

FENOMENA HOAX DALAM BINGKAI SURAT KABAR

**(Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki pada Surat Kabar
Harian Kompas edisi 24 Desember 2016 sampai 09 Januari 2017)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

Afthon Faarizul Umam

Nim: 13730025

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2017



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : **Afthon Faarizul Umam**
NIM : **13730025**
Prodi : **Ilmu Komunikasi**
Konsentrasi : **Advertising**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 4 September 2017

Yang menyatakan,



Afthon Faarizul Umam
NIM. 13730025



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum, Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Afthon Faarizul Umam
NIM : 13730025
Prodi : ILMU KOMUNIKASI
Judul :

FENOMENA HOAX DALAM BINGKAI SURAT KABAR
(Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki pada Surat Kabar
Harian Kompas Edisi 24 Desember 2016 – 09 Januari 2017)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 29 September 2017
Pembimbing

Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si.
NIP. 19730423 200501 1 006



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-386/Ur.02/DSH/PP.00.9/11/2017

Tugas Akhir dengan judul : FENOMENA HOAX DALAM BINGKAI SURAT KABAR (Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki pada Surat Kabar Harian Kompas edisi 24 Desember 2016 sampai 09 Januari 2017)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AFTHON FAARIZUL UMAM
Nomor Induk Mahasiswa : 13730025
Telah diujikan pada : Senin, 16 Oktober 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si.
NIP. 19730423 200501 1 006

Penguji I

Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos., M.Si.
NIP. 19800326 200801 2 010

Penguji II

Lukman Nusa, M.I.Kom.
NIP. 19861221 201503 1 005

Yogyakarta, 16 Oktober 2017

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

Nikmati dan Syukuri
(Athon Faarizul Umam)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Skripsi ini penulis persembahkan untuk
Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga”



KATA PENGANTAR



Puji syukur tak henti penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, hingga diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa sholawat serta salam tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing dan menuntun umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang ini yakni *addinul islam*.

Selama menyelesaikan skripsi ini, penulis sadari telah mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengungkapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora,
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi,
3. Bapak Fajar Iqbal, S.Sos. M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik
4. Bapak Dr. Iswandi Syahputra, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang selalu meluangkan waktunya dengan sepenuh hati, serta ikhlas dalam menunjukkan jalan yang terang ketika konsultasi.
5. Ibu Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Penguji 1 sidang munaqosah, yang telah meluangkan waktunya dengan sepenuh hati dalam menguji skripsi.
6. Bapak Lukman Nusa, M.I.kom, selaku Dosen Penguji 2, sidang munaqosah yang telah meluangkan waktunya dengan sepenuh hati dalam menguji skripsi.
7. Ibu Hayati dan bapak Sholeh Nur, orang tua romantis yang tak henti-hentinya memeras keringat, mendoakan dan memberi motivasi terhebatnya, demi anak terakhirnya ini agar dapat menggapai harapan, impian dan cita-cita.

8. Zulfah Zahrotul Qulub se-keluarga, yang selalu memberikan semangat hangat dalam proses menyelesaikan skripsi, *uhuy*.
9. Segenap Sedulur HIMABU : Ayik, AGS Astra, Jb, Aulia, Ndolet, Daus, Ripin dan sedulur semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
10. Segenap sahabat-sahabati Korp HANOMAN: Aab, Khefti, Adit, Anti, dan sahabat-sahabati yang tidak bisa pula penulis sebutkan semuanya.
11. Segenap teman-teman Ilmu Komunikasi A 2013: Jihan, Dani, Aldi, Intan, Ajeng dan semuanya yang menjadi partner-rival dalam proses menimba ilmu selama ini.
12. Segenap teman-teman Prodi Ilmu Komunikasi 2013: Bayu, Alim, nurul, Nur dan semuanya yang menjadi pemanis tersendiri dalam proses menimba ilmu selama ini pula.

Akhir kata, penulis sampaikan permohonan maaf atas segala kesalahan karena keterbatasan pengetahuan yang penulis miliki.

Untukmu satu tanah air, untukmu satu keyakinananku

Wallahul muwaffiq ilaa aqwamitthariq.....

Yogyakarta, 09 September 2017

Penulis



Afthon Faarizul Umam

13730025

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i	
SURAT PERNYATAAN.....	ii	
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii	
HALAMAN PENGESAHAN	iv	
HALAMAN MOTTO	v	
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi	
KATA PENGANTAR	vii	
DAFTAR ISI.....	ix	
DAFTAR TABEL.....	xi	
DAFTAR BAGAN.....	xii	
ABSTRAK	xiii	
BAB I	PENDAHULUAN	
	A. Latar Belakang Masalah	1
	B. Rumusan Masalah.....	8
	C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
	D. Tinjauan Pustaka	10
	E. Landasan Teori	18
	1. Teori <i>Framing</i>	18
	2. Informasi <i>Hoax</i>	21
	F. Kerangka Pemikiran	25
	G. Metode Penelitian.....	26
BAB II	GAMBARAN UMUM DAN PEMBERITAAN TENTANG HOAX	
	A. Sejarah SKH Kompas	34
	B. Visi, Misi dan Motto SKH Kompas	35
	C. Struktur Organisasi SKH Kompas	36
	D. Pemberitaan Tentang <i>Hoax</i>	37
BAB III	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Warga Bergerak Redam Hoax	41

B.	Kenali Situs Penyebar Berita Palsu.....	49
C.	Tindakan Tegas Diminta: Presiden Gelar Rapat Soal Maraknya Berita Bohong	57
D.	Membantah Hoax Menyelamatkan Bangsa	66
E.	Jangan Hanya Kontra “Hoax”	74
F.	Polri Minta Peran Aktif Publik Melawan “Hoax”	81
G.	Memperkecil Ruang Petualang “Hoax”	91
H.	“Hoax” Mengancam Persatuan Bangsa	98
BAB IV		
PENUTUP		
A.	Kesimpulan	106
B.	Saran	107
DAFTAR PUSTAKA.....		110
LAMPIRAN		114



DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Persamaan dan Perbedaan Penelitian	16
Tabel 2 : Definisi Framing	19
Tabel 3 : Item Berita	27
Tabel 4 : Unit Analisis Penelitian	31
Tabel 5 : Item Berita	40
Tabel 6 : Struktur Sintaksis Berita 1.....	41
Tabel 7 : Struktur Skrip Berita 1.....	46
Tabel 8 : Struktur Sintaksis Berita 2.....	49
Tabel 9 : Struktur Skrip Berita 2.....	53
Tabel 10: Struktur Sintaksis Berita 3.....	57
Tabel 11: Struktur Skrip Berita 3.....	60
Tabel 12: Struktur Sintaksis Berita 4.....	66
Tabel 13: Struktur Skrip Berita 4.....	70
Tabel 14: Struktur Sintaksis Berita 5.....	74
Tabel 15: Struktur Skrip Berita 5.....	76
Tabel 16: Struktur Sintaksis Berita 6.....	81
Tabel 17: Struktur Skrip Berita 6.....	85
Tabel 18: Struktur Sintaksis Berita 7.....	91
Tabel 19: Struktur Skrip Berita 7.....	94
Tabel 20: Struktur Sintaksis Berita 8.....	98
Tabel 21: Struktur Skrip Berita 8.....	101

DAFTAR BAGAN

Bagan 1: Kerangka Pemikiran25



ABSTRACT

The phenomenon of information hoax in social media becomes an interesting and important issue to investigate, because haox information has a negative impact on national integrity and ideology of Indonesian nation. Daily Newspaper Kompas, is one of the national print media that preach the phenomenon. This study aims to describe how SKH Kompas frame in reporting hoax information in social media on December 24, 2016 edition until 09 January 2017.

This research was qualitative descriptive research and used framing analysis model of Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki as analysis method. The framing model stated that the framing device consists of four structures, namely syntax, script, thematic, and rhetorical.

The results of this study have shown, that SKH Kompas has helped to increase support and invited the audience to take side with government policy. SKH Kompas has also emphasized in its news that online media is the only media that became the emergence of hoax news. However, other media besides online media are never mentioned at all. In addition, national issues such as radicalism, intolerance and national divide are also presented in framing coverage of SKH Kompas, while other issues such as health, food or technology seem to be hidden by SKH Kompas

Keywords: Framing Analysis, News, Hoax.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menjelang tahun 2017, arah pembicaraan publik mulai mengerucut pada peristiwa politik besar yakni Pemilihan kepala daerah (Pilkada) serentak. Berbagai konten berita mulai bermunculan di berbagai media di Indonesia, khususnya media sosial. Konten berita yang beredar di tengah-tengah masyarakat juga cukup beragam, antara lain ada yang bercorak politik, sosial, keagamaan dan lain sebagainya.

Akan tetapi dari berbagai konten berita yang bermunculan dan mewarnai media informasi di Indonesia tersebut, muncul berita-berita atau informasi-informasi di media sosial yang tidak sesuai dengan kenyataan, atau yang biasa disebut dengan *hoax*. *Hoax* menurut Chen, et al (2014:441) adalah informasi sesat dan berbahaya karena menyesatkan persepsi manusia dengan menyampaikan informasi palsu sebagai kebenaran. *Hoax* mampu mempengaruhi banyak orang dengan menodai citra dan kredibilitas. Selain itu, Anggraini (2016:30) juga menyatakan bahwa *hoax* sendiri berarti tipuan atau lelucon. Kegiatan menipu, trik penipuan, rencana penipuan disebut dengan *hoax*.

Munculnya fenomena *hoax* di media sosial tersebut, sebenarnya bukan pertama kalinya hadir di tengah-tengah masyarakat Indonesia. Fenomena tersebut juga pernah terjadi pada masa pemerintahan Presiden Soekarno sampai Presiden Susilo Bambang Yudohyono. Kemudian fenomena *hoax* tersebut

mulai menjamur dan berkembang, ketika berlangsungnya Pilpres 2014. Fenomena tersebut tidak kemudian hilang setelah Joko Widodo terpilih menjadi Presiden RI menggantikan SBY. Namun, muncul kembali di penghujung tahun 2016 kemarin ketika berlangsungnya Pilkada serentak 2017. (<https://nasional.tempo.co/read/news/2017/01/24/078839115/begini-kisah-hoax-dari-zaman-sukarno-hingga-jokowi>, diakses 10 Februari 2017).

Munculnya fenomena *hoax* yang karap bertepatan dengan peristiwa politik besar seperti Pemilu Presiden atau Pilkada serentak tersebut. Sehingga kemunculannya sering disangkutpautkan dengan isu-isu sosial politik, bahkan juga disangkutpautkan dengan isu-isu SARA (Suku, Agama, Ras, Antar Golongan). Mengacu pada hasil data survey Mastel tentang wabah *hoax*, juga menyebutkan bahwa isu politik dan SARA merupakan materi yang paling banyak diangkat menjadi konten berita *hoax*, dengan prosentasi 91,80% isu sosial politik dan 88,60% tentang isu SARA (<http://mastel.id/infografis-hasil-survey-mastel-tentang-wabah-hoax-nasional/>, diunduh pada 8 Maret 2017).

Tingginya intensitas materi *hoax* yang banyak menyentuh isu SARA dan politik tersebut, menjadikan fenomena informasi *hoax* viral ditengah-tengah masyarakat Indonesia, bahkan dianggap sebagai medium pemicu terjadinya konfrontasi di media sosial seperti; *hate speech*, saling hujat, saling dukung pilihan, saling menghina dan merendahkan. Selain itu, informasi *hoax* juga dianggap memiliki dampak negatif yang besar terhadap kerukunan dan persatuan bangsa Indonesia. Demikian ini juga senada dengan data hasil survey Mastel, bahwa 75.90% menyatakan bahwa *hoax* telah

mengganggu kerukunan masyarakat, dan 70,20% telah menghambat pembangunan (<http://mastel.id>. 2017).

Selain beberapa hal yang telah disebutkan di atas, maraknya fenomena *hoax* tersebut rupanya sejalan dengan tingginya penggunaan internet di Indonesia, serta karakteristik masyarakat Indonesia sendiri yang umumnya senang berbagi informasi melalui media sosial. Padahal banyak informasi *hoax* beredar melalui media sosial. Survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Polling Indonesia 2016 mencatat, bahwa 137,7 juta orang atau lebih dari separuh penduduk Indonesia (51,5%) dari total jumlah penduduk 256,2 juta telah menggunakan internet. Kemudian 129,3 juta orang (97,5%) telah menggunakan media sosial untuk berbagi informasi (<https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>, diunduh 8 Maret 2017). Secara terpisah, dari data survey yang dilakukan oleh Mastel, juga mencatat bahwa saluran penyebaran berita *hoax* paling banyak dari sosial media dengan prosentase mencapai 92,40 % (<http://mastel.id>. 2017).

Tingginya penggunaan internet dan budaya berbagi informasi melalui media sosial di Indonesia tersebut, memang telah menjadi salah satu faktor yang turut mendorong maraknya *hoax* di Indonesia. Namun, rendahnya pendidikan literasi di Indonesia juga menjadi faktor lain yang mendukung maraknya *hoax*. Mengutip pendapat Nukman dalam artikelnya yang berjudul “*Nyebelin Memang, Tapi Kunci Melawan Hoax ya literasi*” menyebutkan, bahwa kemunculan *hoax* adalah akibat rendahnya tingkat literasi (kemampuan

memahami dan mendekonstruksi) masyarakat terhadap informasi media hingga media sosial (www.sudutpandang.com, diakses pada 20 Maret 2017.)

Fenomena informasi *hoax* di media sosial yang kemunculannya menyedot perhatian yang cukup besar dari masyarakat karena dampak yang ditimbulkannya tersebut. Tentunya juga akan menyedot minat wartawan surat kabar untuk mengangkat fenomena *hoax* sebagai sebuah berita. Surat kabar sebagai bagian dari media massa, juga berusaha melakukan kontrol terhadap berbagai persoalan di masyarakat, dan tentunya memberikan perhatian yang lebih terhadap kasus maraknya *hoax* di media sosial. Demikian karena kasus tersebut bersangkutan dengan kesejahteraan, ketentraman masyarakat dan integritas nasional.

Namun permasalahannya, perubahan sosial yang cepat serta tuntutan-tuntutan di luar institusi media, menempatkan media sama dengan industri-industri lainnya. Yakni memiliki kepentingan ekonomi dan kompetisi yang sangat kuat, sehingga media selalu berusaha agar informasinya dapat menarik banyak konsumen. sebagaimana pendapat Bungin (2007:325) yang mengatakan, bahwa tuntutan-tuntutan pemilik modal yang begitu kuat, sehingga siapapun yang memilih bekerja di media massa akan memiliki visi yang sama, yaitu “menyelamatkan diri” dengan medianya dari kebangkrutan atau dari pemilik modal. Lebih lanjut, Siregar dalam bukunya yang berjudul “*Mengenal Demokrasi Media: Menolak Kosentrasi Membangun Keberagaman*” (2014:24) menyebutkan bahwa:

“Dunia pers hidup dan berkembang berdasarkan 2 paradigma. *Pertama*, paradigma pasar bebas yang melahirkan pers bebas dan

demokratis, dimana kehidupannya tergantung dari pembaca dan masyarakat. *Kedua*, paradigma otoriter. Menurut paradigma ini komunikasi berlangsung satu arah dari atas ke bawah. Isi pers dibuat berdasarkan misi yang ingin dicapai oleh kelompok tertentu atau oleh pengelola pers. Sehingga tidak menutup kemungkinan pers dapat saja menjadi suatu institusi politik atau media perjuangan dari kalangan tertentu.”

Hal serupa juga disebutkan oleh Syahputra dalam jurnal Komunikasi Profetik yang berjudul “*Politik Pemberitaan dalam Kasus Korupsi Petinggi Partai Politik*” (2014: 4) yang menyatakan bahwa;

Media dihadapkan pada kenyataan bahwa ia harus bisa menghidupi dirinya, yakni membayar jenis pengeluaran (biaya operasional, termasuk gaji karyawan), dan tentu saja mencari keuntungan. Ada dua sumber penghasilan utama media yang dikelola swasta yakni penghasilan dari langganan dan pendapatan dari iklan. Sementara media yang dimiliki oleh instansi negara bisa mendapatkan pemasukan lain berupa subsidi.

Syahputra (2014:5) juga menyebutkan bahwa dalam upaya penyajian konten, media harus memperhatikan konten yang bisa “dijual” kepada khalayak. Dalam konteks konten berita dikenal dengan istilah *news value* (nilai berita). Semakin tinggi daya tarik beritanya atau nilai beritanya, maka semakin tinggi minat khalayak untuk membacanya. Akhirnya media mendapatkan pengiklan dari upaya menghimpun khalayak sebanyak-banyaknya.

Sehubungan dengan hal tersebut, dalam posisi mendua tentunya juga memengaruhi cara merefleksikan realitas, yakni tentang bagaimana realitas dipandang dan dipahami oleh media dan dengan cara apa realitas itu ditandakan. Realitas yang sama bisa jadi akan menghasilkan realitas yang berbeda ketika realitas tersebut dibingkai dan dikonstruksi dengan cara yang berbeda. Pada akhirnya realitas yang dipahami khalayak adalah realitas yang

telah terseleksi sebelumnya. Sebagaimana pendapat Murray Edelman (dalam Eriyanto, 2002:186) menyebutkan, bahwa realitas yang dipahami khalayak adalah realitas yang telah terseleksi, khalayak didekte untuk memahami realitas dengan bingkai tertentu. Sehingga sejatinya, informasi yang dikonsumsi masyarakat bukan realitas sebenarnya, akan tetapi realitas yang dikonstruksi awak media.

Oleh karena itu, perlunya tindakan kritis serta menimbang-nimbang terlebih dahulu atas informasi yang dibangun oleh para penyedia konten media. Menimbang-nimbang informasi tersebut, dalam pandangan agama Islam disebut dengan “tabayyun”. Tabayyun merupakan proses klarifikasi sekaligus analisis atas informasi dan situasi serta problem yang dialami umat, agar mendapatkan kesimpulan bijak, arif dan lebih tepat (www.nu.or.id/post/read/65389/tabayyun-sebagai-ajaran-islam, diakses pada 18 September 2017). Demikian itu, diabadikan oleh Allah SWT dalam Al-Qu’ran surat Al- Hujarat ayat 49:6 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا
فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ { ٦ }

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu. (QS Al- Hujarat, 49:6).*

Terkait dengan fenomena *hoax* di media sosial yang menyangkut dampak negatif yang ditimbulkan tadi, dan apa yang harus dilakukan menanggapi fenomena *hoax* di media sosial. Dapat ditinjau dari berbagai media

baik dari berita cetak, televisi bahkan radio, mulai ramai membahas dan memberitakannya. Berita tentang fenomena tersebut dapat dijadikan salah satu contoh cara surat kabar dalam menerapkan ideologi yang mereka anut melalui pemberitaan-pemberitaannya. Setiap berita tentang maraknya *hoax* di media sosial yang dimuat dalam surat kabar, juga merupakan konstruksi realitas yang dikemas dan dibingkai sesuai kebijakan masing-masing surat kabar. Proses pemingkaiannya tersebut dalam kajian media dinamakan dengan *framing*. Bagaimana *framing* sebuah media dalam mengambil sikap atas terjadinya fenomena tersebut, sebenarnya dapat kita lihat dari berita-berita yang mereka sajikan kepada publik.

Framing yang digunakan oleh surat kabar tentu juga berbeda-beda, menyesuaikan dengan ideologi dan kebijakan redaksional masing-masing. Selain itu, sudut pandang wartawan dalam melihat fenomena *hoax* di media sosial ini tentunya tidak sama antara satu dan yang lain. Surat Kabar Harian (SKH) Kompas misalnya, SKH Kompas merupakan media massa cetak nasional terbesar di Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 1965. Kini oplah cetak SKH Kompas mencapai 507,000 eksemplar perhari di semua provinsi di Indonesia, dengan prosentase 60% pembaca SKH Kompas adalah mereka yang menempuh pendidikan tinggi di Universitas. Sehingga jumlah pembaca SKH Kompas setiap harinya mencapai 1.700.000 pembaca (<http://pasangiklan.kompasposkota.com/?isi=kompas>, di akses 05 Maret 2017).

Sebagai Surat Kabar nasional terbesar dengan kuantitas pembaca seperti itu, kaitannya dengan fenomena *hoax* di media sosial tentunya selalu

menyajikan informasi secara aktual dan terdepan sesuai dengan perkembangan fenomena tersebut. Terbukti dari pemberitaan SKH Kompas banyak memberitakan terkait fenomena *hoax* di media sosial selama akhir tahun 2016 sampai awal tahun 2017, tepatnya tanggal 24 Desember 2016 sampai 09 Januari 2017.

Meninjau Tema tentang informasi *hoax* di media sosial memang menjadi peristiwa yang banyak dibicarakan di Indonesia. Namun, dalam dunia akademik pembahasan lebih lanjut masih jarang, khususnya *framing* pemberitaan *hoax* di media sosial pada surat kabar nasional besar seperti SKH Kompas. Dari kenyataan ini peneliti beranggapan perlu adanya peninjauan, pembahasan dan penelitian lebih lanjut, yakni dengan menganalisis *frame* SKH Kompas dalam meliput, menulis, menyajikan berita seputar *hoax* pada edisi 24 Desember 2016 s/d 09 Januari 2017 tersebut.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah: Bagaimana *framing* pemberitaan *hoax* di media sosial pada SKH Kompas?.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan *frame* SKH Kompas dalam memframing pemberitaan *hoax* di media sosial, pada edisi 24 Desember 2016 s/d 09 Januari 2017.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dibedakan menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut.

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan peneliti secara spesifik, terutama terkait tentang fenomena *hoax* di media sosial yang merupakan fenomena yang sedang hangat diperbincangkan publik. Akan tetapi masih belum banyak yang mengkaji fenomena *hoax* di media sosial ini.

Selain itu, penelitian ini diharapkan memberi kontribusi yang positif bagi akademisi, khususnya untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi. Serta mampu menjadi referensi dan pemahaman tambahan mengenai analisis teks berita, dalam hal ini teori dan metode analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

b. Manfaat Praktis

1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam penafsiran makna tersirat dari pemberitaan surat kabar, dapat menjadi referensi dan masukan. Untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan untuk peristiwa lain, bukan hanya berita tentang fenomena *hoax* di media sosial. Sehingga penelitian ini tetap bisa dikembangkan untuk jenis berita lainnya.

- 2) Penelitian ini diharapkan bisa menjadi pengingat agar masyarakat lebih jeli dan lebih kritis dalam memaknai pesan yang disampaikan oleh suatu berita. Pengaruh yang diterima media kadang membuat pergeseran makna yang mestinya disadari dengan baik oleh masyarakat.
- 3) Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan untuk surat kabar lainnya, bukan hanya SKH Kompas. Dalam hal ini terkait pembingkai berita.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini merupakan landasan dari penelitian yang akan diteliti. Penelitian yang akan dilakukan harus berdasarkan hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan. Tujuannya, untuk memberikan perbandingan terkait penelitian yang akan diteliti dengan penelitian sebelumnya, berikut hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang diangkat peneliti.

Pertama, penelitian yang berjudul “*Renegosiasi Kontrak Karya PT Freeport dalam Bingkai Surat Kabar (Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki Pada Berita Harian Kompas Bulan Januari 2015)*” oleh A. Nur Fuadi, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk mengetahui *frame* Kompas terkait pemberitaan renegosiasi kontrak karya PT Freeport. Adapun

metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *framing* dengan menggunakan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa SKH Kompas lebih banyak membingkai pihak pemerintah Indonesia dengan menampilkan pernyataan-pernyataan dari pihak Indonesia seperti pernyataan dari tokoh kompeten dibidangnya. Sedangkan dari pihak PT Freeport ditampilkan secara singkat. Selain itu, Kompas juga menampilkan sosok tegas pemerintah dalam melaksanakan renegosiasi.

Skripsi A. Nur Fuadi yang digunakan peneliti sebagai tinjauan pustaka, juga terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Perbedaan tersebut terletak pada objek penelitian. Objek penelitian A. Nur Fuadi membahas tentang pemberitaan renegosiasi PT Freeport, sedangkan objek penelitian yang peneliti lakukan, membahas tentang *hoax* di media sosial. Adapun persamaan penelitian A. Nur Fuadi dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah pada subjek penelitian yakni SKH Kompas. Selain itu, juga memiliki kesamaan pada metode penelitian yang digunakan, dalam hal ini adalah analisis *framing* dengan menggunakan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Kedua, penelitian yang berjudul “*Pemberitaan Media Online (Analisis Framing Berita Mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar di mediaindonesia.com dan vivanews.com Tanggal 7 September 2011*”, oleh Gema Mawardi mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran bagaimana *framing* pemberitaan terkait mundurnya Surya Paloh dari partai Golkar, serta mengetahui sejauhmana pengaruh kepemilikan media terhadap objektivitas pemberitaan. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *framing* dengan pendekatan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mediaindonesia.com, berpihak pada kepentingan pemilik media terkait pemberitaan Surya Paloh, sementara *framing* yang dilakukan vivanews.com, masih menunjukkan usaha media untuk melakukan pendekatan pada objektivitas pemberitaannya.

Penelitian Gema Mawardi ini juga dijadikan sebagai tinjauan pustaka peneliti. Dalam Skripsi Gema Mawardi, juga terdapat beberapa perbedaan dan kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Perbedaannya terletak pada objek penelitian Gema Mawardi yang membahas tentang pemberitaan terkait mundurnya Surya Paloh dari partai Golkar, sedangkan objek penelitian yang peneliti lakukan adalah membahas tentang *hoax* di media sosial. Selain berbeda dari segi objek penelitian, juga berbeda dari subjek penelitian. Jika subjek penelitian yang dipilih Gema Mawardi adalah di mediaindonesia.com dan vivanews.com, sedangkan subjek penelitian yang peneliti lakukan adalah di SKH Kompas. Adapun persamaannya terletak pada metode yang digunakan yakni analisis *framing* dengan menggunakan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Ketiga, penelitian yang berjudul “Konsruksi Citra Maskulinitas Calon Presiden (Studi Analisis Framing Model Gamson dan Modigliani pada Pemberitaan Koran Harian Kompas dan Jawa Pos” oleh Nanang Mizwar Hasyim, dosen Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk mengetahui konstruksi citra maskulinitas calon presiden dan mengidentifikasi praktek jurnalisme yang dilakukan oleh koran Kompas dan Jawa Pos. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *framing* dengan menggunakan model Gamson dan Modigliani. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Koran Kompas dan Jawa Pos lebih menekankan pada karakter, kredibilitas dan reputasi Jokowi dibanding penulisan berita tentang Prabowo. Selain itu, Jawa Pos dan Kompas sering menggunakan foto untuk mengkonstruksikan maskulinitas calon Presiden.

Penelitian Nanang Mizwar Hasyim yang digunakan peneliti sebagai tinjauan pustaka, juga terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Perbedaan tersebut terletak pada objek penelitian. Objek penelitian Nanang Mizwar Hasyim membahas tentang konstruksi citra maskulinitas calon presiden dan mengidentifikasi praktek jurnalisme yang dilakukan oleh koran Kompas dan Jawa Pos, Sedangkan objek penelitian yang peneliti lakukan, membahas tentang fenomena *hoax* di media sosial. Selain itu, perbedaan penelitian juga terletak pada metode yang digunakan. Metode yang

digunakan penelitian sebelumnya menggunakan metode analisis *framing* model Gamson dan Modigliani, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti sekarang menggunakan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Adapun persamaanya terletak pada subjek penelitian yakni SKH Kompas.

Keempat, penelitian yang berjudul “*Analisis Framing Pemberitaan Pemilihan Gubernur Kalimantan Timur 2013 pada Masa Kampanye*” oleh Ricky Alkat Seftiano, mahasiswa program studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk memahami dan menganalisis surat kabar Kaltim dan Tribun Kaltim, Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *framing* dengan menggunakan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berita yang dimuat dalam surat kabar Kaltim hampir sama dengan Tribun kaltim. Selain itu, surat kabar Kaltim dan Tribun Kaltim seringkali mengemas judul-judul berita dengan kalimat yang menarik khalayak.

Penelitian Ricky Alkat Seftiano, juga terdapat beberapa perbedaan dan kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Perbedaannya terletak pada objek penelitian Ricky Alkat Seftiano yang membahas tentang pemberitaan Pemilihan Gubernur Kalimantan Timur 2013, sedangkan objek penelitian yang peneliti lakukan adalah membahas tentang *hoax* di media sosial. Selain berbeda dari segi objek penelitian, juga berbeda dari subjek penelitian. Jika subjek penelitian yang dipilih Ricky Alkat Seftiano adalah di

surat kabar Kaltim dan Tribun Kaltim, Sedangkan subjek penelitian yang peneliti lakukan adalah di SKH Kompas. Adapun persamaannya terletak pada metode yang digunakan yakni analisis *framing* dengan menggunakan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Peneliti akan memaparkan kesamaan dan perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian sebelumnya secara lebih rinci pada tabel berikut:



Tabel.1

Persamaan dan perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian sebelumnya

No	Peneliti dan Judul penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan	Keterangan
1.	A. Nur Fuadi "Renegosiasi Kontrak Karya PT Freeport dalam Bingkai Surat Kabar (Analisis <i>Framing</i> Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki Pada Berita Harian Kompas Bulan Januari 2015)"	<ul style="list-style-type: none"> - SKH Kompas lebih banyak membingkai pihak pemerintah Indonesia. Sedangkan dari pihak PT Freeport ditampilkan secara singkat - Menampilkan sosok tegas pemerintah dalam melaksanakan renegosiasi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Subjek penelitian SKH Kompas. - Landasan Teori: Framing - Metode Deskriptif-analitis dengan model framing Pan dan Kosicki - Sifat Penelitian - Metode pengumpulan data dengan dokumentasi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian pemberitaan renegosiasi kontrak karya PT Freeport edisi Januari 2015. - Landasan teori: Renegosiasi Berita media cetak 	Perbedaan yang mendasar terletak pada objek penelitian. Jika penelitian sebelumnya fokus membahas tentang kasus renegosiasi. Sedangkan penelitian sekarang fokus membahas tentang <i>hoax</i> di media sosial.
2.	Gema Mawardi "Pemberitaan Media Online (Analisis <i>Framing</i> Berita Mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar di mediaindonesia.com dan vivanews.com Tanggal 7 September 2011".	<ul style="list-style-type: none"> - Mediaindonesia.com berpihak pada kepentingan pemilik media terkait pemberitaan Surya Paloh, sementara <i>framing</i> yang dilakukan vivanews.com, masih menunjukkan usaha media untuk melakukan pendekatan pada objektivitas pemberitaannya. 	<ul style="list-style-type: none"> - Metode Deskriptif-analitis dengan model <i>framing</i> Pan dan Kosicki. - Sifat Penelitian. - Metode pengumpulan data dengan dokumentasi. - Landasan Teori : <i>Framing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Subjek penelitian mediaindonesia.com dan vivaNews.com. - Objek penelitian pemberitaan media online mundurnya Surya Paloh tanggal 7 September 2011. - LandasanTeori: <ol style="list-style-type: none"> 1. Jurnalisme <i>online</i>. 2. Ideologi media. 3. Komunikasi politik media. 4. Priming. - Fungsi dan peran media. 	Fokus penelitian sebelumnya adalah tentang pemberitaan Surya Paloh di media <i>online</i> , sedangkan fokus penelitian sekarang adalah pemberitaan media cetak tentang <i>hoax</i> di media sosial. Selain itu, penggunaan landasan teori yang digunakan juga memiliki perbedaan, dimana penelitian sekarang hanya menggunakan dua teori yakni <i>framing</i> dan informasi <i>hoax</i> .

3.	Nanang Mizwar Hasyim "Konsruksi Citra Maskulinitas Calon Presiden (Studi Analisis <i>Framing</i> Model Gamson dan Modigliani pada Pemberitaan Koran Harian Kompas dan Jawa Pos"	<ul style="list-style-type: none"> - Koran Kompas dan Jawa Pos lebih menekankan pada karakter, kredibilitas dan reputasi Jokowi dibanding penulisan berita tentang prabowo. - Jawa Pos dan Kompas sering menggunakan foto untuk mengkonstruksikan maskulinitas calon Presiden. 	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. - Subjek penelitian SKH Kompas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian Pemberitaan tentang konstruksi citra maskulinitas calon Presiden. - Teori: <ol style="list-style-type: none"> 1. Konstruksi realitas 2. Maskulinitas dan gender - Metode analisis Analisis <i>framing</i> model Gamson dan Modigliani 	Fokus penelitian sebelumnya adalah pemberitaan calon Presiden tentang konstruksi citra maskulinitas, sedangkan fokus penelitian sekarang adalah pemberitaan tentang <i>hoax</i> di media sosial. Selain itu, landasan teori serta model analisis <i>framing</i> yang digunakan juga memiliki perbedaan, dimana penelitian sekarang menggunakan teori <i>framing</i> dengan metode analisis Zhongdang Pan dan Giralld M. Kosicki.
4.	Ricky Alkat Seftiano "Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Pemilihan Gubernur Kalimantan Timur 2013 pada Masa Kampanye"	<ul style="list-style-type: none"> - Berita yang dimuat dalam surat kabar Kaltim hampir sama dengan Tribun Kaltim. - Surat kabar Kaltim dan Tribun Kaltim seringkali mengemas judul-judul berita dengan kalimat yang menarik khalayak. 	<ul style="list-style-type: none"> - Metode Analisis Analisis <i>framing</i> Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. - Jenis Penelitian Deskriptif analitis dengan pendekatan kualitatif. - Teori <i>Framing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian Pemberitaan Pemilihan Gubernur Kalimantan Timur 2013. - Subjek penelitian: Surat Kabar Kaltim dan Tribun Kaltim - Teori: <ol style="list-style-type: none"> 1. Teori agenda setting 2. Teori konstruksi sosial 3. Teori komunikasi massa 4. Berita surat kabar 5. Komunikasi politik 6. Realitas media 	Fokus penelitian sebelumnya adalah pemberitaan tentang Pemilihan Gubernur Kalimantan Timur, sedangkan fokus penelitian sekarang adalah pemberitaan tentang <i>hoax</i> di media sosial. Selain itu, subjek penelitian juga berbeda, dimana peneliti sebelumnya di surat kabar kaltim dan tribun Kaltim, sedangkan penelitian sekarang di SKH Kompas.

(Sumber: Oleh Peneliti)

E. Landasan Teori

1. Teori *Framing*

Pada dasarnya berita surat kabar merupakan suatu cara untuk menciptakan dan pembentukan atas realitas yang diinginkan mengenai peristiwa atau (kelompok) orang yang dilaporkan, akhirnya adalah adanya bagian tertentu yang lebih menonjol dan mudah dikenal (Eriyanto, 2002:79).

Proses penonjolan dan penyeleksian pada aspek tertentu dari realitas oleh media tersebut dinamakan *framing*. *Framing* dapat dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar dari isu yang lain (Mawardi, 2012: 15).

Gagasan mengenai *framing* pertama kali dilontarkan oleh Beterson pada tahun 1955 (Sobur, 2005:161), yang mulanya memaknai *frame* sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana serta yang menyediakan kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Kemudian konsep ini dikembangkan lebih jauh oleh Goofman pada tahun 1974, yang mengandaikan *frame* sebagai kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas (Sobur, 2015:162).

Konsep *framing* akhir-akhir ini juga telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi, yang digunakan untuk menggambarkan

proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media (Sobur, 2015:162).

Framing sendiri adalah sebuah strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak. Lebih sederhana *framing* adalah prinsip dari seleksi, penekanan dan presentasi dari realitas (Eriyanto, 2002:79). Selain dari definisi di atas, terdapat beberapa definisi lain mengenai *framing*. Beberapa definisi tersebut dalam tabel berikut:

Tabel.2
Definisi Framing

Robert N. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain, ia juga menyertakan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.
William A. Gamson	Cara bercerita atau gagasan ide-ide yang terorganisasi sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (<i>package</i>). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia terima.
Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi. Menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konveksi pembentukan berita.

(Sumber:Eriyanto. 2002:77-79)

Meskipun dari definisi yang dikemukakan oleh para ahli di atas terdapat perbedaan dalam penekanan dan pengertian. Namun, ada titik singgung utama dari definisi *framing* tersebut, yakni *framing* adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas dipandang dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan fakta dan konstruksi realitas itu, pada

akhirnya akan terdapat bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol. Akibatnya, khalayak lebih mengingat aspek-aspek yang lebih menonjol tersebut. Sedangkan, aspek-aspek yang dikucilkan bahkan tidak diberitakan menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan khalayak. (Eriyanto. 2002: 76-77).

Sebagaimana pendapat Pan dan Kosicki (dalam Eriyanto, 2002: 252-253) yang menyatakan, bahwa terdapat dua konsepsi dari *framing* yang sangat saling berkaitan. Pertama, dalam konsepsi psikologis yaitu bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya serta bagaimana seseorang mengolah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. Kedua, konsepsi sosiologis yaitu bagaimana individu menafsirkan suatu peristiwa melalui cara pandang tertentu. Bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar dirinya.

Lebih lanjut, Eriyanto (2002: 81) juga menyebutkan bahwa terdapat dua aspek penting dalam *framing*. Yakni sebagai berikut:

- 1) Memilih fakta atau realitas.

Aspek ini mengasumsikan bahwa wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Akan selalu ada kemungkinan dalam memilih fakta, yakni apa yang dipilih atau ditekankan dan apa yang dibuang. Artinya, fakta akan dilihat dari sisi tertentu dan berakibat pada pemahaman dan konstruksi fakta yang berbeda antara satu media dengan media yang lain.

2) Menuliskan fakta.

Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat dan proposisi apa, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar apa, dan sebagainya. Fakta yang sudah dipilih ditekankan dengan pemakaian perangkat tertentu (penempatan *headline*, pengulangan, pemakaian label, generalisasi, simplifikasi dan pemakaian kata yang mencolok, gambar, dan sebagainya (Eriyanto,2002: 81).

2. Informasi *Hoax*

Secara singkat *hoax* adalah informasi bohong. Bohong dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti sesuatu yang tidak sesuai dengan hal (keadaan, dsb) yang sebenarnya. *Hoax* menurut Chen, et al (2014:441) adalah informasi sesat dan berbahaya karena menyesatkan persepsi manusia dengan menyampaikan informasi palsu sebagai kebenaran. *Hoax* mampu mempengaruhi banyak orang dengan menodai citra dan kredibilitas. Selain itu, mengutip dari Thesis Anggraini (2016:30) yang menjelaskan, bahwa *hoax* sendiri berarti tipuan atau lelucon. Kegiatan menipu, trik penipuan, rencana penipuan disebut dengan *hoax*.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *hoax* adalah berisikan berita bohong, yakni dengan menampilkan sesuatu yang salah sebagai suatu kebenaran, dilakukan dengan sengaja (*a*

deliberate attempt), dan bertujuan untuk membohongi publik. Berita bohong dan menyesatkan juga tertera dalam Undang-Undang pasal 28 ayat 1 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yakni, “*setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik*” (www. Keminfo.go.id. Diunduh pada 03 Mei 2017)

Meninjau *hoax* hanya dengan mengetahui definisi saja tentunya sangat kurang, bahkan banyak yang terjebak dengan *hoax* karena hanya mengetahui definisi *hoax* namun sedikit yang mengetahui ciri-ciri *hoax*. sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dalam tesisnya yang berjudul “*Literasi Baru dan Penyebaran Informasi Hoax*” (2016:140). Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa semua informan mengetahui tentang definisi, akan tetapi mereka hanya mengetahui beberapa saja dari ciri-ciri *hoax*. Oleh karena itu, Suwarjono (dalam Pakpahan, 2017:482) menyebutkan, bahwa ada lima ciri berita *hoax*, yakni sebagai berikut:

- 1) Berita *hoax* cenderung mengandung judul yang provokatif, yang tujuannya untuk mendorong pembaca mengklik berita itu di media sosial.
- 2) Nama situs media penyebar berita biasanya mirip dengan nama media besar yang sudah ada.
- 3) Konten cenderung berisi opini, tidak jelas sumber beritanya dan minim fakta.

- 4) Berita *hoax* cenderung menggunakan berita menipu.
- 5) Akun biasanya baru dibuat, kloningan dan abal abal.

Selain ciri-ciri tentang *hoax*, Jenis-jenis materi *hoax* dan saluran *hoax* juga bermacam-macam. Data survey Mastel (<http://mastel.id>: 2017) menyebutkan bahwa terdapat beberapa jenis konten *hoax*, yakni: Sosial dan politik, SARA, kesehatan, Teknologi dan lain sebagainya. Sementara untuk saluran *hoax* yakni; dari media sosial, situs *online*, televisi, media cetak, email, dan radio. Oleh karena banyaknya konten dan saluran bermuatan *hoax*, Harley dalam (Anggraini, 2016:31) menjelaskan tentang beberapa aturan praktis yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi *hoax* secara umum, yakni:

- 1) *Hoax* biasanya memiliki karakteristik surat berantai dengan menyertakan kalimat seperti “*Sebarkan kesemua orang, yang anda tahu, jika tidak, sesuatu yang tidak menyenangkan akan terjadi pada anda*”.
- 2) Informasi *hoax* biasanya tidak menyertakan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis atau diverifikasi, serta pernyataan-pernyataan yang tidak menunjukkan kejelasan.
- 3) Informasi *hoax* biasanya tidak memiliki kadar kadaluarsa pada peringatan informasi, meskipun sebenarnya kehadiran tanggal tersebut juga tidak membuktikan apa-apa, tetapi dapat menimbulkan efek yang berkepanjangan.

- 4) Tidak ada organisasi yang dapat diidentifikasi yang dikutip sebagai sumber informasi atau menyertakan organisasi, tetapi biasanya tidak terkait dengan organisasi manapun”.

Lebih lanjut, alasan seseorang dalam mengkomunikasikan *hoax* juga bervariasi. Setidaknya ada tiga alasan mengapa seseorang mengkomunikasikan informasi salah secara luas (Kumar *et al*, April 2016:591-602). Yakni sebagai berikut :

- 1) *Misinformasi is conveyed in the honest but mistake belief that the relayed incorrect fact are true.* Inti dari alasan pertama ini adalah mengajak publik untuk mempercayai sesuatu yang salah sebagai sebuah kebenaran.
- 2) *Disinformation denotes false fact that are conceived in order to deliberately deceive or betray an audience.* Sebagai kelanjutan dari alasan pertama yaitu berita bohong yang disebarluaskan dengan sengaja bertujuan untuk membohongi atau menghianati publik.
- 3) *Disinformation by a person is not to mislead an audience into believing false fact, but rather to convey a certain impression of himself.* Alasan ketiga ini yang biasa disebut dengan “bullshit”, tujuannya bersifat pribadi yang menciptakan kesan-kesan personal.

Sebagai sebuah landasan teori, belum banyak literatur teoritik mengenai *hoax* yang dapat ditemui peneliti. Oleh karena itu, dalam

penelitian ini dipilih istilah “informasi *hoax*” sebagai salah satu konsep penelitian. Pemilihan istilah ini didasarkan pada pengertian dasar *hoax* itu sendiri yakni tipuan, dan bentuknya sebagai sebuah informasi ketika disebarakan melalui media sosial.

F. Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi deskriptif yang termasuk metode penelitian kualitatif (*qualitative research*). Studi deskriptif merupakan pemaparan suatu situasi atau peristiwa. Peneliti tidak mencari atau menjelaskan hubungan serta tidak menguji hipotesis (Ruslan, 2006: 71-72).

Selanjutnya, Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian yang menggunakan pendekatan ini bertujuan untuk membangun suatu proposisi atau menjelaskan makna dibalik realita. Peneliti berpijak pada realita atau peristiwa di lapangan. Penelitian seperti ini berupaya memandang apa yang sedang terjadi dalam dunia tersebut dan melekatkan temuan-temuan yang diperoleh di dalamnya (Bungin, 2007: 82).

Bagi peneliti kualitatif, realitas tidak hanya satu. Setiap peneliti dapat menciptakan realitas sebagai bagian dari proses penelitian, bersifat subjektif dan hanya berada dalam referensi peneliti. peneliti kualitatif mengamati keseluruhan proses yang dipercaya bahwa realitas itu bersifat menyeluruh dan tidak dapat dibagi-bagi (Wimmer & Dominick, 1991: 139). Pendekatan kualitatif menyebabkan lingkup tidak dapat digeneralisasi secara umum, karena data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka (Newman, 2003: 16). Sehingga, tujuannya bukan untuk memahami realitas tunggal tetapi realitas majmuk (Creswell, 1994: 156).

Adapun sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana surat kabar memahami dan memaknai peristiwa yang akhirnya ditampilkan dalam pemberitaan (Eriyanto, 2005: 70). Dalam hal ini mendeskripsikan *frame* pemberitaan SKH Kompas tentang fenomena *hoax* di media sosial berdasarkan analisis pada teks, simbol dan bahasa yang digunakan SKH Kompas dalam menyajikan berita tersebut.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber tempat memperoleh keterangan penelitian yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2011:38). Adapun subjek yang digunakan adalah SKH Kompas.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah berbagai item berita yang memuat pemberitaan tentang *hoax* di media sosial yang dimuat dalam SKH Kompas edisi 24 Desember 2016 s/d 09 Januari 2017. Berita-berita itu diantaranya:

Tabel.3
Item Berita

No.	Judul Berita	Tanggal Terbit
1.	Warga Bergerak Redam <i>hoax</i>	24 Desember 2016
2.	Kenali Ciri Situs Penyebar Berita Palsu	29 Desember 2016
3..	Tindakan Tegas: Diminta Presiden Gelar Rapat Soal Maraknya Berita Bohong	30 Desember 2016
4.	Membantah " <i>hoax</i> " Menyelamatkan Bangsa.	03 Januari 2017
5.	Jangan Hanya Kontra "Hoax".	05 Janurai 2017
6.	Polri Minta Peran Aktif Publik Melawan "Hoax".	06 Januari 2017
7.	Memperkecil Ruang Petualang " <i>hoax</i> "	07 Januari 2017
8.	" <i>hoax</i> " Mengancam Persatuan Bangsa	09 Januari 2017

(Sumber: SKH Kompas, 24 Desember 2016 s/d 09 Januari 2017)

3. Jenis Data

Jenis data dibedakan menjadi dua, yakni data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer sumber data penelitian ini yaitu teks berita yang berhubungan dengan pemberitaan *hoax* di media sosial yang dimuat dalam SKH Kompas edisi 24 Desember 2016 s/d 09 Januari 2017.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang digunakan untuk mendukung atau menunjang data primer sebagai literatur guna melengkapi data yang berhubungan dengan penelitian ini. Yakni dengan berbagai literatur misalnya buku, laporan atau jurnal. Koran dan sumber berita lainnya.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Dokumentasi merupakan kumpulan data dalam bentuk tulisan dari suatu peristiwa, penjelasan, maupun pemikiran terhadap peristiwa itu. Jenis data yang digunakan dalam pengumpulan data tersebut meliputi dokumen publik dan dokumen privat yang berkaitan dengan tema penelitian (Krisyantono, 2006:118). Dokumentasi disini dapat berupa item-item berita, foto-foto yang terkait dengan penelitian tersebut.

5. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis *framing* model Zhangdong Pan dan Gerald M. Kosicki dengan paradigma konstruksionis. Analisis *framing* sendiri secara sederhana dapat digambarkan sebagai metode analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. (Eriyanto, 2002: 289).

Metode Analisis *framing* dengan Model *framing* Zhangdong Pan dan Gerald M. Kosicki tersebut, merupakan model analisis *framing* yang paling populer dan banyak dipakai, selain itu juga dapat menjadi alternatif dalam menganalisis teks media (Eriyanto, 2002: 289). Model itu sendiri merupakan modifikasi dari dimensi oprasional analisis wacana Van Dick, yang memiliki struktur dan unit analisis yang relatif lengkap, sehingga memberi kemungkinan peneliti melakukan analisis secara lebih detail. (Sobur, 2015: 175).

Adapun dalam menganalisis data, peneliti melakukan beberapa tahap, yaitu peneliti mengumpulkan semua data yang akan diteliti sebagai bahan analisa, kemudian menentukan kategorisasi berdasarkan tanggal, setelah itu melakukan analisis berdasarkan perangkat *framing* yang dipakai oleh Zhangdong Pan dan Gerald M. Kosicki. Adapun dimensi *framing* yang digunakan dalam model Zhangdong Pan dan Gerald M. Kosicki dibagi dalam empat struktur besar (Eriyanto, 2002: 294) yakni sebagai berikut:

1. Struktur Sintaksis.

Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa-peristiwa, opini, kutipan, pengalaman atas peristiwa ke ide dalam bentuk susunan umum berita (*lead* yang dipakai, latar, *headline*, kutipan yang diambil, pernyataan penutup dan kesimpulan).

2. Struktur Skrip.

Skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Struktur ini melihat bagaimana strategi cara bercerita atau bertutur yang dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa ke dalam bentuk berita. Dari struktur ini dapat diketahui penonjolan maupun penghilangan fakta melalui kelengkapan berita yang terdiri dari 5W+1H (*who, what, when, where, why, dan how*).

3. Struktur Tematik.

Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangan atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Perangkat *framing* yang digunakan dalam struktur ini adalah detail, maksud, nominalisasi, koherensi, bentuk kalimat dan kata ganti.

4. Struktur Retoris.

Retoris berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu kedalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata (leksikon), kiasan (metafora), pengandaian, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

Tabel.4

Unit Analisis Penelitian

No	Struktur	Perangkat Framing	Unit Yang Diamati
1.	SINTAKSIS Cara Wartawan menyusun Fakta	1. Skema Berita	Headline, lead, latar Informasi, Kutipan, Sumber, Pernyataan, Penutup.
2.	SKRIP Cara Wartawan Mengisahkan Fakta	2. Kelengkapan Berita	5W+1H
3.	TEMATIK Cara Wartawan Menulis Fakta	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk Kalimat 6. Kata Ganti	Paragraf, Proposisi. Kalimat, Hubungan Antar Kalimat.
4.	RETORIS Cara Wartawan Menekan Fakta	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, Idiom, Gambar/foto, Grafik

Sumber: Pan dan Kosicki dalam (Eriyanto, 2002: 295).

6. Metode Keabsahan Data

Uji keabsahan data penting dilakukan agar penelitian yang dilakukan tidak diragukan kebenarannya. Uji keabsahan data ini diperoleh melalui triangulasi. Moleong menjelaskan, triangulasi merupakan salah satu teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk dijadikan pembanding terhadap data itu (Moleong, 2002: 330).

Peneliti akan menggunakan triangulasi teori, yaitu dengan menguraikan pola hubungan, dan juga menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis untuk mencari tema atau pun penjelasan pembanding. Bardiansyah (dalam Bugin, 2007: 257) menandakan, secara induktif, triangulasi teori dilakukan dengan menyertakan usaha pencarian lain untuk mengorganisasikan data yang diperoleh dengan memikirkan kemungkinan logis dengan melihat apakah kemungkinan-kemungkinan tersebut dapat ditunjang dengan data. Dalam penelitian ini, triangulasi teori yang digunakan adalah teori dekonstruksi Jacques Derrida.

Dekonstruksi dalam tampilan keseharian adalah menolak otoritas sentral dalam pemaknaan segala sesuatu. Makna bagi Derrida bukan sekedar arti kata, bukan sekedar *signs* yang disepakatkan banyak orang, melainkan bagaimana seseorang mengartikannya. Dalam bahasa (tertulis) atau karya sastra, makna dari sesuatu kata atau kalimat tidak dimaknai secara tunggal (misal sesuai dengan tradisi, atau lainnya)

melainkan dibuka peluang makna yang lainnya, yang disebut dengan konsep *différance* (Sobur: 106).

Adapun tujuan yang diinginkan dekonstruksi adalah menunjukkan ketidakberhasilan upaya kehadiran kebenaran absolut, dan ingin menelanjangi agenda tersembunyi yang mengandung banyak kelemahan dan kepincangan dibalik teks-teks. Sementara bagaimana dekonstruksi bisa diterapkan bila berhadapan dengan teks, setidaknya dapat dilihat dari Rodolphe Gasche, *The Tain of Mirror: Derrida and the Philosophy of Reflection* (dalam Norris, 2009: 13) yang telah berusaha mensistematisasikan langkah-langkah dekonstruksi. Yakni:

1. Mengidentifikasi hirarki oposisi dalam teks, dimana biasanya terlihat peristilahan mana yang diistimewakan secara sistematis dan mana yang tidak.
2. Oposisi-oposisi itu dibalik dengan menunjukkan adanya saling ketergantungan atau privilisenya dibalik.
3. Memperkenalkan sebuah istilah atau gagasan baru yang ternyata tidak bisa dimasukkan ke dalam kategori oposisi lama.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis pembingkaihan berita yang dilakukan SKH Kompas tentang fenomena *hoax* di media sosial, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembingkaihan berita yang dilakukan oleh SKH Kompas tentang *hoax* di media sosial, mengetengahkan isu-isu masalah sosial kebangsaan, seperti; radikalisme, terorisme, kriminalisme, intoleran, provokatif, pemecah kesatuan dan idiologi bangsa. Sementara isu-isu lain, seperti; Kesehatan, makanan, teknologi tidak pernah disinggung. Sementara itu, isu-isu kebangsaan tersebut juga dijadikan landasan argumentatif pemerintah untuk mengelola aktivitas media sosial dan situs-situs *online*. Itu artinya SKH Kompas ingin membantu meningkatkan dukungan dan mengajak khalayak untuk berpihak pada kebijakan pemerintah untuk mengelola aktivitas di media sosial dan situs-situs *online*.
2. Dari hasil analisis pembingkaihan juga terlihat bahwa SKH Kompas lebih menonjolkan media sosial dan situs-situs *online* sebagai satu satunya saluran *hoax*, padahal terdapat saluran *hoax* yang lain. Demikian itu terkesan mendekte khalayak, bahwa sumber informasi yang bukan dari produk media arus utama harus

dicurigai sebagai sumber *hoax*, atau masyarakat sedang diarahkan untuk percaya hanya pada satu media.

3. SKH Kompas dalam memilih sumber, juga lebih memilih sumber-sumber yang kontra terhadap *hoax*. Sementara sumber yang memiliki perspektif berbeda tidak pernah dijadikan sumber oleh SKH Kompas. Artinya keberpihakan SKH Kompas lebih tertuju kepada pihak yang kontra terhadap fenomena *hoax*.

B. Saran

Penelitian ini dapat dijadikan referensi, terutama bagi para akademisi yang akan melaksanakan penelitian dikemudian hari, baik terkait *hoax*, SKH Kompas, ataupun penelitian yang menggunakan metode analisis *framing*. Masukan yang bersifat membangun sangat diperlukan, khususnya bagi akademisi yang akan melaksanakan penelitian pada masa yang akan datang. Berikut saran yang dapat peneliti sampaikan dan berikan pada penelitian selanjutnya:

1. Penelitian tentang *framing* media surat kabar ini menggunakan teori *framing* dengan metode analisis model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki. Analisis model ini cocok untuk penelitian analisis berita dengan menggunakan dua atau lebih pisau analisis. Dengan berbagai elemen dalam struktur *framing*-nya. Sehingga lebih memungkinkan untuk menemukan jawaban atas permasalahan penelitiannya. Adapun untuk selanjutnya, agar mempermudah analisis penelitian, hal yang perlu dan harus

peneliti selanjutnya lakukan adalah memahami betul perbedaan antara teori dan metode analisis *framing*.

2. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan tema atau peristiwa yang sama, yakni tentang *hoax* di media sosial. Akan lebih mudah jika peneliti selanjutnya mengetahui secara spesifik apa yang menjadi poin penting tentang *hoax*. Apalagi tema fenomena *Hoax* di media sosial merupakan fenomena sedang hangat diperbincangkan publik, dan masih belum banyak yang mengkaji tentang fenomena *hoax* di media sosial.
3. Penelitian ini hanya menggunakan satu media surat kabar, yaitu SKH Kompas. Oleh karena itu, untuk mengembangkan penelitian pembingkain surat kabar oleh peneliti selanjutnya, akan lebih baik jika menggunakan lebih banyak media.
4. Dalam konteks pembingkaiian berita, SKH Kompas bisa dinilai telah menyajikan pembingkaiian yang baik tentang *hoax* di media sosial. Hal yang perlu diwaspadai dari strategi pembingkaiian sebuah berita oleh media surat kabar besar seperti SKH Kompas adalah, ketika melakukan pembingkaiian berita jangan sampai merugikan khalayak dan menciderai tujuan baik media. Hal ini mengingat informasi di rezim ini mengalami pergeseran yang besar.

Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi pengetahuan bagi pembaca bagaimana media memberitakan suatu

peristiwa. Oleh karena itu apabila kita membaca suatu berita, sebaiknya kita tidak menelan mentah-mentah apa yang disajikan oleh media. Sebaiknya, kita lebih jeli memahami pesan berita bahkan dapat mengkritisnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2007 *Sosiologi Komunikasi. Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta. Kencana Media Group.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan politik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Creswell, John W. 1994. *Research Design Qualitative & Quantitative Approaches*. Sage Publications, Inc.
- Dilla, Sumadi. 2007. *Komunikasi Pembangunan: Pendekatan Terpadu*. Bandung: PT Simbiosis Rikatama Media.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Idiologi, dan Politik media*. Yogyakarta: PT Lkis Printing Cemerlang.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Newman, W Lawrence. 2003. *Social Research Methods-Qualitative & Quantitative Approaches*. Boston: A and B, Pearson Education Inc.
- Norris, Cristhoper. 2009. *Membongkar Teori Dekonstruksi Jacques Derrida*. Yogyakarta: AR-Ruzz Media.
- Ritzer, George. 2003. *Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian Publik Relations*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Siregar, Amir Efendi. 2014. *Mengenal Demokratisasi Media: Menolak Konsentrasi Membangun Keberagaman*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Sobur, Alex. 2015. *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Subandi, Bachruddin. 2014. *Komunikasi dan Komodifikasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutamat, Mamak. 2012. *Kompas Menjadi Perkasa Karena Kata; Sebuah Sharing 35 Tahun Bersama Kompas*. Yogyakarta: Galang Press.

Skripsi, Thesis, Jurnal dan Prosiding Penelitian:

- Anggraini, Clara Novita. 2016. "*Literasi Media Baru dan Penyebaran Informasi Hoax*". Thesis Program Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Gajah Mada Yogyakarta.
- Aprilliani, Fitria. 2015. "*Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Pada Surat Kabar Harian Kompas (Studi Deskriptif Kualitatif Pemberitaan Pencalonan Budi Gunawan Sebagai Kepala Polisi Republik Indonesia Tanggal 07-16 Januari 2015)*". Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Chen, Yoke Yie, *et al.* 2014. "Email Hoax Detection System Using Levenshtein Distance Method". *Journal Of Computers*, Vol. 9, No. 2. Academy Publisher.
- Fuadi, Nur. 2015. *Renegosiasi Kontrak Karya Freport Dalam Bingkai Surat Kabar (Analisis Framing Zhangdong Pan dan Gerald M. Kosicki Pada Berita Harian Kompas Bulan Januari 2015)*. Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ghofur, Abd. 2015. "Analisis Dekonstruksi Tokoh Takeshi dan Mitsusaburo dalam Novel *Silent Cry* karya Kenzaburo Oe Persepektif Jacques Derrida". *Jurnal Nuasa Jurnal Ilmu Sosial dan Keagamaan Islam*, Vol. 1. No. 2. Centre for research Community service (P3M) STAIN Pamekasan.
- Haikal, Muhammad. 2016. "*Dekonstruksi Wacana Censorship pada Teks Ontologi Kepustakaan Indonesia*". Skripsi Program Studi Ilmu Kepustakaan Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hasyim, Nanang Mizwar. 2016. "Konstruksi Citra Maskulinitas Calon Presiden (Studi Analisis Framing Model Gamson dan Modigliani pada Pemberitaan Koran Harian Kompas dan Jawa Pos)". *Jurnal Komunikasi Profetik*, Vol. 10, No. 01. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.
- Kumar, Srijan *et al.* 2016. "Disinformation of the Web: Impact, Characteristick, and Detection Of Wikipedia Hoaxes". *Proceedings of the 25th Intenational Converance Of Word Wide Web. International Word Wide Web Conferences Steering Commite.*
- Mawardi, Gema. 2012. "*Pembingkaian Berita Online (Analisis Framing Berita Mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar di mediaindonesia.com dan vicanews.cp tanggal 7 September 2011)*". Skripsi Fakultas Ilmu sosial dan Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Kekhususan Komunikasi Massa Universitas Indonesia.

Pakpahan, Rolda. 2017. "Analisis Fenomena Hoax Diberbagai Media Sosial Dan Cara Menanggualnagi Hoax". Konferensi Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (KNIST).

Seftiano, Ricky Alkat. 2014. "Analisis Framing Pemberitaan Pemilihan Gubernur Kalimantan Timur 2013 pada Masa Kampanye". Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 2, No 4. eJournal Ilmu Komunkasi Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik Universitas Mulawarman.

Syahputra, Iswandi. 2014. "Politik Pemberitaan dalam Kasus Korupsi Petinggi Partai Politik (Analisis Isi Berita Kasus Korupsi Luthfi Hasan Ishaq, Anas Urbaningrum, dan Ratu Atut Chosiyah pada Koran Tempo, Kompas, dan Republika)". Jurnal Komunikasi Profetik, Vol. 9, No. 2. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.

Wimmer, Roger & Joseph R Dominick. 1991. *Mass Media Research: An Introduction 3rd ed.*, Belmont California: Wadsworth Publishing Company.

Data Survey:

APJII. 2016. "Survey Tentang Penetrasi dan Perilaku Penggunaan Internet Indonesia". (<https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>. Diunduh 8 Maret 2017).

Mastel. 2016. "Tentang Wabah Hoax Nasional". <http://mastel.id/infografis-hasil-survey-mastel-tentang-wabah-hoax-nasional/>. Diunduh 8 Maret 2017 pukul 22.40.

Artikel Internet

Nukman, Luthfie. 2017. "Nyebelin Memang, Tapi Kunci Melawan Hoax itu Ya Literasi, Literasi Media". Diakses dari www.sudutpandang.com, 20 Maret 2017. Pukul 21.10.

Mahbib. 2016. "Tabayyun Sebagai Ajaran Islam". Diakses dari www.nu.or.id, 18 September 2018, pukul 13.25.

Irawan, Andi Muhammad. "Hoax; Manipulasi Kognitif dan Konflik Sosial". Diakses dari <https://www.edunews.id>, 8 April 2017 pukul 23.17.

Internet

<https://nasional.tempo.co/read/news/2017/01/24/078839115/begini-kisah-hoax-dari-zaman-sukarno-hingga-jokowi> di akses 10 februari 2017 pukul 20.20.

<http://pasangiklan.kompas.poskota.com/?isi=kompas>, di akses 05 Maret 2017)

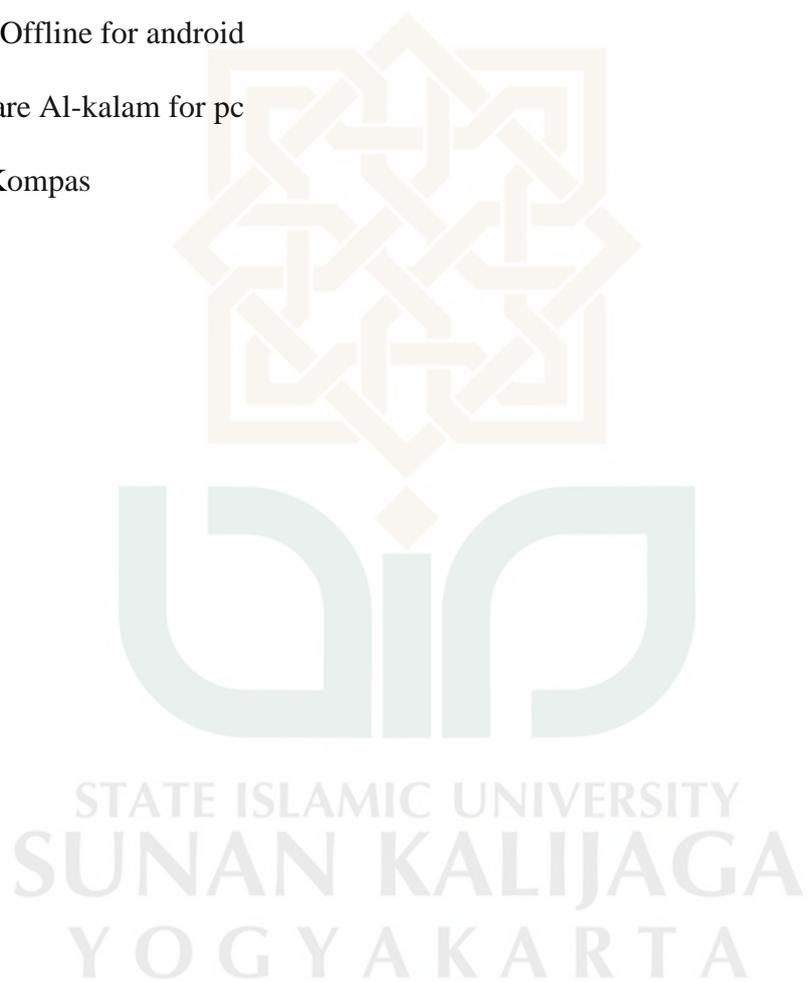
www.keminfo.go.id, Di unduh pada 03 Agustus 2017

Software Atau Aplikasi

KBBI Offline for android

Software Al-kalam for pc

Kios Kompas



Warga Bergerak Redam Hoax

Warga Bergerak Redam "Hoax"

Sejumlah Aplikasi Dikembangkan untuk Verifikasi Berita Palsu

JAKARTA, KOMPAS — Penolakan warga terhadap terpaan berita palsu di media sosial mendorong sejumlah orang membuat gerakan anti berita palsu. Secara bersama, mereka memverifikasi berita-berita yang menghebohkan di dalam jaringan seraya mencegah kegaduhan yang tak produktif.

Berita palsu (*hoax*) ternyata semakin menjadi-jadi setelah Pemilu Presiden 2014. Padahal, awalnya, dengan adanya situs Kawal Pemilu, berita palsu diharapkan bisa diredam," kata Harry Sufehni, praktisi teknologi informatika dan komunikasi (TIK) yang mendirikan gerakan Masyarakat Anti Hoax, di Jakarta, Jumat (23/12).

Ia mengamati, berita palsu yang beredar awalnya bertujuan merusak reputasi orang, kelompok, atau perusahaan tertentu. Namun, lama-kelamaan beri-

ta-berita tersebut semakin menyerang isu-isu kebinekaan. Herry khawatir, jika hal itu dibiarkan, media sosial bisa menjadi pemicu perpecahan bangsa.

Oleh karena itu, bermula di Facebook, ia memulai komunitas yang memverifikasi unggahan-unggahan di media sosial. Anggota yang semula berjumlah 5.000 orang pada Desember 2016 bertambah menjadi 23.000

orang.

Umumnya, seorang anggota mengunggah foto ataupun tulisan yang ia temukan di media sosial dan menanyakan kebenarannya. Para anggota lain membantu mencari verifikasi dan membaginya di laman tersebut.

Sejumlah aplikasi

Bahkan, Masyarakat Anti Hoax juga sudah memiliki aplikasi verifikasi dan pelaporan berita palsu untuk perambah (*browser*) web Google Chrome, Mozilla Firefox, dan Safari. Mereka juga mengunggah tutorial di situs Youtube.

"Kendala tersulit ialah mayoritas berita palsu tidak disebar di Facebook ataupun Twitter yang bisa leluasa diakses netizen, tetapi di ruang-ruang obrolan dengan keanggotaan terbatas, se-

perti Whatsapp, Blackberry Messenger, dan Telegram," ujar Herry.

Secara terpisah, dosen komunikasi Universitas Indonesia, Nina Mutmainnah Armando, mengemukakan, media sosial merupakan panggung gratis yang mudah digunakan para penyebar berita palsu walaupun sebagian penyebar berita tidak bermaksud menimbulkan kekacauan. "Sifat manusia ialah merasa paling aktual apabila bisa menjadi orang pertama yang menyebar suatu kabar, terlepas kebenarannya," ucapnya.

Dulu, berita palsu disebar dari mulut ke mulut. Praktis, penyebarannya terbatas hanya di lingkungan atau komunitas tertentu. Namun, dengan masifnya media sosial, berita palsu bisa menjangkau banyak orang.

Nina mengimbau, di dalam memverifikasi berita palsu, jangan dulu disebarkan ke grup di media sosial, kecuali jika grup tersebut benar-benar berisi orang-orang yang kompeten dalam memverifikasi informasi.

"Kalau sekadar dilempar ke grup alumni sekolah atau keluarga, justru kontraproduktif. Berita tersebut malah keburu tersebar sebelum bisa diverifikasi oleh salah satu anggota yang memang ahli informasi," ucapnya.

Adapun tujuan menyebar berita palsu ialah murni untuk membongkar publik. Pengamat dan konsultan TIK, Judith Lubis, memaparkan, di era internet, pembuatan situs-situs berita palsu dilandasi motivasi bisnis. Sebab, setiap kali situs tersebut diklik, pengelolanya mendapat bayaran. (DNE)

Tindakan tegas: Diminta Presiden Gelar Rapat Soal Maraknya Berita Bohong



KOMPAS/YUNIADHI AGUNG

rkait pembahasan aturan nggu sidang di Pengadilan iis (29/12). Sanusi divonis

Tindakan Tegas Diminta

Presiden Gelar Rapat soal Maraknya Berita Bohong

JAKARTA, KOMPAS — Maraknya berita bohong dan menjurus fitnah di media sosial dan situs media daring menyita perhatian Presiden Joko Widodo. Presiden Jokowi meminta ada tindakan tegas dan keras terhadap penyebar berita bohong dan provokatif yang meresahkan masyarakat.

Untuk pertama kalinya dalam masa pemerintahannya, Presiden menggelar rapat terkait hal itu di Kantor Presiden, Jakarta, Kamis (29/12). Presiden menyampaikan keprihatinannya atas fenomena yang berkembang di media sosial. Menurut Presiden, beredarnya berita bohong yang bersifat menghasut orang lain telah meresahkan warga.

"Penegakan hukum harus tegas dan keras untuk hal ini. Kami harus mengevaluasi media-media *online* yang sengaja menyebarkan informasi bohong tanpa sumber yang jelas, pro-

vokatif, dan isinya mengandung fitnah," kata Presiden.

Pada saat yang sama, Presiden meminta ada gerakan masif untuk melakukan literasi dan edukasi serta menjaga etika keadaban warga dalam menggunakan media sosial. Gerakan tersebut, kata Presiden, penting untuk mengajak pengguna internet berkomunikasi dengan baik, beretika, positif, dan produktif.

Presiden menyampaikan, saat ini ada 132 juta pengguna internet aktif di Indonesia atau 52 persen dari jumlah penduduk.

Menteri Komunikasi dan In-

formatika Rudiantara menuturkan, pemerintah tidak akan berhenti melawan peredaran berita bohong, agitasi, provokasi, dan ujaran kebencian di internet. "Kami tidak segan-segan melakukan penyaringan terhadap fitur-fitur tertentu di media sosial," kata Rudiantara.

Sulit dibedakan

Di tempat yang sama, Menteri Koordinator Politik, Hukum, dan Keamanan Wiranto mengatakan, pemerintah tidak anti terhadap kritik. Namun, saat ini sulit dibedakan antara kritik dan fitnah ataupun kritik dan ujaran kebencian. Pemerintah akan terus berusaha menghentikan segala upaya untuk membangkitkan radikalisme, terorisme, dan sikap intoleran.

Menurut Wiranto, tiga hal itu sangat merugikan kepentingan nasional dan kebersamaan warga Indonesia sebagai bangsa. Lang-

kah itu bukan bermaksud menghalangi masyarakat menggunakan media sosial. Namun, pemerintah ingin mengarahkan penggunaan media sosial untuk kepentingan yang positif.

Sementara itu, Polri akan mengutamakan penanganan dampak media sosial sebagai salah satu fokus utama dalam upaya pencegahan pelanggaran hukum. "Penggunaan media sosial banyak positif dan juga sisi negatifnya, bahkan dapat menyebabkan perpecahan. Karena itu, kami imbau masyarakat untuk tidak mudah terprovokasi dan menyebarkan berita yang tidak jelas," ujar Kepala Polri Jenderal (Pol) Tito Karnavian.

Berdasarkan data Southeast Asia Freedom Expression Network, sejak Agustus 2008 hingga 15 Desember 2016, terdapat 177 orang yang terjerat Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. (NDY/SAN/MED)



Kenali Ciri Situs Penyebar Berita Palsu

JURNALISTIK

Kenali Ciri Situs Penyebar Berita Palsu

 **JAKARTA, KOMPAS** — Kesadaran pengguna internet untuk melakukan verifikasi terhadap keabsahan redaksi sebuah situs berita sangat dibutuhkan agar terhindar dari pengaruh berita palsu. Pasalnya, kini banyak berita palsu yang dikemas dan dipublikasi seolah sebagai produk media arus utama yang valid.

Direktur Remotivi Muhamad Heychael saat berbicara dalam Pelatihan Jurnalisme Kebinekaan di Maarif Institute, Jakarta, Rabu (28/12), menyatakan, umumnya situs penyebar berita palsu tidak memiliki laman keterangan anggota redaksi, alamat, ataupun nomor kontak yang bisa dihubungi.

Di samping itu, Heychael juga memberi tips kepada para peserta tentang cara melakukan disseminasi pemilihan sudut pandang pemberitaan agar mereka

mengerti latar belakang dan tujuan suatu media menerbitkan berita tersebut. Hal ini penting karena salah satu permasalahan dalam literasi digital adalah pembaca yang tidak menyadari dirinya digiring ke dalam suatu pola pemikiran.

Narasumber lain, Direktur Indonesian Centre for Middle East Studies Dina Sulaeman menjelaskan, berita palsu sengaja menysasar emosi pembaca. Dengan demikian, pembaca tanpa berpikir panjang segera menyetujui dan membantu menyebarkan berita tersebut di media sosial. "Tema yang marak dijual saat ini ialah perasaan tertindas akibat perbuatan kaum asing atau kelompok yang dianggap non-Indonesia," tuturnya.

Menurut Dina, berbahaya jika masyarakat mempercayai berita-berita tersebut karena bisa

mengakibatkan perpecahan. Terlebih, tantangan yang dihadapi kini adalah reaksi emosional sukar ditembus dengan nalar.

"Akan tetapi, ini bukan berarti konten yang berisi kebenaran dan imbauan kebinekaan tidak mempan. Justru, kehadiran narasi positif sangat dibutuhkan sebagai pilihan masukan informasi bagi pembaca," ujar Dina.

Buat konten

Manajer Program Maarif Institute Khelmy Pribadi menjelaskan, para peserta terdiri atas 15 siswa kelas X dan XI dari SMA sederajat di Pulau Jawa. Mereka merupakan siswa yang berminat menulis dan membuat video.

Ia memaparkan, selain mengenali bentuk-bentuk berita palsu, peserta juga akan membuat konten yang positif untuk masyarakat. (DNE)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Membantah Hoax Menyelamatkan Bangsa

MEDIA SOSIAL

Membantah "Hoax", Menyelamatkan Bangsa

Informasi palsu atau *hoax* menjadi salah materi yang belakangan ini banyak dibicarakan. Terkait hal itu, komunitas Masyarakat Indonesia Anti "Hoax", Desember lalu, menampilkan sisi lain di balik pemilihan presiden Amerika Serikat pada 2016 yang dimenangkan Donald Trump.

Video berdurasi satu menit yang menyajikan berbagai informasi dari beberapa media arus utama menyingkap bagaimana bisnis berita *hoax* mampu menghasilkan keuntungan yang amat besar. Dalam film itu ditampilkan sosok Victor, remaja asal Makedonia yang menjadi editor situs berita *hoax*. Ia membuat *hoax* yang menguntungkan Donald Trump. "Saya lakukan ini, demi uang dan hiburan," kata Victor.

Di negara asal Victor, yaitu Makedonia yang ada di benua Eropa, terdapat sekitar 140 situs berita palsu soal Trump. Jejaring berita *hoax* itu lalu disebar di media sosial dan dibaca jutaan orang di Amerika.

Di bagian akhir sesi itu, ada pertanyaan menggelitik, "Bagaimana dengan Indonesia?"

Sineas Nia Dinata pun tak habis pikir. Mengapa *hoax* juga mudah menyebar di Indonesia?

Sistem pulsa

Belajar dari anaknya yang sekolah di Amerika Serikat, Nia mendapat pemahaman bahwa penyebaran *hoax* di Indonesia begitu cepat karena sistem pembelian pulsa telepon seluler untuk koneksi data umumnya menggunakan sistem prabayar. Hal ini membuat sebagian orang Indonesia enggan memverifikasi ulang dengan membuka *link* situs informasi yang diterima karena takut pulsanya habis.

Para pelanggan layanan seluler pascabayar relatif masih mau mengecek silang kebenaran informasi yang diterima sepanjang dari media yang kredibel.

"Ditambah lagi, ada semacam kebanggaan. Kita seakan keren, kalau bisa menjadi orang pertama yang menyebarkan informasi di grup media sosial. Jadi, seakan kita dihadapkan pilihan.



KOMPAS/AGUS SUSANTO

Ujaran kebencian dan berita bohong (*hoax*) yang menyebar melalui media sosial menjadi salah satu materi yang belakangan ini banyak dibicarakan. Banyak perlawanan terhadap berita tidak benar dan cenderung menyuburkan sikap intoleransi antarwarga bangsa.

Untuk menjadi keren, apakah kita melakukan cek informasi dulu? Atau langsung menyebarkan informasinya begitu saja?" tanya Nia.

Hidup pada zaman informasi serba cepat, manusia memang seperti hidup di dalam gelembung. Nia mencontohkan, hampir sebulan belakangan dia ingin mengetahui tagar "kebencian" yang terhadap kelompok tertentu di Indonesia. Nia juga pernah mencari tahu tentang "kawin muda" dengan berselancar di internet.

Ternyata, kata Nia, dunia maya langsung merekam pencarian itu sehingga keesokan harinya setiap kali dia menggunakan internet, terus bermunculan berbagai informasi tentang kebencian ataupun kawin muda.

Aktivis sosial, Anita Wahid, mengingatkan, kemajuan teknologi turut mengikis rasa saling menghormati. Sekitar 30-40 tahun lalu, para orang tua tidak menunjukkan tentang kebenaran

dirinya sendiri. Mereka hidup sebagai anggota masyarakat yang menginginkan hidup rukun, guyub, damai, dan saling menghormati, serta peduli untuk kemajuan bersama.

"Lima tahun terakhir, bahkan beberapa bulan terakhir, terjadi pergeseran dalam tata cara hidup berbangsa kita. Sekarang ini, kita gampang banget berada dalam dikotomi kubu saya dan dia. Kita mau ke mana membawa bangsa ini?" kata Anita.

Perlawanan

Ketua Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) Septiaji Eko Nugroho mengemukakan, dikotomi yang berujung pada perilaku penyebaran *hoax* tak terelakkan. Perlawanan terhadap *hoax* tak sebanding dengan penyebarannya. Apalagi, para penebar *hoax* bebas berkeliraran.

"Bisa sambil *ngopi*, *copy-paste* informasi, menambah atau mengurangi (untuk diunggah ke internet), tanpa berpikir pan-

jang dampaknya," kata Septiaji.

Pertanyaannya, kata Septiaji, apakah cukup *hoax* dari sahabat membuat kita memutuskan pertemanan (*unfollow*) di media sosial. Mengapa tidak cukup dengan melakukan *unfollow*?

"Soalnya, postingan *hoax* tetap bisa menyebar. Kamu bisa menjadi saber (sapu bersih) *hoax* untuk membantu orang lain agar tidak termakan berita palsu. Pertama, laporkan saja *hoax* melalui fitur *report post* supaya postingannya segera dihapus pengelola media sosial itu," kata Septiaji.

Langkah selanjutnya adalah menjelaskan di akun media sosialnya bahwa dia telah menyebarkan *hoax*. Lebih baik lagi, unggah informasi yang terverifikasi untuk membantahnya.

Teknologi informatika memang memudahkan. Namun, sudah sepatutnya para penggunanya mencegah penyebaran *hoax* demi menyelamatkan bangsa (STEFANUS OSA)

Jangan Hanya Kontra Hoax

Jangan Hanya Kontra "Hoax"

Polri Dukung Badan Siber

JAKARTA, KOMPAS – Rencana pemerintah membentuk badan siber negara diharapkan tidak hanya untuk melawan penyebaran berita bohong (*hoax*) di internet. Jika dibentuk, badan siber sebaiknya fokus pada pengelolaan aktivitas internet di Indonesia.

Indonesia dinilai memerlukan badan siber seiring penetrasi internet yang sudah tinggi. Namun, kehadiran badan siber tersebut diharapkan tidak dalam konteks mengontrol dan mengatur, tetapi fokus untuk mengelola internet di Indonesia.

Direktur Eksekutif Information and Communication Technology (ICT) Watch Donny Budi Utomo mengatakan, pengelolaan internet di Indonesia perlu memenuhi sejumlah pendekatan fundamental. Pertama, pelibatan para pemangku kebijakan, seperti pemerintah, swasta, akademisi, organisasi kemasyarakatan, dan komunitas teknis, secara inklusif dan demokratis. Kedua, perlu dukungan proses yang transparan, akuntabel, dan profesional. Ketiga, perlu melihat internet dari sejumlah perspektif, yaitu infrastruktur, hukum, ekonomi, sosial-budaya, pembangunan, keamanan siber, dan HAM.

"Dalam mengelola internet di Indonesia, negara harus memenuhi pendekatan fundamental itu. Karena itu, sangat disayangkan kehadiran badan siber kalau hanya untuk melakukan kontra terhadap konten *hoax* atau berita bohong," ujar Donny, Rabu (4/12), di Jakarta.

Kepala Kepolisian Negara RI Jenderal (Pol) Tito Karnavian

memastikan, Polri akan fokus pada penegakan hukum terhadap aktivitas internet yang dinilai melanggar ketentuan hukum di Indonesia. Polri pun mendukung pembentukan badan siber karena potensi ancaman kejahatan siber yang akan terus meningkat setiap tahun. "Pengguna gawai (*gadget*) mencapai 50 persen (dari jumlah penduduk) sehingga Indonesia menjadi salah satu negara yang paling banyak terkena dampak kejahatan siber," ujar Tito.

Parah

Masifnya ujaran kebencian dalam media sosial menjadi salah satu topik yang dibahas dalam Sidang Kabinet Paripurna di Istana Bogor, Jawa Barat, kemarin. "Hal yang sekarang kami khawatirkan adalah perkembangan komunikasi di medsos yang nyata-nyata sekarang berkembang ke berita tendensius, fitnah, bohong, dan menyesatkan," tutur Menteri Koordinator bidang Politik, Hukum, dan Keamanan Wiranto.

Pemerintah memandang pemanfaatan media sosial untuk menyebar kebencian dan fitnah sudah tergolong parah. "Polisi, aparat penegak hukum sudah diinstruksikan untuk menindak tegas tanpa kompromi," kata Wiranto, (SAN/NDY/NTA)

Polri Minta Peran Aktif Publik Melawan “Hoax”

mendorong pencabutan hak untuk dipilih dalam pemilihan, lima tahun sejak Sanusi menyelesaikan masa hukumannya. Menurut dia, hal itu sudah diatur dalam Pasal 35 Ayat 1 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, sebagai salah satu bentuk pidana tambahan. Dia berharap hakim

terkait perampasan tiga aset yang diputuskan majelis hakim untuk dikembalikan mengada-ada. “Kalau berkaitan dengan hak politik yang tidak dicabut, seharusnya tidak bisa jadi alasan karena hak politik itu dilindungi oleh UUD 1945 sebagai hak asasi,” kata Maqdir. (GAL)

PENEGAKAN HUKUM



Polri Minta Peran Aktif Publik Melawan “Hoax”

JAKARTA, KOMPAS — Kepolisian Negara Republik Indonesia hanya mampu menyelesaikan sekitar 40 persen dari sekitar 2.700 laporan terkait pelanggaran pidana di dunia maya selama 2016. Polri meminta peran aktif publik melakukan kontra narasi terhadap berita bohong atau *hoax* yang sering beredar dunia maya.

Kepala Bagian Penerangan Umum Divisi Humas Polri Komisaris Besar Martinus Sitompul, di Jakarta, Kamis (5/1), mengatakan, sekitar 2.700 laporan merupakan jumlah yang dihimpun dari Badan Reserse Kriminal Polri dan semua kepolisian daerah. Laporan itu terkait dengan dugaan pelanggaran Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Laporan pengaduan yang diterima polisi terkait pelanggaran UU ITE tersebut terutama Pasal 27 tentang penghinaan, fitnah, dan ujaran kebencian; Pasal 28 terkait kebencian terhadap SARA (suku, agama, ras, dan antar-golongan); dan Pasal 29 tentang informasi yang mengancam.

Penyebab Polri hanya mampu menyelesaikan 40 persen laporan dalam 2016, kata Martinus, karena keterbatasan penyidik dengan kemampuan menganalisis kasus-kasus yang berkaitan ITE.

“Karena itu, kami prioritaskan mengejar pelaku yang secara masif memproduksi kebencian dan menyebarkan konten *hoax* secara terencana, serta informasi bohong itu menyebabkan situasi yang tidak baik di masyarakat,” ujar Martinus.

Atas keterbatasan itu, lanjut Martinus, Polri akan terus meningkatkan kajian analisis terhadap dugaan pelanggaran pidana di internet agar mampu mengimbangi perkembangan teknologi. Langkah itu dilakukan oleh penelitian intensif di laboratorium digital forensik oleh unit kejahatan siber Bareskrim dan ataupun polda. Penguatan unit kejahatan siber juga akan dilakukan dengan menambah



Kami harap komunitas anti 'hoax' semakin berkembang dan mampu mewujudkan media sosial yang indah, santun, dan baik.

Martinus Sitompul

jumlah personel dan fasilitas penunjang penyidikan.

Polri juga berharap masyarakat meningkatkan kepedulian untuk melakukan kontra *hoax*. Martinus berharap, masyarakat juga secara terus-menerus melakukan kontra informasi dan membantu kepolisian untuk melakukan edukasi sebagai langkah pencegahan.

“Kami harap komunitas anti *hoax* semakin berkembang dan mampu mewujudkan media sosial yang indah, santun, dan baik. Alhasil, iklim di dunia maya mampu membantu perwujudan bangsa Indonesia yang beradab dan berbudaya,” katanya.

Tidak memihak

Secara terpisah, pengamat kepolisian Universitas Indonesia, Bambang Widodo Umar, menekankan, Polri harus tegas dan independen dalam melakukan tindakan hukum kepada para pelaku dan pembuat kabar bohong di internet. Penegakan hukum itu pun, kata Bambang, tidak boleh cenderung memihak kelompok tertentu.

“Polri harus benar-benar obyektif dan tidak membedakan golongan atau kelompok. Langkah ini diperlukan untuk melawan pendapat bahwa Polri melindungi kelompok tertentu,” ujar Bambang. (SAN)

Memperkecil Ruang Petualang Hoax

DIGITAL

Memperkecil Ruang Gerak Petualang "Hoax"

Bagi para "petualang" penalar kebohongan, kepalasan atau informasi pelintiran di dunia maya seolah menjadi ruang tanpa batas. Demi keuntungan politik, ekonomi, atau kombinasi keduanya, mereka mengorbankan kohesi sosial. Belakangan, muncul inisiatif membatasi ruang gerak para petualang informasi *hoax* itu.

Hoax atau informasi palsu menjadi diksi yang banyak diperbincangkan di ruang publik di Indonesia. Baik dalam percakapan sehari-hari, diskusi, rapat, ataupun di media massa. Fenomena penyebaran informasi bohong atau pelintiran itu menguat pada tahun 2016. Pusat Informasi *Kompas* mencatat, penggunaan diksi *hoax* melonjak tajam pada triwulan IV-2016 hingga pekan 1-2017.

Selama kurun waktu 2010-2015, rata-rata hanya lima berita atau foto yang diterbitkan *Harian Kompas* dengan menggunakan diksi *hoax*. Sementara pada tahun 2016, ada 53 berita atau foto yang menggunakan diksi itu. Jika dilihat rentang waktunya, diksi *hoax* terbanyak muncul bulan Oktober-Desember. Pada pekan pertama tahun 2017, sudah 15 berita dan foto muncul dengan diksi itu. Jika dilihat dari relasi media massa dan masyarakat yang saling memengaruhi, data statistik "mentah" ini secara anekdotikal bisa dimaknai *hoax* menarik perhatian masyarakat.

Dari sisi ekonomi, penyebaran informasi salah atau pelintiran yang bombastis mendulang "klik" berarti uang. Dari sisi politik, ada orang yang menjadi *entrepreneur* identitas yang menggunakan informasi salah untuk mencari pengikut. "Wiraswasta" identitas ini bekerja dalam dua cara; menyebar ketakutan dengan informasi palsu, lalu saat bersamaan menawarkan narasi-narasi solutif sesuai pandangannya. Tak jarang sisi ekonomi dan politik itu berkelindan. Dalam jangka panjang, korban dari petualang itu ialah kohesi sosial yang menjadi fondasi Indonesia.

Tidak ingin tinggal diam, berbagai elemen masyarakat berupaya melawan penyebaran informasi bohong itu di ranah dalam jaringan (daring) ataupun di ranah luar jaringan (luring).

Nahdlatul Ulama, sebagai salah satu organisasi masyarakat berbasis Islam yang terbesar di Indonesia, beberapa pekan terakhir semakin aktif muncul di berbagai *platform* daring, baik melalui laman internet maupun media sosial, seperti Facebook,

Twitter, dan Instagram. Netizen berlatar belakang NU mengisi ruang-ruang digital dengan pesan-pesan bahaya penyebaran informasi salah. Selain itu, mereka juga menyebarkan informasi faktual untuk menangkali informasi yang salah.

Politik identitas

Para aktivis berlatar belakang teknologi informasi, seperti Khairul Anshar, menginisiasi gerakan melaporkan informasi bohong, gambar palsu, dan pesan berantai palsu lewat data.turn-backhoax.id. Dalam kurun waktu Desember 2016 hingga 6 Januari 2017, laman web itu sudah diakses 28.219 kali oleh 10.898 pengguna internet. Sebagian besar informasi palsu yang masuk kanal "terpopuler" sudah dilaporkan di laman ini terkait dengan isu-isu menyangkut politik identitas.

Melalui wadah ini, pengguna internet bisa melaporkan, sekaligus berargumentasi soal apakah informasi itu berbasis fakta atau sepenuhnya bohong atau fakta yang dipelintir. Jika diskusi sudah menjadi seperti debat kusir, ada pengelola laman yang menjadi "wasit". Data itu bisa dijadikan basis menandai informasi bohong atau juga bisa menjadi landasan melaporkan agar pengelola situs web tertentu yang banyak menyebarkan atau memproduksi informasi bohong untuk ditindak institusi yang berwenang.

Pada Minggu (8/1) pagi besok, netizen yang tergabung dalam Masyarakat Indonesia Anti "Hoax" akan menggelar kegiatan *luring* di enam kota, Jakarta, Surabaya, Bandung, Semarang, Solo, dan Wonosobo. Di Jakarta, komunitas yang terdiri dari pejabat publik, musisi, pemain peran, model, maupun anggota berbagai organisasi-organisasi kemasyarakatan akan hadir di area Hari Bebas Kendaraan Bermotor, pukul 06.00 hingga 11.00. Tujuannya menyebarkan informasi dan materi edukasi untuk menangkali informasi palsu. Gerakan ini akan bergerak ulang-alik dari ranah daring dan luar jaringan untuk menggelindingkan perlawanan terhadap penyebar informasi palsu yang merusak jalinan kebangsaan.

Langkah awal sudah ditapaki. Kini keberhasilan pegiat anti informasi palsu itu untuk semakin membatasi ruang gerak petualang *hoax* tergantung tiga hal, yaitu kesinambungan gerakan, kolaborasi, dan penguatan konten anti *hoax*. Semoga berhasil!

(ANTONY LEE)

Hoax Mengancam Persatuan Bangsa

HARIAN UNTUK UMUM
TERBIT SEJAK 28 JUNI 1965
Pendiri: P.K. Ojong (1920-1980)
Jakob Oetama

SENIN
9 JANUARI 2017

KOMPAS

AMANAT HATI NURANI RAKYAT

TERBIT 32 HALAMAN
NOMOR 187 TAHUN KE-52
Online: www.kompas.com
E-mail: kompas@kompas.com
Telepon: Redaksi (021) 5347710
Iklan (021) 53679909
Layanan Pelanggan (021) 25676000
Harga langganan Rp 98.000,-
Harga eceran Rp 4.500,-



Warga berpose saat sosialisasi dan deklarasi Masyarakat Indonesia Anti Hoax pada kegiatan hari bebas kendaraan bermotor di Jakarta, Minggu (8/7). Deklarasi yang juga dilakukan di lima kota lain di Indonesia itu bertujuan untuk membersihkan media sosial dari berita bohong alias *hoax*.

KEBEBASAN INFORMASI

"Hoax" Mengancam Persatuan Bangsa

JAKARTA, KOMPAS – Berita bohong atau *hoax* di media sosial tidak hanya memicu kemarahan dan kebencian terhadap pihak lain. Lebih dari itu, berita bohong juga telah mengancam persatuan dan ideologi bangsa.

Terakhir hal itu, Komunitas Masyarakat Indonesia Anti Hoax mendeklarasikan gerakan menolak segala bentuk *hoax*. Acara ini serentak dilakukan hari Minggu (8/7) di enam kota, yaitu Jakarta, Surabaya, Semarang, Solo, Wonosobo, dan Bandung.

Sementara itu, Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) hingga enam bulan ke depan akan menggelar pertemuan dengan pengguna internet (*netizen*), terutama dari kalangan NU di sejumlah daerah untuk membangun narasi

balik melawan berita bohong. Di Jakarta, gerakan menolak *hoax* kemarin digelar saat kegiatan hari bebas kendaraan bermotor di kawasan Jalan Sudirman-Thamrin. Hadir dalam acara ini, antara lain, Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara serta Guru Besar Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

Komarudin Hidayat.

Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo menghadiri acara deklarasi di Semarang. Deklarasi di Bandung dihadiri istri Wali Kota Bandung Ridwan Kamil, yaitu Atalia Praratya.

Di Jakarta, deklarasi gerakan anti *hoax* dilakukan dengan membubuhkan tanda tangan dan stempel telapak tangan. Ada pula permainan anak dan swafoto yang bisa disebarluaskan melalui media sosial serta penyebaran informasi tentang tata cara melaporkan konten berita bohong di media sosial dengan mengirimkan surat elektronik ke aduankonten@mail.kominfo.go.id.

Komunitas Masyarakat Indonesia Anti Hoax juga telah mengembangkan aplikasi telepon seluler bernama "Turn Back Hoax". Aplikasi itu berisi aduan dan konfirmasi tentang informasi yang diduga berita bohong.

Memilih Informasi

Rudiantara menyatakan hampir 800 situs telah diblokir. Namun, sesungguhnya yang terpenting bukan berapa banyak situs

(Bersembunyi ke hal 15 kol 4-7)

"Hoax" Mengancam Persatuan Bangsa

(Sambungan dari halaman 1)

yang diblokir, melainkan seberapa besar upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memilah informasi yang benar dan tidak.

Komaruddin Hidayat menegaskan, berita bohong tak ubahnya dengan peredaran narkoba dan pornografi. "Hoax bisa membunuh karakter. Saya khawatir *hoax* dimanfaatkan orang yang ingin merusak integritas orang lain. Ini sudah merupakan kejahatan," ucapnya.

Ketua Komunitas Masyarakat Indonesia Anti Hoax Septiaji Eko Nugroho menegaskan, gerakan anti *hoax* harus dimulai dari masyarakat. "Jemari tangan ini bisa bermanfaat untuk menyebarkan informasi yang benar," ujarnya.

Fenomena *hoax* saat ini, menurut Septiaji, menunjukkan

adanya gagap media sosial. Selain itu, sebagian masyarakat Indonesia juga belum cukup memiliki budaya membaca. Budaya *ngobrol* atau gosip lebih dominan. Akibatnya, ketika hal itu diterjemahkan atau diungkapkan dalam media sosial, ada beberapa ungkapan yang tidak pas.

Gubernur Jawa Tengah mengajak warga untuk selalu bertanggung jawab terhadap setiap komentar yang diutarakan. Karena itu, penting untuk berani mengungkap identitas sebenarnya.

Agus Sudibyo dari New Media Watch mengatakan, pendidikan literasi media baru sudah seharusnya dimasukkan ke kurikulum wajib di sekolah. Itu telah dilakukan negara-negara maju, seperti Amerika Serikat, Kanada, Norwegia, dan Korea Selatan.

"Di negara-negara itu, *hoax* juga ada. Tetapi, di Korea Selatan,

misalnya, *hoax* tidak berdampak karena warganya sudah terbiasa mengecek kebenaran informasi yang beredar," ujar Agus.

Narasi balik

Sekretaris Jenderal PBNU Helmy Faishal Zaini menuturkan, *hoax* telah mengancam persatuan dan ideologi bangsa. Kondisi ini mendorong PBNU menggerakkan jaringannya di daerah untuk membuat narasi balik melawan *hoax*. Upaya ini diinisiasi oleh sekelompok kecil orang dan kalangan muda di NU.

"Melawan *hoax* ini sangat penting untuk menyelamatkan ideologi negara. Sudah banyak contoh berita bohong bisa memecah belah warga," ungkapnya.

Sebagai langkah nyata melawan *hoax*, lanjut Helmy, dalam enam bulan ini PBNU akan melakukan pertemuan dengan *neti-*

zen, terutama dari kalangan warga NU, di sejumlah daerah.

"Saat ini kami di Pekalongan (Jawa Tengah). Dalam beberapa hari ke depan bertemu dengan *netizen* lainnya di Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Jawa Timur," ujarnya.

"Tahap awal konsolidasi dilakukan di Jawa karena, menurut data PBNU, 83 persen pengguna media sosial ada di Jawa. Setelah Jawa, konsolidasi diteruskan ke Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Nusa Tenggara Barat," lanjutnya.

PBNU berpatokan pada hasil pertemuan dengan *netizen* akhir Desember lalu di Jakarta. Saat itu, ratusan orang yang hadir menyatakan kesiapannya untuk menggaungkan narasi balik melawan radikalisme, *hoax*, liberalisme, dan pornografi.

(OSA/DIT/BKY/ADY/REK)

UN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Kartu Tanda Mahasiswa



Aftthon Faarizul Umam
13730025
ILMU KOMUNITAS
ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Rektor

Prof. Dr. H. Mursyid Yusufi
NIP. 195112511980031011

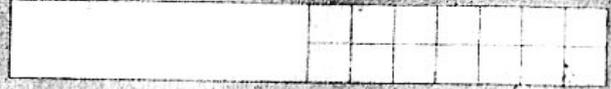
Masa berlaku:
2013 s.d 2020



Visi

unggul dan terkemuka dalam pembedaan dan pengembangan studi keislaman dan keilmuan bagi peradaban.

1. Kartu harus dibawa pada saat diamanahi penggunaan fasilitas-fasilitas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Kartu hanya dapat digunakan selama pemegang kartu terdaftar sebagai mahasiswa aktif pada semester berjalan.
3. Pengguna kartu ini harus mematuhi ketentuan dan persyaratan yang ditentukan oleh Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.



Core Values: Integratif, Interkoneksi • Dedikasi Inovatif • Indeks Continuous Improvement



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta, 55281
Telp. (0274) 585300, Fax. (0274) 519571, Email. fishum@uin-suka.ac.id



NIM : 13730025
NAMA : AFTHON FAARIZUL UMAM

TA : 2017/2018
SMT : SEMESTER GANJIL

PRODI : Ilmu Komunikasi
NAMA DPA : Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si

No.	Nama Mata Kuliah	SKS	Kls	Jadwal Kullah	No. Ujian	Pengampu	Paraf UTS	Paraf UAS
1	Skripsi	6	B	MIN 18:51-23:51 R: PISHUM-107	0	Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si.

Catatan Dosen Penasihat Akademik:

Sks Ambil : 6/16

Yogyakarta, 22/08/2017
Dosen Penasihat Akademik

Mahasiswa

AFTHON FAARIZUL UMAM
NIM: 13730025

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si
NIP: 19730701 201101 1 002

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

No : UIN.02/KP 073/ PP. 09/01/2017
Sifat : Penting
Hal : **PENETAPAN PEMBIMBING**
Lamp : 1 (satu) berkas

Yogyakarta, 21 Februari 2017

Kepada Yth.
Dr. Iswandi Syahputra
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Untuk membantu dan mengarahkan penulisan skripsi yang diajukan oleh Saudara :

Nama : **Afthon Faarizul Umam**
NIM : 13730025
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi :

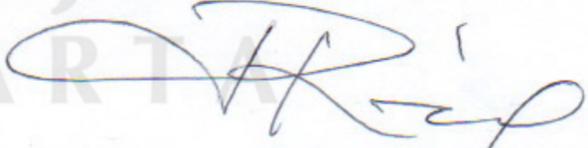
**ANALISA FRAMING PEMBERITAAN TENTANG "HOAX"
PADA SURAT KABAR HARIAN KOMPAS EDISI DESEMBER 2016 DAN
JANUARI 2017**

Maka Ketua Prodi menetapkan Bapak/Ibu sebagai **Pembimbing** untuk penulisan skripsi dimaksud. Terlampir bersama ini dikirimkan pokok-pokok permasalahannya.

Demikian, atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

a.n. Dekan
Kaprodil Ilmu Komunikasi



Drs. Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600323 199103 1 002

Tembusan :

1. Bapak Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora (sebagai laporan);
2. Sdr. **Afthon Faarizul Umam** (Mahasiswa ybs);
3. Arsip.



BUKTI SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Prodi Ilmu Komunikasi menerangkan bahwa :

N a m a : Afthon Faarizul Umam

N I M : 13730025

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Prodi : Ilmu Komunikasi

Semester : VIII

Tahun Akademik : 2016/2017

Telah mengikuti Seminar Proposal Skripsi tanggal : 07 April 2017

J u d u l : *INFORMASI HOAX DALAM BINGKAI SURAT KABAR (Analisis Framing Shongdang Pan dan Gerald M. Kasicki pada Surat Kabar Harian Kompas edisi 24 Desember 2016 sampai 11 Januari 2017)*

Perubahan Judul : *FENOMENA HOAX DALAM BINGKAI SURAT KABAR*
ast

Yogyakarta, 07 April 2017

Mengetahui
An. Dekan
Pembantu Dekan Bid. Akademik

Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, M.Si
NIP. 19750514 200501 2 004

Ketua

Dr. Iswandi Syahputra, M.Si
NIP : 19730423 200501 1 006

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama mahasiswa : AFIFAH FAHIZUL UMAM
 NIM : 13730025
 Pembimbing : Dr. Iswandi Syahputra, M.Si
 Judul : FENOMENA HOAX DALAM BINGKAI SUPAT KABAR
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

No.	Tanggal	Konsultasi ke :	Materi Bimbingan	Tanda tangan Pembimbing
1	02/03 2017	<u>I</u>	Proposal Skripsi	
2	15/03 2017	<u>II</u>	Revisi Proposal Skripsi	
3	21/03 2017	<u>III</u>	Doc untuk di semmorkan	
4	09/08 2017	<u>IV</u>	Konsultasi Skripsi	
5	21/08 2017	<u>V</u>	konsultasi skripsi	
6	1/09 2017	<u>VI</u>	konsultasi skripsi	
7	11/09 2017	<u>VII</u>	revisi skripsi	
8	19/09 2017	<u>VIII</u>	Revisi skripsi	
9	26/09 2017	<u>IX</u>	Doc untuk munaqosah	

Yogyakarta, 26 Sep 2017
 Pembimbing

Dr. Iswandi Syahputra, M.Si
 NIP. 197304232005011006

Hasil Studi Kumulatif Mahasiswa

NIM : 13730025 Program Studi : Ilmu Komunikasi
Nama Mahasiswa : AFFHON FAARIZUL UMAM Tahun Akademik : 2016/2017
Nama DPA : Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si Semester : SEMESTER GENAP

No.	Kode Mata Kuliah	Nama Mata Kuliah	SMT	SKS	Nilai	Bobot	Harkat
1.	PTI00001	Bahasa Arab	1	2	A/B	3,50	7,00
2.	NAS00003	Bahasa Indonesia	1	2	A/B	3,50	7,00
3.	KOM02001	Dasar-Dasar Manajemen	1	2	A/B	3,50	7,00
4.	USK01002	Filsafat Ilmu	1	2	B	3,00	6,00
5.	KOM02013	Jurnalistik	1	2	A-	3,75	7,50
6.	KOM02004	Pengantar Ilmu Komunikasi	1	3	A/B	3,50	10,50
7.	USK01001	Pengantar Studi Islam	1	2	A/B	3,50	7,00
8.	KOM02003	Psikologi Sosial	1	2	B	3,00	6,00
9.	PTI00006	Sejarah Kebudayaan Islam dan Budaya Lokal	1	3	A	4,00	12,00
10.	KOM02002	Sosiologi	1	2	A-	3,75	7,50
11.	PTI00004	Tauhid	1	2	A-	3,75	7,50
12.	PTI00002	Al-Qur'an/Al-Hadits	2	3	A	4,00	12,00
13.	PTU00001	Bahasa Inggris	2	2	C+	2,25	4,50
14.	KOM02006	Filsafat dan Etika Komunikasi	2	3	B+	3,25	9,75
15.	PTI00003	Fiqh dan Ushul Fiqh	2	2	A/B	3,50	7,00
16.	KOM02008	Komunikasi Internasional	2	2	B+	3,25	6,50
17.	KOM02012	Komunikasi Massa	2	2	A-	3,75	7,50
18.	KOM02009	Komunikasi Organisasi	2	2	A	4,00	8,00
19.	KOM02005	Perspektif dan Teori Komunikasi	2	3	A/B	3,50	10,50
20.	KOM02011	Psikologi Komunikasi	2	2	A-	3,75	7,50
21.	NAS00004	Statistik Sosial	2	2	A/B	3,50	7,00
22.	PTI00005	Akhlaq Tasawuf	3	2	B	3,00	6,00
23.	KOM02016	Dasar-dasar Advertising	3	3	A-	3,75	11,25
24.	KOM02015	Dasar-dasar Public Relation	3	3	A-	3,75	11,25
25.	KOM02018	Komunikasi Lintas Budaya dan Agama	3	2	B	3,00	6,00
26.	KOM02026	Komunikasi Pemasaran	3	3	A	4,00	12,00
27.	KOM02010	Komunikasi Politik	3	2	A/B	3,50	7,00
28.	KOM02017	Komunikasi Sosial dan Pembangunan	3	2	A-	3,75	7,50
29.	KOM02014	Metodologi Penelitian Sosial	3	3	A/B	3,50	10,50
30.	NAS00001	Pancasila	3	2	A	4,00	8,00
31.	KOM02020	Public Opinion	3	2	A-	3,75	7,50
32.	KOM02023	Broadcasting	4	2	A/B	3,50	7,00
33.	KOM02257	Creative Thinking	4	2	A/B	3,50	7,00
34.	KOM02249	Desain Komunikasi Visual	4	3	B+	3,25	9,75
35.	NAS00002	Kewarganegaraan	4	2	B+	3,25	6,50
36.	KOM02007	Komunikasi Antar Pribadi	4	2	A-	3,75	7,50
37.	KOM02246	Manajemen Advertising	4	3	A-	3,75	11,25
38.	KOM02022	Metodologi Penelitian Komunikasi	4	3	A/B	3,50	10,50
39.	KOM02024	Penulisan Kreatif	4	2	A-	3,75	7,50
40.	KOM02027	Perkembangan Teknologi Komunikasi	4	2	A-	3,75	7,50

No.	Kode Mata Kuliah	Nama Mata Kuliah	SMT	SKS	Nilai	Bobot	Harkat
41.	KOM02021	Sosiologi Komunikasi	4	2	A	4,00	8,00
42.	KOM02247	Desain Grafis	5	3	A	4,00	12,00
43.	KOM02028	Entrepreneurship	5	2	A/B	3,50	7,00
44.	KOM02250	Hukum dan Etika Periklanan	5	3	A/B	3,50	10,50
45.	KOM02019	Komunikasi Bisnis	5	2	A/B	3,50	7,00
46.	KOM02025	Komunikasi Islam	5	2	A	4,00	8,00
47.	KOM02031	Manajemen Media Massa dan Media Online	5	2	A-	3,75	7,50
48.	KOM02252	Perencanaan Kreatif Iklan	5	3	B+	3,25	9,75
49.	KOM02254	Perencanaan Media Iklan	5	2	A/B	3,50	7,00
50.	KOM02253	Riset dan Media Buying	5	3	A-	3,75	11,25
51.	KOM02256	Client Handling	6	2	A	4,00	8,00
52.	KOM02248	Copy Writing	6	3	A/B	3,50	10,50
53.	KOM12062	Cyber dan New Media	6	2	A-	3,75	7,50
54.	KOM02255	Fotografi Periklanan	6	2	A	4,00	8,00
55.	KOM12060	Kapita Selekt Advertising	6	2	A-	3,75	7,50
56.	KOM02029	Komunikasi Profetik	6	2	B+	3,25	6,50
57.	KOM02030	Lobby dan Negosiasi	6	2	A-	3,75	7,50
58.	KOM12061	Pengembangan Kepribadian	6	2	A	4,00	8,00
59.	KOM02251	Produksi Iklan	6	3	A	4,00	12,00
60.	KOM02258	Teknik Presentasi Periklanan	6	2	A-	3,75	7,50
61.	KOM02032	Kuliah Kerja Komunikasi	7	4	A/B	3,50	14,00
62.	USK01003	Kuliah Kerja Nyata	7	4	A	4,00	16,00
				146			527,75

Hasil Studi Sampai Semester Ini :

Jumlah SKS Kumulatif : 146
 Indeks Prestasi Kumulatif : 3,61

Yogyakarta, 9 Agustus 2017



Dekan Akademik

Dr. Erika Setyaning Kusumaputri, S.Psi.

M. Si
 NIP. 19750511198012004

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
 SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274)585300; Fax. (0274)519571 Yogyakarta 55281

SURAT PERNYATAAN HABIS TEORI

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang Bertanda tangan dibawah ini, saya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Program Studi Ilmu Komunikasi :

Nama : AFTHON FAARIZUL UMAM
NIM : 13730025
DPA : FAJAR IQBAL, S.Sos., M.Si

Menyatakan telah HABIS TEORI pada akhir semester gasal/genap *Tahun Akademik...../..... dan saya bersedia menerima ketentuan bahwa setelah surat ini saya tanda tangan, saya tidak dapat menempuh matakuliah untuk perbaikan nilai maupun mengubah matakuliah lain selain yang telah saya tulis dalam lampiran surat ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar yang berkepentingan memahaminya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Menyetujui :

Yogyakarta,

1. DPA

Mahasiswa Ybs,


Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si
NIP. 19730701 201101 1 002



Afthon faarizul Umam

2. Ketua Prodi


Drs. Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600327 199103 1 002

UIN

SERTIFIKAT

No: /PAN.OPAK-UIN-SUKA/VIII/13

diberikan kepada :

sebagai :
PESERTA

dalam kegiatan Orientasi Pengenalan Akademik dan Kampus (OPAK)
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

dengan tema :

“Menciptakan Gerakan Mahasiswa yang Berasaskan Ahl As-Sunnah wa Al-Jama’ah
Untuk Mengawal Ke-Indonesiaan”

Mengetahui,
Wakil Rektor I

Bid. Akademik dan Kemahasiswaan

Presiden UIN Sunan Kalijaga

Dr. Sekar Ayu Aryani, M. Ag.
NIP. 19591218 198703 2 001

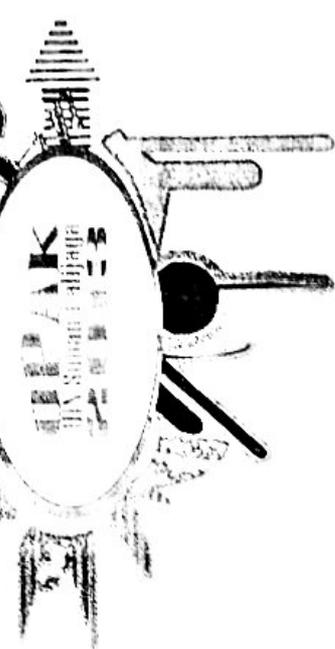
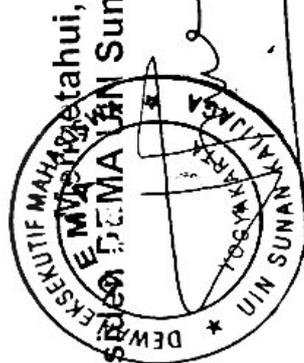
Syaefudin Ahrom Al-Ayubbi
NIM. 09470163

Kampus UIN Sunan Kalijaga
21-23 Agustus 2013

Panitia OPAK
UIN Sunan Kalijaga 2013

OPAK
2013
Syaefudin Anwar
Sekretaris

Dawamun Ni'am A
Ketua





Nomor: UIN.02/R.1/PP.00.9/2752.a/2013

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : AFTHON FAARIZUL UMAM
NIM : 13730025
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas dan kegiatan

SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2013/2014
Tanggal 27 s.d. 29 Agustus 2013 (20 jam pelajaran)

Yogyakarta, 2 September 2013
a.n. Rektor

Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan

Dr. Sekar Ayu Aryani, M.Ag.
NIP. 19591218 197803 2 001



TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.73.10.11/2017

This is to certify that:

Name : **Afthon Faarizul Umam**
Date of Birth : **April 01, 1993**
Sex : **Male**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC) held on **April 26, 2017** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	45
Structure & Written Expression	31
Reading Comprehension	45
Total Score	403

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, April 26, 2017
Director

Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005



شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.73.11.150/2017

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Afthon Faarizul Umam :

تاريخ الميلاد : ١ أبريل ١٩٩٣

قد شارك في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٢٧ أبريل ٢٠١٧، وحصل على
درجة :

٤٦	فهم المسموع
٤٥	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٥	فهم المقروء
١١٦	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا، ٢٧ أبريل ٢٠١٧

المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥

SERTIFIKAT

No. B-3404/Un.02/DSH.3/PP.00.09/ 08 /2017

Diberikan Kepada:

AFTHON FAARIZUL UMAM

NIM : 13730025

Program Studi Ilmu Komunikasi

Telah Lulus, Ujian Sertifikasi Membaca Al Qur'an
dengan Predikat :
Baik (B)

10 Agustus 2017

a.n.Dekan

Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan



Sulistyarningsih



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Pusat Teknologi Informasi dan Pangkalan Data

SERTIFIKAT

Nomor: UIN-02/L3/PP.00.9/2.73.14.125/2017

UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Afthon Faarizul Umam

NIM : 13730025

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora

Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi

Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	90	A
2.	Microsoft Excel	40	E
3.	Microsoft Power Point	85	B
4.	Internet	90	A
5.	Total Nilai	76.25	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	

Yogyakarta, 3 April 2017

Rektor Kepala PTIPD



Hendra Hidayat, S.Kom
NIP. 19790506 200604 1 003

Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang



**DAFTAR NILAI UJIAN
MADRASAH ALIYAH**

Program : Bahasa

TAHUN PELAJARAN 2012/2013

Kurikulum : Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP)
 Nama : AFTON FAARIZUL UMAM
 Tempat dan Tanggal Lahir : Tuban, 1 April 1993
 Nomor Induk : 5267
 Nomor Peserta : 3-13-05-13-525-010.7

No.	Mata Pelajaran	Nilai Rata-Rata Rapor	Nilai Ujian Madrasah	Nilai Madrasah*)
I	UJIAN MADRASAH			
1.	Pendidikan Agama Islam			
a.	Al-Qur'an-Hadis	8,08	8,00	8,03
b.	Akidah-Akhlak	8,10	9,90	9,18
c.	Fikih	8,75	9,60	9,26
d.	Sejarah Kebudayaan Islam	8,00	8,50	8,30
2.	Pendidikan Kewarganegaraan	8,40	8,20	8,28
3.	Bahasa Indonesia	8,23	8,20	8,21
4.	Bahasa Arab	8,40	9,00	8,76
5.	Bahasa Inggris	8,22	8,30	8,27
6.	Bahasa <i>Asing (Bahasa Arab)</i>	8,92	8,70	8,79
7.	Matematika	8,18	8,30	8,25
8.	Sastra Indonesia	8,55	8,10	8,28
9.	Antropologi	8,00	8,00	8,00
10.	Sejarah	8,22	8,10	8,15
11.	Seni Budaya	8,17	8,20	8,19
12.	Pendidikan Jasmani, Olahraga, dan Kesehatan	8,00	8,10	8,06
13.	Teknologi Informasi dan Komunikasi	8,00	7,85	7,91
14.	Keterampilan <i>Bahasa Arab</i>	8,23	9,00	8,69
Rata-Rata				8,39

*) Nilai Madrasah = 40% Nilai Rata-Rata Rapor + 60% Nilai Ujian Madrasah

No.	Mata Pelajaran	Nilai Madrasah	Nilai Ujian Nasional	Nilai Akhir *)
II	UJIAN NASIONAL			
1.	Bahasa Indonesia	8,21	7,20	7,6
2.	Bahasa Inggris	8,27	8,40	8,4
3.	Matematika	8,25	3,75	5,6
4.	Sastra Indonesia	8,28	9,00	8,7
5.	Antropologi	8,00	8,00	8,0
6.	Bahasa <i>Asing (Bahasa Arab)</i>	8,79	9,00	8,9
Rata-Rata				7,9

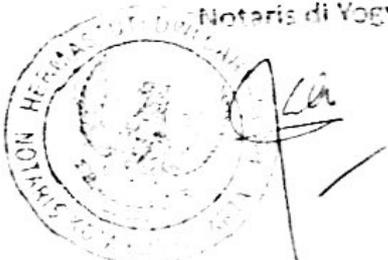
Foto copy ini sesuai dengan aslinya yang diperlihatkan pada saya, Notaris.

Notaris di Yogyakarta

Jombang, 24 Mei 2013
 Kepala Madrasah,

H. Abdul Rohim, SH., M.Si

NIP.



HERMASTUTI DWI CAHYANI, SH.



CURRICULUM VITAE

AFTHON FAARIZUL UMAM

BIO

"Saya Afthon Faarizul umam, saya adalah mahasiswa ilmu komunikasi konsentrasi advertising/periklanan. Saya lahir di Tuban 01 April 1993. Seni berkomunikasi verbal/non verbal melalui berbagai media sudah menjadi bidang yang telah saya tekuni selama 4 tahun terakhir. bidang ini bagi saya bukan sekedar hobi, tapi adalah jalan untuk memperbaiki dan mengembangkan kualitas hidup saya".

LAHIR : 01 APRIL 1993

ALAMAT : DS. MARGOMULYO,
KEC. KEREK,
KAB. TUBAN
62356

NO HP : 085213033655

EMAIL : Afthon01@gmail.com

PENDIDIKAN

(2000-2006) MI Salafiah, Margomulyo, Kerek, Tuban.

(2006-2008) MTS Manbail Futuh, Beji, Jenu, Tuban.

(2008-2013) MA Mua'allimin Mu'allimat, Tambakberas Jombang.

KETERAMPILAN

W ●●●●●●

✍ ●●●●●○

P ●●●●●●

🗣 ●●●●○○

PS ●●●●○○

🎨 ●●●●●●

▶ ●●●●●○



facebook.com/afthonfaarizul umam



@afthoninside



linkedin.com/feed/afthon01



@afthonf.u

PENGALAMAN

- MAGANG JURNALIS DI JAWA POS TUBAN
- MENJADI KOOR. SPONSORHIP FESTIVAL CREATIVE UIN SUNAN KALIJAGA
- AKTIF BERORGANISASI EKSTRA DAN INTRA
- AKTIF DALAM BIDANG DESAIN, INFORMASI, KARYA TULIS DAN FOTOGRAFI