

**PEMAKNAAN SANTRI TARBIYATUL MU'ALLIMIEN AL-
ISLAMIYAH AL-AMIEN PRENDUAN SEBAGAI PENGGUNA MEDIA
SOSIAL PASIF TERHADAP INFORMASI BERITA PALSU (HOAKS) DI
MEDIA SOSIAL**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Disusun Oleh :

Ihda Nurul Sholehah

NIM 14210079

Pembimbing :

Saptoni, S.Ag., M.A.

NIP 19730221 199903 1 002

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2019



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-403/Un.02/DD/PP.00.9/05/2019

Tugas Akhir dengan judul : PEMAKNAAN SANTRI TARBIYATUL MU'ALLIMIEN AL - ISLAMIYAH
AL- AMIEN PRENDUAN SEBAGAI PENGGUNA MEDIA SOSIAL PASIF
TERHADAP INFORMASI BERITA PALSU (HOAKS) DI MEDIA SOSIAL

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IHDA NURUL SHOLEHAH
Nomor Induk Mahasiswa : 14210079
Telah diujikan pada : Senin, 06 Mei 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Saptoni, S.Ag., M.A
NIP. 19730221 199903 1 002

Penguji I

Drs. Abdul Rozak, M.Pd
NIP. 19671006 199403 1 003

Penguji II

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
NIP. 19640923 199203 2 001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 06 Mei 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

DEKAN



Hj. Nurfannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
Email : fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

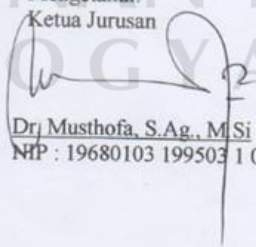
Nama : Ihda Nurul Sholehah
NIM : 14210079
Judul Skripsi : PEMAKNAAAN SANTRI TARBIYATUL MU'ALLIMIEN
AL-ISLAMIYAH AL-AMIEN PRENDUAN SEBAGAI
PENGUNA MEDIA SOSIAL PASIF TERHADAP
INFORMASI BERITA PALSU (HOAKS) DI MEDIA
SOSIAL

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Ilmu Sosial.

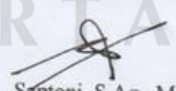
Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.w

Mengetahui:
Ketua Jurusan


Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si
NIP : 19680103 199503 1 001

Yogyakarta, 22 April 2019
Pembimbing Skripsi


Saptoni, S.Ag., M.A.
NIP 19730221 199903 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ihda Nurul Sholehah
NIM : 14210079
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **"PEMAKNAAN SANTRI TARBIYATUL MU'ALLIMIEN AL-ISLAMIAH AL-AMIEN PRENDUAN SEBAGAI PENGGUNA MEDIA SOSIAL PASIF TERHADAP INFORMASI BERITA PALSU (HOAKS) DI MEDIA SOSIAL"** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 24 April 2019

Yang menyatakan,


Ihda Nurul Sholehah
NIM : 14210079

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ihda Nurul Sholehah
NIM : 14210079
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka saya tidak akan menyangkutkan kepada pihak fakultas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 24 April 2019

Yang menyatakan,



Ihda Nurul Sholehah
Ihda Nurul Sholehah
NIM : 14210079

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah, dengan syukur saya persembahkan skripsi ini untuk diri saya sendiri, Ihda Nurul Sholehah, sebagai pengingat bahwa tidak ada kata cukup untuk belajar. Jangan dulu puas, banyak yang perlu diperbaiki dan dipelajari.

Welldone Ihda, kamu sudah menyelesaikannya.



MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.” (Q.S. al- Hujarat/ 49: 6)

“Sebuah berita tidak berarti benar hanya karena banyak orang meyakinkinya”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Alhamdulillah, segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan karunia. Shalawat serta salam untuk Nabi Agung Muhammad SAW, keluarga beliau, para sahabat serta ummat-nya. Dengan kerjakeras dan atas ridho-Nya, skripsi yang berjudul “Pemaknaan Santri Tarbiyatul Mu'allimien Al-Islamiah Al-Amien Prenduan Sebagai Pengguna Media Sosial Pasif Terhadap Informasi Berita Palsu (*Hoaks*) Di Media Sosial” telah selesai ditulis.

Peneliti menyadari bahwa dalam menyelesaikan penelitian dan mengerjakan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan motivasi dari banyak pihak, untuk itu dengan segala kerendahan hati peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Yudian Wahyudi, M.A, Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Dr. Nurjannah, M.Si.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
4. Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Saptoni, S.Ag., M.A.
5. Seluruh staf pengajar di jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Tarbiyatul Mu'allimien Al-Islamiah (TMI) Al-Amien Prenduan, segenap dewan pengasuh, *mudir* dan *asatid asatidzah*.
7. Untuk keluarga tercinta, Ayah Sahriyono dan Mama Supiyani, terimakasih untuk doa, cinta kasih, semangat dan dukungan baik materil dan non materil yang selalu tercurah untuk peneliti. Adik Muhammad Robith Mukafi, Nurul Atika, mbak Ririn dan aa Taufan Febriyanto yang selalu memeberi dukungan serta semangat, terima kasih sudah menjadi teman *sharing* dan berdiskusi.

8. Keluarga Besar IKBAL korda Yogyakarta, khususnya angkatan 2013, Pak Korda Ainul, Bu Korda Intan, Pak Pres Taufan, Fatah, Lukem, Diki, Firman, Adit, Fauzi, Fahmi, Ulek Dewi, Rahma, Mbak Mahtum, Fitria, dan Bang Irul. Kalian adalah keluarga dan tempat pulang di Yogyakarta.
9. Teman Teman dalam group ‘Munyuk’, Iin, Ulfa dan Yuhanid. Untuk Afina dan Nabillah. Terimakasih untuk tawa tanpa sandiwara.
10. Teman Teman seperjuangan dari zaman mahasiswa baru hingga saat ini Rindang, Ichak, Fitri, Fatul, Zulfa, Ilya, Terimakasih telah menemani dan mewarnai hari hari peneliti.
11. Teman-teman seperjuangan KPI angkatan 2014, kalian luar biasa.
12. LPM Rhetor, rumah segala keresahan.
13. Teman-teman KKN Kembang Turi Sleman.
14. Keluarga Yourtravelmate, Travellove dan Pojour.
15. Keluarga Gerakan Perpustakaan Anak Nusantara (GPAN) Yogyakarta
16. Keluarga Restoe Boemi “Guardian Of The Galaxy”
17. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini. Terimakasih atas kerjasama dan dukungan, baik materil maupun non materil selama ini.

Semoga Allah SWT membalas dengan kebaikan yang berlipat ganda. Penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan. Besar harapan peneliti agar skripsi ini bisa bermanfaat, baik bagi peneliti maupun pembaca. Semoga Allah senantiasa meridhoi langkah kita semua. *Aamiin ya rabbal'amin.*

Yogyakarta, 22 Mei 2019

Peneliti

Ihda Nurul Sholehah

NIM. 14210079

ABSTRAK

Ihda Nurul Sholehah, (14210079), Pemaknaan Santri Tarbiyatul Mu'allimien Al-Islamiyah Al-Amien Prenduan Sebagai Pengguna Media Sosial Pasif Terhadap Berita Palsu (hoaks) di Media Sosial, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Media sosial merupakan salah satu platform terbesar dalam menyebarkan berita palsu atau hoaks. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi banyaknya berita hoaks yang tersebar di media sosial diantaranya, *pertama*; ketidak tahuan menggunakan media sosial dengan bijaksana, *kedua*; euforia penggunaan internet dan media sosial bagi masyarakat, *ketiga*; adanya keinginan sebagian besar pengguna media sosial untuk cepat membagikan informasi yang diterima, dan *keempat*; adalah keadaan masyarakat yang dinilai belum terbiasan berpendapat dan berdemokrasi secara sehat. pengguna media sosial bisa dibedakan menjadi pengguna aktif dan pengguna pasif berdasarkan bagaimana pengguna menggunakan berbagai fungsi dalam media sosial. Penelitian ini melihat bagaimana pemaknaan santri sebagai pengguna media sosial pasif terhadap berita palsu atau hoaks di media sosial.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan wawancara dan *focus group discussion (FGD)* sebagai metode pengumpulan data dan analisis resepsi (*recetion analysis*) sebagai metode analisis. Konsep utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah *encoding decoding* Stuart Hall namun terfokus pada *decoding* pesan yaitu bagaimana khalayak memaknai dan menafsirkan pesan.

Hasil penelitian terhadap enam informan menunjukkan bahwa setiap pembaca memiliki pemaknaan yang berbeda terhadap berita palsu atau berita hoaks sesuai dengan kerangka pengetahuan, pemikiran dan pengalaman dari masing-masing informan. Dua informan berada pada posisi negosiasi (*negotiated position*) dan empat informan berada pada posisi oposisi (*oppositional position*). Perbedaan pemaknaan yang terjadi dipengaruhi oleh faktor sosiologis dan media *habit* dari masing masing informan.

Kata Kunci: Pemaknaan, Decoding, Berita Hoaks, Pengguna Media Sosial Pasif.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HLAMAN MOTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
D. Kajian Pustaka.....	7
E. Kerangka Teori.....	11
F. Metode Penelitian.....	15
G. Sistematika Pembahasan	22

BAB II : TARBIYATUL MU'ALLIMIEN A-ISLAMİYAH (TMI) AL-AMIEN PRENDUAN, MEDIA SOSIAL DAN BERITA HOAKS

A. Profil Singkat Tarbiyatul Mu'allimien A-Islamiyah (TMI) Al-Amien Prenduan.....	24
B. Program Pendidikan dan Kegiatan Santri	27
C. Santri TMI Al-Amien Prenduan, Akses Internet dan Media Sosial.....	30
D. Berita Hoaks dan Gambaran santri Terkait Berita Hoaks.....	33

**BAB III : PEMAKNAN SANTRI TARBIYATUL MU'ALLIMIEN
AL-ISLAMIYAH (TMI) AL- AMIEN PRENDUAN SEBAGAI
PENGUNA MEDIA SOSIAL PASIF TERHADAP BERITA
PALSU (HOAKS) DI MEDIA SOSIAL**

A. Dekoding Pesan.....	43
Resepsi Informan Terhadap Berita Hoaks	59
B. Analisis Posisi Informan Terhadap Informasi Berita Palsu (Hoaks) di Media Sosial.....	64

BAB IV : PENUTUP

A. Kesimpulan	68
B. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA	72
-----------------------------	-----------

Curriculum Vitae

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Data yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2016 menyebutkan pengguna internet Indonesia diperkirakan mencapai 132,7 juta pengguna atau sekitar 51 persen dari populasi 256,2 juta jiwa.¹ Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebutkan data yang sama bahwa internet di Indonesia sudah menjangkau 51 persen dari jumlah penduduk dan berada di urutan ke-4 di dunia dan akses terbesar internet adalah untuk media sosial.²

Terkait konten internet yang dikonsumsi oleh pengguna, media sosial menjadi urutan pertama sebagai konten terbanyak dikonsumsi pengguna yakni 127,9 juta atau 96,4 persen, kemudian 128,4 juta atau 96,8 persen untuk hiburan, 127,9 juta atau 96,4 persen untuk berita, kemudian sisanya konten internet digunakan untuk pendidikan yakni sebanyak 124 juta pengguna, komersial 123,5 juta pengguna dan layanan publik sebanyak 121,5 juta pengguna.³ Media sosial yang banyak diakses diantaranya Facebook, Instagram dan Youtube. Data APJII tahun 2017 menunjukkan pengguna Facebook di Indonesia mencapai 115 juta atau 44 persen total

¹ Tim APJII, "Saatnya Jadi Pokok Perhatian Pemerintah dan Industri", *Buletin APJII*, vol. 5 (2016).

² Ayu Yuliani, "Penggunaan Internet tidak Sehat Masih Jadi Masalah", *Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia* (12 Juni 2017), https://kominfo.go.id/content/detail/11794/penggunaan-internet-tidak-sehat-masih-jadi-masalah/0/sorotan_media, diakses pada 19 Desember 2017.

³ Ibid; Hal 1

penduduk Indonesia, sedangkan pengguna instagram di Indonesia mencapai 45 juta orang.⁴

Banyaknya pengguna juga kemudahan dalam mengakses internet khususnya media sosial membuat informasi dapat dengan cepat menyebar dari satu pengguna ke pengguna lain, termasuk informasi berita palsu (hoaks). Maraknya berita hoaks yang tersebar melalui media sosial menjadikan media sosial menjadi salah satu platform terbesar dalam menyebarkan berita Hoaks.⁵

Pertumbuhan pengguna internet terutama pengguna media sosial tidak diikuti dengan pengetahuan dan kesadaran bermedia sosial yang bijak, sehingga masih banyak kasus yang terjadi dikarenakan penyebaran berita hoaks.⁶ Kasus-kasus yang terjadi akibat berita hoaks diantaranya seperti *broadcast* berita tidak valid atau opini publik yang sengaja digiring untuk tujuan tertentu, penggunaan nama tokoh untuk mengambil simpati masyarakat hingga keresahan yang sengaja dibuat dengan menyebarkan berita bohong.⁷

⁴ Nur Islami, "Media Sosial Masih Jadi Sarana Penyebaran Berita Palsu dan Isu SARA", *Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia* (29 Agustus 2017), https://kominfo.go.id/content/detail/10481/media-sosial-masih-jadi-sarana-penyebaran-berita-palsu-dan-isu-sara/0/sorotan_media, diakses pada 19 Desember 2017.

⁵ "Media Sosial Jadi Ladang Subur Penyebaran Hoax", *Tempo.co* (13 Februari 2017), <https://nasional.tempo.co/read/1041101/rudiantara-ciri-hoax-ada-ayo-viralkan-dan-dari-kamar-sebelah>, diakses pada 30 Oktober 2017.

⁶ Putu Merta Surya Putra, "Jurus Kemkominfo Cegah Pengguna Media Sosial Sebarkan Hoax", *liputan6.com* (13 Oktober 2017), <http://news.liputan6.com/read/3127342/jurus-kemkominfo-cegah-pengguna-media-sosial-sebarkan-hoax>, diakses pada 12 Desember 2017.

⁷ Abner dkk, "Penyalahgunaan Informasi/ Berita Hoaks di Media Sosial", *Binus University Master Internation Tecnology*, <https://mti.binus.ac.id/2017/07/03/penyalahgunaan-informasiberita-hoaks-di-media-sosial/>, diakses pada 12 Desember 2018.

Masyarakat sebagai konsumen informasi masih belum bisa membedakan informasi yang benar dan informasi yang palsu atau hoaks. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya, *pertama*; ketidaktahuan menggunakan media sosial dengan bijaksana, *kedua*; euforia penggunaan internet dan media sosial bagi masyarakat, *ketiga*; adanya keinginan sebagian besar pengguna media sosial untuk cepat membagikan informasi yang diterima, dan *keempat*; adalah keadaan masyarakat yang dinilai belum terbiasan berpendapat dan berdemokrasi secara sehat.⁸

Salah satu yang dapat menyebabkan seseorang cenderung mudah percaya pada hoaks adalah jika informasi sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki.⁹ Para Pembaca cenderung tidak akan mempedulikan apakah informasi yang diterimanya benar atau tidak, pembaca juga cenderung untuk menyebarkan kembali informasi tersebut. Hal ini diperparah jika pembaca yang menyebarkan berita hoaks memiliki pengetahuan yang kurang dalam memanfaatkan internet guna mencari informasi lebih dalam atau sekadar untuk cek dan *receck* fakta.

Realitas tersebut menjadikan satu asumsi peneliti bahwa interaksi dengan media sosial membuat seseorang memiliki pemaknaan tersendiri terhadap berita hoaks. Peneliti mengasumsikan aktif mengakses media sosial menjadi salah satu faktor latar belakang seseorang dalam

⁸ Vibrizal Juliswara, "Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoaks) di Media Sosial", *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, vol. 4 (2017), diakses pada 12 Desember 2017.

⁹ Abner dkk, "Penyalahgunaan Informasi/ Berita Hoaks di Media Sosial".

memaknai berita hoaks. Penelitian terkait berita hoaks yang peneliti temui terbatas pada pengguna media sosial aktif, sedangkan pengguna media sosial terdiri dari pengguna media sosial aktif dan pengguna media sosial pasif.

Askalani dalam “*Identifying Understanding and Influencing Sosial Media Users*” menjelaskan bahwa pengguna media sosial bisa dibedakan menjadi pengguna aktif dan pengguna pasif berdasarkan bagaimana pengguna menggunakan berbagai fungsi dalam media sosial, seperti misalnya: melihat gambar, berbagi pemikiran atau pengalaman, meng-klik *link* atau simbol tertentu sebagai bentuk *feedback*, atau sekedar menjelajahi konten halaman media sosial tertentu. Pengguna media sosial aktif adalah mereka yang terlibat dalam interaksi *online* dengan pengguna lain melalui berbagai fitur media sosial yang ada. Pengguna media sosial pasif adalah pengguna yang kurang terlibat dalam interaksi online meskipun memiliki akun media sosial. Pengguna aktif juga mengakses media sosial lebih sering dari pengguna pasif.¹⁰

Salah satu dari mereka yang merupakan pengguna media sosial pasif adalah para santriwati yang dalam keseharian dibatasi untuk berinteraksi dengan media sosial. Santriwati tidak diperkenankan melakukan interaksi melalui media sosial, dengan begitu dapat diasumsikan bahwa santriwati tidak sering bersinggungan atau dihadapkan dengan berita hoaks yang tersebar di media sosial. Jika media sosial

¹⁰ Melisa Setyawan, *Hubungan Antara Durasi Peengguna Media Sosial dengan Kestabilan Emosi Pada Pengguna Media Sosial Usia Dewasa Awal* (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2016), diakses pada 4 April 2018. hlm, 32

menjadi salah satu platform yang paling banyak menyebarkan berita hoaks, maka bagaimana jika pengguna media sosial pasif (santriwati) yang tidak berinteraksi dengan media sosial memaknai berita *hoak*. Apakah frekuensi mengakses media dan keaktifan dalam bermedia sosial mempengaruhi pemaknaan terhadap berita hoaks.

Data terakhir tahun 2016 menunjukkan di Indonesia lembaga pesantren berjumlah 28.961 lembaga dengan santri sebanyak 4.028.660 jiwa.¹¹ Jumlah tersebut bukanlah jumlah yang sedikit, mengingat hingga saat ini pesantren masih menjadi bagian dari dunia pendidikan di Indonesia maka jumlah yang sedemikian banyak tersebut juga memiliki peran penting dalam membangun kesadaran dan kecerdasan masyarakat, tidak terkecuali kemampuan membaca dan menganalisis informasi yang didapat.

Tarbiyatul Mua'allimien Al-Islamiah (TMI) Al-Amien Prenduan adalah salah satu pondok pesantren berbasis semi modern dengan sistem pengelolaan pondok pesantren yang disetarakan (muaddalah).¹² TMI Al-Amien Prenduan memiliki kebijakan independen dalam menerapkan kurikulum pendidikan, bukan di bawah naungan Kementerian Pendidikan maupun Kementerian Agama. Kurikulum yang dipakai adalah kurikulum hidup dan kehidupan di mana segala aktifitas selama 24 jam diatur dan

¹¹ Suwendi, "Penguatan Peran Pesantren", *NU Online* (13 Maret 2017), <http://www.nu.or.id/post/read/76057/penguatan-peran-pesantren>, diakses pada 1 Januari 2018.

¹² "Tarbiyatul Mu'allimien Al-Islamiah (TMI)", *Pondok Pesantren Al-Amien Prenduan*, diakses pada 22 November 2017.

merupakan bagian dari proses pendidikan.¹³ Pondok memiliki otoritas penuh dalam membuat peraturan, dan salah satu peraturan yang harus dipatuhi oleh seluruh santri adalah tidak mengakses media sosial selama proses pendidikan berlangsung. Dapat dikatakan, Santri TMI Al-Amien Prenduan hanya dapat mengakses media sosial di luar waktu aktif proses pendidikan pondok, yakni saat libur.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti ingin meneliti bagaimana pemaknaan santri *Tarbiyatul Mu'allimien Al-Islamiyah Al-Amien Prenduan* sebagai pengguna media sosial pasif terhadap informasi berita palsu (hoaks) di media sosial.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemaknaan santri *Tarbiyatul Mu'allimien Al-Islamiyah (TMI) Al-Amien Prenduan* sebagai pengguna media sosial pasif terhadap informasi berita palsu (hoaks) di media sosial.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemaknaan santri *Tarbiyatul Mu'allimien Al-Islamiyah (TMI) Al-amien Prenduan* sebagai pengguna media sosial pasif terhadap informasi berita palsu (hoaks) di media sosial.

¹³ Muhammad Idris Jauhari, *TMI Tarbiyatul Mu'allimien Al-Islamiyah Apa, Siapa, Mana, Kapan, Bagaimana dan Mengapa* (Sumenep Madura: Mutiara Press, 2012).

Secara teoritis, manfaat dan kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan penelitian pada bidang ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan pemaknaan dan atau tentang berita hoaks. Selain itu, diharapkan dengan mengetahui bagaimana pemaknaan santri *Tarbiyatul Mu'allimien Al-Islamiah (TMI)* Al-amien Prenduan sebagai pengguna media sosial pasif terhadap informasi berita palsu (hoaks) di media sosial, dapat menjadi referensi lembaga pendidikan terkait dalam mengembangkan dan mengevaluasi sistem pendidikan khususnya yang berkaitan dengan pemaknaan santri terhadap informasi berita bohong atau berita hoaks.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini dihadirkan untuk memposisikan penelitian ini diantara penelitian sejenis yang lain. Pemosisian penelitian ini juga untuk menghindari plagiasi hasil karya orang lain dan juga sebagai referensi penelitian. peneliti melakukan tinjauan terhadap beberapa penelitian sejenis yang telah ada sebelumnya, di antaranya:

1. Skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Individu terhadap Email Hoaks” disusun pada tahun 2008 oleh Widya Wuri Nugraheni, mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.¹⁴

¹⁴ Widya Wuri Nugraheni, *Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Sikap Individu Terhadap Email Hoaks* (Jakarta: Universitas Indonesia, 2018).

Penelitian ini mengkaji faktor faktor yang mempengaruhi sikap individu terhadap email hoaks. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma positiv. Data dikumpulkan melalui kuesioner survei terhadap 122 responden da populasi yang diteliti adalah tiga *milis*, yakni Forum Pembaca KOMPAS, Sahabat Museum, dan Seventeen. Metode penarikan sampel dilakukan secara nonprobabilitadengan metode purposive sampling. Faktor yang diteliti adalah tingkat rasa takut, kredibilitas sumber, kebutuhan kognitif, dan melek media.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap terhadap hoaks dipengaruhi oleh tingkat rasa takut yang dimiliki individu. Rasa takut yang tinggi membuat sikap positif individu terhadap berita hoaks sehingga faktor kredibilitas sumber, kebutuhan kognitif dan melek media tidak memberikan implikasi yang berarti.

2. Artikel yang berjudul “Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (hoaks) di Media Sosial” ditulis oleh Vibrizal Juliswara pada tahun 2017 dan dipublikasikan pada Jurnal Pemikiran Sosiologi Universitas Gajah Mada Volume 4 No.2, Agustus 2017.¹⁵

Artikel ini beris tentang penelitian pengembangan suatu model literasi media yang berkebhinnekaan dalam menganalisis informasi palsu (hoax) dalam berita di media sosial. Melalui pengembangan

¹⁵ Vibrizal Juliswara, “Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial”, *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, vol. 4 (2017), diakses pada 12 Desember 2017.

model kajian literasi media sebagai pendekatan yang memberdayakan pengguna media sosial (netizen).

Penelitian ini merupakan studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini adalah tentang mengembangkan suatu penggunaan model literasi informasi yang dikenal sebagai model “*Empowering Eight*” atau E8. Menggunakan pendekatan pemecahan masalah untuk mengolah sumber informasi sebagai pembelajaran atau *resource-based learning*. Secara khusus studi kasus yang dikembangkan dengan mempraktikkan model E8 adalah polemik atas berita hoaks ‘Serbuan Orang Cina ke Indonesia’.

Hasil penelitian dari model literasi media sebagaimana yang dikaji dalam studi ini adalah akurasi dari suatu berita apakah itu palsu (hoax) atau tidak dengan membandingkan dengan berbagai sumber berita lainnya dan upaya kultural peningkatan kemampuan literasi media menjadi suatu kebutuhan relevan dalam rangka mengembangkan keberdayaan netizen dalam merespon pesan-pesan kebencian di ranah online terutama melalui media sosial.

3. Skripsi berjudul “Pemuknaan Khalayak terhadap Penggambaran Orang Jawa Semarang dalam Rubrik *Rame Kondhe* di Harian Suara Merdeka”.¹⁶ Penelitian ini disusun Mirtsa Zahra Hadi pada tahun 2014. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

¹⁶ Mirtsa Zahra Hadi, *Pemuknaan Khalayak terhadap Penggambaran Orang Jawa Semarang dalam Rubrik Rame Kondhe di Harian Suara Merdeka* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2014), diakses pada 1 Januari 2018.

Penelitian membahas tentang bagaimana pemaknaan terhadap penggambaran orang Jawa Semarang dalam rubrik *Rame Kondhe*. Penelitian tersebut adalah penelitian deskriptif yang bersifat kualitatif menggunakan pendekatan resepsi. Teori yang digunakan adalah interpretif dan teori *encoding-decoding* Stuart Hall yang menjabarkan tiga posisi pemaknaan audiens. Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan delapan informan yang berbeda secara etnis, usia, gender, dan latar belakang sosial dan ekonomi.

Hasil penelitian dikelompokkan menjadi tiga posisi pemaknaan, yaitu *dominant-hegemonic position*, *negotiated position* dan *oppositional position*. Posisi dominan audiens adalah berada pada posisi *dominant-hegemonic position*. Perbedaan posisi pemaknaan audiens dikarenakan perbedaan latar belakang sosial, ekonomi, agama, budaya, pendidikan, usia, dan gender.

4. Skripsi Berjudul “Analisis Resepsi Budaya Populer di Komunitas *Dance Cover* (Studi pada *Eternal Jewel Dance Community* Yogyakarta).¹⁷ Penelitian ini disusun oleh Cahyo Tunshorin pada tahun 2016, Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini membahas tentang bagaimana persepsi anggota komunitas *Eternal Jewel Dance Community* Yogyakarta terhadap

¹⁷ Cahyo Tunshorin, *Analisis Resepsi Budaya Populer di Komunitas Dance Cover (Studi pada Eternal Jewel Dance Community Yogyakarta)* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016).

budaya Korea. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang bersifat kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori encoding dari Stuart Hall dan menggunakan metode analisis resepsi. Penelitian menggunakan enam informan dari EJ Dance.

Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan pemaknaan informan berada pada posisi *dominant* dan *negotiated*.

E. Kerangka Teori

Tradisi studi khalayak dalam komunikasi massa mempunyai dua pandangan yakni khalayak sebagai *audienc* yang pasif dan khalayak sebagai partisipan aktif dalam publik. Sebagai khalayak yang pasif orang hanya bereaksi pada apa yang mereka lihat dan dengar dalam media. Khalayak tidak ambil bagian dalam diskusi-diskusi publik. Khalayak merupakan sasaran media massa. Sedangkan khalayak merupakan partisipan aktif dalam publik, bahwa khalayak media merupakan kelompok orang yang terbentuk atas isu tertentu and aktif mengambil bagian dalam diskusi atas isu-isu yang mengemuka.

Tradisi studi khalayak telah dimulai melalui penelitian efek isi media massa pada sikap publik, dimana institusi media massa merupakan kekuatan besar yang mampu mempengaruhi khalayak yang dianggap pasif. Tradisi studi khalayak bergeser pada perspektif penelitian Uses and Gratifications yang mengedepankan penggunaan media massa oleh khalayak dalam usahanya memenuhi kebutuhan. Pada studi ini khalayak aktif dalam memilih dan menggunakan media.

Studi khalayak dan budaya dalam hubungannya dengan media massa kemudian hadir sebagai studi penerimaan yaitu *reception*, studi ini fokus pada hubungan pemaknaan isi media massa dan khalayak. Studi lain mengenai khalayak yaitu studi *ethnography* yang memfokuskan pada rutinitas penggunaan media massa dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini merupakan studi mengenai hubungan yang terjadi antara media dan khalayak (pembaca, pemirsa, pengguna internet). Media bisa menarik individu untuk menikmati sajian pesan atau program yang ditampilkan dan isi media bisa menjadi wacana perbincangan khalayak. Pemaknaan pesan merupakan bagian dari penerimaan khalayak sebagai komunikasi yang dikaitkan dengan konteks budaya sehingga khalayak sebagai komunikasi mampu mengkonstruksi makna teks dan konteks.

Khalayak menurut Stuart Hall mempunyai perhatian langsung terhadap analisis dalam; *pertama* konteks sosial dan politik dimana isi media diproduksi (*encoding*) dan *kedua* konsumsi isi media (*decoding*) dalam konteks kehidupan sehari-hari. Analisis resepsi memfokuskan pada perhatian individu dalam proses komunikasi massa (*decoding*), yaitu pada proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atas media texts, dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media¹⁸

1. Teori Pemaknaan *Encoding Decoding* dan Teori Resepsi

Penelitian ini menggunakan teori pemaknaan *encoding-decoding* Stuart Hall. Stuart Hall berpendapat bahwasanya pemaknaan

¹⁸ Stanley J. Baran, *Mass Communication Theory; Foundations, Ferment, and Future* (tpp: Thamson, 2003).hlm, 269.

memfokuskan penelitian pada *encoding* (pengkodean) dan *decoding* (penafsiran). *Encoding* adalah bagaimana suatu komunikasi dihasilkan melalui kode-kode yang dibentuk dalam suatu konteks media massa. Sedangkan *decoding* adalah menentukan makna teks yang kompleks dan ambigu dalam sebuah konten teks media dan bagaimana khalayak dapat mengartikan teks media.¹⁹ *Encoding decoding* merupakan kritik Stuart Hall terhadap teori komunikasi massa yang bersifat linier, dimana khalayak media merupakan komunikan yang pasif.²⁰ Stuart Hall berpendapat bahwa pesan yang disampaikan media tidak akan dimaknai sama oleh khalayak. Penelitian ini akan berfokus pada *decoding* yaitu bagaimana khalayak memaknai pesan.

Terdapat dua unsur dalam proses pengiriman hingga penerimaan pesan, yaitu *encoding* pesan dan *decoding* pesan. *Encoding* pesan adalah pembuatan dan penayangan konten suatu media massa yang disatukan dengan kode sosial tertentu untuk membentuk pesan. *Decoding* pesan adalah penafsiran makna pesan oleh khalayak terhadap suatu teks atau konteks media.²¹ *Decoding* merupakan proses menerima dan membanding-bandingkan makna pesan yang telah tersimpan di benak

¹⁹ Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan dan Masa depan* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010). hlm 303.

²⁰ John Storey, *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*, Terjemahan (Yogyakarta: Jalasutra, 2008). hlm 13.

²¹ West dan Lyn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2008). hlm 73

khalayak. *Decoding* terhadap pesan berdasarkan persepsi, pemikiran, dan pengalaman.²²

Menurut Stuart Hall, khalayak melakukan *decoding* terhadap pesan melalui tiga sudut pandang atau posisi: dominan-hegemonis, negosiasi, dan oposisional. Pertama, posisi dominan-hegemonis (*dominant-hegemonic position*). Media menyajikan penafsiran yang dominan atas suatu isu / peristiwa, dan seseorang menafsirkan pesan seperti yang dibuat oleh media. Kedua, posisi oposisional (*oppositional position*). Posisi ini kebalikan dari posisi dominan, di mana khalayak memberikan tafsiran yang berbalikan dengan yang dibuat oleh media. Khalayak melakukan perlawanan atas pemaknaan dominan yang dibuat oleh media. Ketiga, posisi negosiasi (*negotiated position*). Di sini khalayak menerima pemaknaan dominan yang dibuat oleh media, tetapi khalayak juga memberikan penafsiran atas pemaknaan yang dibuat oleh media.²³

Peroses *decoding* erat hubungannya dengan teori resepsi, sehingga dalam penelitian ini juga menggunakan teori resepsi atau *Reception theory*. Teori resepsi atau *Reception theory* sendiri mempunyai arti penerimaan, dicetuskan juga oleh Stuart Hall dan merupakan adaptasi dari model *encoding - decoding*. Teori ini berfokus pada penafsiran makna suatu teks atau tayangan oleh khalayak dan bagaimana menginterpretasikannya atau

²² Ricard West dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2008). Hlm 73

²³ West dan Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*.

decoding.²⁴ Teori ini mengkaji tentang pengalaman wacana tidak sekedar menggunakan operasionalisasi seperti menggunakan skala dan kategori semantik.²⁵ Hal ini berarti bagaimana khalayak mengolah pesan dan memaknainya sesuai dengan pengalaman pribadi lalu menginterpretasikannya. Interpretasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah pemberian kesan, pendapat, atau teoritis terhadap sesuatu.

Reception theory memandang bahwasanya khalayak mampu selektif memaknai dan memilih makna dari sebuah teks berdasarkan posisi sosial dan budaya yang mereka miliki. Pemanfaatan teori resepsi sebagai pendukung terhadap kajian khalayak sesungguhnya hendak menempatkan khalayak tidak semata pasif namun dilihat sebagai agen kultural yang memiliki kuasa tersendiri dalam hal menghasilkan makna dari berbagai wacana yang ditawarkan media.²⁶

F. Metode Penelitian

Metode penelitian memaparkan tentang jenis penelitian yang akan diteliti, subjek dan objek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data serta analisis data.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field reasearch*) dengan pendekatan penelitian kualitatif.

²⁴ Stephen W, Little John, dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2009). hlm 196.

²⁵ Tri Nugraha Hadi, "Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi", *Jurnal Acta Diurna*, vol. 8 (2012), diakses pada 1 Januari 2018. Hal 26.

²⁶ *Ibid*.

2. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah Santri putri *Tarbiyatul Mu'allimien Al-Islamiyah (TMI)* Al- amien Prenduan. Pemilihan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive* dimana informan dipilih sesuai dengan kriteria informan yang ditentukan oleh peneliti. Teknik *snowball* juga digunakan dalam menentukan subjek penelitian, peneliti mencari informan utama dan meminta saran kepada informan tersebut untuk mencari informan lainnya, begitu seterusnya hingga data informan dirasa cukup.

Dari proses tersebut peneliti mendapatkan 6 informan dari kelas III Intensif, IV Reguler, V Reguler. Keenam informan tersebut adalah Yusriatur Rohmah, Afaf Fadlyansyah, Atika Nurin Faridah, Hofifah, Wasilatul Hasanah, Jannatin Aliyah.

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pemaknaan santri *Tarbiyatul Mu'allimien Al-Islamiyah (TMI)* Al- amien Prenduan sebagai pengguna media sosial pasif terhadap berita palsu (hoaks) di media sosial.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat 2 sumber data yakni, sumber data primer dan sumber data sekunder.

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah berasal dari wawancara mendalam dan FGD terhadap informan yang telah dipilih. Peneliti melakukan wawancara yang mendalam secara langsung

dengan pihak yang dianggap dapat memberikan informasi dan berkompeten. Subjek penelitian atau informan dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik purposive sampling, teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Adapun kriteria yang dimaksud adalah: *satu*; Santri yang berusia diatas 14 tahun, *dua*; Memiliki media sosial *Facebook* atau *Instagram* atau keduanya, *tiga*; memiliki pengetahuan dasar tentang berita hoaks, *empat*; memiliki latar belakang yang diinginkan (berbeda asal daerah dan atau kelas sosial keluarga).

Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah data pustaka termasuk buku, artikel juga dokumentasi (berkas, foto ataupun video)

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan wawancara mendalam, Wawancara Kelompok atau *Focus Group Discussion* (FGD) dan studi dokumentasi. *Focus Group Discussion* (FGD) adalah sebuah teknik pengumpulan data yang umumnya dilakukan pada penelitian kualitatif dengan tujuan menemukan makna sebuah tema menurut pemahaman sebuah kelompok berdasarkan hasil diskusi yang terpusat pada suatu permasalahan tertentu. Penggalan data khalayak dengan hanya menekankan pada wawancara mendalam individu dirasa kurang cukup karena sifat dari kajian resepsi adalah

untuk melihat bagaimana wacana timbul sebagai sebuah pertemuan antara berbagai individu yang berbeda. FGD juga dimaksudkan untuk menghindari pemaknaan yang salah dari seorang peneliti terhadap fokus masalah yang sedang diteliti.²⁷

Dalam penelitian ini FGD dilakukan untuk melihat respon informan terkait berita yang disajikan oleh peneliti. Peneliti akan menyajikan sejumlah berita hoaks dengan isu pemberitaan yang berbeda, yakni berita dengan isu suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA) dan berita dengan isu Politik. Dalam proses FGD, peneliti akan melihat dan mendengar respon peserta (informan) yang tersampaikan lewat ucapan atau ekspresi terkait pemberitaan yang disajikan. Data yang diperoleh dalam proses FGD kemudian dilanjutkan dengan wawancara mendalam kepada informan untuk memperoleh pemaknaan terkait berita hoaks yang disajikan.

Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Pewawancara dan informan (narasumber) terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Ciri khas wawancara mendalam adalah keterlibatan dalam kehidupan informan. Sedangkan bentuk subjek

²⁷ Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Persda, 2012). Hlm. 131.

objek wawancara yang akan dilakukan adalah wawancara individu dengan kelompok dan wawancara individu dengan individu.²⁸

Proses wawancara dilakukan sebelum FGD untuk memperoleh data diri dan latar belakang kehidupan sosial informan. Wawancara mendalam juga dilakukan setelah proses FGD untuk *me-rivew* apakah fokus diskusi sudah mengarah kepada persoalan sebenarnya atau tidak, maka peneliti kembali akan menanyakan respon terkait berita yang sudah didiskusikan dalam forum FGD secara khusus dan juga pandangan mereka terhadap berita hoaks di media sosial secara umum.

Dalam proses FGD dan wawancara peneliti berfokus pada data yang diperoleh dari informan untuk memperoleh pemaknaan terkait berita hoaks di media sosial. Proses wawancara terbagi dalam beberapa tahap, berikut tahapan yang kemudian menjadi panduan wawancara peneliti,

- a. Naskah pengantar yang berisi tujuan wawancara yang disampaikan oleh peneliti kepada informan
- b. Naskah pengantar yang berisi pertanyaan terkait identitas dan latar belakang kehidupan informan
- c. Wawancara yang berisi pertanyaan terkait pengetahuan informan terhadap berita hoaks, pandangan umum informan tentang berita hoaks di media sosial dan pertanyaan terkait

²⁸ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, cet. 1 (Jakarta: Kencana, 2007). hlm.108-111.

persepsi, pengalaman dan pemikiran informan terkait berita hoaks di media sosial.

Model wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak terstruktur dan terbuka.

Selain itu peneliti juga melakukan studi dokumentasi. Studi dokumentasi dalam penelitian adalah dengan mencari data menggunakan data data yang telah tersedia baik data tertulis maupun data visual.

5. Analisis Data

Dalam penelitian ini teknis analisis yang digunakan yakni analisis resepsi yang sesuai dengan teori pemaknaan (*encoding-decoding*) Stuart Hall. Pemaknaan erat hubungannya dengan analisis resepsi yang menekankan khalayak media dengan aspek aspek sosial. Analisis resepsi berfokus pada kemampuan seseorang untuk memaknai bentuk konten tertentu, analisis resepsi berusaha menunjukkan bahwa pesan dapat dibaca (*decode*) secara beragam oleh kelompok yang terdiri dari individu yang berbeda secara sosial dan kultural.²⁹

Konsep penting dalam analisis resepsi adalah memiliki wawasan yang lebih baik sebagai suatu proses yang memiliki alasan analitik untuk dipecah menjadi bagian substansial berbeda di mana

²⁹ Puji Leksono, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Malang: Kelompok Intrans Publishing, 2015).hlm 166.

disebut *moment* atau saat dalam proses resepsi. *Moment* tersebut diurutkan sebagai berikut,

- a. Latar belakang sosial dan pengalaman dimana penerima bertemu dengan audiovisual atau teks
- b. Pengakuan atau pemahaman dari teks media tersebut seperti karakter, tema, tindakan yang di sajikan dalam teks
- c. Interpretasi dapat disampaikan sesuai dengan pemahaman mereka sebagai *audience*
- d. Diterapkannya pemahaman atau proses penginterpretasian tersebut disesuaikan dalam latar belakang penerima (*audience*)³⁰

Terdapat tiga tahapan teknik analisis data menggunakan analisis resepsi:³¹ *Pertama*; Pengumpulan data dari khalayak dengan metode wawancara atau observasi mengenai suatu teks atau konteks media. Pengumpulan data dari khalayak dengan FGD untuk melihat respon informan terhadap teks atau konteks media. Teks yang disuguhkan berupa teks yang berisi berita atau informasi yang sudah terkonfirmasi sebagai berita bohong (hoaks). Wawancara mendalam dan FGD dilakukan untuk menggali bagaimana sebuah isi pesan media tertentu menstimulus wacana yang berkembang dalam diri khalayak sehingga menimbulkan pemaknaan oleh khalayak. Dalam

³⁰ *Ibid.* Hal 167

³¹ Hadi, "Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi". hal. 27

penelitian ini wawancara dilakukan untuk mengali data informan terkait pemaknaan mereka terhadap berita hoaks di media sosial.

Kedua; Menganalisis data atau temuan dari wawancara mendalam dan FGD dengan menyatukan data data yang didapat dari hasil wawancara dan FGD. Peneliti kemudian mendeskripsikan makna yang muncul dari informan dan melakukan kodifikasi berdasarkan persepsi, pemikiran dan pengalaman informan terhadap berita hoaks di media sosial. Dari hasil decoding pesan, peneliti kemudian menentukan posisi khalayak (*dominant/ negotiated/ oppositional*).

Ketiga; pada tahap ini peneliti melakukan interpretasi terhadap pengalaman bermedia khalayak dan bagaimana pemaknaan oleh khalayak terhadap teks yang disuguhkan serta perbedaan penerimaan khalayak.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan sebagaimana berikut:

Bab I, berisi tentang gambaran keseluruhan penelitian yang akan dilakukan serta pokok pokok permasalahan yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II, merupakan gambaran umum yang berisi deskripsi singkat profil Tarbiyatul Mu'allimien Al-Islamiyah Al-Amien Prenduan, Program pendidikan dan kegiatan santri, bagaimana kehidupan santri sebagai

pengguna media sosial pasif yakni bagaimana akses internet dan mediasosial oleh santri serta gambaran santri terhadap berita hoaks.

Bab III, merupakan bab yang berisi sajian data dan pembahasan yaitu analisis bagaimana pemaknaan santri Tarbiyatul Mu'allimen Al-Islamiyah Al-Amien Prenduan Sebagai Pengguna Media Sosial Pasif terhadap Informasi Berita Palsu (hoaks) di media sosial dan analisis posisi informan terhadap informasi berita palsu (hoaks) di media sosial.

Bab IV, merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini akan memaparkan uraian pemaknaan santri *Tarbiyatul Mu'allimien Al-Islamiah (TMI)* Al-Amien Prenduan sebagai pengguna media sosial pasif terhadap informasi berita palsu (hoaks) di media sosial untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian ini.

1. Pada berita hoaks politik maupun berita hoaks agama ada dua yang dikategorikan kedalam posisi oposisi (*oppositional position*) artinya informan memberikan tafsiran yang berbalikan dengan yang dibuat oleh media. Informan memberikan respon negatif terhadap berita hoaks yaitu dengan mengabaikan berita dan atau tidak memberikan respon bahkan menolak berita bohong yang dibuat oleh media sebagai sebuah realitas yang seolah nyata.
2. Pada berita hoaks politik maupun berita hoaks agama ada empat informan dikategorikan kedalam posisi negosiasi (*negotiated position*) artinya informan tidak menolak secara mutlak berita hoaks yang ada di media sosial, informan menerima pemaknaan yang dibuat media dalam berita hoaks tetapi juga memberikan penafsiran sendiri atas pemaknaan yang dibuat oleh media, penerimaan yang dimaksud yakni dengan merespon berita hoaks yang ditemui di media sosial. Informan

bernegosiasi dengan teks berita terkait berita hoaks yang didiskusikan sehingga memberikan penafsiran atas pemaknaan yang tidak sepenuhnya sama dengan apa yang dibuat oleh media.

3. Pada Berita Politik informan yang berada pada posisi *negotiated* berjumlah dua orang dan pada berita agama informan yang berada pada posisi *negotiated* juga berjumlah dua,

Faktor yang membuat informan berada pada posisi *oppositional position* adalah: *pertama*; dalam memaknai berita hoaks di media sosial, informan lebih didominasi oleh citra yang melekat pada media sosial yang memiliki sifat tak terbatas, artinya bisa diakses oleh siapa saja sehingga memberi anggapan bahwa berita yang disebar lewat media sosial adalah tidak bisa dipertanggungjawabkan, *kedua* Pemahaman informan tentang berita hoaks di media sosial, beberapa informan cenderung kesulitan dalam membedakan berita hoaks dan bukan sehingga memilih untuk menolak berita hoaks di media sosial, *ketiga* hobi dan ketertarikan informan terhadap berita di media sosial dan media cetak sangat mempengaruhi interpretasi dan posisi pembacaan mereka.

Faktor yang melatarbelakangi informan untuk berada dalam posisi *negotiated position* adalah; *pertama* adanya hubungan dan pengalaman yang didapat dalam kehidupan informan sebagai santri dan juga sebagai reporter. Informan menggabungkan pemikiran dari dirinya sendiri yang dipengaruhi pengetahuan, pengalaman, dengan

realitas tentang berita hoaks yang banyak beredar di media sosial sehingga menghasilkan makna alternatif, secara tidak langsung saat itu terjadi proses negosiasi di mana informan memadukan pemahaman antara dirinya, lingkungan, dan realitas tentang hoaks di media sosial, *kedua* keingintahuan dan ketertarikan informan terhadap berita khususnya di media sosial memberi pengaruh terhadap informan dalam merespon dan memaknai berita hoaks di media sosial itu sendiri, *ketiga* deologi seseorang memberikan pengaruh yang besar terhadap interpretasi pembaca, *keempat* latar belakang keluarga juga menjadi salah satu faktor yang melatarbelakangi informan dalam menginterpretasikan berita.

B. SARAN

Saran dari peneliti terkait penelitian ini diantaranya

1. Berita hoaks didefinisikan dan dimaknai berbeda oleh setiap orang sesuai dengan pengetahuan, pengalaman dan pemikiran. Alangkah lebih baik jika ada penelitian ilmiah yang meneliti khusus tentang berita hoaks, mulai dari pembaharuan definisi, jenis berita hoaks, dan cara menganalisis berita hoaks menyesuaikan dengan realitas saat ini.
2. Pemaknaan santri terkait berita hoaks berada pada *oppositional position* dan *negotiated position* yang mana kedua posisi tersebut banyak dipengaruhi oleh latar belakang kehidupan sosial dan pengetahuan informan. Peneliti menyarankan jika memungkinkan,

lembaga bisa mengembangkan kemampuan literasi santri dalam menganalisis berita hoaks.

3. Penelitian ini terbatas pada pemaknaan santri sebagai pengguna media sosial pasif terhadap berita hoaks di media sosial, peneliti berharap akan lebih banyak hoakslagi penelitian terkait berita hoaks untuk melengkapi penelitian penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abner dkk, “Penyalahgunaan Informasi/ Berita Hoax di Media Sosial”, *Binus University Master Internation Tecnology*, <https://mti.binus.ac.id/2017/07/03/penyalahgunaan-informasiberita-hoax-di-media-sosial/>, diakses pada 12 Desember 2018.
- Aliyah, Jannatin, “Wawancara Kedua dengan Jannatin Aliyah”, wawancara, 10 Mei 2018.
- APJII, Tim, “Saatnya Jadi Pokok Perhatian Pemerintah dan Industri”, *Buletin APJII*, vol. 5, 2016.
- Bakhri, Ikhsan, *6 Jenis Berita Hoax Yang Wajib Diwaspadai Nitizen*, 14 Mei 2017, <https://www.wowuniknya.net/2017/05/6-jenis-berita-hoax-yang-wajib-diwaspadai-nitizen.html>, diakses pada 27 April 2018.
- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan dan Masa depan*, Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif*, cet. 1, Jakarta: Kencana, 2007.
- , *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Persda, 2012.
- Chen Yie, Chen, Suet Peng Yong, dan Azlan Ishak, “Email Hoax Detection System Using Levenshtein Distance Method”, *Journal Of Computers Universiti Teknologi PETRONAS*, vol. 9, 2014, <http://www.jcomputers.us/vol9/jcp0902-26.pdf>, diakses pada 9 Agustus 2018.
- Dictionary Cambridge.org*, [ttp: tp, tt., https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-indonesian/hoax](https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-indonesian/hoax), diakses pada 28 April 2018.
- Fadlyansyah, Istianatul Afaf, “Wawancara Kedua dengan”, wawancara, 10 Mei 2018.
- Farida, Atika Nurin, “Wawancara Kedua dengan Atika Nurin Farida”, wawancara, 10 Mei 2018.
- Hadi, Mirtsa Zahra, *Pemaknaan Khalayak terhadap Penggambaran Orang Jawa Semarang dalam Rubrik Rame Kondhe di Harian Suara Merdeka*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2014, diakses pada 1 Januari 2018.

- Hadi, Tri Nugraha, "Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi", *Jurnal Acta Diurna Universitas Soedirman*, vol. 8, 2012.
- , "Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi", *Jurnal Acta Diurna*, vol. 8, 2012, diakses pada 1 Januari 2018.
- Harley, David, *Common Hoaxes and Chain Letters*, San Diego: ESET, LLC, 2008, diakses pada 26 April 2018.
- Hasanah, Wasilatul, "Wawancara Kedua dengan Wasilatul Hasanah", wawancara, 10 Mei 2018.
- "Ini Ciri Ciri Hoax Menurut Dewan Pers", www.bnpt.go.id, 30 Agustus 2017, <https://www.bnpt.go.id/ini-ciri-ciri-hoax-menurut-ketua-dewan-pers.html>, diakses pada 28 April 2018.
- Islami, Nur, "Media Sosial Masih Jadi Sarana Penyebaran Berita Palsu dan Isu SARA", *Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia*, 29 Agustus 2017, https://kominfo.go.id/content/detail/10481/media-sosial-masih-jadi-sarana-penyebaran-berita-palsu-dan-isu-sara/0/sorotan_media, diakses pada 19 Desember 2017.
- Jauhari, Muhammad Idris, *TMI Tarbiyatul Mu'allimien Al-Islamiah Apa, Siapa, Mana, Kapan, Bagaimana dan Mengapa*, Sumenep Madura: Mutiara Press, 2012.
- Juliswara, Vibrizal, "Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial", *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, vol. 4, 2017, diakses pada 12 Desember 2017.
- , "Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial", *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, vol. 4, 2017, diakses pada 12 Desember 2017.
- Khofifah, "Wawancara Kedua dengan Khofifah", wawancara, 10 Mei 2018.
- Leksono, Puji, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Malang: Kelompok Intrans Publishing, 2015.
- "Media Sosial Jadi Ladang Subur Penyebaran Hoax", *Tempo.co*, 13 Februari 2017, <https://nasional.tempo.co/read/1041101/rudiantara-ciri-hoax-ada-ayo-viralkan-dan-dari-kamar-sebelah>, diakses pada 30 Oktober 2017.

- Muhammad Idris, Jauhari, *TMI Apa, Siapa, Mana, Kapan, dan Bagaimana, dan Mengapa?*, Prenduan Sumenep: Mutiara Press, tt.
- Novita, Clara, *Literasi Media Baru Dan Penyebaran Informasi Hoax Studi Fenomenologi Pada Pengguna Whatsapp Dalam Penyebaran Informasi Hoax Periode Januari-maret 2015*, Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2016, diakses pada 30 April 2018.
- Nugraheni, Widya Wuri, *Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Sikap Individu Terhadap Email Hoax*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2018.
- Profil Singkat Pondok Pesantren Al-Amien Prenduan*, Mutiara Press Al-Amien Prenduan, tt.
- Pusat Bahasa Departmen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2015.
- Putra, Putu Merta Surya, "Jurus Kemkominfo Cegah Pengguna Media Sosial Sebarkan Hoax", *liputan6.com*, 13 Oktober 2017, <http://news.liputan6.com/read/3127342/jurus-kemkominfo-cegah-pengguna-media-sosial-sebarkan-hoax>, diakses pada 12 Desember 2017.
- Redaksi, *Warta Singkat WARKAT Al-Amien Prenduan 1432-1433 H*, AL-Amien Press, 2014.
- Rohmah, Yusriyatur, "Wawancara Kedua dengan Yusriyatur Rohmah", wawancara, 10 Mei 2018.
- Setyawan, Melisa, *Hubungan Antara Durasi Peengguna Media Sosial dengan Kestabilan Emosi Pada Pengguna Media Sosial Usia Dewasa Awal*, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2016, diakses pada 4 April 2018.
- Sobur, Alex, *Psikologi Umum*, Bandung: Pustaka Setia, 2003.
- Stephen W, Little John, dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*, Jakarta: Salemba Humanika, 2009.
- Storey, John, *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*, Terjemahan, Yogyakarta: Jalasutra, 2008.
- Suwendi, "Penguatan Peran Pesantren", *NU Online*, 13 Maret 2017, <http://www.nu.or.id/post/read/76057/penguatan-peran-pesantren>, diakses pada 1 Januari 2018.

“Tarbiyatul Mu’allimien Al-Islamiyah (TMI)”, *Pondok Pesantren Al-Amien Prenduan*, diakses pada 22 November 2017.

Tengko Istama Masa Khidmah 1439 H - 1440 M, 2017.

Times, I.D.N. dan Fitang Budhi Adhitia, “Millennials Dominasi Penggunaan Internet, Kebanyakan untuk Chatting dan Media Sosial”, *IDN Times*, <https://www.idntimes.com/news/indonesia/fitang-adhitia/millennials-dominasi-penggunaan-internet-kebanyakan-untuk-chatting-dan-media-sosial-1>, diakses pada 15 Juli 2018.

Tunshorin, Cahyo, *Analisis Resepsi Budaya Populer di Komunitas Dance Cover (Studi pada Eternal Jewel Dance Community Yogyakarta)*, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016.

Ukhrowiyah, Faizatul, “Wawancara dengan Sekretaris Marhalah Aliyah Putri Ustadzah Faizatul Ukhrowiyah”, wawancara, 29 April 2018.

West, Ricard dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, Jakarta: Salemba Humanika, 2008.

West dan Lyn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, Jakarta: Salemba Humanika, 2008.

Yuliani, Ayu, “Penggunaan Internet tidak Sehat Masih Jadi Masalah”, *Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia*, 12 Juni 2017, https://kominfo.go.id/content/detail/11794/penggunaan-internet-tidak-sehat-masih-jadi-masalah/0/sorotan_media, diakses pada 19 Desember 2017.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA