hoax>, di akses pada 13 Agustus 2018

Detik.com. Sebar Informasi Hoax di Medsos Pelajar di Sukabumi ditangkap.

<https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-3896238/sebar-informasi-hoax-di-medsos-pelajar-di-sukabumi-ditangkap>, diakses pada tanggal 16 Januari 2019

Idntimes.com. Dewan Pers: Ada 43 Ribu Media Online, Hanya 168 yang Profesional.

<https://news.idntimes.com/indonesia/faiz-nashrillah/dewan-pers-ada-43-ribu-media-online-hanya-168-yang-profesional-1/full>, diakses pada tanggal 13 Agustus 2018.

Infobanknews.com. 60 persen Masyarakat Indonesia Rentan Mempercayai Berita Hoax.

<http://infobanknews.com/60-persen-masyarakat-indonesia-rentan-mempercayai-berita-hoax/>, di akses pada tanggal 20 Desember 2018

Kominfo.go.id. ada 800.000 situs penyebar hoax di Indonesia

https://kominfo.go.id/content/detail/12008/ada-800000-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/0/sorotan_media, di akses pada 13 Agustus 2018

Kompas.com. Remaja Rentan Jadi Penyebar Hoax

<https://lifestyle.kompas.com/read/2017/09/22/161600620/remaja-rentan-jadi-penyebar-berita-hoax>, diakses pada tanggal 16 januari 2019

<https://internetsehat.id/2019/02/hoax-bulan-januari-2019-lebih-banyak-dari-hoax-selama-tahun-2018/>, di akses pada tanggal 28 Mei pukul 20.23 WIB

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180623085115-185-308291/upaya-negara->

[perangi-penyebaran-berita-palsu](#), di akses pada tanggal 29 april 2019 pukul 10.00 WIB

<https://www.suara.com/news/2019/01/19/221405/jabar-punya-tim-saber-hoax-kang-emil-melawan-kejahatan-harus-lebih-cepat>, diakses pada tanggal 29 april 2019 pukul 13.00 WIB

<https://turnbackhoax.id/> diakses pada tanggal 7 Maret 2019 pukul 9.45

<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/muchlis-paeni-film-medium-persuasif-paling-efektif/>, diakses pada tanggal 13 Mei pukul 23.16 WIB

<https://news.detik.com/berita/d-4371993/benarkah-minat-baca-orang-indonesia-serendah-ini>, diakses pada tanggal 14 Mei 2019

<https://internetsehat.id/2019/02/hoax-bulan-januari-2019-lebih-banyak-dari-hoax-selama-tahun-2018/>, di akses pada tanggal 28 April pukul 20.23 WIB