

BAB II

Terpaan Berita Hoax, Persepsi Masyarakat Tentang Kualitas Pemberitaan Televisi Berita dan Intensitas Menonton Televisi Berita

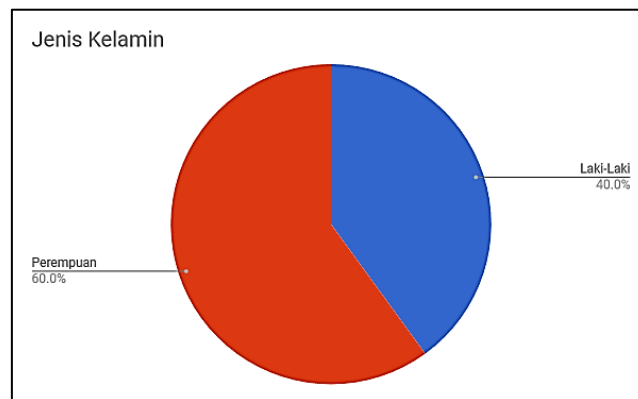
Bab ini menyajikan deskripsi mengenai terpaan berita hoax, persepsi masyarakat tentang kualitas pemberitaan televisi berita, dan intensitas menonton televisi berita. Dalam penelitian ini, terdapat 50 responden yang terdiri dari 20 laki-laki dan 30 perempuan. Responden telah memenuhi kriteria dalam pemilihan sampel, yaitu berusia 17-60 tahun, berdomisili di Indonesia, pernah mendapat terpaan berita hoax, dan pernah menonton televisi berita.

2.1 Profil Responden

Profil responden mencakup jenis kelamin, pendidikan, agama, kota domisili dan pekerjaan. Berikut merupakan hasil penelitian yang berkaitan dengan profil responden.

Diagram 2.1

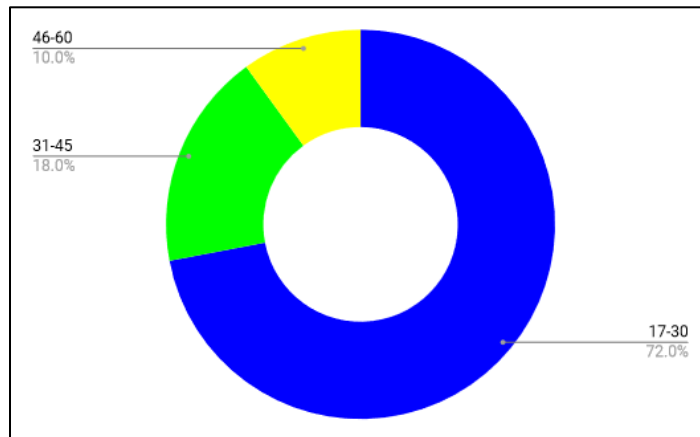
Jenis Kelamin Responden



Reponden penelitian terdiri dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan dan didominasi oleh jenis kelamin laki-laki.

Diagram 2.2

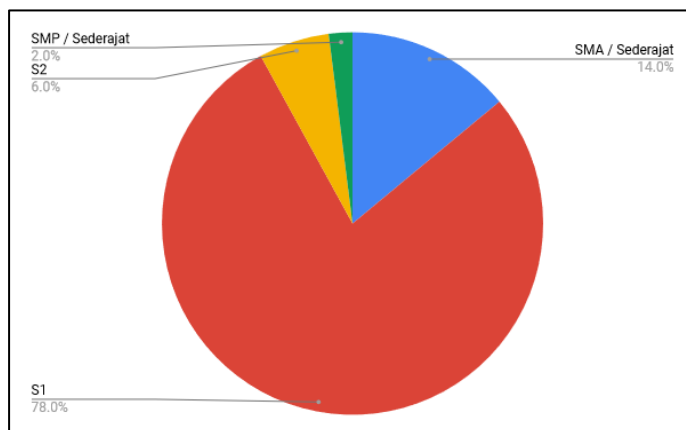
Usia Responden



Latar belakang usia responden beragam, namun didominasi kelompok usia 17 hingga 30 tahun.

Diagram 2.3

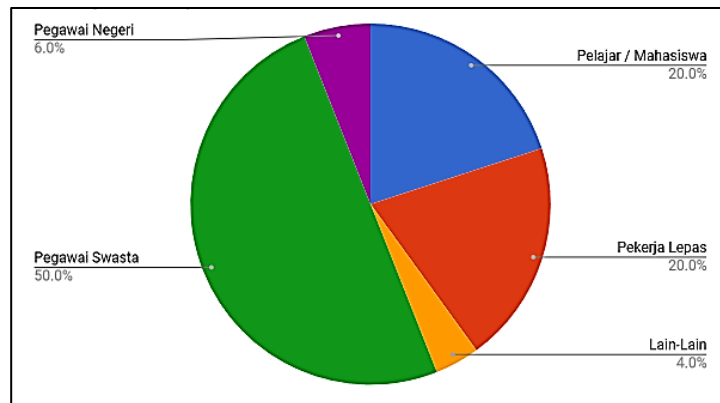
Latar Belakang Pendidikan Responden



Latar belakang pendidikan responden tercatat mulai dari tamatan SMP, hingga tingkat tertinggi S2. Mayoritas memiliki latar belakang pendidikan lulusan S1.

Diagram 2.4

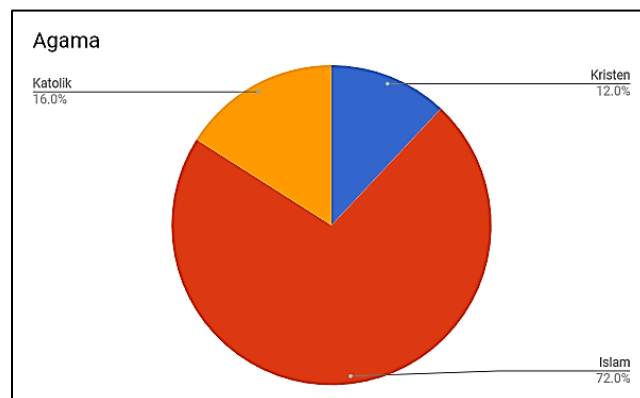
Pekerjaan Responden



Latar belakang profesi responden beragam, namun didominasi oleh pegawai kantoran baik berstatus sebagai pegawai swasta, maupun pegawai pemerintahan.

Diagram 2.5

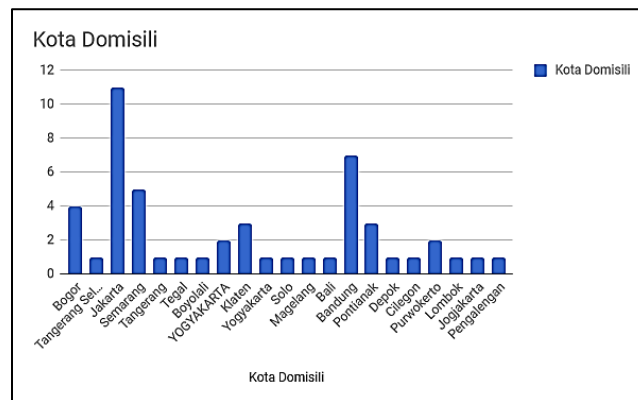
Agama Responden



Latar agama responden berasal dari tiga agama, yakni Islam, Kristen dan Katolik. Jumlah responden yang menganut agama Islam mendominasi.

Diagram 2.6

Kota Domisili Responden



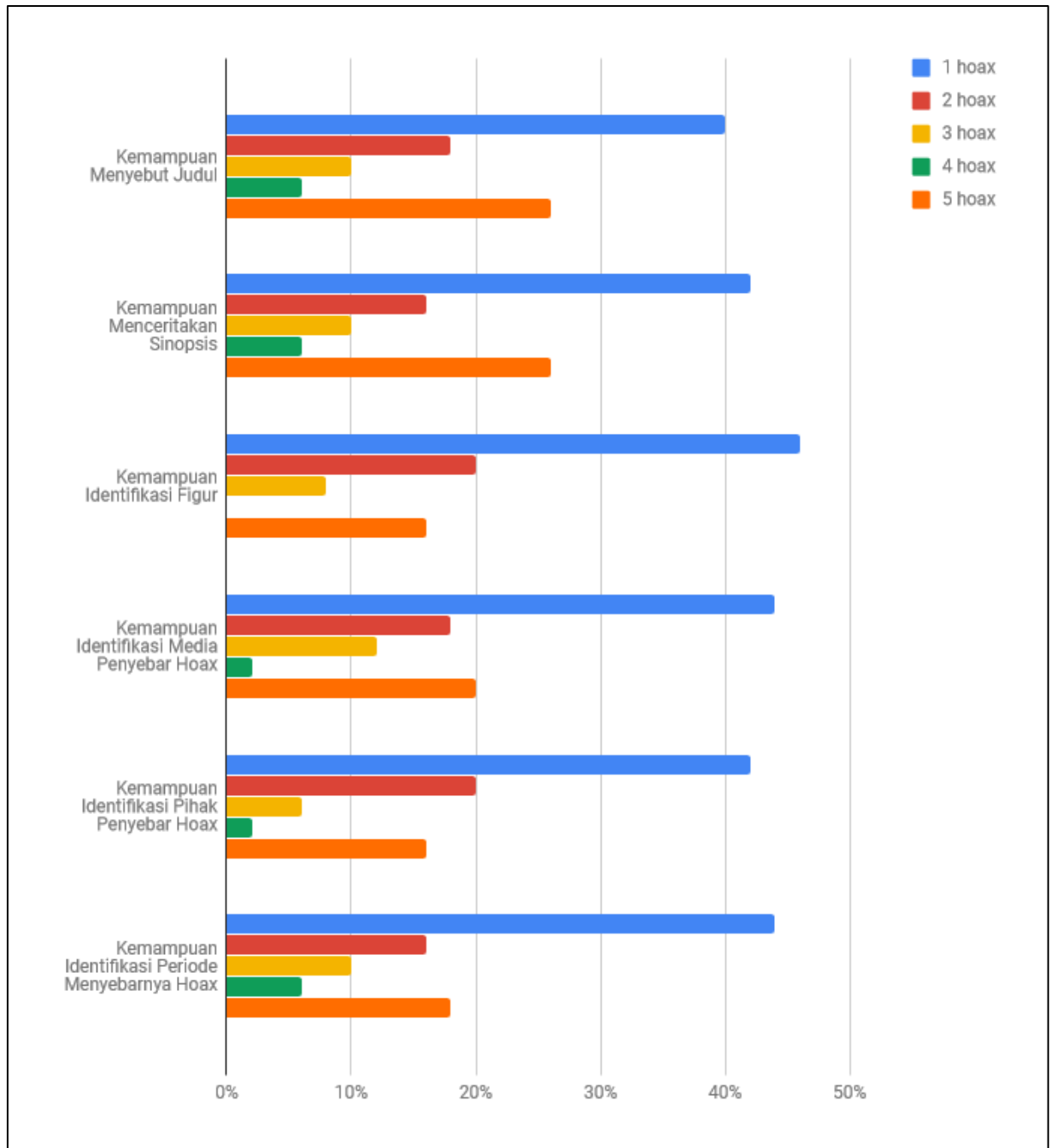
Responden berasal dari berbagai kota di Indonesia. Lima kota asal terbanyak adalah Jakarta, Bandung, Semarang, Bogor dan Pontianak.

2.2 Terpaan Berita Hoax

Terpaan berita hoax diukur dengan indikator yaitu mengetahui judul berita hoax, mampu menceritakan kembali berita hoax secara singkat, dapat mengidentifikasi figur-figur yang diberitakan dalam berita hoax, dapat mengidentifikasi media yang memuat atau ditemukan di mana berita hoax, mampu mengidentifikasi pihak yang memuat atau yang menyebarkan berita hoax, dan dapat mengidentifikasi periode berita hoax tersebut mulai tersebar. Berikut merupakan hasil penelitian mengenai pengetahuan responden terhadap berita hoax.

Diagram 2.7

Presentase Keterisian Kolom Berita Hoax

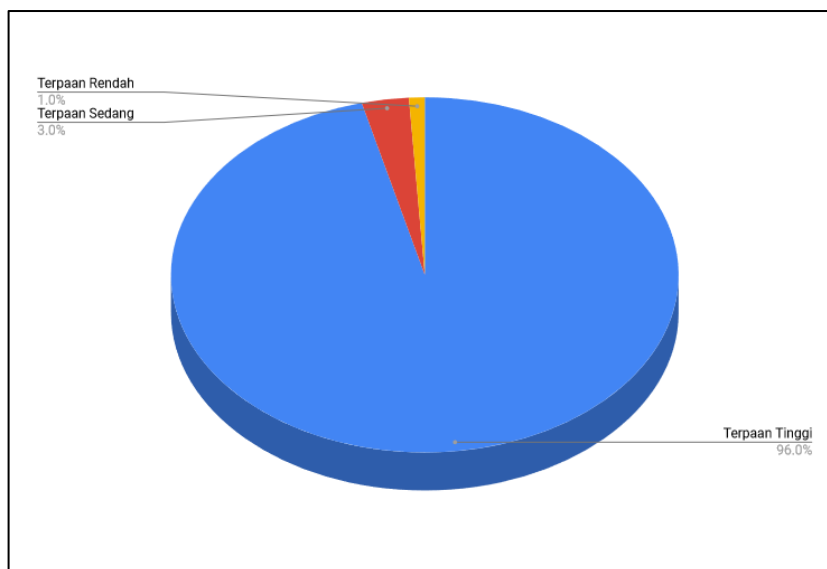


Dalam penelitian ini, responden diminta untuk mengisi kuesioner penelitian untuk mengukur tingkat terpaan berita hoax-nya dengan cara mengisi kolom-kolom indikator yang tersedia dengan maksimal lima topik berita hoax. Dari penelitian tersebut, dapat terlihat bahwa tingkat keterisian kolom relatif rendah. Dari maksimal 5 topik hoax yang dapat diisi, mayoritas responden hanya mampu mengisi 1-2 topik hoax yang dijabarkan dalam enam indikator pengukur tingkat terpaan hoax.

Dari penelitian yang dilakukan, penulis mendapatkan kesimpulan bahwa faktor yang menyebabkan responden tidak mengisi penuh kolom topik berita hoax adalah keraguan responden tentang hoax atau tidaknya berita yang mereka ketahui, atau tidak ingatnya responden pada isu hoax yang pernah menerpa mereka.

Diagram 2.8

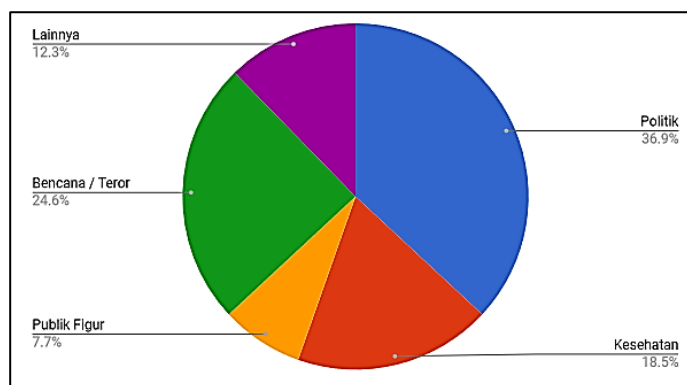
Terpaan Berita Hoax di Minimal Satu Topik Berita Hoax



Meskipun tingkat keterisian kolom rendah, namun data yang didapatkan menunjukkan mayoritas responden terkena terpaan hoax yang tinggi, dilihat dari kemampuannya mengisi penuh minimal satu topik berita hoax. Artinya, paling tidak responden mengetahui secara mendalam satu topik berita hoax, namun tidak banyak topik hoax yang mereka ketahui. Sementara itu, terdapat jumlah yang relatif sedikit dari responden yang terpapar sedang (mengisi minimal 4 kolom dari 6 kolom indikator pengukur terpaan hoax) dan sangat sedikit responden yang terpapar berita hoax relatif rendah (mengisi kurang dari 4 kolom dari 6 kolom indikator pengukur terpaan hoax).

Diagram 2.9

Sebaran Topik Berita Hoax



Adapun berdasarkan topik-topik berita hoax yang diisi responden (Lihat diagram 2.9), mayoritas topik berita hoax yang diketahui oleh responden adalah topik yang berkaitan dengan politik seperti isu hoax Jokowi antek PKI, Prabowo memenangkan pemilihan presiden 2014, masuknya 1 juta tenaga kerja asing dari Cina, dan uang kertas berbentuk palu dan arit. Kemudian presentase terbanyak

kedua adalah topik yang berhubungan dengan bencana / teror seperti foto letusan gunung merapi yang hoax, isu teror bom di beberapa titik sewaktu kejadian bom Surabaya, dan ancaman gempa dan badai.

Topik kesehatan juga menjadi isu yang diketahui oleh responden. Topik seperti beras palsu, sayur kangkung mengandung lintah, serta air minum mengandung mikroplastik adalah beberapa berita hoax yang termasuk dalam topik kesehatan. Selain itu, isu kematian publik figur seperti mantan presiden B.J. Habibie dan Arnold Schwarzenegger, serta tentang Pokemon Go aplikasi Yahudi, menjadi isu yang termasuk dalam topik Publik Figur dan Lainnya.

Dari data isian responden, kolom media yang menyebarkan berita hoax didominasi oleh media sosial Facebook dan grup Whatsapp. Selain itu, media online, Line Today, Twitter, dan informasi dari mulut ke mulut juga dianggap menjadi media penyebaran hoax.

Sementara itu dari data isian responden, penyebar hoax diidentifikasi dari lawan politik seorang tokoh, ormas tertentu seperti FPI dan HTI, serta masyarakat umum yang meneruskan berita hoax. Periode hoax yang disebutkan juga kebanyakan berasal dari kurun waktu 2017 hingga 2018.

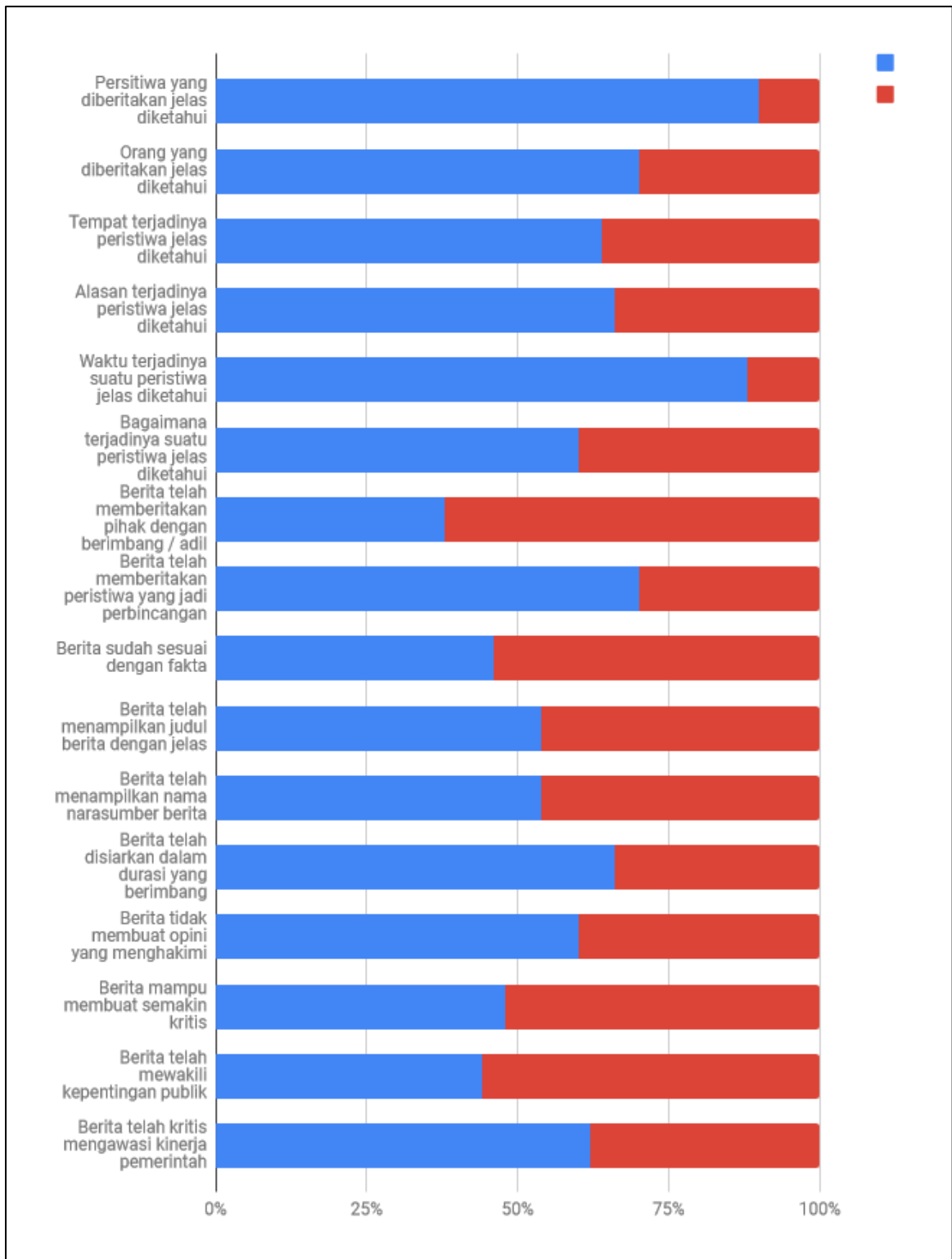
2.2 Persepsi Kualitas Pemberitaan Televisi Berita

Persepsi kualitas pemberitaan televisi berita diukur dengan beberapa indikator yaitu pemenuhan unsur 5W+1H pada berita, telah cover both side, aktual, akurat, memiliki struktur penyampaian yang sistematis, tidak membuat opini yang menghakimi, meningkatkan daya kritis, mewakili kepentingan publik, dan

memiliki fungsi pengawasan. Berikut merupakan hasil penelitian mengenai persepsi kualitas pemberitaan televisi berita.

Diagram 2.10

Persepsi Kualitas Pemberitaan Televisi Berita



Persepsi responden pada kualitas pemberitaan televisi berita terlihat sudah relatif baik. Dari 16 indikator kualitas pemberitaan televisi berita, 12 indikator dianggap telah terpenuhi kualitasnya dengan jawaban “YA” lebih dari 50 persen. Jika dilihat dari pemenuhan unsur 5W + 1H, maka menurut responden, kualitas pemberitaan televisi berita sudah sangat baik, dengan presentase di atas 64 persen. Ini artinya dari segi sistematika penulisan berita dan teknis penulisan berita di televisi berita sudah memiliki kualitas yang cukup baik.

Meskipun begitu, masih terdapat persepsi buruk responden pada kualitas pemberitaan televisi berita yang berkaitan dengan unsur keberimbangan, akurasi, dan peningkatan daya kritis pemirsanya, serta unsur telah mewakili kepentingan publik. Hal ini tentu sejalan dengan keadaan televisi berita di Indonesia saat ini, di mana banyak televisi berita dimiliki oleh mereka yang terlibat dalam dunia politik. Keadaan ini tentu bisa mempengaruhi persepsi responden menyangkut keberpihakan televisi berita pada kubu tertentu, meskipun televisi berita telah berusaha memberitakannya dengan cukup berimbang. Selain itu, tuntutan untuk bisa menyiarkan berita sesegera mungkin baik untuk program berita reguler dan *breaking news*, membuat akurasi televisi berita dianggap masih rendah oleh responden.

2.3 Intensitas Menonton Televisi Berita

Intensitas menonton televisi berita diukur dengan beberapa indikator yaitu frekuensi menonton televisi berita dalam satu minggu, dan durasi menonton

televisi berita dalam satu hari. Berikut merupakan hasil penelitian mengenai intensitas menonton televisi berita.

Diagram 2.11

Frekuensi Menonton Televisi Berita Dalam Seminggu

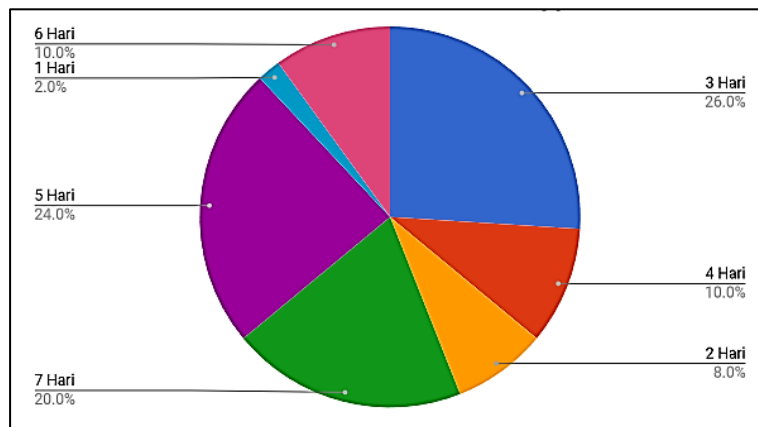


Diagram 2.12

Durasi Menonton Televisi Berita Dalam Satu Hari

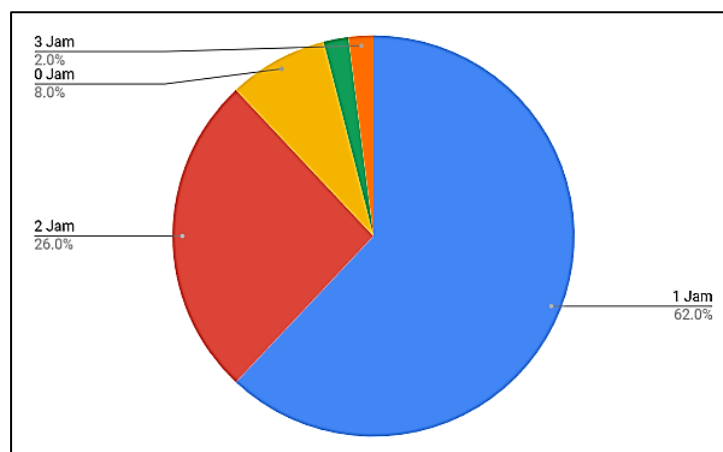
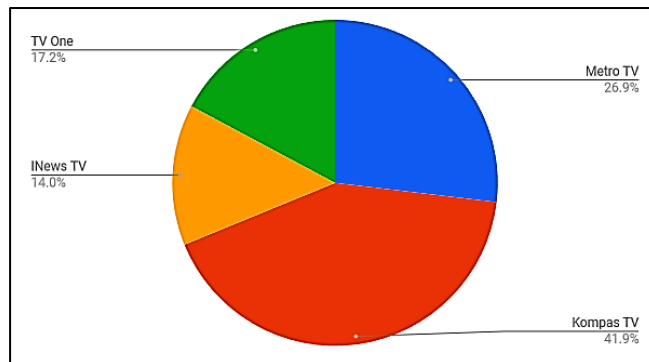


Diagram 2.13

Televisi Berita Pilihan Responden



Intensitas menonton televisi berita responden penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden masih sering menonton televisi lebih dari 4 hari dalam satu minggu. Televisi yang menjadi pilihan mayoritas responden (Lihat diagram 2.10) adalah Kompas TV, dan Metro TV. TV One menjadi televisi berita yang paling sedikit dipilih oleh responden untuk ditonton. Hasil ini cukup mengejutkan karena berbeda dengan data rating yang dilansir Nielsen, di mana TV One menjadi televisi berita dengan rating dan share tertinggi (Lihat Bab 1 halaman 7).

Sementara itu, durasi menonton televisi berita masih relatif rendah. Mayoritas responden menonton televisi berita hanya 1-2 jam dalam satu hari. Durasi maksimal responden menonton televisi berita hanya 4 jam dalam satu hari. Hal ini tentu dipengaruhi oleh latar belakang usia dan pekerjaan responden (Lihat diagram 2.4) yang kebanyakan berada di usia produktif untuk bersekolah dan berkerja, sehingga waktu luang untuk menonton televisi sangatlah terbatas.