**OPINI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UMS TENTANG *BERITA* HOAX POLITIK DI MEDIA SOSIAL TWITTER**

Maharani Wulan Agustin,

Drs. Bedjo Sukarno, M.Si.,

Drs. Siswanta, M.Si.

**Abstract**

Twitter is able to form a diverse public opinion through the dissemination of information widely and quickly. The background of this issue is twitter as an application that many young people including students still love it until now. Twitter is a photo sharing application, status updates with digital images, and share it using hashtags. Twitter's common usage as a place to upload photos and share opinions to other users. Twitter spreading a lot of political hoax news that ca harm and even divide many parties. Political hoax news is a false preaching or deceitful attempt, outsmarting the reader or listener to believe in something, whereas the false creator of the news knows that the news is false. This research described how the political hoax news through social media of twitter affects the opinion of students of the Faculty of Communication of the Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Located at the Universitas Muhammadiyah Surakarta. This research used the theories from William Albiq said that a number of opinions from the opinions of individuals who obtained through debate and public opinion is the result of interaction between individuals in a public. Technique of collecting data obtained by purposive sampling through interview with information, observation and documentation. The results obtained show that the political hoax news circulating in social media of twitter did not give influenced that could harm or enmity among the students. Students are looking for a reliable source of news. With the news of political hoax circulating nitizens was troubled, but no matter and no favors.

***Keywords:*** *Twitter, News Hoax, Public Opinion*

1. **Pendahuluan**

Media sosial merupakan fitur berbasis *website* yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, *Wikipedia*, forum, dan dunai virtual. *Blog,* jejaring sosial, dan *Wikipedia* adalah suatu bentuk media sosial yang digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis *website* yang menjadikan komunikasi dialog interaktif.

Twitter merupakan aplikasi yang saat ini masih diminati banyak anak muda termasuk mahasiswa. Bahkan saat ini bila anak muda tidak menggunakan twitter akan di anggap tidak “hits” sebutan bagi kaum muda yang rajin menggunakan media sosial atau *update* di media sosial. Popularitas twitter saat ini menyebabkan layanan ini di manfaatkan untuk keperluan dalam aspek, misalnya sebagai tempat memberikan opini, kritikan untuk para anggota dewan hingga pemerintahan, tempat pembelajaran, dan sebagai komunikasi darurat. Sistem sosial di dalam twitter adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau dengan membuka trending topic pengguna twitter sudah mendapatkan info atau informasi yang sedang banyak di bicarakan di dunia.

Dengan mengupdate banyak status dengan *hastag* *(#)* dapat menjadikan penggunanya menjadi popular. Peran masyarakat sangat dibutuhkan bahkan sangat diperlukan untuk menentukan masa depan Bangsa Indonesia. Rakyat harus memiliki kesadaran berpolitik untuk membantu jalannya kebijakan-kebijakan negara, rakyat harus sadar bahwa fenomena politik saat ini dibarengi dengan media sosial harus membuat masyarakat khususnya mahasiswa cerdas dalam menyikapi. Masyarakat memang harus berpartisipasi dalam berpolitik pentingnya kesadaran berpolitik ini untuk masa depan negara Indonesia. Namun, media sosial Twitter banyak menyebarkan berita *hoax* yang mungkin dapat merugikan bahkan memecah belah banyak pihak. Percepatan informasi menjadi dampak yang di gunakan oleh beberapa akun yang di buat untuk menyebarkan berita *hoax*.

Dengan memanfaatkan fasilitas yang ada, akun penyebar *hoax* ini mungkin membuat resah beberapa pengguna media sosial Twitter ini. Berita *hoax* adalah sebuah berita palsu atau sebuah informasi yang di buat untuk kepentingan golongan, mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai berita tersebut. Salah satu contoh pemberitaan palsu yang saat ini beredar di media sosial adalah pemberitaan politik seperti penistaan agama, atau ujaran kebencian yang dilebih-lebihkan. Contohnya adalah kasus Ahok dan Buni Yani di Pilkada Jakarta 2017 yang memunculkan video Ahok yang di anggap menistakan agama Islam dengan Surat Al Maidah, padahal video Ahok tersebut sudah di edit oleh Buni Yani. Hal inilah yang mungkin akan menimbulkan opini di kalangan mahasiswa sebagai pengguna twitter. Sehingga hal ini menimbulkan rasa penasaran bagi penulis untuk meneliti.

**B. Metode Penelitian**

Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif serta desain penelitian *analisis deskriptif*, penelitian ini dimaksudkan untuk untuk memahami opini mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS tentang berita *hoax* politik di media sosial twitter.

Subjek penelitian yang dijadikan unit analisis adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi yang berlokasi di Jalan A. Yani, Pabelan, Kartasura, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57162. Analisis data dilakukan terutama terhadap data primer tanpa mengesampingkan data sekunder. Data primer digali dari informan terpilih dengan teknik *purposive sampling.* Sumber data primer yaitu informan terpilih berasal dari mahasiswa pengguna aktif twitter. Sedangkan data sekunder berupa data pendukung lain berupa arsip tertulis yang dirasakan kredibel.

Secara keseluruhan proses pengumpulan data penelitian dilakukan melalui 3 tahap yaitu observasi langsung di Fakultas Komunikasi UMS, wawancara mendalam dengan mahasiswa. Untuk kelengkapan data dan untuk menjamin validitas dara sehingga proses pengumpulan data mencapai titik redudansi maka peneliti juga mengoptimalkan data sekunder berupa arsip dokumen tertulis lainnya.

Kegiatan analisis ini diawali dengan melakukan beberapa tahap, seperti (1) hasil observasi dan wawancara; (2) pemilihan hasil observasi dan wawancara; dan (3) menemukan elemen-elemen kontras. Sedangkan validitas data penelitian ini, telah diuji menggunakan teknik triangulasi sumber data.

**C. Hasil dan Pembahasan**

Sejalan dengan masalah yang peneliti kaji yaitu mengenai opini mahasiswa ilmu komunikasi UMS tentang berita *hoax* politik di media sosial twitter maka penelitian dan pembahasan dapat dirumuskan sebagai berikut:

Media sosial merupakan media *online* dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi blog, *social network* atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Dengan kata lain media sosial menjadi wadah bagi siapa saja yang mengaksesnya melalui jaringan internet, untuk melakukan sosialisasi, saling bertukar pesan, berdiskusi dan masih banyak aktifitas lainnya.

Jejaring sosial twitter banyak di gunakan untuk bertukar pesan, sekedar saling bertegur sapa, berkomunikasi dengan teman lama atau bahkan melakukan percakapan tatap muka dengan orang baru. Penggunaannya yang praktis dan tidak ribet menjadi jejaring sosial memiliki banyak peminat dan pengguna. Namun dengan banyaknya peminat dan pengguna tersebut banyak akun-akun penyebar berita hoax yang tidak diketahui siapa pelakunya atau dengan akun palsu yang tidak bisa dimintai pertanggungjawaban serta bersifat provokatif. Dimana hal tersebut memunculkan pendapat rata-rata kelompok tertentu yang terdiri dari berbagai macam pikiran, kepercayaan, paham, anggapan, prasangka dan bersifat berubah-ubah. Hal tersebut jika dinilai dari sudut pandang negatif dapat berdampak pada perpecahan atau perseteruan bagi pengguna media sosial. Kerap sekali di temukan berita yang mencatut nama tokoh/seseorang beserta sisi negatifnya. Hal tersebut mampu membuat orang terpengaruh. Namun, bagi akun @renaldawillyadrian berpendapat bahwa tidak membuatnya terpengaruh. Dan seandainya ada orang yang terpengaruh seharusnya bisa mencari tahu kebenarannya terlebih dahulu. Ia beranggapan kasihan bagi seorang tokoh yang di beritakan salah namun padahal benar, atau bahkan sebaliknya itu bisa membunuh karakter seseorang, atau mencoreng nama baik orang tersebut. Maka dari itu jika bermain media sosial menurutnya harus cerdas. Atau jika ada hal-hal yang kurang baik tidak usah ikut-ikutan, dan tidak usah dihiraukan. (wawancara, 7 Juli 2017).

Bisa juga bersikap toleransi seperti pendapat Lita Karina pemilik akun twitter @LitaKarina. Lita mengatakan bahwa ia tidak mudah terpengaruh dengan berita-berita yang beredar di media sosial. Berita yang beredar di twitter itu harus di pastikan dulu kebenarannya, dan sumbernya. Berita yang kerap mencatut nama seorang tokoh biasanya bisa menjadi trend topic di bicarakan banyak orang. Di trend topic itulah bisa di cari sumber yang dapat di percaya untuk mengkonfirmasi kebenarannya. Jika tidak ada sumber berita yang dapat di percaya lebih baik tidak perlu di pedulikan. Cukup membaca untuk sekedar tahu apa yang sedang ramai di bicarakan banyak orang. (wawancara, 7 Juli 2017) Ada juga yang merasa kesal dengan berita yang kerap mencatut/ membawa nama tokoh seseorang dengan tidak benar, yaitu Chandra Ayu. Pemilik akun twitter @chandraayu1 merasa kesal, gemas, bahkan geregetan dengan berita yang membawa nama-nama tokoh apalagi sudah menyangkut kinerja orang tersebut. Fans dari anak presiden ini sempat kesal dengan pemberitaan Kaesang atas video blog atau vlognya yang menyebar di youtube hanya karena mengatakan “NDESO”. Baginya itu adalah kata yang sepele, lelucon orang jawa saja, tapi bisa di laporkan. Orang yang telah melaporkan Kaesang itu bagi Chandra adalah orang yang cari tenar saja, agar terkenal. Pada kenyataannya ia menemukan berita Kaesang di laporkan tersebut menjadi trend topic di twitter dengan banyak tweet yang ia temui bahwa Kaesang tidak bersalah hanya karena berbicara ‘ndeso’. Namun berita tersebut di temukan Chandra di trend topic twitter dengan sumber yang pasti yaitu akun twitter akun @detikcom. Baginya selama berita tersebut tidak menebar kebencian, tidak masalah, jika sudah mencatut nama seseorang dan menebarkan kebencian sebaiknya di blokir saja agar tidak menganggu. (wawancara, 7 Juli 2017)

Saat ini banyak sekali berita yang beredar di twitter dimana berita tersebut menggunakan ideologi/agama untuk meyakinkan orang lain, hal tersebut bisa saja mempengaruhi pengguna twitter. Pemilik akun @renaldawillyadrian mengatakan bahwa ia bersifat netral terhadap berita-berita tersebut. Ia juga memberikan opininya di sana dengan menggunakan mention jika menemukan followingnya bertindak kurang baik atau menyebarkan berita yang berbau SARA. Sebab itu dapat menimbulkan perselisihan. Berita yang tersebar di twitter itu harus di pastikan terlebih dahulu kebenarannya. Melalui trend topic dapat kita cari tahu kebenarannya. Jika memang berita tersebut dapat di pertanggung jawabkan atau ada sumber berita yang memberi konfirmasi atas kebenarannya biasa renalda menggunakan retweet agar itu bisa masuk di timelinenya, dengan maksud agar followernya dapat membaca kebenaran beritanya melalui timelinenya. Sedangkan menurut @LittaKarina ia tidak terlalu peduli dengan berita tentang ideologi atau agama, baginya semua tergantung dengan diri masing-masing pihak. Apabila ia menemukan berita tersebut, dan berita tersebut tidak memberikan pengaruh apapun baginya maka ia tidak menggubrisnya. Sebagai mahasiswa harus mampu membedakan mana yang salah dan mana yang benar. Ia juga memberikan himbauan kepada teman-teman dan followernya agar tidak melalukan tindakan rasis di media sosial. Ia lakukan itu dengan membuat tweet yang bisa di baca oleh followersnya. Segala sesuatu hal bagi Lita kembali kepada kepercayaan pribadi masing-masing.

Lebih lanjut komunikasi melalui media sosial telah memungkinkan warga dapat menciptakan solidaritas sosial (Hamidiati dkk, 2015: 15). Secara praktisnya media sosial lebih memudahkan para penggunanya untuk berinteraksi, saling silang informasi, bertukar pendapat, ide dan membahas sebuah isu lebih cepat di banding media konvensional yang membutuhkan waktu lebih lama. Solidaritas sosial yang terbentuk itulah yang pada akhirnya mampu mengubah sesuatu yang remeh menjadi layak untuk di bahas dan di perbincangkan.

Jejaring sosial twitter banyak di gunakan untuk bertukar pesan, sekedar saling bertegur sapa, berkomunikasi dengan teman lama atau bahkan melakukan percakapan tatap muka dengan orang baru. Penggunaannya yang praktis dan tidak ribet menjadi jejaring sosial memiliki banyak peminat dan pengguna. Namun dengan banyaknya peminat dan pengguna tersebut banyak akun-akun penyebar berita hoax yang tidak diketahui siapa pelakunya atau dengan akun palsu yang tidak bisa dimintai pertanggungjawaban serta bersifat provokatif. Dimana hal tersebut memunculkan pendapat rata-rata kelompok tertentu yang terdiri dari berbagai macam pikiran, kepercayaan, paham, anggapan, prasangka dan bersifat berubah-ubah. Hal tersebut jika dinilai dari sudut pandang negatif dapat berdampak pada perpecahan atau perseteruan bagi pengguna media sosial. Kerap sekali di temukan berita yang mencatut nama tokoh/seseorang beserta sisi negatifnya. Hal tersebut mampu membuat orang terpengaruh.

Media sosial menjadi fenomena yang keberadaannya tidak bisa di pisahkan dari manusia saat ini. Bahkan telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat modern. Opini publik bukanlah sesuatu hal yang sederhana. Dengan sendirinya pembentukkan opini publik dibentuk oleh publik yang selektif, karena itu untuk setiap masalah selalu ada publiknya sendiri-sendiri. Karena opini sendiri mempunyai kaitan yang erat dengan pendirian *(attitude)*. Suatu sikap atau attitude; kata Cutlip dan Center, adalah kecenderungan untuk memberikan respon terhadap suatu masalah situasi tertentu (Satropoetro, 1990:40)

Dengan media sosial setiap orang dapat memberikan opininya. Media sosial sebagai bagian dari inovasi teknologi informasi, memberikan ruang bagi seseorang untuk menyuarakan pikirannya yang sebelumnya mungkin tidak pernah bisa terdengar. Perkembangan media sosial sendiri bergerak sangat cepat. Media sosial bahkan turut berperan dalam mendorong perubahan politik sebuah negara. Fenomena *the Arab Spring* yang meledak beberapa tahun lalu menjadi bukti bagaimana media sosial mampu membawa perubahan politik. Media sosial mampu menghadirkan suara-suara individu yang sebelumnya tidak pernah bisa terdengar melalui pemberitaan media-media. Di Indonesia, kehadiran media sosial juga memberikan pengaruh terhadap perubahan politik, sosial, budaya dan ekonomi di Indonesia. Media sosial menggeser dan menembus batas dari pola relasi interaksi hirarkis menjadi egaliter, baik di ruang politik maupun budaya.

Pengguna media sosial twitter yang memberikan dan menuliskan pendapat (opini) mereka melalui status di twitter atau *tweet*. Contoh berita *hoax* yang menggunakan ideologi/agama untuk berusaha meyakinkan adalah kasus Ahok di Pilkada Jakarta. Dimana saat itu beredar berita bahwa Ahok menistakan agama Islam dengan Surat Al Maidah melalui video, padahal video tersebut sudah di edit oleh Buni Yani. Video tersebut juga beredar untuk menjatuhkan Ahok di Pilkada Jakarta. Kenyataannya bahwa pada dasarnya twitter memiliki atau menampilkan banyak opini para penggunanya *(user)*, sebab berita tersebut menjadi viral dan trend topic selama berhari hari di twitter. Opini yang berkembang saat itu adalah Ahok bersalah sebab telah menistakan agama Islam. Videonya pun viral di YouTube. Di YouTube bisa di lihat berbagai versi videonya. Pada dasarnya baik twitter maupun Youtube sama-sama memegang prinsip media sosial. Media sosial Twitter menciptakan sebuah ruang publik *(public sphere)* baru. Di sana masyarakat memberikan opini, aspirasi, ide serta mengidentifikasi masalah-masalah sosial yang kesemuanya berlangsung di dalam ruang virtual atau dunia maya media sosial. Tingkat kepercayaan seseorang kepada seorang bergantung pada segala pembicaraan yang keluar dari mulutnya. Perlu di ketahui bahwa tingkat kredibilitas suatu pesan atau informasi cenderung akan meningkat jika disampaikan oleh komunikator yang ahli, dapat dipercaya, dan menarik. Kredibilitas sering dikaitkan dengan sesuatu yang menyangkut nama baik, reputasi, kehormatan dan keberadaan sebuah lembaga atau seorang sosok yang menonjol di antara komunitasnya, dimana hal tersebut akan di padang sebagai sebuah nilai jual yang memiliki nilai positif dan selalu menjadi nilai lebih bagi pemiliknya. Hal inilah yang membuat pemberitaan tentang video Ahok langsung menyebar luas di kalangan netizen.

Kebenaran suatu informasi dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan payung hukum yang berlaku di Indonesia. Berita tentang isu SARA tersebut bisa saja benar, bisa saja salah tergantung bagaimana setiap orang menanggapinya. Setiap berita kadang menimbulkan pemahaman yang berbeda-beda bagi setiap orang yang menonton, mendengar ataupun membacanya. Jadi mungkin saja ada berita *hoax* yang mencoba menguji pemerintahan Indonesia, atau merusak persatuan dan kesatuan bangsa yang berdasarkan Pancasila.

Berpendapat di media sosial merupakan hak setiap orang dan merupakan ciri demokrasi. Semua orang, baik dari kalangan intelek, tidak berpendidikan, tua, muda, lelaki, perempuan dan sebagainya memiliki kebebasan berpendapat yang sama dan punya porsi yang tidak ditentukan. Namun kebebasan berpendapat sebaiknya dilandasi nilai dan norma, etika, musyawarah, toleransi, persatuan dan kesatuan dan kedamaian agar pendapat yang berbeda tidak memicu konflik baik konflik pribadi maupun masyarakat.

Opini merupakan jawaban terbuka terhadap suatu persoalan atau isu ataupun jawaban yang dinyatakan berdasarkan kata-kata yang diajukan secara tertulis ataupun lisan. Opini disini adalah sebuah pendapat yang dituliskan oleh pengguna twitter yang merupakan jawaban terbuka terhadap suatu persoalan atau isu. Opini di anggap sebagai jawaban lisan pada individu yang memberikan respon (tanggapan) kepada stimulus. Peneliti menemukan, jika tendensi pada akhirnya mampu menggerakan atau mengarahkan pengguna twitter untuk menyampaikan opininya dan menuliskan apa yang dirasakan atau dipikirkan mengenai keberpihakan mereka terhadap obyek (isu) pada tahap persepsi. Dengan permintaan menyebarkan berita yang sumbernya tidak jelas maka pengguna twitter tentu akan berpihak pada isu mana yang sedang banyak di bicarakan, terkadang tanpa memperdulikan kebenaran atas isu tersebut. Hal inilah yang mampu memecah banyak pihak. Menentukan opini publik bukan mencari tweet sebanyak-banyaknya mengenai berita hoax, namun peneliti juga menganalisis dan menyeleksi ntizen khsusu pengguna twitter yang merupakan opini mayoritas namun efektif untuk analisis. Apabila efektif mayoritas tidak tercapai atau ditemukan, maka penentuan opini publiknya akan sulit dan membingungkan.

**D. Penutup**

Berdasarkan penelitian yang sudah didapat di lapangan, maka dapat disimpulkan bahwa dalam pembentukan opini publik tentang berita *hoax* yang beredar di media sosial twitter mahasiswa lebih banyak yang tidak terpengaruh. Sebagai mahasiswa mereka mencari tahu kebenaran dari berita yang tersebar di media sosial twitter dengan sumber yang pasti. Ada juga yang merasa kesal, namun tidak ambil pusing dengan hal tersebut. Segala sesuatunya kembali kepada diri masing-masing pihak. Di telaah terlebih dahulu berita-berita yang beredar tersebut. Berita *hoax* yang bersifat provokatif sering kali muncul dalam pemberitaan politik untuk menjatuhkan seorang tokoh. Berita *hoax* yang bersifat provokatif hanya menguntungkan sebelah pihak. Netizen lebih percaya pada informasi media sosial yang kredibel. Menangani berita *hoax*, netizen merasa terganggu. Tetapi tidak peduli dan tidak berpihak.

# **DAFTAR PUSTAKA**

Rulli Nasrullah. ***Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)***:,PT Remaja Rosdakarya Bandung, 2006).

H.B Sutopo. 2002. ***Metodologi Penelitian Kualitatif***. Surakarta: UNS Press

Jumroni, Suhaimi, 2006, **Metode-metode Penelitian Komunikasi**: Ciputat, UIN Press.

Nova, Firsan, **PRWAR**: 213, Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014, Jakarta.

Nurudin, **Pengantar Komunikasi Massa**, PT. Raja. Grafindo Persada, Jakarta, 2014.

Sastropoetro, Santoso. 1990. **Komunikasi Sosial**. Bandung: Remaja Karya.

Severin, Werner J. & James W. Tankard, Jr., **Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa**, Kencana Perdana Media Group, Jakarta, 2008.

Sugiono. (2015). **Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R& D)** Bandung: Alfabeta.

Onong Uchijana, **Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek** (Bandung. PT. Remaja, Rosdakarya, 2003).

Olii, Helena. 2007. **Opini Publik**. Jakarta: PT. Indeks.

**Skripsi dan Jurnal:**

Astrianasari. 2010. Penggunaan Twitter Sebagai Fungsi Komunikasi Massa. Prosding.lppm.unisba.ac.id

**Internet:**

<http://wearesocial.sg>

<http://setkab.go.id/media-sosial-hoax-dan-runtuhnya-trust/>)

<http://www.indopress.id>

www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-kredibilitas-dan-contohnya/)