

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

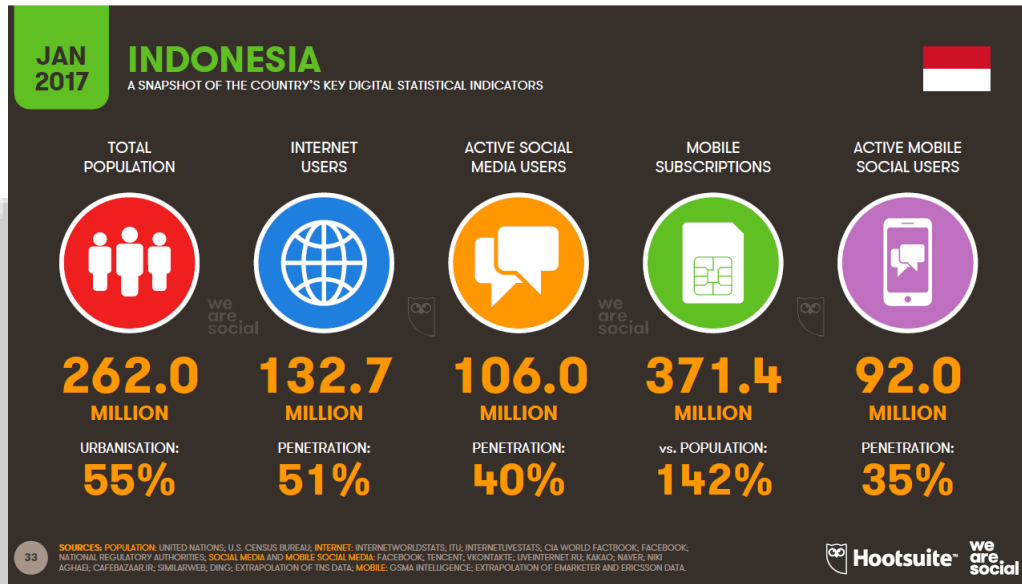
Indonesia sedang mengalami tahun politik, pada tanggal 17 April 2019 masyarakat Indonesia melakukan pemilihan umum secara serentak, dengan memilih presiden dan wakil presiden, anggota DPR-RI, anggota DPRD Provinsi, anggota DPRD Kabupaten/Kota serta Anggota DPD. Namun salah satu permasalahan pemilu Indonesia saat ini adalah sarat dengan fenomena *post-truth*. Diantara bentuk *post-truth* tersebut adalah berita-berita *hoax* yang menjadi isu utama dalam strategi mendulang suara serta menjatuhkan lawan politik. Menurut Lingkar Survey Indonesia, setidaknya terdapat enam isu populer *hoax* dalam kampanye menjelang pilpres yaitu penyelenggaraan Asian Games 2018, kunjungan Jokowi ke korban gempa dan tsunami Palu, kunjungan Jokowi ke bencana gempa Lombok, *hoax* Ratna Serumpaet, harga dollar sebesar Rp 15 ribu, dan pembakaran bendera bertuliskan kalimat tauhid (dalam Perdana dan Wildianti, 2019). Menurut Husna et.all (2019), *hoax* mewarnai setiap Pemilu, baik pemilihan umum kepala daerah, pemilihan legislatif maupun pemilihan umum presiden. *Hoax* dipergunakan untuk tujuan lelucon hingga serius, tujuannya untuk mendulang suara dan menjatuhkan lawan politik. (dalam Husna, Novita dan Hasibuan, 2019)

Suburnya *hoax*, yang menjadi bagian dari *post-truth* tersebut, dalam pemilu kali ini merupakan masalah serius. Digunakan pertama kali tahun 1992 pada kamus *oxford* dijelaskan bahwasanya post truth sebagai kondisi dimana fakta

tidak terlalu berpengaruh dalam membentuk opini publik dibanding emosi dan keyakinan personal, Istilah itu diungkapkan oleh Steve Tesich di majalah *The Nation* ketika merefleksikan kasus Perang Teluk dan kasus Iran yang terjadi di periode tersebut. Sementara itu Ralph Keyes dalam bukunya *The Post-Truth Era* (2004) dan comedian Stephen Colber mempopulerkan istilah yang berhubungan dengan *Post-Truth* yaitu *truthiness* yang kurang lebih sebagai sesuatu yang seolah-olah benar, meski tidak benar sama sekali (Ulya 2018). Dapat kita lihat akibat dari *post-truth* yang berkembang di media sosial ini dalam pemilihan umum presiden sejak 2014, mengakibatkan polarisasi di dalam masyarakat yang sulit didamaikan. Fenomena ini menjadi kontradiktif dengan cita-cita bernegara yaitu, terintegrasinya rakyat untuk mencapai cita-cita bangsa. Dampak dari fenomena *post-truth* sendiri apabila dibiarkan dapat mengakibatkan perpecahan bahkan perang saudara.

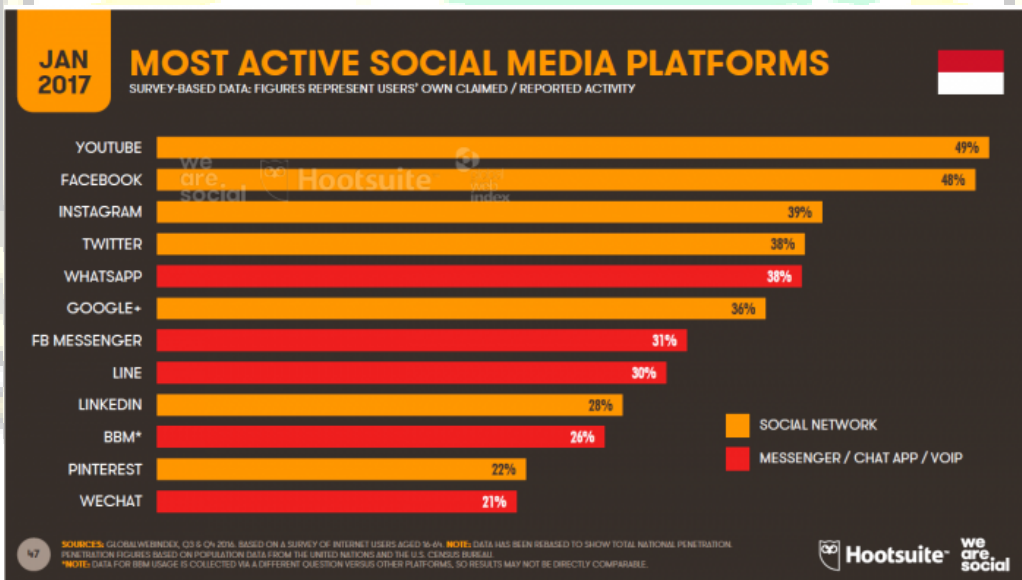
Fenomena *post-truth* banyak berkembang di media sosial, disebabkan karena masyarakat Indonesia merupakan salah satu negara yang banyak mengakses internet di Asia. Dari 262 juta jiwa penduduk Indonesia, 132.7 juta jiwa terhubung ke internet. Dengan aplikasi yang paling banyak diakses yaitu *youtube, Facebook, Instagram, twitter dan Whatsapp*. Sehingga fenomena *post-truth* (berita *hoax*) banyak beredar dan berkembang di media sosial tersebut.

**Gambar 1.1**  
**Jumlah Pengguna Internet di Indonesia**



Sumber : [wearesocial.com](http://wearesocial.com)

**Gambar 1.2**  
**Persentase Jumlah Pengguna Platform di Media Sosial**



Sumber : [wearesocial.com](http://wearesocial.com)

Kajian mengenai *post-truth* dalam pilpres masih cukup langka. Adapun peneliti yang pernah membahas masalah ini seperti, *pertama* “Gerakan Anti-Hoax dalam Media Sosial Facebook Partai Politik Indonesia (Studi Kasus Partai

Solidaritas Indonesia)”, *kedua* “Hoax sebagai Sebuah Strategi Komunikasi Politik dalam Pilgub DKI Jakarta 2017”, *ketiga* “Fenomena Berita Hoax Media Sosial (Facebook) dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta Tahun 2017”. Sedangkan dalam penelitian ini membahas mengenai Fenomena *Post-Truth* di Media Sosial dalam Pilpres 2019.

Penelitian yang dilakukan ini mencoba mencari jalan lain dengan mengungkap argumentasi dari teori kapital sosial dari Robert MZ Lawang untuk menjelaskan massifnya penyebaran *Hoax* dalam pilpres. Berita *hoax* yang banyak beredar di media sosial salah satunya *dishare* oleh akun-akun *buzzer* yang tidak jelas kapabilitasnya yang kemudian membuat masyarakat bingung dengan kebenaran dari berita tersebut. Selain itu berita *hoax* juga menyebar dari jaringan pertemanan yang dimiliki seseorang pada akun media sosial seperti *Whatsapp* dan *Instagram* dengan cara *share* berita dari satu orang ke orang lainnya, yang dimana dengan hubungan pertemanan sudah terjalin sekian lama membuat mereka satu sama lain saling percaya. Sehingga ketika mendapatkan berita dari salah satu teman membuat mereka dengan mudah untuk percaya pada isi berita tersebut. Fenomena ini akan dijelaskan dengan menggunakan teori kapital sosial menurut Robert MZ. Lawang. Dimana konsep-konsep inti dari kapital sosial terdiri dari kepercayaan, jaringan dan norma. Kepercayaan menurut Lawang adalah hubungan antara dua pihak atau lebih yang mengandung harapan yang menguntungkan salah satu atau kedua belah pihak melalui interaksi sosial. Sedangkan jaringan adalah sumber pengetahuan yang menjadi dasar utama dalam pembentukan kepercayaan. Melalui jaringan orang saling tahu, saling

menginformasikan, saling mengingatkan, saling bantu dalam melaksanakan atau mengatasi suatu masalah. Konsep terakhir adalah norma yang menyangkut hak dan kewajiban kedua belah pihak yang dapat menjamin keuntungan yang diperoleh dari suatu kegiatan tertentu. Jadi, dengan menggunakan teori kapital sosial hubungan orang dengan kelompok diikat dengan kepercayaan, dimana melalui kepercayaan antar orang atau kelompok membentuk ikatan (simpul) yang tidak dapat berdiri sendiri. Jika satu simpul putus, maka keseluruhan jaringan itu tidak dapat berfungsi lagi, sampai simpul itu diperbaiki lagi. Ikatan atau pengikat (simpul) dalam kapital sosial adalah norma yang mengatur dan menjaga ikatan dan mediana itu dipelihara dan dipertahankan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Permasalahan utama yang ingin dikaji dalam penelitian ini adalah masifnya penyebaran *hoax* dalam Pilpres yang telah berlangsung. *Hoax* tersebut bukan saja telah mengakibatkan polarisasi rakyat Indonesia, sehingga memicu konflik yang sulit didamaikan, namun juga telah memakan korban beragam stratata sosial. Mulai dari strata terdidik, agamawan, politisi dan akademisi (Renald Khasali, 2019). Oleh karenanya, menarik diteliti apakah mahasiswa sebagai cikal bakal cendekia juga mengalami korban gejala penyebaran *hoax* dalam pilpres yang sedang berlangsung ini. Penelitian dilakukan pada mahasiswa lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas. FISIP yang terdiri dari enam jurusan, yaitu jurusan Sosiologi, Antropologi, Ilmu Komunikasi, Ilmu Politik, Administrasi Publik, dan Hubungan Internasional,

sengaja dipilih karena ranah keilmuannya terkait dengan ilmu sosial dimana *post-truth* mestinya bagian dari kajian itu

Maka dari itu, berdasarkan latar belakang ringkas diatas, pertanyaan penelitiannya adalah:

1. Apakah *hoax* juga menyebar di kalangan mahasiswa pada Pilpres 2019
2. Bagaimana penerimaan berita *hoax* di kalangan Mahasiswa Fisip Unand pada Pilpres 2019

### **1.3 Tujuan Penelitian**

#### **a. Tujuan Umum**

Menganalisis terjadinya *post-truth* di sosial media dalam Pilpres 2019 untuk Mahasiswa FISIP Unand.

#### **b. Tujuan Khusus**

1. Untuk mendeskripsikan berita *hoax* yang menyebar di media sosial pada Mahasiswa FISIP Unand.
2. Untuk menganalisis penerimaan berita *hoax* yang menyebar di media sosial pada Mahasiswa FISIP Unand.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **a. Aspek Akademis**

Memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan disiplin ilmu sosial, terutama bagi studi Sosiologi Komunikasi.

b. Aspek Praktis

Bahan masukan bagi pemerintah dalam menanggapi dampak fenomena post-truth di dalam masyarakat.

## 1.5 Tinjauan Pustaka

### 1.5.1 Konsep Fenomena

Menurut KBBI fenomena sosial adalah kejadian nyata yang dapat dilihat secara langsung melalui pancaindra dan dapat dijelaskan dalam penelitian ilmiah. Sedangkan fenomena sosial adalah semua perilaku yang dipengaruhi atau mempengaruhi dilakukan oleh seseorang maupun kelompok tertentu dari atau terhadap seseorang atau kelompok lain. Fenomena sosial dapat diartikan sebagai peristiwa yang terjadi dan dapat diamati dalam kehidupan bermasyarakat (Imron, Aka, 2018:1).

Fenomena sosial yang ada dalam kehidupan sehari-hari dapat menimbulkan masalah sosial. Masalah fenomena sosial dalam perspektif sosiologi sering disebut sebagai masalah sosial (*social problems*). Masalah sosial merupakan suatu gejala fenomena sosial yang mempunyai dimensi atau aspek kajian yang sangat luas atau kompleks, dan dapat ditinjau dari berbagai perspektif (sudut pandang atau teori). Berikut beberapa definisi masalah sosial dalam pandangan para ahli sosiologi (Imron, Aka, 2018:2-3) :

1. Soejono Soekanto (1998)

Fenomena sosial merupakan masalah sosial yang berupa ketidaksesuaian antara masyarakat atau unsur-unsur kebudayaan yang membahayakan suatu kehidupan kelompok sosial.

2. Prof. Dr. M. Tahir Kasnawi

Fenomena sosial adalah suatu proses perubahan, modifikasi atau penyesuaian-penyesuaian yang terjadi dalam pola hidup masyarakat, yang mencakup nilai-nilai budaya, pola perilaku kelompok masyarakat, hubungan-hubungan sosial ekonomi, serta kelembagaan-kelembagaan masyarakat, baik dalam aspek kehidupan material maupun nonmateril.

3. Prof. Selo Soemardjan

Fenomena sosial adalah perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk di dalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku di antara kelompok-kelompok dalam masyarakat.

4. John Luwis Gillin dan John Philip Gillin

Fenomena sosial adalah perubahan yang terjadi sebagai suatu variasi dari cara hidup yang telah diterima karena adanya perubahan kondisi geografi, kebudayaan material, komposisi penduduk, ideologi, maupun adanya difusi atau penemuan-penemuan baru dalam masyarakat.

### **Faktor Pemicu Timbulnya Masalah Sosial**

Penyebab terjadinya fenomena sosial secara umum di antaranya sebagai berikut (Imron, Aka, 2018:7).



### 1. Faktor Kultural

Faktor ini merupakan nilai-nilai yang tumbuh dan berkembang dalam komunitas atau lingkungan masyarakat. Hal ini yang mengakibatkan perubahan sosial dapat timbul karena terdapat perubahan-perubahan sosial dalam kehidupan masyarakat. Perubahan tersebut dapat berupa perubahan demografi, perubahan ekologi, dan perubahan kultural.

### 2. Faktor Struktural

Faktor ini merupakan suatu keadaan yang mempengaruhi struktur yang tersusun oleh suatu pola tertentu. Faktor struktural bisa dilihat dari pola hubungan antar kelompok dan individu yang terjalin dalam lingkungan masyarakat.

### 3. Faktor Pembangunan Sosial

Pembangunan sosial sebenarnya dilakukan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Namun apabila pembangunan ini tidak sesuai dengan rencana matang yang telah tersusun, maka akan menimbulkan masalah sosial bagi masyarakat yang merupakan target dari pembangunan tersebut.

### **Dampak Fenomena Sosial**

Fenomena sosial menimbulkan dampak masalah sosial dalam kehidupan bagi masyarakat banyak sebagai berikut (Imron, Aka, 2018:8-9) :

1. Timbulnya kesenjangan sosial
2. Munculnya perilaku menyimpang
3. Meningkatnya jumlah pengangguran
4. Timbulnya perpecahan antar masyarakat

## 5. Meningkatnya kriminalitas

Pada penelitian ini peneliti melihat bagaimana fenomena yang terjadi pada masyarakat dalam menerima ataupun menyebarkan (*share*) informasi kepada orang lain yang berkaitan dengan isu-isu Pilres 2019 yang dilakukan melalui berbagai media sosial yang ada.

### 1.5.2 Konsep *Post-truth*

Istilah *post-truth* jika dicermati dari sisi etimologis berasal dari kosa kata berbahasa Inggris. Dalam *Oxford Dictionary* disebutkan *post* artinya *after* (setelah) sebagaimana dijelaskan dalam kosa kata *post-mortem* yang diartikan dengan *review of an event after it has happened* (simpulan atas sebuah peristiwa setelah peristiwa itu terjadi) (Manser, 1996, hal.322) dan *truth* artinya *quality or state of being true* (kualitas atau dalam keadaan benar atau kebenaran) (Manser, 1996). *Truth* ini merupakan kata benda dari kata sifat, *true*. Jadi *post-truth* artinya setelah atau pasca-kebenaran. *Post-truth* diartikan sebagai suatu keadaan yang menggambarkan bahwa fakta objektif hanya memiliki dampak yang kecil dalam mempengaruhi opini publik, fakta objektif kalah dengan pengaruh emosi dan kepercayaan personal (Mekelberg, 2016). Kemudian disebut era *post-truth* atau era pasca-kebenaran karena dalam rentang masa ini penggunaan akal yang melandasi kebenaran dan pengamatan fakta sebagai basis pengukuran obyektifitas seakan-akan tak penting dalam mempengaruhi opini, pemikiran, maupun perilaku publik. Dalam rentang masa ini, orang mempengaruhi publik dengan cara menomorsatukan sensasionalitas dan membombong sensasionalitas (Haryatmoko, 2018).

*Oxford Dictionaries* mencantumkan *post-truth* menjadi kosa kata baru untuk memaknai situasi kebenaran sebagai sebuah anomali realitas. *Post-truth* menjadi konsepsi populer yang merujuk pada pemisahan kebenaran dengan fakta yang objektif. Secara akademis belum banyak ditemukan penggunaan istilah *post-truth* dalam diskusi ilmiah. Kondisi *post-truth* saat ini telah mewabah di berbagai bidang, baik politik, komersial atau bisnis juga media (Mekelberg, 2016). Dalam realitas politik, menempatkan fakta-fakta objektif sebagai sebuah narasi tunggal kebenaran dianggap tidak relevan. Selain itu, berkembangnya media sosial juga semakin besar menumbuhkan produksi dan praktik yang mengarah ke *post-truth* sebagai bentuk terciptanya berita-berita *hoax* yang sangat jauh dari fakta objektifnya, namun dapat memengaruhi opini publik secara kuat. (Verdy 2018)

*Hoax* berasal dari bahasa Inggris yang berarti tipuan, menipu, berita bohong, berita palsu, atau kabar burung. Sehingga bisa diartikan *hoax* adalah ketidakbenaran suatu informasi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *hoax* atau berita bohong atau berita palsu adalah informasi yang sesungguhnya tidak benar adanya. *Hoax* mengandung makna berita bohong dan berita tidak bersumber. Menurut Silverman *hoax* merupakan rangkaian informasi yang sengaja disesatkan, tapi dijual sebagai kebenaran. *Hoax* bukan sekadar menyesatkan, tapi juga tidak memiliki landasan faktual dan disajikan seolah-olah sebagai serangkaian fakta.

*Hoax* adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca atau pendengarnya agar mempercayai suatu hal, padahal pembuat berita itu tau bahwa berita tersebut adalah palsu. Defenisi lain menjelaskan *hoax* adalah suatu tipuan

yang digunakan untuk mempercayai sesuatu yang salah dan seringkali tidak masuk akal melalui media online. *Hoax* bertujuan untuk membuat dan menggiring opini publik, membentuk persepsi dan juga untuk *hufing fun* yang menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna media sosial. Penyebaran *hoax* bertujuan sebagai bahan lelucon atau sekedar iseng, menjatuhkan lawan atau pesaing (*black campaign*), promosi melalui penipuan, atau ajakan untuk berbuat amalan baik yang sebenarnya belum tentu ada dalilnya. Namun ini menyebabkan banyak penerima *hoax* terpancing untuk segera menyebarkan kepada rekan sejawatnya sehingga akhirnya *hoax* ini dengan cepat menyebar luas (Rahadi, Dedi Rianto, 2017).

### 1.5.3 Konsep Media Sosial

**Media Sosial** adalah media online (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Di media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi informasi, networking, dan berbagai kegiatan lainnya. Berikut pengertian media sosial menurut para ahli :

#### 1. Philip Kotler dan Kevin Keller

Menurut Philip dan Kevin Keller pengertian media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya.

#### 2. Marjorie Clayman

Menurut Marjorie Clayman pengertian media sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan untuk mengetahui pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin.

### 3. Chris Brogan

Menurut Chris Brogan pengertian media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam.

### 4. M. Terry

Menurut M. Terry definisi media sosial adalah suatu media komunikasi dimana pengguna dapat mengisi kontennya secara bersama dan menggunakan teknologi penyiaran berbasis internet yang berbeda dari media cetak dan media siaran tradisional.

#### **a) Fungsi Media Sosial**

Setelah memahami pengertian media sosial dan karakteristiknya, tentunya kita juga perlu tahu apa saja fungsinya. Berikut ini adalah beberapa fungsi media sosial secara umum:

1. Memperluas interaksi sosial manusia dengan memanfaatkan teknologi internet dan website.
2. Menciptakan komunikasi dialogis antara banyak audiens (many to many).
3. Melakukan transformasi manusia yang dulunya pemakai isi pesan berubah menjadi pesan itu sendiri.
4. Membangun personal branding bagi para pengusaha ataupun tokoh masyarakat.

5. Sebagai media komunikasi antara pengusaha ataupun tokoh masyarakat dengan para pengguna media sosial lainnya.

#### **b) Tujuan Media Sosial**

Seperti yang disebutkan pada definisi media sosial di atas, salah satu tujuannya adalah sebagai media komunikasi alternatif bagi masyarakat. Berikut ini adalah beberapa tujuan menggunakan media sosial secara umum:

##### **1. Aktualisasi Diri**

Bagi sebagian besar orang, media sosial merupakan tempat untuk aktualisasi diri. Mereka menunjukkan bakat dan keunikan di media sosial sehingga dapat dilihat banyak orang. Tidak heran kenapa saat ini banyak artis berlomba-lomba untuk terkenal di media sosial mereka.

##### **2. Membentuk Komunitas**

Komunitas online sangat mudah ditemukan saat ini, baik itu di situs forum maupun di situs social network lainnya. Media sosial menjadi wadah tempat berkumpulnya masyarakat online yang memiliki minat yang sama untuk saling berkomunikasi dan bertukar informasi atau pendapat.

##### **3. Menjalinkan Hubungan Pribadi**

Media sosial juga berperan penting dalam aktivitas menjalin hubungan personal dengan orang lain secara pribadi. Ada banyak sekali pengguna media sosial yang menemukan pasangan hidup, sahabat, rekan bisnis, di media sosial.

##### **4. Media Pemasaran**

Pengguna media sosial yang jumlahnya sangat banyak tentu saja menjadi tempat yang sangat potensial untuk memasarkan sesuatu. Bisnis online yang pesat

berkembang sekarang ini banyak dipengaruhi oleh media sosial sebagai tempat promosi.

Perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia sangat berkembang pesat. Menurut riset Nielsen menunjukkan tingkat pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia mencapai 26%. Orang Indonesia menghabiskan waktu 1,5 jam sehari untuk berinternet. Menurut ICT Watch, saat ini pengguna ponsel di Indonesia mencapai 180 juta orang dari sekitar 220 juta penduduk Indonesia. Pengguna *Instagram* di Indonesia mencapai 22 juta pengguna aktif menurut dari siaran pers yang diterima CNN Indonesia (Lesmana, 2012). Tingginya penggunaan internet di Indonesia dan banyaknya waktu yang dihabiskan dalam menggunakan media sosial, tentu akan semakin banyak pula berita *hoax* yang akan diterima atau bahkan disebar.

#### **1.5.4 Tinjauan Sosiologis**

Mempelajari realitas dan fakta sosial memerlukan yang namanya teori. Walaupun banyak yang berbicara bahwa kalau sudah mengetahui faktanya, teori tidak akan diperlukan lagi. Didalam buku Teori Sosiologi Modern karya Bernard Raho, SVD tahun 2007 menjelaskan bahwa tidak semua fakta jelas didalam dirinya sendiri. Ada banyak fakta yang samar-samar dan membutuhkan penjelasan. Dalam hal ini, kita membutuhkan teori yang dapat membantu untuk menilai dan menafsirkan fakta itu. Teori berusaha memberikan interpretasi atas fakta yang bersifat samar-samar itu. Untuk itu diperlukan teori didalam setiap disiplin ilmu.

Pada penelitian tentang fenomena *post-truth* di media sosial dalam pilres 2019 ini, dapat diperjelas oleh Robert M.Z Lawang dengan konsep-konsep inti kapital sosial terdiri dari kepercayaan, norma dan jaringan. Sedangkan konsep tambahan terdiri dari tindakan sosial, dan sikap yang akan dijelaskan sebagai berikut (Lawang, 2005:45-72) :

### 1. **Kepercayaan**

Inti kepercayaan antar manusia ada tiga hal yang saling terkait : (i) hubungan sosial antara dua orang atau lebih. Termasuk dalam hubungan ini adalah institusi tertentu untuk kepentingannya, karena orang-orang dalam intuisi bertindak. (ii) Harapan yang akan terkandung dalam hubungan itu, yang kalau direalisasikan tidak akan merugikan salah satu atau kedua belah pihak (harapan menguntungkan kedua belah pihak). (iii) Interaksi sosial yang memungkinkan hubungan dan harapan itu terwujud.

Dengan ketiga dasar tersebut, kepercayaan yang dimaksud disini menunjuk hubungan yang antara dua belah pihak melalui interaksi sosial. Hubungan sosial yang dimaksud yaitu menyangkut struktur sosial. Harapan yang ada pada seseorang bisa terbentang mulai dari yang paling kurang mengharapkan dan sangat mengharapkan.

### 2. **Jaringan**

Jaringan dan fungsinya terhadap pencapaian suatu tujuan tidak terlepas dari kepercayaan. Menurut Lawang, konsep jaringan yang digunakan dalam teori kapital sosial sebagai berikut:



1. Ada ikatan antar simpul (orang atau kelompok) yang dihubungkan dengan media (hubungan sosial). Hubungan sosial ini diikat dengan kepercayaan, boleh dalam strategik, boleh juga dalam bentuk moralistik. Kepercayaan simbolik bilateral dan kepercayaan impersonal masuk dalam katategori ini.
2. Seperti halnya jaring (yang tidak putus) kerja yang terjalin antar simpul itu pasti kuat menahan beban bersama, dan malah dapat “menangkap ikan” lebih banyak.
3. Dalam kerja jaringan itu ada ikatan (simpul) yang tidak dapat berdiri sendiri. Ketika simpul putus, maka keseluruhan jaringan itu tidak bisa berfungsi lagi hingga simpul tersebut diperbaiki. Semua simpul menjadi satu kesatuan dan ikatan yang kuat.
4. Media (benang atau kawat) dan simpul dapat dipisahkan, atau antara orang-orang dan hubungannya tidak dapat dipisahkan.
5. Ikatan atau pengikat (simpul) dalam kapital sosial adalah norma yang mengatur dan menjaga bagaimana ikatan dan medianya itu dipelihara dan dipertahankan.

Jaringan masuk dalam strategi. Artinya melalui jaringan orang saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, saling bantu dalam melaksanakan atau mengatasi suatu masalah. Jaringan adalah sumber pengetahuan yang menjadi dasar utama dalam pembentukan kepercayaan strategik.

Seseorang tidak membuka jaringan dengan siapa saja, melainkan hanya dengan orang-orang yang menurut penilaiannya mempunyai arti bagi dirinya, baik secara sosial maupun ekonomi, pola hubungan seperti ini berlangsung dalam

prinsip pertukaran sosial. Jika hubungan itu menguntungkan akan diteruskan, tetapi jika salah satunya merasa dirugikan sekali, hubungan itu akan terputus (Homans).

### 3. Norma

Norma tidak dapat dipisahkan dari jaringan dan kepercayaan. Jika struktur jaringan terbentuk karena pertukaran sosial yang terjadi antara dua orang, sifat norma kurang lebih sebagai berikut:

1. Norma itu muncul dari pertukaran yang menguntungkan (Blau 1963, Fukuyama 1999). Jika dalam pertukaran itu keuntungan hanya dinikmati oleh satu pihak, pertukaran sosial selanjutnya pasti tidak akan terjadi. Jika dalam pertukaran pertama keduanya saling menguntungkan, akan muncul pertukaran yang kedua, dengan harapan akan memperoleh keuntungan pula (Homans 1974). Jika beberapa kali pertukaran prinsip saling menguntungkan dipegang teguh, dari situlah muncul norma dalam kewajiban sosial, yang intinya membuat kedua belah pihak merasa diuntungkan dari pertukaran itu dipelihara (Blau).
2. Norma bersifat resiprokal artinya isi norma menyangkut hak dan kewajiban kedua belah pihak yang dapat menjamin keuntungan yang diperoleh dari suatu kegiatan tertentu.
3. Jaringan yang terbina lama dan menjamin keuntungan kedua belah pihak secara merata akan memunculkan norma keadilan.

Norma sosial merupakan sekumpulan aturan yang harus dipatuhi dan diikuti oleh masyarakat dalam suatu entitas sosial tertentu. Aturan-aturan ini biasanya

tidak tertulis tapi diahami sebagai penentu pola tingkah laku yang baik dalam konteks hubungan sosial sehingga ada sanksi sosial jika melanggar. Oleh karena itu norma sosial disebut sebagai salah satu modal sosial (Inayah, 2012:45).

Pada teori modal sosial terdapat konsep jaringan yang menjabarkan bahwa ikatan antar simpul yang dihubungkan melalui media yaitu hubungan sosial yang diikat oleh kepercayaan dan dipertahankan oleh norma. Hal ini terkait dengan penyebaran dan penerimaan tentang berita yang disebarkan melalui jaringan-jaringan pertemanan ataupun jaringan sosial yang dimiliki dengan adanya rasa saling percaya serta norma yang dipatuhi bersama sehingga menyebabkan dan penerimaan berita atau informasi tersebut terjadi dengan mudah tanpa adanya banyak pertanyaan ataupun penolakan.

### **1.5.5 Penelitian Relevan**

Beberapa penelitian relevan yang membahas tentang demokrasi *post-truth* di media sosial dalam pilpres 2019 adalah penelitian yang diteliti oleh Lesnussa dan Hendro (2018) yang berjudul “*Hoax* sebagai sebuah Strategi Komunikasi Politik dalam Pilgub DKI Jakarta 2017”. Penelitian ini meneliti tentang *hoax* menjadi strategi komunikasi politik dalam Pilgub DKI Jakarta 2017. Penelitian ini mengemukakan bahwa strategi politik yang digunakan pendukung pasangan calon dalam Pilkada DKI 2017 dinilai paling brutal dalam konteks demokrasi di media sosial. Pilkada jakarta membuat netizen sosial media terbelah menjadi dua kubu yang saling lempar opini negatif. Pada penelitian ini peneliti mendapat kesimpulan bahwa, *hoax* sebagai sebuah strategi komunikasi politik sangat merusak kualitas pemilihan kepada daerah (Pilkada) di ibukota Indonesia.

Penelitian kedua yang relevan yaitu penelitian dari Adjani (2018) yang berjudul “Gerakan Anti-*Hoax* dalam Media Sosial Facebook Partai Politik Indonesia (Studi Kasus Partai Solidaritas Indonesia)”. Fokus dari penelitian ini adalah melihat gerakan anti *hoax* yang dilakukan oleh partai politik lewat media sosial Facebook sebagai salah satu alat kampanye partai tersebut. Pada penelitian ini peneliti mendapat kesimpulan bahwa gerakan anti-*hoax* menjadi salah satu sikap dari PSI di media sosial dianggap dapat membantu masyarakat untuk menghentikan penyebaran *hoax* dan menyatakan bahwa PSI siap untuk melakukan kontribusi yang bersifat menyelamatkan bangsa Indonesia dari *hoax*.

Penelitian yang dikira relevan selanjutnya adalah penelitian dari Mansyah (2017) yang berjudul “Fenomena Berita *Hoax* Media Sosial (Facebook) dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta Tahun 2017”. Fokus dari penelitian ini merupakan mengetahui bagaimana pemaknaan bentuk dan saluran apa saja motif dari penyebaran berita *hoax* dan interaksi sosial fenomena berita *hoax* sosial media (Facebook) dalam menghadapi pemilihan umum gubernur DKI Jakarta. Dimana peneliti mendapat kesimpulan bahwa pengguna Facebook memaknai berita *hoax* media sosial menjelang pemilu DKI Jakarta meresahkan dan harus segera ditindak oleh pemerintah sebagai pemangku regulasi. Palsunya dalam konteks kekuasaan, penyebaran berita *hoax* ditujukan untuk memengaruhi orang sekalipun informasi yang diberikan tidak benar menciptakan stigma seolah-olah beritanya benar, sehingga dikawatirkan akan mempengaruhi keputusan dalam memilih calon gubernur bagi masyarakat yang belum mengetahui pasti tentang kebenaran suatu berita tersebut.

## 1.6 Metode Penelitian

### 1.6.1 Pendekatan dan tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Taylor dan Bogdan metode penelitian kualitatif diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis dan lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dan bertujuan untuk menyumbangkan pengetahuan secara mendalam mengenai objek penelitian (Moleong, 1989:3).

Pendekatan ini dianggap tepat digunakan untuk menganalisis secara dalam apa penyebab mahasiswa FISIP ikut dan percaya dengan informasi dan berita yang ada. Metode penelitian kualitatif ini dapat menemukan data yang kualitatif seperti kata-kata, dan perbuatan-perbuatan manusia yang tidak mampu dijelaskan dengan metode kuantitatif. Pertanyaan yang diajukan pun merupakan pertanyaan yang memerlukan jawaban yang berkaitan dengan makna, pengalaman, pendapat, persepsi, pengetahuan historis dan budaya, dan lain-lain. Lalu dengan data kualitatif yang ditemukan tersebut dapat diinterpretasikan dan ditangkap apa yang menjadi pertanyaan oleh peneliti.

Pendekatan penelitian kualitatif berguna untuk mengungkapkan proses kejadian secara mendetail, sehingga diketahui dinamika sebuah realitas sosial dan saling pengaruh berbagai realitas sosial (Afrizal, 2014:38). Karena dalam penelitian ini berusaha untuk mengetahui bagaimana berita *hoax* itu menyebar di masyarakat khususnya dikalangan Mahasiswa FISIP Unand, diharapkan dengan pendekatan kualitatif ini dapat penjelasan tentang keterlibatan tersebut.

Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang mendeskripsikan suatu fenomena atau kenyataan sosial yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Penggunaan metode ini memberikan peluang kepada penulis untuk mengumpulkan data-data yang bersumber dari wawancara, catatan lapangan, foto-foto, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi guna menggambarkan subyek penelitian (Moleong, 1998:6). Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif, dikarenakan data yang ingin diambil oleh peneliti ialah fenomena post truth di kalangan mahasiswa FISIP unand, dengan tujuan penelitian untuk melihat bagaimana penyebaran berita *hoax* pada mahasiswa FISIP Unand. Data yang diambil adalah perbuatan mahasiswa FISIP Unand dan kata-kata yang disampaikan, kemudian dianalisis oleh peneliti. Berbeda halnya dengan penelitian kuantitatif, dimana kejadian dikuantifikasikan bukan dianalisis secara mendalam. Oleh karena hal ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Hal tersebut juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang harus mendapatkan penjelasan yang terdiri oleh kata-kata dan bukan angka.

### 1.6.2 Informan Penelitian

Afrizal (2016:139) memberikan pengertian bahwa informan penelitian yaitu orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya ataupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam. Menurut Afrizal, informan berbeda dengan responden. Informan memberikan segala informasi yang tentang dirinya atau orang lain atau suatu hal dan kejadian, namun responden merupakan orang-orang yang hanya menjawab pertanyaan-pertanyaan dari pewawancara.

Terdapat dua kategori informan (Afrizal, 2016:139), yaitu :

1. Informan pengamat, adalah informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Dalam literatur lain, informan pengamat ini juga disebut sebagai informan kunci. Informan ini bisa juga bukan orang yang diteliti, namun mereka dapat disebut sebagai saksi suatu kejadian atau pengamat lokal.
2. Informan pelaku, adalah informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang interpretasinya (maknanya) atau tentang pengetahuannya. Mereka adalah subjek penelitian itu sendiri.

Pada penelitian ini jumlah informan yang diperlukan berdasarkan asas kejenuhan data, yang berarti informasi dari informan dirasa sudah mencukupi maksud dari permasalahan. Maka proses pengumpulan data bisa dicukupkan karena telah menjawab pertanyaan penelitian. Selanjutnya teknik yang digunakan untuk pemilihan informan yaitu *purposive sampling* atau disengaja. Artinya

sebelum melakukan penelitian peneliti menetapkan kriteria tertentu yang mesti dipenuhi oleh orang yang akan dijadikan informan. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan peneliti telah mengetahui identitas orang-orang yang akan dijadikan informan penelitiannya sebelum penelitian dilakukan (Afrizal, 2016: 140).

Kriteria informan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa FISIP Unand, khususnya Mahasiswa Sosiologi, Ilmu Politik dan Ilmu Komunikasi
2. Aktif menggunakan media sosial dan ikut memposting berita terkait dengan pilpres 2019
3. Memiliki kelompok bermain atau biasa disebut gank dalam lingkungan kampus.

Berikut data dan jumlah informan penelitian yang diwawancarai di lapangan:

**Tabel 1.1**  
**Daftar Informan Penelitian**

No	Nama	Jurusan	Umur	Status
1	Nando Dei Rahman	Ilmu Politik	20 Tahun	Pelaku
2	Rino Adi Prasetyo	Ilmu politik	21 Tahun	Pelaku
3	Dinda Rahmi Pertiwi	Ilmu Politik	20 Tahun	Pelaku
4	Widya Sari Rahmadhani	Ilmu Politik	21 Tahun	Pelaku
5	Haris Dwi Saputra	Sosiologi	20 Tahun	Pelaku
6	M. Fauzi Riyanto	Sosiologi	21 Tahun	Pelaku
7	Fendi Agus Syaputra	Sosiologi	20 Tahun	Pelaku



8	Arini Putri Pulungan	Ilmu Komunikasi	22 Tahun	Pelaku
9	Syawal El-Ghafar	Ilmu Komunikasi	22 Tahun	Pelaku

*Sumber: Data Primer 2019*

### **1.6.3 Data yang diambil**

Pada penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan umumnya berupa kata-kata (tertulis maupun lisan) dan perbuatan-perbuatan manusia, tanpa adanya upaya untuk mengangkakan data yang telah diperoleh (Afrizal,2016:17). Sumber utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Pada penelitian terkait fenomena *post-truth* di media sosial dalam Pilpres 2019 peneliti memperoleh data dengan melakukan observasi, wawancara mendalam dengan informan yang kemudian mendokumentasikannya dengan catatan dan foto. Dalam penelitian kualitatif terdapat dua sumber data (Sugiyono,2017:104) yaitu :

#### **1. Data Primer**

Merupakan data utama yang didapatkan langsung dari informan penelitian di lapangan. Hal ini dilakukan dengan teknik observasi dan wawancara mendalam(Moloeng,2004:155). Melalui wawancara peneliti mendapatkan data dan informasi penting yang sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang dikumpulkan berupa data mengenai pemahaman, penyebaran dan prosesnya, dampak, penerimaan dan strategi dalam menanggapi berita *hoax* yang tersebar di media sosial. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara menghubungi mahasiswa yang sesuai dengan kriteria, kemudian membuat janji temu dan

mewawancarai mahasiswa untuk mendapatkan informasi dan data yang dibutuhkan dalam penelitian.

**Tabel 1.2**  
**Data Yang di Ambil**

No	Tujuan Penelitian	Data	Teknik
1.	Untuk mendeskripsikan berita <i>hoax</i> yang menyebar dikalangan Mahasiswa FISIP Unand	Pemahaman mahasiswa tentang berita <i>hoax</i> , penyebaran, proses dan dampak penyebaran berita <i>hoax</i>	Observasi, wawancara mendalam, pengumpulan dokumen
2.	Untuk menganalisis penerimaan berita <i>hoax</i> di kalangan Mahasiswa FISIP Unand	Bentuk penerimaan berita <i>hoax</i> pada mahasiswa fisip, dan strategi mahasiswa dalam menanggapi berita <i>hoax</i> .	Observasi dan wawancara mendalam

Sumber : Data Primer 2019

## 2. Data Sekunder

Yaitu data tambahan yang melalui penelitian pustaka, yaitu mengumpulkan data yang bersifat teori berupa pembahasan tentang bahan tertulis literatur hasil penelitian (Moloeng, 2004:159). Data sekunder yang diambil oleh peneliti adalah dokumen penting seperti informasi yang diperoleh dari penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan kajian tersebut dan buku-buku yang relevan dengan penelitian ini.

### 1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada metode penelitian kualitatif, peneliti menganalisis kata-kata yang menyatakan pendapat, pengalaman, alasan, perbuatan atau interpretasi terhadap kejadian-kejadian yang berkaitan dengan topik penelitian. Teknik yang biasanya

dipakai oleh para peneliti untuk mengumpulkan data adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi terlibat dan pengumpulan dokumen (Afrizal, 2016: 20)

Pemaparan ini dibenarkan juga oleh penjelasan Loflan dan Loflan (1984:47) dalam buku Moloeng (1998:112) menjelaskan bahwa selain data berupa kata-kata dan tindakan akan ada kata-kata tambahan seperti dokumen dan lain-lainnya yang akan menjadi data utama yang nantinya akan dicatat melalui catatan tertulis, rekaman video atau audio dan pengambilan foto atau film.

#### **1. Observasi**

Observasi adalah suatu teknik atau cara untuk mengumpulkan data di lapangan, dengan melihat dan mengamati secara cermat agar dapat diambil data yang aktual dan nyata. Observasi dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan perilaku nyata yang wajar, sehingga apa yang diharapkan dari tujuan penelitian ini benar-benar maksimal (Ritzer, 1992:74). Dalam pengumpulan data, penulis berusaha mendapatkan data yang sesuai dengan keadaan di lapangan. Penulis hanya melakukan observasi non partisipan, sebab penelitian ini tidak melibatkan diri secara langsung dan dalam aktivitas sehari-hari informan.

Observasi tidak langsung ini penulis lakukan dengan mengamati akun media sosial informan secara berkala. Penulis mengamati apa saja postingan atau story (cerita) yang diunggah informan pada akun sosial mediana selama masa kampanye sampai pilpres. Apa keterangan (*caption*) yang di tulis ketika mengunggah sesuatu, siapa saja orang atau akun yang disebut (*mention*) pada

postingan mereka. Dan kegiatan mereka yang lainnya dalam menggunakan media sosial.

## 2. Wawancara mendalam

Wawancara mendalam merupakan sebuah interaksi sosial informal antara seorang peneliti dengan para informannya. Konsep wawancara mendalam ini merupakan padanan kata bahasa Indonesia dari bahasa Inggris *in-depth interviews*. Seorang ahli sosiologi dari Jerman, Hans-Diter Ever pernah menyampaikan dalam suatu diskusi informal di Padang wawancara mendalam disebutnya sebagai *Omong-omong Warung Kopi (OWK) atau ota-ota lapau* (Afrizal,2016:135).

Wawancara mendalam adalah suatu wawancara tanpa alternatif pilihan jawaban dan dilakukan untuk mendalami informasi dari seorang informan. Karena pewawancara perlu untuk mendalami informasi dari seorang informan. Menurut Taylor (1984:77) dalam buku Afrizal mengatakan, wawancara mendalam perlu dilakukan berulang-ulang kali antara pewawancara dengan informan. Pernyataan berulang-ulang kali tidaklah berarti mengulang pertanyaan yang sama dengan beberapa informan atau dengan informan yang sama. Berulang kali berarti menanyakan hal-hal yang berbeda kepada informan yang sama untuk tujuan klarifikasi informasi yang sudah didapat dalam wawancara sebelumnya dengan seorang informan (Afrizal,2016:137).

Wawancara mendalam adalah pertemuan langsung dengan informan penelitian disertai mengumpulkan informasi dari hasil *maota-ota* (percakapan santai). Peneliti menggunakan wawancara mendalam karena peneliti akan melakukan

percakapan yang mendalam untuk mendapatkan data yang valid yang terkait dengan fenomena *post-truth* di media sosial dalam Pilpres 2019.

Pada saat wawancara mendalam ini, peneliti menghubungi informan terlebih dahulu untuk kesediaannya dan membuat janji temu. Peneliti melakukan wawancara dari rentang waktu 26 Agustus 2019 sampai 22 November 2019. Lokasi wawancara peneliti tentukan bersama informan, dan pada umumnya dilakukan di lingkungan kampus seperti Cafe Mande, gazebo dan ada juga yang di cafe luar kampus. Peneliti berupaya membuat suasana nyaman mungkin dan tidak menimbulkan kesan terlalu serius sehingga informan tidak merasa tertekan pada saat wawancara. Saat wawancara berlangsung peneliti merekam percakapan informan menggunakan instrumen penelitian yang diperlukan seperti alat rekam, buku catatan lapangan, serta pedoman wawancara yang sebelumnya disiapkan atas arahan dari dosen pembimbing.

### **3. Dokumentasi**

Peneliti mengumpulkan dokumen berupa surat-surat, foto, berita di media, notulen rapat, surat perjanjian, dan lain-lain untuk mencari informasi yang dibutuhkan (Afrizal, 2016:21). Dokumen-dokumen ini dimungkinkan dapat digunakan untuk mencocokkan informasi yang didapat dilapangan. Pada penelitian ini peneliti mencari dokumen atau surat-surat penting yang dikira dapat digunakan sebagai tambahan informasi atau sebagai acuan dan bahan yang dapat digunakan untuk mencocokkan informasi yang didapat dari observasi dan wawancara mendalam.

Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data tentang fakultas fisip, dosen tenaga pendidik dan mahasiswanya. Serta dokumentasi yang berkaitan dengan penyebaran berita *hoax* dari isu pilpres di lingkungan mahasiswa Fisip Unand seperti postingan dan story instagram maupun whatsapp. Selain itu juga data tentang kedua pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden.

#### **1.6.5 Proses Penelitian**

Proses penelitian ini diawali dengan pemilihan judul yang sudah peneliti angan-angan sejak semester tujuh ketika mengambil mata kuliah Sosiologi Komunikasi. Peneliti mulai mendiskusikannya dengan dosen pengampu mata kuliah tersebut dan Dosen Pembimbing Akademik. Dimulai dengan membuat dan mengajukan *Term Of Reference* (TOR) kepada jurusan pada bulan Februari 2019. Sejak mulai mendiskusikan judul penelitian, peneliti sudah mulai melakukan survei awal pada Mahasiswa Fisip. Apakah Mahasiswa Fisip juga termakan berita *hoax* dan turut serta menyebarkan, dan siapa saja yang bisa dijadikan informan. Setelah mendapatkan SK TOR dan tau siapa yang menjadi Dosen Pembimbing Skripsi, peneliti langsung menemui beliau dan mulai mendiskusikan judul, arah penelitian, permasalahan dan hal yang berkaitan dengan kepenulisan proposal penelitian.

Peneliti mulai mengerjakan proposal penelitian setelah mendapatkan data dari survei awal dan sumber lainnya. Selama pengerjaan proposal penelitian ini peneliti sangat semangat dan antusias sehingga bisa bimbingan dua kali dalam seminggu. Sehingga pengerjaan proposal penelitian ini tergolong cepat yaitu kurang lebih satu bulan. Setelah menyelesaikan proposal penelitian dan

bimbingan dengan kedua pembimbing, akhirnya peneliti mendapatkan Acc untuk seminar proposal walaupun saat itu terjadi sedikit drama ketika akan mendaftar seminar pada bulan itu. Dan akhirnya peneliti bisa melaksanakan seminar proposal pada 23 April 2019. Setelah seminar proposal peneliti mengerjakan perbaikan proposal dan setelahnya membuat pedoman wawancara sebelum mulai turun lapangan untuk mengumpulkan data.

Ketika peneliti mulai turun lapangan pada bulan Mei 2019 mendapatkan sedikit kendala, saat itu bersamaan juga dengan jadwal Ujian Semester. Karena informan penelitian ini adalah mahasiswa, maka peneliti mesti bersabar menunggu untuk bisa bertemu dan mewawancarai informan. Karena bertepatan dengan Ujian Semester tidak ada calon informan yang mau meluangkan waktunya untuk bertemu. Setelah selesai Ujian Semester dilanjutkan dengan libur lebaran dan libur semester genap dengan rentang waktu tiga bulan. Dengan berat hati peneliti harus menunggu semester depan untuk mulai bertemu dan mewawancarai informan karena tidak leluasa rasanya jika tidak bertemu langsung.

Pada bulan Agustus 2019 semester baru sudah dimulai, dan peneliti pun juga mulai menghubungi informan yang dipilih dan ditentukan berdasarkan kriteria yang ada untuk mengajak bertemu dan wawancara. Setelah mendapatkan waktu yang disepakati akhirnya pada tanggal 26 Agustus peneliti mulai mengumpulkan data dari informan melalui proses observasi dan wawancara mendalam. Disamping itu peneliti juga mengurus surat penelitian di Dekanat Fisip untuk mendapatkan data lengkap seputaran Fisip Universitas Andalas. Proses

pengumpulan data di lapangan terbilang cukup lama dengan rentang waktu empat bulan, dilaksanakan sejak akhir bulan Agustus sampai akhir bulan November.

Saat mengumpulkan data di lapangan peneliti mengalami kendala ketika membuat janji temu dengan informan. Karena perbedaan jadwal dan kesibukan membuat peneliti susah mencocokkan jadwal dengan informan. Sehingga tertunda lebih lama yang mengakibatkan penelitiannya baru selesai dalam empat bulan. Selain itu saat menghubungi informan ada juga yang tidak bersedia untuk diwawancarai dan menjadi informan dengan alasan politik ini adalah hal yang sensitif dan dia tidak mau salah langkah yang nantinya bisa jadi bumerang untuk dirinya. Dengan begitu peneliti mesti mencari informan pengganti yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

Setelah mendapatkan data dari lapangan dilanjutkan dengan membuat transkrip wawancara masing-masing informan dari hasil rekaman secara rinci. Saat mengerjakan transkrip wawancara ini dibutuhkan ketekunan dan kesabaran ketika mendengarkan rekaman dan menuliskannya kata demi kata, karena mengerjakan proses ini cukup membosankan dan mengantuk. Dari data yang didapat tadi akan diklasifikasikan atau dikelompokkan berdasarkan tujuan penelitian. Selanjutnya tahap penyajian data pada bab 2 dan 3 dari hasil wawancara yang telah diklasifikasikan dan dianalisis. Analisis data peneliti lakukan dari bulan Januari 2020 dan dilanjutkan dengan penulisan skripsi dari bulan Juni sampai Agustus 2020.



### **1.6.6 Unit Analisis**

Salah satu bagian terpenting yang harus dimiliki oleh penelitian sosial adalah unit analisis. Unit analisis ini dapat menentukan siapa, apa, atau tentang apa sebuah penelitian terfokus. Unit analisis dapat berupa individu, masyarakat lembaga (keluarga, perusahaan, organisasi, negara dan komunitas). Unit analisis dari penelitian ini adalah individu Mahasiswa Fisip Unand dalam menyikapi pemberitaan *hoax* yang beredar.

### **1.6.7 Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif sering disebut dengan analisis berkelanjutan. Analisis data dilakukan dimulai dari tahap pengumpulan data dan diakhiri dengan penulisan laporan. Miles dan Huberman (1992) dalam buku mereka yang berjudul Analisis Data Kualitatif menjelaskan bahwa cara data seharusnya dianalisis dilakukan secara siklus, dimulai dari tahap satu sampai tiga, kemudian kembali ke tahap satu.

Tahap *pertama* yaitu kodifikasi data, dimana peneliti memberikan nama atau penamaan terhadap hasil penelitian. Hasil dari kodifikasi data ini tema-tema atau klasifikasi dari hasil penelitian. Cara kodifikasi data adalah diawali dengan peneliti menulis ulang catatan-catatan lapangan yang dibuat saat wawancara mendalam. Setelah itu peneliti membaca ulang catatan lapangan, dan jika direkam peneliti membaca ulang hasil transkrip. Lalu peneliti memilah informasi dengan memberikan tanda-tanda, hingga peneliti bisa mengidentifikasi mana data penting dan yang tidak penting.

Tahap *kedua* yaitu penyajian data. Pada tahap ini peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokkan. Miles dan Huberman menganjurkan untuk menggunakan matrik dan diagram dan tidak menganjurkan menggunakan cara naratif untuk menyajikan data.

Tahap *ketiga* yaitu tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dengan menginterpretasi atas temuan dari wawancara mendalam atau dokumen. Jika semua tahap sudah dilakukan, maka peneliti melakukan pengecekan ulang, dan setelah itu peneliti akan memiliki temuan penelitian.

Data yang dianalisis adalah fenomena *post-truth* di media sosial dalam pilpres 2019 pada Mahasiswa Fisip Unand berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam. Segala hasil tersebut yang ada pada catatan lapangan akan disalin ulang agar tidak ada yang terlupa dan dilakukan pengkodean hingga tahapan akhir menarik kesimpulan.

#### **1.6.8 Lokasi Penelitian**

Menurut Afrizal dalam buku Metode Penelitian Kualitatif, lokasi penelitian merupakan lokasi dari sebuah penelitian, dia merupakan tempat dimana penelitian akan dilakukan. Lokasi penelitian juga dapat berarti sebagai setting dari sebuah penelitian. Tempat tersebut tidak selalu mengacu kepada wilayah, tetapi juga kepada organisasi dan sejenisnya (Afrizal,2014 :128). Lokasi penelitian dilakukan di Fakultas Isip Universitas Andalas. Pengambilan lokasi ini sesuai dengan topik penelitian dan fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah Mahasiswa Fisip Unand.

### 1.6.9 Definisi Operasional Konsep

1. Konsep fenomena sosial adalah fakta sosial dalam kehidupan masyarakat yang dilakukan lantaran adanya bentuk-bentuk perubahan sosial yang diakibatkan oleh masyarakat. Menurut KBBI fenomena sosial adalah kejadian nyata yang dapat dilihat secara langsung melalui pancaindradan dapat dijelaskan dalam penelitian ilmiah.
2. Media sosial ialah media online (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Di media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, *networking*, dan berbagai kegiatan lainnya.
3. *Post-Truth* adalah suatu keadaan yang menggambarkan bahwa fakta objektif hanya memiliki dampak yang kecil dalam mempengaruhi opini publik, fakta objektif kalah dengan pengaruh emosi dan kepercayaan personal. Disebut era post-truth karena dalam rentang masa ini penggunaan akal yang melandasi kebenaran dan pengamatan fakta sebagai basis pengukuran obyektifitas seakan-akan tak penting dalam mempengaruhi opini, pemikiran, maupun perilaku publik.

### 1.6.10 Rancangan Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan setelah dilaksanakannya ujian proposal pada bulan April 2019, kemudian perbaikan proposal, menentukan informan, membuat pedoman wawancara pada bulan Mei sampai Juli 2019. Pengumpulan data dan penelitian lapangan pada bulan Agustus sampai Desember, analisis data bulan

Januari hingga Mei 2020. Dilanjutkan penulisan laporan bulan Juni hingga September 2020.

**Tabel 1.2**  
**Jadwal Pelaksanaan Penulisan**

No	Nama Kegiatan	Pelaksanaan Kegiatan Tahun 2019-2020					
		23 Apr	Mei-Jul	Agus-Des	Jan-Mei	Jun-Nov	Okt
1	Seminar Proposal	■					
2	Perbaikan Proposal		■				
3	Penelitian Skripsi			■			
4	Analisis Data				■		
6	Penulisan kripsi					■	
7	Proses Bimbingan					■	
8	Sidang Skripsi						■