

## Penyampaian Informasi Fakta *Hoaks* dan Kebutuhan Informasi *Followers*

Refi Nur Oktaviani\*, Yulianti

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*refioktavianii@gmail.com, yuli.fikom.unisba@gmail.com

**Abstract.** Jabar saber hoaks is an effort made by the West Java government to minimize the spread of hoax news. In this new era, government institutions are obliged to have social media accounts in order to convey information to the public and the wider community. However, many false news are still widely spreaded and the public's ignorance of hoax is still high, showing that the government's concerns about the hoax are proven true. This study is designed to collect data regarding type of information delivered in the Jabar Sweeping Hoaks or Jabar Saber Hoaks social media account, and also what kind of information do the followers look for. The purpose of the study is to find necessary information about hoax facts to facilitate West Java Saber Hoaks anticipating the future hoax tendency or any shortcomings. This research includes observation of the delivery of information and the information needs of followers about hoax facts. This study uses a quantitative method with a descriptive approach. The data collection technique in this study was using a questionnaire. This study used a sample of 397 people. This study uses 2 variables, the delivery of information (X1) has indicators of information valence and information weight and Information needs (X2) has indicators of current need approach, everyday need approach, exhaustive need approach and catching-up need approach. The results of this research delivery of information and information needs have very good criteria.

**Keywords:** *Information submission, Information needs, Jabar Saber Hoaks.*

**Abstrak.** Jabar saber hoaks merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh pemerintah Jawa Barat untuk meminimalisir penyebaran berita hoaks. Di masa sekarang sudah suatu kewajiban dimana lembaga pemerintahan memiliki akun media sosial untuk menyampaikan informasi bagi khalayak serta masyarakat luas. masih banyaknya hoaks yang menyebar luas dikarenakan ketidaktahuan masyarakat mengenai fakta dari hoaks tersebut. Hal tersebut mendefinisikan bahwa belum terpenuhinya kebutuhan informasi tentang fakta hoaks. Oleh karena itu penelitian ini ingin lebih mengetahui penyampaian informasi seperti apa yang diinginkan followers jabar sapu bersih hoaks atau jabar saber hoaks agar kebutuhan informasi tentang fakta hoaks dapat terpenuhi. Dengan begitu pihak jabar saber hoaks akan mengetahui kekurangannya. Berdasarkan permasalahan itu maka peneliti mengkaji tentang penyampaian informasi dan kebutuhan informasi followers tentang fakta hoaks. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 397 orang. Penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu penyampaian informasi (X1) memiliki indikator valensi informasi dan bobot informasi dan Kebutuhan informasi (X2) memiliki indikator current need approach, everyday need approach, exhaustive need approach dan catching-up need approach. Hasil dari penelitian ini penyampaian informasi dan kebutuhan informasi memiliki kriteria yang sangat baik.

**Kata Kunci:** Penyampaian Informasi, Kebutuhan Informasi, Jabar Saber Hoaks

## A. Pendahuluan

Menurut data yang diunggah oleh Data Reportal tahun 2022, jumlah pengguna internet hingga bulan Januari 2022 mencapai 204,7 juta orang atau 73,7% dari populasi. Analisis dari Data Reportal menunjukkan pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 2,1 juta jiwa atau +1,0% diantara 2021-2022. Pengguna media sosial aktif di Indonesia meningkat hingga 21 juta atau +12,6% diantara tahun 2021-2022 (Kemp, 2022). Dalam data yang disajikan mengenai jumlah penggunaan internet, dapat menjadi bukti bahwa pemakai internet terus naik dari tahun ke tahun.

Pada platform media sosial informasi dapat dengan mudah tersebar luas karena aktivitas komunikasi tidak lagi terbatas dengan ruang dan durasi. Media sosial merupakan media internet yang memungkinkan para pengguna-nya untuk merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, kerja sama, berbagi, berkomunikasi, hingga membuat sebuah ikatan sosial dengan cara virtual dengan sesama pengguna media sosial lainnya (Nasrullah dalam Putri & Yulianti, 2020, hal. 272). Penyampaian informasi dalam media sosial merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh lembaga atau instansi untuk memberikan keterbukaan informasi publik kepada khalayak sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi yang diinginkan oleh khalayak. Penyampaian informasi pada media online bisa berupa tulisan, gambar, suara ataupun video. Sedangkan pemenuhan informasi merupakan kebutuhan seseorang terkait dengan informasi yang dibutuhkan. Media sosial memberi berbagai peluang serta rintangan dalam perilaku informasi khalayak ((Putri & Yulianti, 2020:118)

Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, pengguna Internet di Jawa Barat pada tahun 2020 sebanyak 35,1 juta berada di atas Jawa Tengah 26,5 juta. Temuan isu hoaks pada tahun 2018 hingga 2020 sebanyak 5.156 kasus. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Indonesia (BKKBN) tahun 2017 lalu, sebanyak 70,90% responden menyatakan bahwa hoaks sudah mengganggu kerukunan masyarakat dan sangat mengganggu aktivitas kehidupan.

Berdasarkan dari latar belakang yang dipaparkan peneliti memilih untuk membuat penelitian yang berjudul “Penyampaian Informasi dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tentang Fakta Hoaks”. Uses and Gratification digunakan dalam penelitian ini sebagai teori, karena teori ini memiliki penitikberatan pada penggunaan (uses) media untuk bisa mendapatkan kepuasan (gratification) atas kebutuhan orang. Penelitian ini menggunakan teori uses and gratification karena ingin mengetahui apa yang dilakukan oleh orang terhadap suatu media (Hamidi, 2007:77). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif serta pemaparan mengenai analisis data dilakukan secara deskriptif, maka dari itu penelitian ini tidak menguji suatu hipotesis (Sofyan & Yulianti, 2022, hal. 40). Tujuan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui valensi informasi pada akun Instagram @Jabarsaberhoaks tentang fakta hoaks di kalangan followers
2. Untuk mengetahui bobot informasi pada akun Instagram @Jabarsaberhoaks tentang fakta hoaks di kalangan followers
3. Untuk mengetahui current need approach pada akun Instagram @Jabarsaberhoaks tentang fakta hoaks di kalangan followers
4. Untuk mengetahui everyday need approach pada akun Instagram @Jabarsaberhoaks tentang fakta hoaks di kalangan followers
5. Untuk mengetahui exhaustic need approach pada akun Instagram @Jabarsaberhoaks tentang fakta hoaks di kalangan followers
6. Untuk mengetahui Catching need approach pada akun Instagram @Jabarsaberhoaks tentang fakta hoaks di kalangan followers

## B. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Kuantitatif merupakan sebuah pendekatan penelitian berbasis filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel yang telah ditetapkan, mengumpulkan data dengan memakai instrumen penelitian dan mempunyai analisis data yang statistik (Sugiyono, 2013, hal. 8).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dikarenakan dilaksanakan pada populasi dan sampel yang representatif. Proses penelitian kuantitatif yang bersifat deduktif (Sugiyono, 2013, hal. 8)

Penelitian ini memakai metode deskriptif. Pada penelitian kuantitatif deskriptif, mencoba untuk menggambarkan keadaan yang sedang terjadi secara mendalam. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dengan sistematis, kredibel, dan sah mengenai populasi tertentu (Lehmann dalam Yusuf, 2014, hal. 62).

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### **Analisis Data Penelitian Mengenai Valensi Informasi**

Perhitungan dari analisis deskriptif mengenai valensi informasi menghasilkan persentase sebesar 89,6% hal ini menunjukkan bahwa informasi yang diunggah oleh Instagram @jabarsaberhoaks memiliki nilai sangat baik. Valensi ataupun tujuan merupakan pengukuran tentang sejauh mana informasi yang disampaikan mendukung kepercayaan, maka dari itu hal ini akan memberikan kekuatan pada informasi tersebut untuk dapat membentuk sikap. Pada valensi informasi, ada dua indikator, yaitu informasi tentang suatu hal dan informasi yang mendukung keyakinan. (Fishbein dalam Ashari, Hanny dan Priyo, 2016: 34) .

Informasi mengenai suatu hal dalam penelitian ini adalah informasi mengenai banyaknya isu hoaks dan informasi yang mendukung keyakinan adalah informasi dari Instagram @jabarsaberhoaks mengenai fakta hoaks. Valensi informasi mengacu pada apakah informasi yang disampaikan mendapatkan keyakinan atau tidak. Ketika suatu informasi dapat mendukung suatu keyakinan, maka informasi tersebut memiliki valensi yang baik, namun ketika informasi tidak dapat mendukung keyakinan memiliki valensi yang buruk (Fishbein dalam Ashari, Hanny dan Priyo, 2016: 33)

#### **Analisis Data Penelitian Mengenai bobot Informasi**

Perhitungan dari analisis deskriptif bobot informasi menghasilkan persentase sebesar 90,3%. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang diunggah oleh Instagram @jabarsaberhoaks memiliki nilai yang sangat baik yang dimana bobot informasi merupakan kredibilitas suatu informasi informatif yang terdiri dalam tiga komponen diantaranya, jelas, akurat dan relevansi. Jika audience berpikiran bahwa informasi yang disampaikan benar, maka akan memberikan bobot yang tinggi pada informasi tersebut namun sebaliknya, apabila audience berpikiran bahwa informasi yang disampaikan salah maka bobot pada informasi tersebut menjadi rendah (Fishbein dalam Ashari, Hanny dan Priyo, 2016: 34)

Pada bobot informasi, menyatakan bahwa informasi yang disampaikan akun Instagram @jabarsaberhoaks memiliki bobot yang baik dikarenakan penyampaian informasi yang memerhatikan kejelasan, keakuratan, dan relevansi informasi dengan para *follower*. Kejelasan informasi dalam penelitian ini yaitu penyampaian informasi secara deduktif, dimana informasi yang disajikan dalam bentuk umum ke khusus, dari berapa banyak informasi tentang hoaks yang dilaporkan, cara mengecek tentang fakta hoaks, hingga informasi mana saja yang termasuk kedalam berita hoaks.

#### **Analisis Data Penelitian Mengenai *current need approach***

Perhitungan dari hasil analisis deskriptif mengenai *current need approach* menghasilkan persentase sebesar 90,6%. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan informasi terkait *current need approach* pada akun instagram @jabarsaberhoak memiliki nilai yang sangat baik. Dimana *current need approach* merupakan pendekatan pada kebutuhan penerima informasi yang bersifat mutakhir. Pengguna berinteraksi dengan informasi menggunakan cara yang sangat umum untuk meningkatkan pengetahuannya. Dalam pendekatan ini, perlu adanya interaksi yang bersifat konstan antara pengguna dan sistem informasi itu sendiri (Syafri dalam Putra, 2015:3) Dengan demikian bahwa kebutuhan *followers* akan informasi terbaru di instagram @jabarsaberhoaks mendorong untuk selalu aktif mendapatkan informasi terbaru di akun tersebut. *followers* selalu berinteraksi dengan informasi yang disajikan pada akun @jabarsaberhoaks untuk bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan guna menambah pengetahuan. Dengan terpenuhinya kebutuhan informasi mutakhir akan menimbulkan motivasi *followers* untuk berinteraksi setiap saat agar dapat memenuhi kebutuhan informasi baru yang

actual tiap harinya. (Guha dalam Puspitadewi, 2016:23).

#### **Analisis Data Penelitian Mengenai *everyday need approach***

Perhitungan dari analisis deskriptif *everyday need approach* menghasilkan persentase sebesar 90,4%. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan informasi terkait *everyday need approach* pada akun instagram @jabarsaberhoak memiliki nilai yang sangat baik. Dimana *everyday need approach* yang dimaksud merupakan pendekatan akan informasi rutin yang bersifat spesifik serta cepat. Kebutuhan ini menuntut untuk adanya jawaban yang tepat dari pengelola informasi dalam memenuhi kebutuhan pengguna informasi (Guha dalam Puspitadewi, 2016:23).

#### **Analisis Data Penelitian Mengenai *exhaustic need approach***

Perhitungan dari analisis deskriptif *exhaustic need approach* menghasilkan persentase sebesar 88,4%. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan informasi terkait *exhaustic need approach* pada akun instagram @jabarsaberhoak memiliki nilai yang baik. Dimana *exhaustic need approach* merupakan pendekatan kebutuhan informasi yang mendalam, mengisyaratkan adanya suatu ketergantungan yang tinggi dari pengguna terhadap informasi yang dibutuhkan. Kebutuhan ini membuat pengguna informasi membutuhkan informasi yang akurat, spesifik serta lengkap (Guha dalam Puspitadewi, 2016:23).

#### **Analisis Data Penelitian Mengenai *ctching-up need approach***

Perhitungan dari analisis deskriptif *catching-up need approach* menghasilkan persentase sebesar 90,8%. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan informasi terkait *catching-up need approach* pada akun instagram @jabarsaberhoak memiliki nilai yang sangat baik. *Catching-up need approach*, adalah suatu pendekatan informasi yang singkat namun utuh terutama menyangkut perkembangan terbaru tentang suatu subjek yang relevan (Guha dalam Puspitadewi, 2016:23).

### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Valensi informasi pada akun instagram @jabarsaberhoaks terkait fakta hoaks di kalangan followers menghasilkan kriteria yang sangat baik karena mengacu pada informasi yang disampaikan mendapat keyakinan dari followers. Ketika suatu informasi dapat mendukung suatu keyakinan, maka informasi tersebut memiliki valensi yang baik, namun ketika informasi tidak dapat mendukung keyakinan memiliki valensi yang buruk.
2. Bobot informasi pada akun instagram @jabarsaberhoaks terkait fakta hoaks di kalangan followers menghasilkan kriteria yang sangat baik karena penyampaian informasi yang memerhatikan kejelasan, keakuratan, dan relevansi informasi dengan para followers
3. *Current need approach* followers pada akun instagram @jabarsaberhoaks menghasilkan kriteria yang sangat baik karena kebutuhan followers akan informasi terbaru di instagram @jabarsaberhoaks mendorong untuk selalu aktif mendapatkan informasi terbaru di akun tersebut guna menambah pengetahuan, maka dapat memenuhi kebutuhan informasi baru yang aktual tiap harinya.
4. *Everyday need approach* followers pada akun instagram @jabarsaberhoaks menghasilkan kriteria yang sangat baik. Hal ini dikarenakan followers instagram @jabarsaberhoaks berpendapat bahwa mereka mendapatkan informasi yang baru, spesifik sehingga kebutuhan informasi *everyday need approach* dapat terpenuhi dengan sangat baik
5. *Exhaustic need approach* followers pada akun instagram @jabarsaberhoaks menghasilkan kriteria yang baik karena followers puas dalam pemberian informasi dalam akun instagram @jabarsaberhoaks jika diimplementasikan kedalam kehidupan sehari-hari. Dengan banyaknya informasi dari berbagai macam sumber menghasilkan pembahasan yang luas sehingga dapat mempengaruhi followers akun instagram @jabarsaberhoaks.
6. *Catching-up need approach* followers pada akun instagram @jabarsaberhoaks menghasilkan kriteria yang sangat baik karena tingkat ketersediaan *catching-up need approach* dalam instagram @jabarsaberhoaks yang memenuhi kebutuhan informasi

followers tentang fakta hoaks.

### Acknowledge

1. Prof. Dr. Atie Rachmiatie, Dra., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang telah membantu kelancaran proses Pendidikan serta pelajaran penulis di lingkungan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung
2. Alex Sobur, Drs. M., Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang telah membantu penulis untuk memberikan persetujuan dalam penelitian ini
3. Indri Rachmawati S.Sos., M.Ikom., selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bndung yang telah memberi kemudahan berkaitan dengan akademik, administrative serta proses penyusunan usulan penelitian ini.
4. Yulianti, S.Sos., M.Si.,selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Ike Junita Triwardhani, S.Sos., M.Si. selaku dosen wali yang telah mendukung dalam proses perencanaan studi setiap semesternya.
6. Seluruh dosen, tenaga pendidik serta staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung atas semua pengetahuan dan wawasan yang diberikan kepada peneliti juga mengurus seluruh kegiatan dalam akademik dan administratif.
7. Pihak Jabar Saber Hoaks yang telah memperkenalkan penulis untuk dapat menggunakan Instagram @jabarsaberhoaks dalam penelitian ini.
8. Kedua orang tua yang senantiasa memberikan dukungan baik doa, moral, materil dan kebutuhan lainnya kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Naufal Althaf Ibrahim yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.

### Daftar Pustaka

- [1] Anggraeni, E. Y., & Irviani, R. (2017). Pengantar Sistem Informasi. CV. Andi Offset.
- [2] Anugera, M. R., & Putra, S. (2021). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tentang Fakta Hoaks pada Followers di Jawa Barat. *e-Prociding of Management*.
- [3] Ashari, M. S., Hafiar, H., & Subekti, P. (2016). Sajian Informasi Pelatihan Usaha Dalam Membentuk Sikap Peserta pada Program Melati. *EduLib*, 6(1), 31–40.
- [4] Hamidi. (2007). Metode Penelitian Kualitatif Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Penelitian dan Laporan. UMM Pers.
- [5] Kemp, S. (2022). Digital 2022: Indonesia. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- [6] Khalish, I. R., Hafiar, H., & Erdinaya, L. K. (2017b). Hubungan Informasi dalam Kegiatan Promosi All About Wedding dengan Sikap Peserta Terhadap Vendor Wedding Lintas Warna. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 2(2), 180. <https://doi.org/10.25124/liski.v2i2.254>
- [7] Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan “Twitter Anggraeni, E. Y., & Irviani, R. (2017). Pengantar Sistem Informasi. CV. Andi Offset.
- [8] Putri, D. miranti, & Yulianti. (2020). Penerapan Karakteristik Konten Instagram @netflixid pada Followers. *Prosiding Manajemen Komunifikasi*.
- [9] Sofyan, Q. A., & Yulianti. (2022). Literasi Terkait Covid-19 di Media Sosial. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(2), 138–145. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i2.556>
- [10] Tmcpoldametro” Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan*, 4(1), 21. <https://doi.org/10.24198/jkip.v4i1.11625>
- [11] Putra, Y. M. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir ( Survei Terhadap Followers @ Ta \_ Feb ) the Effect of Social Media Twitter Usage To Fulfillment of Information Needs of Final Assignment

- ( Survey To Followers of. E-Proceeding of Management, 2(1), 148–155.
- [12] Putri, D. miranti, & Yulianti. (2020). Penerapan Karakteristik Konten Instagram @netflixid pada Followers. Prosiding Manajemen Komunikasi.
- [13] Riduwan. (2018). Metode dan Teknik Penyusunan Thesis. Alfabeta.
- [14] Shobirin, M. S. H., Safii, M., & others. (2020). Pola Perilaku Pencarian Informasi Generasi Milenial. RFM PRAMEDIA JEMBER.