



ANALISIS PENYEBARAN HOAKS DI KALANGAN REMAJA

Fajar Kurniadi

Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia
Fajar.kurniadi@unindra.ac.id

Abstract

Received: 31 Maret 2022
Revised: 19 April 2022
Accepted: 18 Agustus 2022

Laju komunikasi dan pergaulan remaja yang dinamis membuat mereka harus cepat beradaptasi dan mengembangkan diri. Adaptasi yang dimaksud adalah dengan mampu membedakan berita yang dinyatakan benar atau tidak benar. Beberapa pesan menggunakan bahasa yang samar sehingga kerap dianggap benar. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat kemampuan remaja dalam beradaptasi di tengah perkembangan laju komunikasi di media sosial. Media sosial menjadi jalan utama remaja dalam berkomunikasi, utamanya di kala pandemi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis dengan pendekatan menggunakan angket dan observasi verbal dan teks. Penelitian ini melibatkan 196 responden dengan rentang usia 17-31 tahun yang mayoritas tinggal di Jabodetabek. Adapun hasil yang didapat adalah sebagian besar remaja tidak mampu membedakan berita (vaksin covid-19) hoaks atau asli. Hal ini harus menjadi perhatian serius para ahli bahasa karena kebanyakan hoaks menasar remaja menggunakan bahasa yang provokatif dan persuasif.

Keywords: Hoaks; Media Sosial; Remaja

(*) Corresponding Author: Kurniadi, Fajar.kurniadi@unindra.ac.id

How to Cite: Kurniadi, F. (2022). Analisis Penyebaran Hoaks Di Kalangan Remaja. *Research and Development Journal of Education*, 8(2), 718-725.

INTRODUCTION

Remaja menjadi subjek dan objek perkembangan ekonomi dan peradaban. Melalui remaja, ekonomi dan peradaban suatu bangsa bermula. Melalui pemikiran dan perlakuan remaja, perkembangan suatu bangsa bermula. Menguatkan remaja dengan kemampuan bertahan hidup yang sesuai dengan perkembangan zamannya adalah jalan keluar dari masalah bangsa. Remaja seharusnya disibukkan dengan berbagai aktivitas positif seperti membaca, meneliti, menganalisis, dan membuat penemuan atau teori baru. Tetapi, yang terjadi tampaknya tidak demikian. sebagian remaja kini sibuk dengan hal yang konsumtif dan jauh dari proses kreatif. remaja menjadi sasaran dari berbagai pihak yang menginginkan kemajuan atau kehancuran suatu bangsa. Remaja mulai disibukkan dengan aktivitas yang tidak mengembangkan pikirannya, kekuatan fisiknya, dan keimanannya secara seimbang. Apalagi di masa pandemi Covid-19, remaja dipaksa untuk menurunkan aktivitas fisiknya di luar rumah dan berfokus pada kegiatan statis di dalam rumah. Keadaan ini akan mengubah beberapa hal di antaranya adalah pola interaksi, pola komunikasi, pola bahasa, dan pola pikir.

Pola interaksi remaja yang awalnya membentuk kelompok-kelompok kecil untuk mengerjakan suatu hal yang bermanfaat akan berubah menjadi pola interaksi yang minimal. Tidak jarang, hal ini akan memunculkan kurangnya rasa kekeluargaan dan kebersamaan di antara mereka. Awalnya mereka melakukan berbagai hal secara bersama, kini mereka harus melakukannya sendiri. Pola interaksi secara virtual menjadi solusi dari

masalah ini. Mungkin kebersamaannya akan masih bisa ditanggulangi dengan pertemuan virtual. Tetapi, pasti ada perbedaan rasa yang dialami para remaja.

Pola komunikasi yang awalnya luwes dan akrab dengan bahasa yang cepat berkembang di kalangan remaja akan berganti menjadi komunikasi yang berbeda. Pola komunikasi yang berubah, memaksa pola bahasa remaja juga berubah. Ditambah, dengan menggunakan keterbatasan media sosial, kadang menimbulkan konflik di antara mereka. Konflik terjadi karena sebagian penggunaannya tidak dapat menempatkan diri pada keadaan bercanda atau serius. Selain itu, penggunaan tanda baca yang kurang tepat pun kadang menimbulkan konflik. Selain dari muatan bahasa tersebut, penggunaan diksi yang berlebihan pun kadang menimbulkan nilai rasa yang berbeda. Ketidakmampuan membaca situasi dan perasaan pembaca pesan menjadi masalah utama sehingga muncul masalah baru.

Perubahan pola bahasa yang digunakan di media sosial membuat pola pikir mereka berubah. Beberapa menganggap bahwa bahasa yang digunakan semakin luwes, tetapi sebagian menyatakan bahwa bahasa yang digunakan justru menyinggung dengan membawa kekurangan fisik, finansial, dan SARA dalam obrolan virtual. Faktor kecepatan informasi yang bergulir di media sosial dapat berdampak positif dan negatif bagi perkembangan remaja. Bagi remaja yang mampu beradaptasi dan tanggap akan informasi, media sosial layaknya dunia baru yang menyenangkan. Tetapi, bagi remaja yang kurang pergaulan dan kurang tanggap, media sosial bisa saja menjadi bumerang yang membahayakan dirinya. Tengok saja kasus perbuatan melawan hukum dengan menyebarkan berita hoaks atau membuat materi tontonan yang tidak dapat dijadikan tuntutan. Berbagai platform media sosial dijejali oleh para remaja untuk mengekspresikan dirinya dengan segala cara. Ada yang dengan kreatif membuat tips dan trik, ada pula yang hanya sebagai media hiburan dengan materi bernyanyi atau menari.

Di samping menjadi pengguna aktif media sosial, remaja juga dihadapkan pada kondisi di mana mereka harus dapat memilih posisi untuk ikut atau meninggalkan suatu keadaan. Tak jarang, dalam bermedia sosial, mereka menemukan juga berita atau materi hiburan yang merujuk pada materi yang sensitif dan mengarah kepada kebohongan atau manipulasi. Sebagai tulang punggung negara, mereka harus dapat memilah dan memilih berita atau hiburan yang aman dari hal sensitif dan hoaks. Namun, ternyata, banyak remaja yang abai terhadap hal itu. Mereka mempunyai sikap acuh tak acuh terhadap berita hoaks. Mereka juga abai untuk mengonfirmasi kebenaran berita atau materi yang baru mereka terima. Sebagian dari mereka tidak memiliki kemauan untuk melacak kebenaran berita atau materi hiburan, sebagian lainnya tidak tahu bagaimana cara memeriksa keaslian atau kevalidan dari berita yang baru saja mereka dapatkan. Akibatnya, sudah pasti, berita yang tidak jelas sumber dan kebenarannya itu cepat menyebar dan meluas. Apalagi, remaja tidak hanya memiliki satu platform media sosial. Setidaknya mereka dipastikan memiliki akun WhatsApp yang didalamnya memuat banyak sekali grup. Grup WhatsApp itu diisi oleh rekan sepermainan, rekan sekolah, rekan sehoobi, hingga rekan bermain permainan virtual. Selain WhatsApp, mereka juga sangat akrab dengan aplikasi media sosial seperti Twitter, Instagram, Tiktok, Facebook, dan lainnya. Kenyataan ini akan menimbulkan efek bola salju bagi penyebaran berita yang disinyalir hoaks tersebut. Pada akhirnya, remaja yang seharusnya menjadi ujung tombak melawan hoaks, justru menjadi pionir penyebar hoaks.

Beberapa masalah di atas, jika ditarik sebuah simpulan sementara, ternyata terlahir dari masalah penggunaan bahasa yang tidak sempurna atau sengaja dibuat tidak sempurna. Bagi pelaku penyebar hoaks, berita-berita benar itu dibuat dengan bahasa yang sedemikian rupa agar pembacanya merasa perlu untuk menyebarkan berita hoaks tersebut. Bagi penerima berita hoaks, mereka merasa tidak perlu mencari kebenaran berita

tersebut lebih lanjut karena bahasa yang provokatif dan dibuat terkesan benar dengan mencantumkan sumber yang terkesan nyata.

METHODS

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitik yakni dengan mengumpulkan berbagai data dari fakta yang ada dan membuat deskripsi yang singkat dan mendalam sehingga mudah dipahami. Proses pengumpulan datanya adalah dengan mengajukan beberapa pertanyaan terkait berita yang beredar di tengah masyarakat mengenai vaksin, pertanyaan tersebut dibalut menjadi pemilihan kriteria hoaks atau asli. Penelitian ini melibatkan 196 orang remaja dengan rentang usia 17-31 tahun. Rentang tersebut diambil dengan pertimbangan usia beranjak dewasa dan memiliki pergaulan yang luas dan dinamis. Pengambilan data dilakukan selama lebih kurang enam bulan pada tahun 2020 secara bertahap dan berjenjang. Setelah data terkumpul, proses analisis dilakukan dengan cara memisahkan responden berdasarkan usia, domisili, dan jenis kelamin.

RESULTS & DISCUSSION

Result

Media sosial merupakan media yang dikembangkan secara digital untuk menciptakan suatu masyarakat sosial secara virtual. Media sosial memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk dapat menghubungkan orang dari tempat yang berjauhan dan dari waktu yang berbeda. Hal ini senada dengan (Cahyono, 2016) yang menyatakan “Media sosial adalah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial dan wiki, forum dan dunia virtual.” Dari pandangan di atas, media sosial berusaha mendobrak tatanan kehidupan normal manusia secara virtual. Manusia, yang awalnya berkomunikasi secara langsung, kini berkomunikasi secara virtual di ruang maya yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja dengan sambungan internet. Internet menjadi jembatan penghubung komunikasi dan informasi antarmanusia di seluruh belahan bumi. Dengan internet, manusia Indonesia akan mudah mengetahui informasi manusia di Eropa. Biaya berlangganan internet pun kian bersaing, hal ini turut menyumbang besaran pengguna media sosial di Indonesia.

Pengguna media sosial di Indonesia cukup banyak dan aktif. (Kompas, 2020) menuliskan “Dari total populasi Indonesia sebanyak 274,9 juta jiwa, pengguna aktif media sosial mencapai 170 juta. Artinya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia setara 61,8 persen dari total populasi di Januari 2021.” Angka yang luar biasa untuk negara yang masih berkembang. Internet menjadi sebuah rutinitas dan keperluan sebagian orang Indonesia. Di tambah, masa pandemi melarang pertemuan fisik manusia secara langsung. Kondisi ini membuat keperluan internet dan media sosial semakin besar dan mendesak. Mau tidak mau harus menggunakan internet dan media sosial untuk dapat terhubung dengan rekan kerja, guru dan siswa, mahasiswa dan dosen, antartetangga rumah, dan lainnya. Bahkan, (Utami, 2021) menyampaikan bahwa “Media sosial sekarang sudah menjadi makanan sehari-hari manusia.” Hal ini dapat dimengerti mengingat kebutuhan komunikasi dan informasi manusia harus terus terpenuhi, solusinya di masa pandemi adalah dengan menjangkau informasi dan komunikasi di media sosial. Media sosial berkembang di Indonesia di bawah bendera besar perusahaan teknologi asing, tengok saja WhatsApp dan Intagram yang ada di bawah perusahaan Facebook.

Lalu ada Youtube untuk berbagi informasi melalui video, diikuti dengan perkembangan aplikasi Tiktok yang mulai merambah ke segala komponen masyarakat. Setidaknya, minimal terdapat satu aplikasi media sosial dalam setiap gawai pengguna internet di Indonesia dan akan terus bertambah seiring hasrat pemuasaan kebutuhan informasi dan hiburan.

Selain informasi, hiburan juga dapat dirasakan dari aktif di media sosial. Materi yang berisi humor dan kelucuan banyak menghiasai laman media sosial. Tetapi, tidak jarang, materi tersebut menyinggung perasaan dan mengejek beberapa golongan masyarakat. Hal ini terjadi karena ketidakmampuan pembuat materi dalam berempati dan bersimpati pada keadaan orang lain. Selain menghibur, media sosial juga kadang berisi dengan materi yang menghina dan merendahkan. Materi-materi itu dibungkus dengan narasi yang menarik sehingga banyak dilihat dan dikomentari untuk meraih peringkat viral. Hal ini juga dilakukan oleh oknum penyebar berita bohong atau hoaks.

Hoaks merupakan ragam cakapan yang bermakna berita bohong. Hoaks awalnya hanya bermaksud gurauan atau candaan yang memancing tawa dan menghibur. Tetapi, seiring berjalannya waktu, hoaks kini justru mengarah pada hal yang lebih serius yakni bermaksud mengubah cara pandang dan sikap sosial bermasyarakat.

Setidaknya, ada tujuh jenis hoaks yang beredar di masyarakat yaitu hoaks satire atau parodi, konten yang menyesatkan, konten tiruan, konten palsu, koneksi yang salah, konten yang salah dan konten yang dimanipulasi. Satire atau parodi merupakan materi yang dibuat semata-mata untuk lelucon dan tidak ada niat untuk merugikan tetapi berpotensi untuk mengelabui. Konten yang menyesatkan merupakan jenis hoaks yang menggunakan informasi sesat untuk membingkai sebuah isu atau individu. Konten tiruan merupakan konten yang dibuat seolah-olah berasal dari sumber aslinya, mungkin bisa mengubah alamat situs semirip dengan aslinya atau gambar dengan kemiripan yang hampir serupa. Konten palsu merupakan konten baru yang secara keseluruhan salah dan didesain untuk menipu atau merugikan, konten ini banyak beredar pada masa kampanye untuk menjatuhkan lawan politik. Di masa pandemi, konten ini dibuat dengan tujuan mempengaruhi orang agar berubah pikiran. Selanjutnya, koneksi yang salah merupakan penggabungan judul yang berbeda dengan isi informasinya. Selanjutnya ada konten yang salah yakni konten yang asli dipadukan dengan konten yang salah sehingga terjadi kesalahpahaman yang pada akhirnya membuat kebohongan publik. Terakhir, konten yang dimanipulasi merupakan konten dengan gambar yang asli lalu dimanipulasi sedemikian rupa dengan tujuan menipu.

Melihat pada jenisnya, hoaks dikategorikan menjadi dua golongan yakni misinformasi dan disinformasi. Misinformasi merupakan informasi salah yang sengaja dibuat atau disebarluaskan tanpa memiliki tujuan apapun. Misinformasi bersumber dari ketidaktahuan subjek akan informasi yang diterimanya. Sedangkan disinformasi merupakan informasi yang sengaja dibuat dengan tujuan tertentu.

Secara spesifik, remaja merupakan manusia yang beranjak dewasa setelah lepas dari usia anak-anak. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak Pasal 1 ayat 1 menuliskan “Anak merupakan seseorang yang belum berusia 18 (delapan belas) tahun, termasuk yang masih di dalam kandungan. Jika merunut pada jbaran tersebut, usia remaja berada pada rentang 18-25 tahun karena merujuk pada kedewasaan. Namun, secara akademik, remaja berkisar pada manusia usia sekolah menengah hingga perguruan tinggi. Hal ini sependapat dengan (Kurniadi, 2018) yang menyatakan bahwa “Remaja ditandai dengan manusia yang sudah berusia anak sekolah pada jenjang SMA hingga perguruan tinggi.” Tentunya usia sekolah normal tanpa tinggal kelas atau tanpa menunggu. Banyak calon mahasiswa menunda belajarnya di perguruan tinggi karena tidak masuk jurusan favoritnya pada tahun ini. Fenomena ini di luar dari kisaran yang dijabarkan di atas.

Media sosial menjadi ujung tombak komunikasi manusia di kala pandemi. Pandemi memaksa manusia untuk tidak melakukan komunikasi secara langsung. Banyak di antara pelaku komunikasi masih gagap teknologi sehingga kesulitan memaksimalkan teknologi dalam berkomunikasi. Kesulitan yang mereka hadapi di antaranya, kemampuan mengetik dengan cepat, kemampuan membaca secara lama di layar, kemampuan membaca hingga selesai, kemampuan menarik simpulan dari apa yang mereka baca di pesan media sosial. Ujung dari masalah tersebut adalah ketidakmampuan membedakan berita yang benar dan valid dengan berita yang salah dan hoaks. Pernyataan di atas dapat dibuktikan dengan data penelitian sebagai berikut pada bagian pembahasan.

Discussion

Berita vaksin 1: Ratusan Santri kejang usai divaksin Covid-19

Berita yang menyebar lewat beberapa grup WhatsApp (WA) ini menjadi berita pertama yang dibahas. Berita ini meluas dan sangat tidak terkendali karena disertai video di laman berbagi video Youtube dengan narasi Ratusan Santri Kejang Usai Divaksin. Penyebarannya bukan hanya lewat grup WA tetapi juga berlanjut di kanal linimasa Twitter dan Facebook.

Penelitian ini memberikan berita yang sama kepada responden lalu responden diminta menentukan berita tersebut termasuk benar atau salah. Kebanyakan menyatakan berita tersebut benar karena turut disertakan video yang menunjukkan banyak anak laki-laki menggunakan sarung, baju koko, dan peci digendong, dituntun, dan ditandu ke fasilitas kesehatan. Dalam video tersebut juga terdapat gambar yang menunjukkan banyaknya santri yang tergeletak di lantai sebuah selasar klinik atau rumah sakit dengan memegang perut dan kepala mereka.

Penelitian ini berlanjut dengan menghitung jumlah responden yang menyatakan video tersebut benar. Hasilnya adalah 90% responden atau sebanyak 152 responden menyatakan berita tersebut benar. Ironisnya, dari 152 responden tersebut, 92 orangnya adalah responden dengan rentang usia 21-25 tahun. Pencarian data pun berlanjut dengan menasar 92 orang tadi dan menanyai mereka beberapa pertanyaan ringan terkait alasan mereka menganggap berita tersebut benar. Semua berpendapat berita itu benar karena ada video dan dalam video tertulis judul demikian. Lalu, pertanyaan selanjutnya yakni, apakah mereka tidak mencari kebenaran berita tersebut. Ternyata, dengan penguat video, mereka merasa tidak perlu mencari kebenaran berita tersebut. Jadi, mereka tidak punya kemauan untuk mencari fakta dari berita tersebut.

Dari data ini, dapat ditarik simpulan bahwa usia ini merupakan usia paling rentan penyebaran hoaks. Mereka punya kemampuan untuk mencari kebenaran suatu berita. Tetapi, mereka tidak punya kemauan karena merasa sudah yakin dengan kebenaran berita yang dikuatkan dengan video dan narasi pada judul.

Berita vaksin 2: Empat orang mengalami kelumpuhan wajah usai divaksin

Berita yang menyebar lewat grup WA ini turut membuat pembacanya merasa sangat cemas dan memutuskan untuk tidak mau divaksin. Berita ini menyebar di pertengahan Agustus 2020, ketika proses pembuatan vaksin di Indonesia sedang tahap uji klinis tahap dua. Sementara vaksin dari luar negeri juga masih dalam pengujian tahap akhir. Selain pengembangan vaksin di dalam negeri, Indonesia masih membina kerja sama terkait penelitian, pengadaan, penyediaan, dan penyuntikan vaksin dari luar negeri. Vaksin menjadi hal yang paling dinanti orang Indonesia yang sudah tidak sabar ingin mengakhiri pandemi ini. Vaksin menjadi salah satu cara keluar dari kondisi PSBB, di mana mobilisasi manusia sangat dibatasi. Mulai dari sekolah, kantor, kampus, hingga pasar ditutup untuk menghindari adanya kerumunan manusia. Penyebaran virus

pun sedang sangat masif, di mana banyak berita menyatakan bahwa virus bisa menempel di benda hingga 4 hari. Hal ini membuat obat atau vaksin sangat dinanti. Di tengah penantian vaksin yang lama, tiba-tiba muncul berita yang menyatakan bahwa ada empat orang yang mengalami lumpuh di wajah setelah divaksin. Tentunya, berita ini bersumber dari luar Indonesia. Berita tersebut dikuatkan dengan adanya 4 orang perempuan usia 30-40an tahun dengan wajah yang lumpuh atau miring seperti terkena serangan penyakit strooke.

Saat berita ini diberikan kepada responden, responden langsung menanggapi dengan mempercayainya karena ada judul yang jelas dan adanya gambar yang menakutkan. Ditambah, kepercayaan mereka bahwa vaksin yang ada di bumi ini semuanya masih tahap percobaan. Maka, bisa jadi ada efek samping yang tidak terduga, termasuk lumpuh. Penelitian berlanjut dengan menghitung jumlah responden yang menyatakan berita ini benar. Hasilnya, sebanyak 54% responden atau 109 orang responden menyatakan bahwa berita itu adalah benar. Dari rentang usia, masih didominasi usia 21-25 tahun. Adapun responden yang menyatakan berita ini benar beralasan karena terdapat gambar dan saat itu vaksin masih dalam tahap pengujian tahap akhir.

Penelitian berlanjut dengan bertanya apakah mereka tidak berusaha mencari kebenaran dari berita itu. Hampir semua yang ditanya merasa ingin mencari kebenarannya tetapi mereka tidak tahu bagaimana cara mencari kebenaran suatu berita yang mereka dapat.

Mereka merasa, dari berita pertama mereka belajar bahwa ternyata berita hoaks itu dapat mudah diidentifikasi dari penggunaan bahasa yang provokatif dan menyangkut hal yang sensitif pada masa itu. Berita hoaks berusaha menyentuh perasaan terdalam dengan bahasa yang manipulatif dan dibumbui dengan gambar atau video yang seakan-akan benar. Jadi, pada bagian berita kedua ini, mereka sudah punya kemauan untuk mencari tahu apakah berita yang mereka terima benar atau salah. Tetapi, masalahnya berlanjut karena mereka ternyata tidak tahu bagaimana cara membuktikan kebenaran berita tersebut selain dari tautan berita itu. Kesulitan selanjutnya sebenarnya adalah jika sudah menemukan kebenaran dari berita, sulit memberikan informasi mendalam kepada orang yang sudah telanjur percaya pada berita bohong. Apa pun yang dikatakan, meskipun dengan data dan fakta yang mendukung, orang yang sudah telanjur percaya hoaks ini akan menolak setiap data dan fakta yang ada.

Berita vaksin 3: Vaksinasi Presiden Harus Diulang dan Hati-Hati dengan Vaksinasi

Berita ini merebak ke banyak sosial media masyarakat usai Presiden Joko Widodo menerima dosis pertama vaksinasi Covid-19 pada Januari 2021 lalu. Pada berita sebelumnya, ada dugaan bahwa Presiden tidak benar-benar menerima vaksin karena alat suntik yang menyentuh kulit Presiden tidak ditekan sehingga vaksin didalamnya tidak masuk ke tubuh Presiden. Berita ini pun menyebar sangat cepat karena disertakan video proses penyuntikan vaksin pertama oleh dokter kepresidenan. Setelah video ini muncul, diiringi berita yang menyatakan vaksinasi pertama kepada presiden gagal dan dinyatakan harus diulang. Selanjutnya, masyarakat diminta hati-hati terhadap vaksin yang beredar karena kepala Negara tidak menggunakan vaksin tersebut. Jika kepala Negara saya tidak menggunakan atau gagal menggunakan vaksin tersebut, haruskah rakyat menjadi “kelinci percobaan”? itu adalah sebagian pandangan saat membaca berita di atas.

Penelitian ini berlanjut dengan bertanya apakah para responden mempercayai kebenaran berita tersebut. Hasilnya sekitar 60% dari responden mempercayai kebenaran berita dan video tersebut. Lagi, video dan narasi pada judul menjadi pertimbangan yang

turut menegaskan kepercayaan para responden untuk menyatakan berita tersebut benar. Ketidaktahuan mereka akan metode penyuntikan dan hanya berfokus pada narasi yang disampaikan judul berita membuat pandangan mereka berubah dan menyetujuinya. Berlanjut ke pertanyaan yang menyoal pada responden yang menyatakan kebenaran berita itu. Kali ini, mereka berkemauan untuk mencari kebenaran berita itu dan kemampuan untuk membuktikan kebenaran pun sudah mulai memadai. Masalah pada pembuktian berita ini adalah mengenai tipe dan cara penyuntikan yang hanya diketahui oleh tenaga kesehatan. Orang awam akan menganggap terjadi kesalahan penyuntikan dan penyuntikan vaksin harus diulang. Akhirnya, walau pun mereka sudah berusaha mencari kebenaran berita tersebut, mereka menganggap bahwa berita itu benar.

Beberapa hal yang unik dari penelitian ini adalah ternyata hoaks menyebar karena ketidakmauan dan ketidakmampuan masyarakat untuk mencari kebenaran dari berita yang mereka dapatkan. Uniknya, lebih dari 80% responden yang mudah menganggap suatu berita benar tanpa mengonfirmasi adalah responden dengan jenis kelamin perempuan. Mengapa demikian? tentunya jawaban itu harus dibahas dalam penelitian selanjutnya. Pun demikian pada responden yang tinggal di luar Jabodetabek, mereka lebih rentan dengan penyebaran hoaks karena lebih dari 95% responden yang tinggal di luar Jabodetabek lebih mudah percaya dan bersedia menyebarkan berita yang baru saja mereka dapatkan tanpa melakukan konfirmasi terlebih dahulu.

CONCLUSION

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapat beberapa simpulan yakni:

1. Penyebaran hoaks terjadi karena ketidakmauan dan ketidakmampuan mencari kebenaran suatu informasi
2. Penyebaran hoaks terjadi lebih mudah lewat media audio-visual. Penyebar hoaks memanfaatkan penggunaan bahasa judul yang provokatif dan persuasif.
3. Penyebaran hoaks terjadi lebih cepat dan masif karena rendahnya kemampuan membaca dan menyimak.

Berdasarkan simpulan yang telah diberikan, maka dapat disarankan hal sebagai berikut:

1. Terus berusaha mencari tahu dan meningkatkan kemampuan untuk menganalisis sebuah informasi.
2. Meskipun gambar dan video adalah media yang menyenangkan bagi lajunya informasi, usahakan mengolah setiap hal di gambar dan video dengan saksama agar tidak terjadi misinformasi.
3. Bacalah setiap informasi dengan runtut dan saksama agar tidak terjadi kesalahan memahami informasi.

REFERENCES

- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana* , 140-157.
- Kompas . (2020 , Februari 23). *Berapa Lama Orang Indonesia Akses Internet dan Medsos Setiap Hari*. Diambil kembali dari Kompas.com : <https://teknokompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari-?page=all>

- Kurniadi, F. (2018). Fenomena Penggantian Fonem pada Kata Celaan di Kalangan Remaja . *Deskripsi Bahasa* , 40-43.
- Utami, A. R. (2021). Media Sosial Menjerat Manusia di Masa Pandemi . *Psychology Archive* , 1-8.