

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia berkomunikasi untuk membagi pengetahuan dan pengalaman. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain. Akan tetapi, komunikasi hanya akan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sama oleh penerima pesan tersebut. Dewasa ini komunikasi menjadi lebih cepat, efektif dan efisien dengan kemajuan dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Teknologi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia zaman sekarang. Bahkan dapat dikatakan, seluruh aspek kehidupan seperti bidang pendidikan, sosial, politik dan ekonomi, telah bersentuhan dengan teknologi. Perkembangan teknologi komunikasi seperti satelit telah menghadirkan berbagai macam media, salah satunya media massa.

Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massa dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal. (Bungin, 2006:7). Pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini selain memudahkan manusia dalam berkomunikasi dan berinteraksi, juga memudahkan manusia dalam mencari dan menerima informasi. Karena banyaknya informasi yang

beredar di media massa, selain memunculkan berbagai informasi yang memang benar adanya (sesuai fakta) tetapi juga beredar informasi yang belum dapat dipastikan kebenarannya atau belum valid biasa disebut dengan *hoax*. Pengertian *hoax* sendiri dalam bahasa Inggris berarti berita palsu adalah informasi yang sesungguhnya tidak benar, tetapi dibuat seolah-olah benar adanya.

Kemudahan akses dalam membuat dan menyebarkan berita, dimanfaatkan sebagian pihak untuk menyebarkan berita *hoax* dengan maksud dan tujuan tertentu, tidak jarang masih ada beberapa masyarakat yang terpengaruh dengan berita *hoax* atau tanpa sadar ikut membagikan / menyebarkan berita tersebut. Namun, sebagian masyarakat lainnya juga cukup cerdas dalam memilah milih berita sebelum dikonsumsi, dengan cara mencari data dari berbagai sumber lainnya yang dapat menjadi acuan lalu membandingkannya.

Pesan atau informasi saat ini dapat dengan mudah diperoleh diberbagai media, salah satunya melalui sebuah iklan. Iklan adalah informasi yang isinya membujuk khalayak banyak atau orang banyak agar tertarik kepada barang atau jasa yang ditawarkan. Menurut John R. Bittner (Rendra, 2009 : 67) mengklasifikasikan iklan menjadi 2 jenis, yaitu iklan standar adalah iklan yang dibuat secara khusus untuk keperluan memperkenalkan barang, jasa dan pelayanan untuk konsumen melalui media tertentu. Iklan jenis ini biasa disebut sebagai iklan niaga atau iklan komersil. Iklan seperti ini sering sekali terlihat dalam media-media

*mainstream* seperti televisi, radio, internet dan lainnya. Iklan layanan masyarakat, adalah iklan yang sifatnya non profit yang tujuannya hanyalah keuntungan sosial dalam masyarakat dan bukan keuntungan dalam bentuk material seperti uang dan lainnya. Dari dua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa fungsi utama iklan adalah untuk menyampaikan informasi kepada khalayak agar masyarakat mengetahui pesan yang dibuat oleh pengiklan.

Sadar akan maraknya penyebaran berita *hoax* saat ini, Trans TV sebagai salah satu media televisi swasta yang memulai siarannya sejak tahun 2001 hingga sekarang ini, memunculkan ide kreatifnya terkait dengan maraknya penyebaran berita *hoax*, yaitu dengan membuat iklan layanan masyarakat yang bertemakan “ Tips Melawan Berita *Hoax* “ yang ditayangkan di Trans TV dan di youtube (dipublikasikan sejak 10 maret 2017) sebagai salah satu bentuk kepedulian Trans TV akan adanya berita-berita *hoax* yang beredar di masyarakat. Selain sebagai bentuk kepedulian Trans TV, iklan layanan tersebut dibuat dimaksudkan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat untuk berhati-hati dalam mencari, dan menyebarkan informasi/berita diberbagai media, juga sebagai pengingat bahwa terdapat pasal pidana yang dapat menjerat pelaku penyebar *hoax*, yaitu pasal 28 ayat 1 undang-undang informasi dan transaksi elektronik atau ITE yang menyebutkan “ setiap orang yang dengan sengaja dan atau tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan, ancamannya bisa terkena pidana maksimal enam tahun

penjara dan denda Rp. 1 Miliar ”. Dengan adanya iklan layanan masyarakat “tips melawan berita *hoax*” yang ditayangkan di Trans TV dan di youtube (dipublikasikan sejak 10 maret 2017) diharapkan masyarakat dapat lebih cerdas dan bijak dalam menyikapi munculnya berita-berita *hoax* yang beredar.

Berdasarkan informasi yang telah penulis dapat melalui wawancara pra penelitian dengan beberapa masyarakat yang menyadari beredarnya berita *hoax* dan juga yang telah menonton iklan layanan masyarakat “Tips Melawan Berita *Hoax*” versi Trans Tv (dipublikasikan sejak 10 maret 2017), penulis mendapatkan informasi dari beberapa masyarakat yang menonton iklan “Tips Melawan Berita *Hoax*” tersebut yang merasa bahwa informasi yang diberikan iklan tersebut mempunyai manfaat bagi mereka. Dan berikut adalah beberapa pernyataan dari hasil wawancara pra penelitian kepada lima orang masyarakat yang telah melihat iklan layanan masyarakat “Tips Melawan Berita *Hoax*” versi Trans Tv (dipublikasikan sejak 10 maret 2017).

Masyarakat yang pertama bernama Qhoiyimah, penulis mendapatkan informasi pada hari Rabu (28/3). Qhoiyimah mengatakan, menurutnya iklannya biasa saja karena saat ini zaman sudah canggih, tanpa diingatkanpun mereka sudah tahu harus bertindak seperti apa untuk mencari kebenaran berita *hoax*, namun ia juga menambahkan sedikit membantu untuk mereka yang tinggal di daerah pelosok, sebagai *warning* untuk mereka dalam menyikapi beredarnya berita *hoax*.

Berikut transkrip wawancara langsung dengan Qhoiyimah (28/3/2018, Jakarta) : *“Menurut gue biasa aja, karena kan jaman sekarang udah canggih tiap orang tanpa di ingetin udah tau harus bertindak apa buat cari tahu kebenaran berita tu hoax atau ngga, sedikit membantu sih buat yang tinggal di pelosok kali ya vid hehehe, bisa sebagai warning ke mereka.”*

Masyarakat yang kedua bernama Tri Juni, penulis mendapatkan informasi pada hari Rabu (28/3). Tri Juni mengatakan, menurutnya setelah melihat iklan tersebut tidak bisa sembarangan jika ingin menyebarkan berita, namun bergantung dari masing-masing individu, jika mereka tidak peduli akan tetap *share* berita tersebut tanpa mengetahui benar atau tidaknya berita tersebut.

Berikut transkrip wawancara langsung dengan Tri Juni (28/3/2018, Tangerang) : *“Ya jadi ga sembarangan lah kalo mau nyebar berita tapi tergantung orangnya juga, yang bodoamat ya tetep share2 gatau itu bener apa ga.”*

Masyarakat yang ketiga bernama Erica, penulis mendapatkan informasi pada hari Rabu (28/3). Erica mengatakan, bagus jika stasiun Tv mulai *aware* dengan berita *hoax*, karena berita *hoax* menjadi salah satu hal yang meresahkan. Disebut meresahkan karna di era *digital* seperti sekarang berita *hoax* dengan mudahnya disebar dan diakses masyarakat dan masih banyak khalayak yang mudah percaya dan ikut menyebarkan berita *hoax* tersebut. Jadi penyebarannya semakin cepat karna semakin banyak

yang percaya, semakin banyak pula yang ikut menyebarkan, banyak dampak negatif dan yang dirugikannya, dan upaya yang dilakukan Tv swasta seperti Trans Tv cukup baik, karena mau mengingatkan kembali kepada masyarakat agar lebih berhati-hati lagi.

Berikut transkrip wawancara langsung dengan Erica (28/3/2018, Jakarta) : *“Bagus sih kalo stasiun Tv mulai aware sama yang namanya berita hoax. Karna berita hoax jadi salah satu hal yang meresahkan. Disebut meresahkan karna di era digital seperti sekarang berita hoax dengan gampangnya disebar dan di akses sama orang2, dan masih banyak khalayak yang percaya begitu aja dan ikut nyebar berita hoax itu, jadi penyebarannya makin cepet karna semakin banyak yang percaya, makin banyak juga yang nyebarin. Dampaknya, negatifnya pun banyak, yang dirugikan jadi banyak dan upaya Tv swasta seperti TTV mau ingetin lagi ke masyarakat buat lebih hati2 lagi termasuk upaya yang bagus sih.”*

Masyarakat yang keempat bernama Retno, penulis mendapatkan informasi pada hari Rabu (28/3). Retno mengatakan bahwa ia berharap dengan adanya iklan tersebut masyarakat yang masih sering *share hoax* agar cepat sadar dengan adanya UU ITE dan tidak asal *share* berita.

Berikut transkrip wawancara langsung dengan Retno : *“Ya mudah mudahan orang orang yang masih suka ngeshare hoax pada cepet sadar adanya UU ITE, biar engga asal asalan ngeshare.”*

Masyarakat yang kelima bernama Indah, penulis mendapatkan informasi pada hari Kamis (29/3). Indah mengatakan bahwa penyebaran

berita *hoax* itu harus dihapuskan karna itu seperti virus yang cepat menyebar dan masyarakat cepat membaca berita *hoax* yang ada dimanapun, namun kembali pada masing-masing individu, saat ini teknologi semakin canggih jadi semua beritapun mudah diakses dan dibaca dimanapun, selain itu dapat mengasah kepintaran pembaca dengan diteliti terlebih dahulu sumbernya terpercaya atau tidak kemudian dibandingkan dengan beberapa situs lainnya setidaknya 3-5 situs lain untuk menyamakan data dan mengetahui keakuratan berita tersebut, kemudian dapat disebar ke media sosial. Dampak sendiri dari penyebaran berita *hoax* masyarakat mudah dibodohi dengan adanya berita yang tidak akurat yg tidak diketahui kebenarannya, kebanyakan berita-berita yang beredar di internet juga menggunakan kata-kata yang sangat halus, mengandung banyak unsur kebohongan dan seperti ada doktrinisasi untuk menyebar kebencian seperti menjatuhkan lawan oleh sebab itu ada yang membuat berita *hoax*. Sebagai pembaca online aktif yg sering *searching* diharuskan lebih teliti setiap kali membaca dan harus benar-benar ditelaah beritanya.

Berikut transkrip wawancara langsung dengan Indah (29/3/2018, Jakarta) : “Penyebaran berita *hoax* itu sebenarnya harus dihapusin kalo bisa, karna itu kaya virus yang pasti orang cepet banget baca gitu cepet banget nyebar kalo itu emang berita-berita *hoax* yang kaya gitu ada dimana mana, cuman balik lagi ke dirinya masing-masing aja sih ke tiap pembaca, sekarang kan teknologi semakin canggih jadi semua beritapun

gampang diakses dimana mana nah kembali lagi ngasah kepintaran si pembaca dengan diteliti dulu nih , ini sumbernya darimana terpercaya atau engga trus kita bandingin sama situs situs seenganya tiga atau empat sampe lima situs lainlah untuk nyamain data gitu kalo itu akurat atau engga yang kita sebarin baru kita sebar ulang ke medsos. Dan dampaknya sendiri dari penyebaran berita hoax itu kepada masyarakat ya salah satunya masyarakat jadi gampang dibodohi oleh berita-berita yang gak akurat kita ga tau kebenarannya dan sekarang kebanyakan berita hoax yang beredar di situs-situs internet itu kebanyakan juga denga kata-kata yang sangat halus dan ada juga yang mengandung unsur kebohongan, emang namanya hoax kan ya, plus kaya ada doktrinnisasi menyebar kebencian gitu untuk ngejatuhin lawan lah makanya mereka kadang bikin berita-berita hoax kaya gitu, pokoknya kita sebagai pembaca nih atau sebagai yang aktif lah di bidang online kita sering-sering searching itu sih lebih hati-hati lagi kalo bisa, setiap kita baca harus kita telaah bener-bener, bener ga berita yang kaya kita baca kaya gitu sih pokoknya untuk si pembaca harus lebih teliti lagi karena kayanyasih jujur untuk nebak semua berita hoax itu agak susah.”

Berdasarkan latar belakang dan wawancara pra penelitian tersebut, penulis ingin melakukan sebuah penelitian dan tertarik untuk mengangkat judul Pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat “Tips Melawan Berita *Hoax*” di Youtube Terhadap Sikap Masyarakat.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh terpaan iklan layanan masyarakat “tips melawan berita *hoax*“ di youtube terhadap sikap masyarakat ?  
(Survei pada masyarakat RT.05/RW.02, Kelurahan Pondok Labu)

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan iklan layanan masyarakat “tips melawan berita *hoax*“ di youtube terhadap sikap masyarakat RT.05/RW.02 Kelurahan Pondok Labu (RT.05 memiliki populasi paling banyak dibanding RT lain).

## 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang di tulis oleh penulis mencakup dua hal, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis yaitu :

### 1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Menambah pengetahuan dan wawasan dalam ilmu komunikasi terutama pada bidang konsentrasi periklanan.

### 1.4.2. Manfaat Praktis

#### 1. PT Televisi Transformasi Indonesia (Trans Tv)

Memberikan masukan bagi perusahaan terkait dalam pembuatan konten iklan layanan masyarakat.

#### 2. Bagi Masyarakat

Menjadi sarana informasi yang dapat mengedukasi dan memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai penyebaran berita *hoax* dan langkah yang perlu dilakukan dalam menyikapi berita *hoax*.

