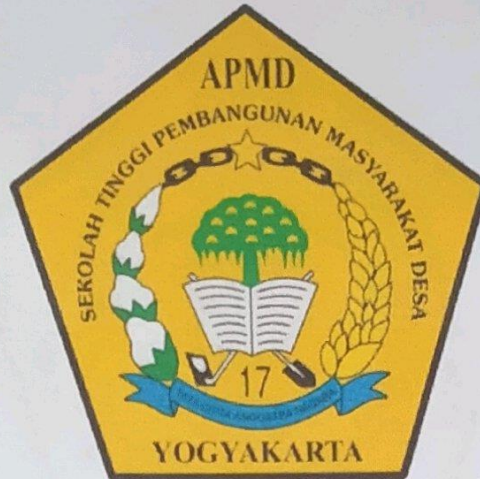


**SKRIPSI**

**PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG ISU BERITA HOAKS VAKSIN  
COVID-19 DI MEDIA SOSIAL**

**(Di Kelurahan Kotabaru, Kemantren Gondokusuman, Kota Yogyakarta)**



**Disusun Oleh:**

**RATNA HARYANTI**

**18530024**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA "APMD"**

**YOGYAKARTA**

**2022**

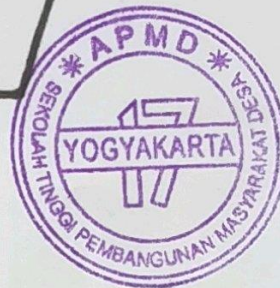
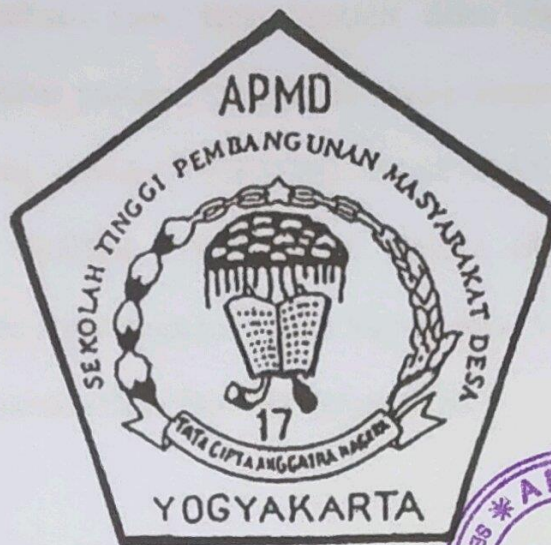


**SKRIPSI**

**PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG ISU BERITA HOAKS VAKSIN**

**COVID-19 DI MEDIA SOSIAL**

**(Di Kelurahan Kotabaru, Kemantren Gondokusuman, Kota Yogyakarta)**



Mengetahui

**Dosen Pembimbing**

Habib Muhsin, S.Sos.,M.Si

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA "APMD"**

**YOGYAKARTA**

**2022**

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya yang berjudul “PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG ISU BERITA HOAKS VAKSIN COVID-19 DI MEDIA SOSIAL (Di Kelurahan Kotabaru, Kemantren Gondokusuman, Kota Yogyakarta)” kepada Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta.

Yogyakarta, 2022



Ratna Haryanti  
18530024

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertanggung jawabkan di depan tim penguji untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana (S1) program studi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD" Yogyakarta pada:

Hari : Kamis

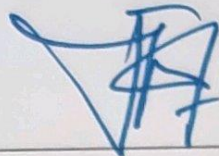
Tanggal : 20 Januari 2022

Pukul : 10.00 WIB

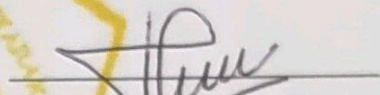
Tempat : Ruang Ujian Skripsi STPMD"APMD" Yogyakarta

### TIM PENGUJI

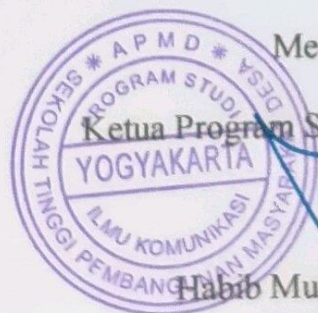
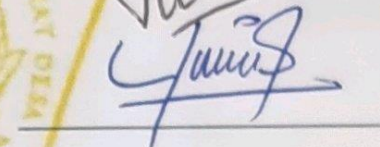
Habib Muhsin S.Sos M.Si  
Ketua Penguji/Pembimbing



Fadjarini Sulistyowati, S.IP.,M.Si  
Penguji Samping I

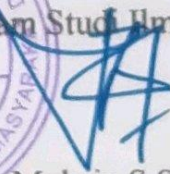


Dr. Yuli Setyowati, M.Si  
Penguji Samping II



Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Habib Muhsin S.Sos M.Si

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat  
Desa APMD Yogyakarta, dan kedua Orang Tua peneliti.

## **MOTO**

Keberhasilan Bukanlah Milik Orang Yang Pintar, Melainkan Milik Mereka Yang  
Senantiasa Berusaha!

\_B.J Habibie\_

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Allah SWT, hanya karena kasih sayang-Nya, karya tulis sederhana ini dapat terselesaikan. Ucapan syukur dan terima kasih juga saya ucapkan kepada keluarga, sahabat dan teman-teman yang telah membantu menyemangati saya dalam mengerjakan karya ini. Semoga karya saya ini dapat bermanfaat dengan baik bagi banyak orang dan juga dapat berguna untuk penelitian selanjutnya terlebih penelitian tentang persepsi masyarakat dalam menanggapi berita hoaks di media sosial. Penelitian ini dilaksanakan sejak November 2021 dengan judul “PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG ISU BERITA HOAKS VAKSIN COVID-19 DI MEDIA SOSIAL (Di Kelurahan Kotabaru, Kemantren Gondokusuman, Kota Yogyakarta)”

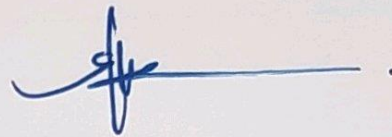
Penyusunan dan penyelesaian tulisan ini tidak dapat dilepaskan dari banyak pihak yang telah memberikan dukungan dalam segala hal. Oleh karenanya ucapan terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Ketua STPMD “APMD” Yogyakarta, Bapak Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi STPMD “APMD” Yogyakarta beserta seluruh staf akademika.
2. Bapak Habib Muhsin, S.Sos., M.Si., penulis mengucapkan terimakasih atas kesabaran dan bimbingan hingga terselesaikannya tulisan ini.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Komunikasi di mana penulis menimba Ilmu dan Pengalaman dari beliau.

4. Masyarakat Kelurahan Kotabaru, Kemantren Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Yang telah bersedia menjadi responden dan narasumber dalam penelitian saya.
5. Terimakasih kepada orang tua penulis bapak Subur Hariyanto dan ibu Siti Alpiah tercinta.
6. Terimakasih juga kepada sahabat saya Reni dan juga pacar saya Valentinus Ardo atas semangat dan dukungannya.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua

Yogyakarta, Januari 2022



Ratna Haryanti

**PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG ISU BERITA HOAKS VAKSIN  
COVID-19 DI MEDIA SOSIAL**

**(Di Kelurahan Kotabaru, Kemantren Gondokusuman, Kota Yogyakarta)**

Oleh:

Ratna Haryanti

18530024

**ABSTRAK**

Banyaknya orang yang mengakses media sosial juga menjadikan media semakin tidak ada ruang untuk mendapatkan kebenaran berita. Hal tersebut dapat memicu munculnya berita hoaks, kemudian berita-berita hoaks yang tersebar dapat menimbulkan berbagai macam persepsi di masyarakat. Sejak maret 2020 lalu, Indonesia telah dilanda pandemi COVID-19, yang membuat masyarakat merasa khawatir. Seiring berjalannya pandemi, pemerintah mengadakan program vaksinasi guna memulihkan Indonesia. Rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi masyarakat Kelurahan Kotabaru terhadap isu berita hoaks Vaksin COVID-19 di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode riset kualitatif deskriptif, Pada riset kualitatif mempunyai tujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*, bahkan populasi atau *samplingnya* sangat terbatas.

Responden dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dan analisis dalam penelitian ini menggunakan Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian membuktikan bahwa sebagian besar responden Kelurahan Kotabaru merupakan pengguna aktif media sosial, terbiasa mengakses media sosial untuk menemukan berita-berita terbaru, sebagian besar juga sudah paham dengan istilah hoaks dan sudah dapat membedakan berita hoaks dan berita fakta. Masyarakat tidak terpengaruh dengan adanya berita hoaks mengenai vaksinasi COVID-19, dan tetap turut serta berpartisipasi untuk mengikuti program vaksinasi dari pemerintah, dapat disimpulkan menurut hasil dalam penelitian ini, bahwa persepsi masyarakat terhadap terpaan berita hoaks vaksinasi COVID-19 sangat positif. Hal tersebut dipicu oleh sebagian masyarakat yang sudah cerdas dalam memilih, memilah dan mencerna berita dari media sosial.

**Kata kunci:** Persepsi, Media Sosial, Hoaks, Hoaks Vaksin COVID-19



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam semua aspek kehidupan di dunia ini kita tidak pernah lepas dari yang namanya komunikasi. Komunikasi selalu menjadi hal terpenting yang mendampingi hidup. Namun tidak jarang pula timbul pertanyaan-pertanyaan mengenai “mengapa kita harus berkomunikasi?” sebelum menjawab pertanyaan tersebut kita harus memahami arti dari komunikasi, fungsi komunikasi, dan manfaat komunikasi. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, dengan adanya komunikasi, manusia dapat saling berhubungan antar individu dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi adalah sebuah proses bertukar pesan yang dilakukan oleh individu satu dengan individu lainnya atau bisa juga disebut dengan pertukaran pesan antara komunikator kepada komunikan. paradigma komunikasi melihat pada bentuk konseptual yang dipakai untuk menjelaskan proses komunikasi pada manusia.

Komunikasi merupakan sebuah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan atau memindahkan informasi dari pengirim kepada penerima (Chang, 2018: 46). Komunikasi terbagi menjadi empat tipe yaitu tipe komunikasi linear, tipe komunikasi interaksional, tipe komunikasi transaksional, tipe komunikasi konstruksionis. Tipe komunikasi linear adalah cara berkomunikasi dengan orang lain, yang terdiri dari komunikator menyajikan suatu pesan dan menyalurkan kepada komunikan dengan menggunakan suara. Pertama pada tipe komunikasi ini, tidak ada *feedback* dari komunikan dan juga tipe komunikasi ini dirancang

untuk menggambarkan fungsi teknologi radio maupun telpon. Kedua yaitu tipe komunikasi interaksional, dalam tipe ini terdapat dua tipe linear yang saling berhubungan. Tipe ini mengandung *feedback* dari komunikator kepada komunikan dan sebaliknya. Tipe komunikasi transaksional yaitu mereka yang berkomunikasi karena terlibat transaksi. Lebih awal yang perlu diketahui adalah dari setiap orang di antara kita adalah seorang pengirim dan penerima, dalam arti pengirim dan penerima pesan bukan hanya satu orang. kedua, komunikasi bersifat dinamis atau memengaruhi semua pihak yang terlibat dan mengandung *feedback*. Keempat, tipe komunikasi konstruksionis merupakan kemajuan dari usaha Lasswell untuk mendefinisikan komunikasi merupakan pesan satu-satunya dalam dirinya. Pengemasan pesan tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial.

Pertama kali yang sebagian besar orang pikirkan ketika mendengar kata media sosial adalah sebuah tempat untuk mendapatkan berbagai informasi, sebagai media berkomunikasi dan bersosialisasi dengan orang lain, dan juga tempat untuk mengekspresikan diri. Merebaknya informasi-informasi melalui media *online* saat ini tidak hanya dilakukan oleh situs berita saja, jika mendengar kata “media” terdapat hal yang muncul yaitu sarana yang disertai dengan teknologinya. Misalnya seperti koran merupakan representasi dari media cetak, representasi dari media elektronik yaitu televisi merupakan media audio visual dan radio merupakan media audio dan internet merupakan representasi dari media *online*.

Media sosial membawa pengaruh yang besar dalam proses penyebaran berita dan informasi di masyarakat. Semakin banyaknya jumlah pengguna media

sosial setiap tahunnya, maka semakin cepat pula informasi atau berita yang tersebar. Peringkat sosial media platform di Indonesia berdasarkan survey dari hootsuite tahun 2021, empat besar aplikasi yang paling banyak digunakan di Indonesia, urutan ke empat sebanyak 85,5% adalah pengguna *Facebook*, *Instagram* menjadi urutan ketiga dengan persentase 86,6%, *WhatsApp* berada di urutan ke dua dengan persentase 87,7% dan *YouTube* menjadi urutan pertama sebanyak 83,8%. Data tersebut tadi merupakan data penggunaan media sosial, untuk data penduduk Indonesia berdasarkan survey dari hootsuite terdapat 274,9 juta penduduk, di mana dari jumlah penduduk tersebut yang memiliki *Mobile Connection* sebanyak 345,3 juta penduduk, dari jumlah penduduk yang memiliki *Mobile Connection* atau memiliki *handphone* tersebut menggunakan internet sebanyak 202,6 juta, dari jumlah pengguna internet terdapat 170 juta pengguna media sosial (qubisa.com: 2022).

Berita hoaks yang menyebar di media sosial tentang Program vaksinasi COVID-19 dari pemerintah membuat timbulnya berbagai persepsi masyarakat. Isu-isu tersebut menyebar ke berbagai media sosial seperti *YouTube*, *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Facebook*. Kemudahan dalam mengakses media sosial membuat informasi atau berita tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Awal tahun 2020 ketika COVID-19 sudah mulai masuk ke Indonesia, banyak sekali berita dari berbagai media mulai menyebar sehingga membuat masyarakat semakin panik dan juga menimbulkan banyak persepsi-persepsi yang absurd dengan adanya pandemi ini. Dalam hal ini, penulis akan meneliti bagaimana persepsi masyarakat Kelurahan Kotabaru dalam menanggapi berita hoaks yang

tersebar di media sosial, terutama mengenai isu tentang penggunaan vaksin dalam mengatasi penyebaran COVID-19 di Indonesia.

Awal maret 2020 menjadi awal di mana Indonesia mulai menghadapi tantangan baru berupa pandemi, kemudian pada saat itu tidak disangka akan membawa dampak yang sangat besar dari segala aspek sosial, ekonomi, politik, dan yang paling utama adalah aspek kesehatan. Informasi masuknya kasus pertama COVID-19 di Indonesia pertama kali diumumkan langsung oleh pemerintah. COVID-19 merupakan penyakit yang disebabkan oleh virus corona atau *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2). COVID-19 dapat menyebabkan gangguan pernapasan, mulai dari gejala yang ringan seperti flu, hingga infeksi paru-paru, seperti *pneumonia* (alodokter.com: 2021).

Kasus COVID-19 di Indonesia pertama kali diumumkan oleh presiden Joko Widodo, bahwa telah menjangkiti dua warga Indonesia. Diawali oleh sebuah pesta dansa di klub paloma dan amigos, Jakarta. Peserta acara tersebut bukan hanya warga Indonesia saja, tetapi juga multinasional, termasuk warga Jepang yang menetap di Malaysia. Pada tanggal 26 Februari NT ditetapkan sebagai *suspect* virus corona wuhan, dengan Riwayat kontak kasus positif COVID-19. Kasus kedua adalah MD, pada tanggal 20 Februari MD berkontak dengan anaknya NT yang diduga mengidap COVID-19 (HALODOC.com: 2021).

Program vaksinasi COVID-19 di Indonesia mulai dilakukan oleh pemerintah, pada rabu (13/1) pagi di istana negara. Orang yang pertama kali disuntik vaksin buatan sinovac adalah presiden Joko Widodo. Pada saat yang sama, sejumlah pejabat, tokoh agama, organisasi profesi serta perwakilan

masyarakat turut mengikuti vaksinasi. Sebagai penerima vaksin, presiden juga diberi kartu vaksinasi dan edukasi pencegahan COVID-19. Setelah dilakukan penyuntikan vaksin COVID-19, presiden mengingatkan agar seluruh rakyat Indonesia yang nantinya akan divaksinasi agar tetap disiplin dalam menerapkan protokol Kesehatan 3M (Memakai masker, Menjaga jarak, serta Mencuci tangan) (KEMKES.go.id: 2021).

Setiap orang sudah pasti memiliki motivasi yang sangat beragam dalam menggunakan media sosial, selain sebagai media untuk saling berkomunikasi dengan orang lain, di dalam media sosial juga kita dapat mencari tahu perkembangan sesuatu atau mengakses informasi. Adanya wabah COVID-19 menjadi sasaran yang paling utama saat ini untuk menyebarkan berita-berita hoaks di masyarakat. Dengan adanya berita dan isu-isu hoaks, tidak menutup kemungkinan timbulnya berbagai spekulasi dan persepsi yang tidak benar di dalam masyarakat. Hoaks sudah sangat banyak tersebar melalui media sosial, beberapa media sosial yang sering didapati menyebar konten-konten hoaks yaitu *YouTube*, *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Facebook*. Tercatat selama pandemi COVID-19 terjadi di Indonesia, ditemukan dalam website *kompas.com* sebanyak 31.200 hoaks mengenai pandemi COVID-19 dan 36.900 hasil dari jumlah berita hoaks mengenai vaksinasi (Kompas.com: 2021).

Komunikasi masa kini merupakan komunikasi yang termediasi oleh teknologi dalam berbagai jenis media baru, kemudahan jalinan akses informasi mengakibatkan banyak terjadi penyebaran informasi palsu atau lebih dikenal berita hoaks. Masa pandemi saat ini berita hoaks semakin marak tersebar di

berbagai media sosial. Sayangnya, banyak masyarakat kurang memperdulikan dengan adanya hal-hal tersebut, kebanyakan masyarakat juga dengan mudah mempercayai berita hoaks dan tidak segan untuk ikut menyebarkan menggunakan media sosial yang mereka gunakan. Banyak peristiwa dan kasus yang sebenarnya tidak terjadi, namun diangkat menjadi sebuah berita dan dikemas dengan sebaik mungkin agar masyarakat lebih tertarik untuk membacanya.

Penulis sangat tertarik dengan fenomena ini karena melihat banyaknya tanggapan, persepsi dan asumsi dari masyarakat yang menerima berita hoaks tersebut dengan sangat beragam. Banyak sekali tanggapan-tanggapan negatif mengenai berita yang membahas tentang pandemi COVID-19, terutama isu-isu mengenai vaksin COVID-19. Fenomena tersebut terlihat dari beberapa media sosial yang telah penulis ikuti seperti *YouTube*, *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Facebook*. Penelitian ini juga sangat diperlukan guna mengetahui seberapa besar dampak penyebaran hoaks melalui media massa yang saat ini sudah sangat sulit untuk dikontrol. Kemudian, dalam kebutuhan kontekstual di masa sekarang dan masa depan adalah penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu pemahaman kepada masyarakat tentang pentingnya budaya literasi media, bagaimana memilih sumber-sumber berita yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, dan juga untuk mengetahui dampak hoaks yang menyebar di masyarakat sangat besar. Topik dalam penelitian ini juga sangat penting untuk segera diangkat dalam penelitian, karena melihat situasi dan kondisi pandemi yang melanda beberapa negara, penelitian ini diharapkan mampu mengedukasi masyarakat tentang pentingnya memahami berita terutama mengenai vaksin COVID-19 untuk dapat

bekerja sama dalam memulihkan negri ini dalam melawan dan memberantas virus COVID-19.

Selanjutnya adalah beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan persepsi. Yang pertama ditulis oleh A. Yusdianto Tenriwali, Suryani Suryani, Ibnu Hajar, M Chairul Basrun Umanailo, yang berjudul EFEK HOAKS COVID-19 BAGI IGENERATION DI KABUPATEN BURU (2020: 123-142). Penelitian tersebut memiliki tujuan yang sama dengan penelitian yang akan peneliti tuliskan, yaitu bertujuan untuk mengetahui dampak atau efek dari isu hoaks COVID-19. Namun terdapat perbedaan dalam objek yang diteliti yaitu penelitian menurut jurnal tersebut menggunakan media massa, sedangkan penelitian ini menggunakan media sosial. Media massa adalah *reporting*, media dalam konteks jurnalisme yang digunakan oleh wartawan dan jurnalis untuk melaporkan sebuah peristiwa. Media sosial sering juga disebut dengan media *sharing*, yaitu sebuah media yang para penggunanya menggunakan untuk mencari informasi, pemikiran, bahkan informasi bisnis.

Penelitian selanjutnya yakni penelitian oleh Rahadi (2017: 58-70) dengan judul Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoaks Di Media Sosial. Menyimpulkan bahwa media sosial merupakan media yang paling banyak digunakan oleh dimanfaatkan oleh orang-orang untuk menyebarkan berita hoaks atau berita bohong. Berbagai macam tujuan atau motif seseorang untuk menyebarkan berita-berita hoaks yaitu agar menjadi viral, untuk mengubah opini publik, ingin menghakimi perbuatan yang kurang baik atau perbuatan tercela dan melanggar hukum, mendukung golongan masyarakat tertentu, persaingan dalam dunia bisnis,

dan minimnya tindakan dalam hukum merubah kebijakan pemerintah yang dirasa tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh seseorang. Pada penelitian Rahadi ini juga menjelaskan bagaimana masyarakat berperilaku dalam penerimaan berita hoaks yang tersebar di media sosial. Masyarakat di dalam penelitian ini cukup kritis dalam hal literasi, hal tersebut dikarenakan masyarakat telah terbiasa melakukan pemeriksaan atau literasi tentang kebenaran dalam suatu berita yang diterimanya.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi masyarakat Kelurahan Kotabaru terhadap isu berita hoaks Vaksin COVID-19 di media sosial?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan persepsi masyarakat Kelurahan Kotabaru mengenai berita hoaks Vaksin COVID-19 yang beredar di media sosial.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang peneliti harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut;



### 1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan diteliti oleh teman-teman setelah peneliti dan yang berkaitan dengan Ilmu Komunikasi, terutama mengenai dampak media sosial dalam penyebaran berita hoaks dan persepsi masyarakat.

### 2. Secara praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran atau masukan bagi masyarakat luas maupun peneliti mengenai penerapan dan pemahaman pengaruh dari media sosial dalam penyebaran berita hoaks saat pandemi, sehingga masyarakat maupun peneliti dalam menyikapi berita-berita hoaks yang beredar di media sosial secara bijak dan paham.

## **E. Kajian Teori**

### **1. Persepsi**

Arti Persepsi sendiri, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan sebuah tanggapan atau penerimaan langsung dari sesuatu atau serapan, atau bisa juga diartikan sebagai proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indranya. Persepsi merupakan sebuah proses ketika seseorang memilih, menyerap dan mengartikan sesuatu yang diterimanya melalui panca indra kemudian menjadi sebuah makna tersendiri. Menurut kamus ilmiah, persepsi merupakan pengamatan,

penyusunan berbagai dorongan dalam kesatuan-kesatuan, hal-hal yang diketahui melalui panca indra, tanggapan, dan daya untuk memahami.

Pada dasarnya manusia merupakan makhluk individual. Dalam melihat suatu hal manusia memiliki pandangan tersendiri, artinya setiap orang memiliki tingkat pemahaman yang berbeda yang sesuai dengan tingkat pengetahuan dan pemahamannya. Menurut De Vito (1997: 75), persepsi adalah proses ketika kita memiliki kesadaran betapa banyaknya stimulus yang mempengaruhi panca indra kita. Pada perspektif Ilmu Komunikasi, perspektif dapat dikatakan sebagai inti dari komunikasi, sedangkan penafsiran adalah inti dari persepsi yang identik dengan penyandian balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Penyandian adalah proses konversi informasi dari suatu sumber atau objek menjadi data yang selanjutnya dikirimkan ke penerima atau pengamat, seperti pada sistem pemrosesan data. Hal ini terlihat jelas dalam definisi oleh John R. Wenburg dan William W. Wilmot: “persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna”, atau definisi dari Rudolph F. Verderber: “persepsi adalah proses penafsiran informasi indrawi” (Mulyana, 2000: 167).

a. Konsep Persepsi

Persepsi merupakan sebuah pengalaman tentang suatu objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang didapatkan dengan cara menyimpulkan informasi dan juga menafsirkan pesan. Persepsi yaitu

memberikan makna pada stimuli indrawi (Jalaluddin Rakhmat, 2011:50).

b. Faktor-Faktor Persepsi

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi munculnya persepsi yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Pada faktor internal terjadinya persepsi terbagi menjadi beberapa bagian yaitu kebutuhan psikologis, latar belakang, pengalaman, dan juga kepribadian, sikap dan kepercayaan umum, serta penerimaan diri. Menurut Pareek, beberapa hasil pengamatannya mengenai faktor yang mempengaruhi seleksi rangsangan dalam persepsi telah diterbitkan. Sebagian besar pengamatan ini atas persepsi visual terhadap barang-barang, akan tetapi pengamatan ini juga dapat digunakan kepada orang dan keadaan. Untuk faktor eksternal yang mempengaruhi terjadinya persepsi yaitu intensitas, ukuran, kontras, gerakan, ulangan, keakraban, dan sesuatu yang baru.

Menurut pendapat David Krech dan Richard S. Crutchfield (Rakhmat 2011:55-59) menjelaskan bahwa terdapat faktor yang bisa mempengaruhi persepsi seseorang faktor fungsional, dan faktor struktural, situasional dan faktor personal. Berikut penjelasannya:

1) Faktor fungsional

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, kegembiraan (suasana hati), pelayanan dan juga pengalaman masa lalu dari seorang individu termasuk dalam faktor-faktor personal. Persepsi tidak ditentukan oleh bentuk atau jenis rangsangan tertentu, tetapi

ditentukan dari karakteristik seseorang yang memberikan respon terhadap rangsangan tersebut.

2) Faktor struktural

Diartikan bahwa faktor tersebut muncul atau dihasilkan dari sifat rangsangan fisik yang timbul dari sistem saraf dari seseorang.

3) Faktor situasional

Faktor ini berkaitan dengan bahasa nonverbal. Persepsi dapat timbul jika seseorang tersebut berkomunikasi dengan orang lain tanpa berbicara atau menggunakan kata-kata, melainkan dengan sebuah tindakan. Contohnya seperti ekspresi, bahasa tubuh, menggunakan tangan untuk meminta sesuatu ataupun untuk menunjuk, dan melakukan kontak mata.

4) Faktor personal

Faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya persepsi yang keempat adalah pengalaman, motivasi, dan kepribadian. Kepribadian merupakan pola tingkah laku dan pikiran yang memiliki pola yang tetap dan dapat dibedakan dari individu lain.

## **2. Masyarakat**

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Semua yang hidup di dunia ini pasti membutuhkan orang lain untuk membantunya. Sikap yang selalu bergantung ini kemudian membuat manusia hidup secara berkelompok dan bermasyarakat. Masyarakat adalah

kelompok individu atau manusia yang tinggal di satu tempat dan saling berhubungan. Interaksi atau juga hubungan ini biasanya cukup terstruktur. Adanya kelompok individu yang kemudian disebut kelompok sosial ini, membuat antar sesama individu saling berinteraksi dan membantu satu sama lainnya. Menurut Koentjaraningrat Istilah masyarakat berasal dari bahasa arab “syaraka” yang artinya ikut serta, berpartisipasi, atau “musyarakah” yang artinya saling bergaul. Dalam bahasa inggris istilah yang dipakai adalah “society” istilah tersebut berasal bahasa latin “socius” yang artinya kawan (Ardon Nasrullah Jamaludin, 2017: 6).

Perbedaan antara masyarakat pedesaan dan masyarakat perkotaan, sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Perbedaan masyarakat pedesaan dan perkotaan**

<b>Masyarakat Pedesaan</b>	<b>Masyarakat Perkotaan</b>
Warga memiliki hubungan yang lebih erat	Jumlah penduduk tidak tentu
Sistem kehidupan biasanya berkelompok atas dasar kekeluargaan	Bersifat individualis
Umumnya hidup dari pertanian	Pekerjaan lebih bervariasi, lebih tegas batasannya dan lebih sulit mencari pekerjaan
Golongan orang tua memiliki	Perubahan sosial terjadi secara cepat,

peranan penting	menimbulkan konflik antara golongan muda dengan golongan tua
Dari sudut pemerintahan, hubungan antara penguasa dengan rakyat bersifat informal	Interaksi lebih disebabkan faktor kepentingan daripada faktor pribadi
Perhatian masyarakat lebih kepada keperluan dan terutama pada kebutuhan	Perhatian lebih dari penggunaan lebih pada penggunaan hidup yang dikaitkan dengan masalah status sosial
Kehidupan keagamaan lebih kental	Kehidupan keagamaan lebih longgar
Banyak berurbanisasi ke kota karena ada faktor yang menarik dari kota	Banyak imigran yang berasal dari daerah dan berakibat negatif di kota, yaitu pengangguran, naiknya kriminalitas, persoalan rumah dan lain-lain.

Sumber tabel: Buku Sosiologi Suatu Pengantar (Soekanto, 2017: 140)

Masyarakat dalam istilah “*society*” diartikan sebagai sebuah badan atau sekumpulan manusia yang hidup bersama sebagai anggota masyarakat. pengertian lain *society* merupakan hubungan sosial, cara hidup manusia maupun tingkah laku manusia didalam masyarakat dari kalangan tinggi, kaum *elite* dan sebagainya yang menduduki kelas yang tinggi dalam

masyarakat. Kata *society* sering sekali dipakai sebagai nama perkumpulan keagamaan, kesusasteraan, politik, dan *study* misalnya *fabian society*, *royal society*, dan lain-lain (Hasan Shadily, 1993: 60).

*Community* atau komunitas merupakan masyarakat yang bertempat tinggal pada suatu wilayah (geografis) dengan batas-batas tertentu, dan faktor utama yang menjadi dasar adalah interaksi dengan penduduk di luar batas wilayahnya. Ada empat klasifikasi masyarakat menurut Soekanto (2017: 132), yaitu:

- a. Jumlah penduduk;
- b. Luas, kekayaan, dan kepadatan penduduk daerah pedalaman;
- c. Fungsi-fungsi khusus dari masyarakat setempat terhadap seluruh masyarakat;
- d. Organisasi masyarakat setempat yang bersangkutan.

Menurut Ralph Linton (Ardon Nasrullah, 2015: 14) masyarakat adalah sekelompok orang yang telah bekerja sama cukup lama untuk mengorganisasikan diri menjadi satu kesatuan sosial dengan batas tertentu. Pemahaman ini menunjukkan bahwa ada kondisi yang disebut komunitas yang merupakan pengalaman hidup bersama untuk waktu yang lama dan terdapat kerjasama antara anggota kelompok memiliki pikiran atau perasaan yang merasa bagian dari kelompok. Pengalaman hidup bersama mengarah pada kerjasama adaptasi terhadap organisasi dan pola perilaku anggotanya. Di sini faktor waktu memegang peranan penting karena setelah hidup

jangka panjang akan terjadi proses adaptasi terhadap perilaku organisasi dan kesadaran kelompok.

Dari beberapa penjelasan serta definisi mengenai masyarakat di atas, maka disimpulkan pengertian masyarakat merupakan sekumpulan manusia yang membentuk sebuah kelompok yang hidup secara bersama-sama dan saling membantu antara satu sama lainnya, di dalam suatu hubungan atau saling berinteraksi. Masyarakat merupakan bentuk pengelompokan manusia, yang menunjukkan berbagai aktivitas bersama yang terlihat dalam proses interaksi diantara anggota kelompok tersebut, yang di mana kebutuhan anggota kelompok hanya dapat dipenuhi dengan jalan saling berinteraksi antar individu.

a. Ciri-Ciri Masyarakat

Berikut ciri-ciri masyarakat dan pemaparannya:

- 1) Masyarakat merupakan sekumpulan manusia yang hidup secara berkelompok, memiliki ciri-ciri yaitu manusia yang hidup bersama dan membentuk suatu kelompok, kemudian kelompok ini yang nantinya akan membentuk yang dinamakan masyarakat. Seorang manusia tidak akan mungkin dapat bertahan hidup tanpa bergantung kepada orang lain.
- 2) Masyarakat melahirkan sebuah kebudayaan, dalam sebuah konsep menyebutkan bahwa jika tidak ada masyarakat maka tidak akan ada juga budaya, begitupun sebaliknya. Kebudayaan ini nantinya



akan diwariskan kepada generasi selanjutnya dengan berbagai macam penyesuaian.

- 3) Masyarakat mengalami perubahan, salah satu penyebab perubahan yaitu faktor yang berada di dalam masyarakat itu sendiri. Misalnya, dalam sebuah penemuan baru mungkin saja akan berakibat adanya perubahan kepada masyarakat itu sendiri.
- 4) Masyarakat merupakan manusia yang saling berinteraksi. Interaksi boleh saja dilakukan secara lisan maupun tidak, dan komunikasi berlaku apabila masyarakat bertemu dengan satu sama lainnya.
- 5) Masyarakat terdapat sebuah kepemimpinan, pemimpin dalam hal ini terdiri dari kepala keluarga, ketua kampung, ketua negara (presiden).
- 6) Masyarakat terdapat stratifikasi sosial, stratifikasi sosial ialah meletakkan seseorang pada kedudukan dan peran yang harus dimainkan di dalam bermasyarakat. Sedangkan di dalam penelitian ini, yang disebut sebagai masyarakat yaitu sekelompok orang yang berada di wilayah atau di lingkungan Kelurahan Kotabaru, Gondokusuman.

### **3. Media Sosial**

Kemajuan teknologi yang tidak bisa dikontrol membuat masyarakat harus menghadapi efek dari hoaks dari media sosial. Media sosial

didefinisikan sebagai sebuah kelompok aplikasi yang berbasis internet, yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content* (Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam A. Rafiq, 2020: 19). Dalam media sosial yang begitu besar, terdapat suatu hal yang sering disebut jejaring sosial. Jejaring sosial adalah sebuah situs di mana setiap orang dapat membuat web pribadi, yang kemudian bisa terhubung untuk berbagi informasi dan bisa untuk berkomunikasi.

Menurut McQuail dalam (Kriyantono, 2010: 216), terdapat empat motif-motif dalam penggunaan media yaitu:

- a. Sebagai motif informasi (*surveillance*), motif tersebut berkaitan dengan proses pencarian informasi, mencari berita, dan menambah ilmu pengetahuan.
- b. Sebagai motif identitas pribadi (*personal identity*), motif ini berkaitan dengan penunjang nilai-nilai yang ada pada pribadi masing-masing individu dan eksplorasi diri dalam penggunaan media.
- c. Sebagai motif integrasi dan interaksi sosial (*personal relationship*), pada hubungan personal dalam motif ini berkaitan dengan sebuah proses dalam menjalankan peran sosial, menemukan bahan pembicaraan dan bisa saling berinteraksi dengan masyarakat di sekitarnya.

d. Sebagai motif hiburan/pengalihan (*diversion*), merupakan motif yang mendasari dalam kebutuhan khalayak dalam hal melepaskan emosi diri dari suatu masalah dan juga dari kesibukan sehari-hari.

Media membawa pengaruh yang tidak terbatas dan juga memiliki pengaruh yang kuat. Model peluru (komunikasi satu langkah) mengasumsikan bahwa komunikator, pesan dan media memiliki pengaruh yang sangat besar dalam perubahan perilaku dan sikap masyarakat. Disebut peluru, sebab komunikasi seakan ditembakkan kepada masyarakat dan masyarakat tersebut tidak bisa menghindar. Teori ini lebih dikenal dengan teori jarum suntik atau *Hypodermic Needle Theory* (Kriyantono, 2006: 206).

#### **4. Berita**

Willard Grosvenor Bleyer (Popi Nurpani 2010: 5) mendefinisikan, berita merupakan segala sesuatu yang terkait waktu dan menarik perhatian orang banyak dan berita terbaik adalah hal-hal yang paling menarik orang sebanyak mungkin untuk membacanya.

Kebanyakan orang mendefinisikan berita sesuai dengan sudut pandang mereka masing-masing. Paul De Maeseneer mendefinisikan berita sebagai informasi tentang kejadian yang baru, penting dan bermakna (*significant*) yang berpengaruh kepada para pendengarnya, relevan dan layak dinikmati oleh mereka. Dalam definisi tersebut mengandung unsur yang baru dan penting, bermakna dan berpengaruh, menyangkut hidup orang banyak, relevan dan menarik (Helena Ollie, 2007: 25).

Perlu diamati dengan cermat unsur-unsur yang dapat membantu dalam menentukan informasi apa yang layak untuk dijadikan sebagai berita. Menurut Torben Brandt, Eric S, dan Arya Gunawan (2001: 23), terdapat sifat informasi yang akan diburu oleh para wartawan yaitu:

- 1) Aktual atau sedang hangat
- 2) Berakibat terhadap kehidupan orang banyak
- 3) Mengandung unsur ketokohan
- 4) Langka
- 5) Kedekatan (*nearness*)
- 6) Mengandung konflik
- 7) Membawa perubahan
- 8) Mengandung aksi
- 9) Tindakan pemerintah
- 10) Seremonial
- 11) Kriminalitas
- 12) Informasi yang ringan mengenai pengembangan diri dan keterampilan praktis
- 13) Mengandung unsur *entertainment*

Ada banyak sekali informasi yang layak untuk dijadikan sebuah berita, namun media penyiaran tidak akan mampu menyiarkan berita-berita yang layak untuk konsumsi publik. Namun, seiring berkembangnya teknologi yaitu dengan adanya internet justru membuat berita-berita atau informasi menjadi sulit terkontrol dalam proses penyebarannya. Penyebaran

berita melalui internet juga tersebar ke berbagai media sosial yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat.

## 5. Hoaks

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), hoaks diartikan sebagai informasi bohong. Sedangkan menurut Christiany Juditha (2018: 31-44) Hoaks merupakan informasi, berita atau kata kata yang palsu dan bukan merupakan fakta yang sebenarnya terjadi. Hoaks sudah sangat melekat dengan opini publik, karena dalam membentuk sebuah hoaks diperlukan pemahaman bagaimana membangun sebuah makna di dalam informasi. Dampak yang sangat besar dan yang paling dikhawatirkan terjadi adalah ketika masyarakat membenarkan berita atau informasi hoaks tersebut. Kemudian tanpa melakukan literasi yang benar, masyarakat bisa saja menyebarkan berita yang tidak bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya itu. Ciri-ciri berita yang dapat menyesatkan orang banyak adalah sensasional, provokatif, agresif, sarat muatan politis, memecah belah, menghasut, dan menghancurkan kelompok-kelompok lainnya. Agar terhindar dari berita yang menyesatkan, setiap berita yang masuk harus dibaca atau dicerna dengan cermat, bisa juga melakukan *cross check* atau literasi terhadap berita yang masuk. Dalam hal ini diperlukan juga keoptimalan pada sistem edukasi dan juga keoptimalan dari pemerintah dalam mengelola tempat sumber-sumber informasi yang terpercaya, untuk

setidaknya mengurangi timbulnya penyebaran informasi hoaks yang tidak diinginkan.

Kemunculan hoaks di Indonesia banyak menimbulkan berbagai masalah, terutama di masa pandemi COVID-19 saat ini. Sejak awal kemunculan COVID-19 di Indonesia, ada ratusan bahkan ribuan berita yang terus mengalir tanpa henti. Dari banyaknya berita yang tersebar itu, membuat masyarakat terutama pada masyarakat awam susah untuk menyaring kebenaran dari berita yang diterimanya. Salah satu faktor dari tidak terkontrolnya berita hoaks yaitu banyaknya masyarakat pengguna media sosial. Berdasarkan hasil survey Mastel (Christianity Juditha, 2018: 31-44) menyebutkan bahwa saluran yang banyak digunakan dalam penyebaran hoaks adalah situs web, sebesar 34,90%, aplikasi chatting (*WhatsApp*, line, telegram) sebesar 62,80%, dan melalui media sosial (*Facebook*, twitter, *Instagram*, dan path) mencapai 92,40%. Sementara itu Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebutkan terdapat 1.401 sebaran isu-isu hoaks terkait COVID-19.

Norma dasar kebenaran tidak berlaku dengan mentah-mentah atau dengan pasti, meskipun begitu keabsahan yang tidak berlaku secara pasti ini dianggap sebagai suatu pengecualian dalam aturan (Dietmar Mieth dalam William Chang, 2018: 82). Maksudnya adalah dalam sebuah berita atau informasi misalnya tersebar berita tentang bahaya vaksin COVID-19 dapat menyebabkan kematian pada manusia, dalam berita tersebut kebenaran belum tentu ada. Dijelaskan demikian karena dalam proses penyampaian

sebuah berita atau informasi banyak sekali media yang memanfaatkan kesempatan tersebut dan membuat kalimat yang dimengerti olehnya atau belum tentu dipahami oleh orang lain.

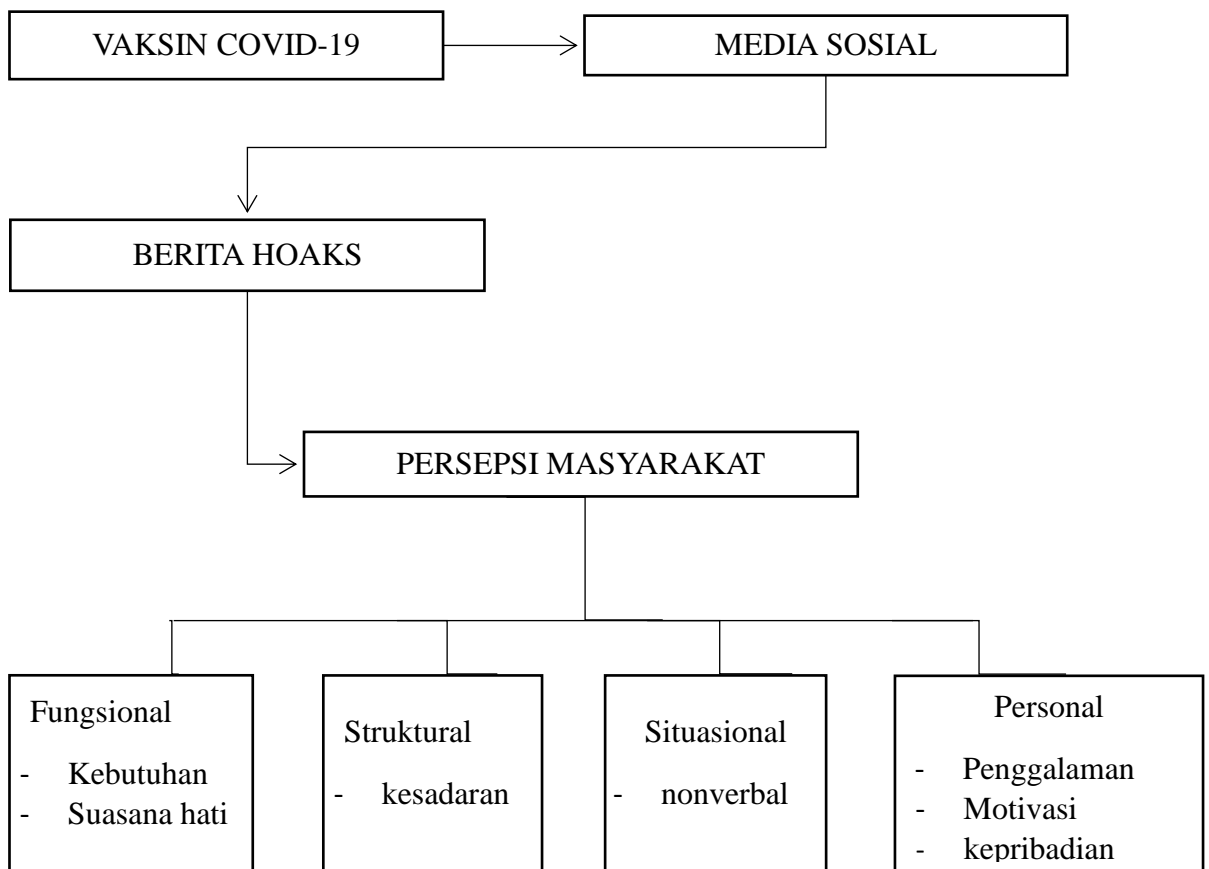
#### **F. Kerangka Pikir**

Vaksin COVID-19 di masa pandemi menjadi salah satu program terpenting dari pemerintah. Program tersebut juga dikampanyekan di media sosial, dengan tujuan agar seluruh masyarakat turut serta berpartisipasi. Namun, penyebaran berita hoaks di media sosial dalam masyarakat menjadi sebuah fenomena yang sulit untuk dihindari. Berita hoaks vaksin COVID-19 menjadi salah satu berita yang paling trending topik saat pandemi ini. Berita yang seharusnya dapat menjadi informasi yang sangat penting membuat masyarakat menjadi tenang bagi masyarakat, justru dengan adanya berita hoaks vaksin COVID-19 membuat masyarakat semakin panik.

Tidak sedikit para oknum penyebar berita hoaks Vaksin COVID-19 berasal dari masyarakat itu sendiri yang tidak sadar ketika selesai membaca berita hoaks langsung mengunggah ke media sosial pribadinya. Berita-berita tersebut kemudian menarik perhatian pembacanya karena di rasa sesuai dengan situasi saat ini. Akibat dari tersebarnya berita hoaks vaksin COVID-19 tersebut, secara tidak langsung akan ditangkap oleh pembaca berita dengan berbagai situasi dan kondisi yang berbeda dalam pemikiran setiap masyarakat. Tidak jarang persepsi akan timbul karena pengaruh berita hoaks tersebut dan juga karena faktor faktor yang mempengaruhi timbulnya persepsi di masyarakat itu sendiri.

Dari kerangka pikir tersebut dapat digambarkan hubungan keduanya sebagai berikut.

Bagan 1.1 kerangka pikir



## H. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini tentang persepsi masyarakat Kelurahan Kotabaru tentang isu berita hoaks vaksin COVID-19 di media sosial, di dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.



Pada riset kualitatif mempunyai tujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*, bahkan populasi atau *samplingnya* sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang akan diteliti, maka tidak perlu mencari *sampling* lainnya (Kriyantono, 2006: 56-57).

## **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini nantinya akan dilaksanakan di Daerah Istimewa Yogyakarta, penyebaran kuesioner dan observasi akan dilaksanakan di Kelurahan Kotabaru, Kemantren Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Alasan pemilihan lokasi penelitian ini dikarenakan beberapa pertimbangan seperti: sebagian besar masyarakat Kelurahan Kotabaru memiliki handphone dan menggunakan media sosial, hal tersebut dapat sebuah kriteria karena menunjukkan bahwa masyarakat Kelurahan Kotabaru sering membaca berita-berita hoaks terutama mengenai vaksin COVID-19 di media sosial. karakteristik tersebut sesuai dengan rumusan masalah yang peneliti ambil, dan masyarakat Yogyakarta juga sudah mencukupi dalam karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti.

### **3. Data dan Sumber Data**

#### **a. Data primer**

Data primer akan digunakan pada hasil wawancara dengan informan dan juga jawaban dari responden melalui kuesioner (angket) yang didapatkan dari lapangan. Pertanyaan dari kuesioner dan wawancara merupakan pertanyaan tentang fakta-fakta yang dianggap telah dikuasai responden, pertanyaan tersebut juga telah disesuaikan dengan tujuan penelitian. Hampir seluruh pertanyaan dalam survei adalah fakta dalam pengertian yang luas.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber yang tidak langsung, data-data tersebut biasanya dapat berupa data dokumentasi dan arsip-arsip yang resmi (Azwar, 1998: 36). Data-data sekunder dalam penelitian ini adalah buku, laporan, dan artikel yang berhubungan dengan objek yang diteliti.

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah cara mencari, memperoleh, mengumpulkan atau mencatat data, baik data sekunder maupun data primer yang dipergunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah, kemudian menganalisa faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan, sehingga akan diperoleh sebuah kebenaran data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan

data yaitu pengumpulan data dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan dengan pendekatan kualitatif. Beberapa teknik pengumpulan datanya sebagai berikut:

a. Observasi

Langkah awal dalam penelitian ini adalah melakukan observasi dengan tujuan guna mengetahui apakah masyarakat atau responden yang menjadi objek penelitian sudah tepat untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian ini.

b. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mencari informasi yang lengkap tentang suatu masalah dan juga untuk menjangkau responden yang terpencar – pencar.

c. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini menggunakan wawancara semi struktur yaitu wawancara dilakukan secara terarah dan bebas, tetapi dengan tetap berada pada pokok permasalahan yang ditanyakan. Wawancara dalam penelitian ini digunakan untuk memastikan lebih mendalam mengenai jawaban yang telah diisi responden dalam kuesioner.

d. Dokumentasi

Dokumentasi berupa foto, hasil rekaman wawancara dan jawaban dari kuesioner akan digunakan sebagai dokumen pendukung dalam

penelitian, dokumentasi tersebut digunakan untuk memperkuat argumen peneliti.

## **5. Teknik Pengambilan Sampel**

Untuk menentukan populasi dan sampel penelitian, peneliti menggunakan Teknik pengambilan sampel berupa *purposive sampling*. *Purposive sampling* ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian, sedangkan orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel (Kriyantono, 2006: 158). Adapun kriteria masyarakat yang diambil untuk dijadikan sampel yaitu masyarakat memiliki *handphone* dan pengguna media sosial aktif. Teknik *purposive sampling* ini digunakan untuk menentukan narasumber dalam penelitian ini.

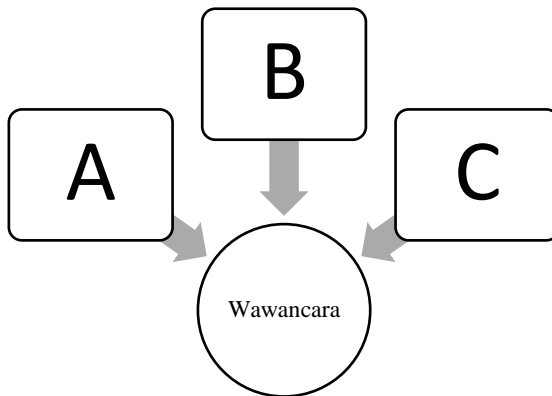
## **6. Teknik Analisa Data**

Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, yaitu sebuah analisis yang dilakukan dengan mencari data, mengatur data, mengatur data, mengurutkan data ke dalam unit yang dapat dikelola, mensintesiskan, mencari dan menemukan pola, kemudian menemukan hal yang terpenting dan hal yang harus dicari, selanjutnya memutuskan apa yang akan disajikan kepada pembaca (Moleong, 2009: 133)

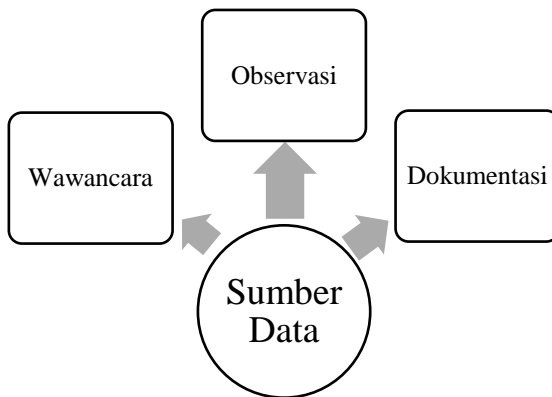
## 7. Teknik Validasi Data

Ukuran kualitas sebuah riset terletak pada validitas atau kesahihan data yang dikumpulkan selama riset, secara umum validitas penelitian kualitatif terletak pada proses ketika turun ke lapangan untuk mengumpulkan data dan suatu proses analisis data. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan validasi data dengan melakukan Triangulasi data. Triangulasi data yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris, kemudian jawaban subjek di *cross check* dengan dokumen yang ada. Dwidjowinoto (dalam kriyantono, 2006: 72) menyebutkan beberapa macam Triangulasi yaitu Triangulasi Sumber, Triangulasi Waktu, Triangulasi Teori, Triangulasi Periset, dan Triangulasi Metode.

Adapun Triangulasi yang difokuskan oleh peneliti yaitu Triangulasi Sumber dan Triangulasi Metode. Triangulasi Sumber digunakan untuk mengecek ulang atau membandingkan hasil pengamatan atau jawaban dari kuesioner dengan hasil wawancara. Triangulasi Metode yaitu untuk mengecek keabsahan data.



bagan 1.2 Triangulasi Sumber



Bagan 1.3 Triangulasi Metode

## BAB II

### DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN

#### A. Umum



Gambar 2.1: Kantor Kelurahan Kotabaru Yogyakarta.

Kelurahan Kotabaru merupakan sebuah Kelurahan yang terletak di Kemantren Gondokusuman, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Terkait seputar Kelurahan Kotabaru jika ditelusuri memberikan nuansa berbeda di setiap sudutnya dibandingkan dengan Kelurahan lain di Yogyakarta. Yang menjadi unik dari Kelurahan ini adalah salah satu Kelurahan di Yogyakarta dengan arsitektur di dominasi oleh bangunan atau perumahan khas belanda, yang kemudian diangkat menjadi ciri khas dari Kelurahan Kotabaru.

## 1. Luas dan Batas Wilayah

Dari segi geografis Kelurahan Kotabaru memiliki luas wilayah lebih kurang 71 Ha. Untuk batas-batas wilayah Kelurahan Kotabaru, sebelah utara berbatasan dengan Kelurahan Terban, sebelah timur Kelurahan Kotabaru berbatasan dengan Kelurahan Klitren, sebelah barat Kelurahan Kotabaru berbatasan dengan Kelurahan Gowongan, dan sebelah selatan Kelurahan Kotabaru berbatasan dengan Kelurahan Tegal Panggung.



Gambar 2.2: Peta Wilayah Kelurahan Kotabaru.

## 2. Geografis

- a. Ketinggian :  $\pm 114$  m
- b. Curah Hujan :  $\pm 759$ - $759$  mm/Tahun
- c. Topografi : Dataran Rendah
- d. Suhu Udara :  $\pm 25$  C



3. Orbitasi

- a. Jarak ke Kemantren : ± 0,75 Km
- b. Jarak ke Balai Kota : ± 1,5 Km
- c. Jarak ke Provinsi : ± 1,5 Km
- d. Jarak ke Ibukota RI : ± 565 Km

4. Kondisi Wilayah

- a. Jumlah RW/RT : 5 RW/ 20 RT
- b. Jumlah Poskamling : 5 Poskamling
- c. Jumlah Linmas : 45 Personil

**B. Visi Dan Misi Kelurahan**

1. VISI :

Terwujudnya pelayanan kepada masyarakat yang jujur, adil, dan transparan

2. MISI :

- a. Mewujudkan pelayanan kepada masyarakat yang jujur, adil dan transparan
- b. Mewujudkan pemberdayaan masyarakat
- c. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih
- d. Mewujudkan lingkungan yang aman, nyaman, dan tertib
- e. Mewujudkan Kelurahan yang berbudaya

### C. Potensi Sumber Daya Manusia

1. Jumlah Penduduk Kelurahan Kotabaru Berdasarkan Jenis Kelamin.

Berdasarkan data penduduk 2020 ([kotabarukel.jogjakota.go.id](http://kotabarukel.jogjakota.go.id)), bahwa jumlah penduduk di Kelurahan Kotabaru terdiri dari 694 jiwa laki-laki dan 851 jiwa perempuan. Lebih jelas lagi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2.1 Jumlah penduduk Kelurahan Kotabaru**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	PEREMPUAN	851
2.	LAKI-LAKI	694

Sumber data: [kotabarukel.jogjakota.go.id](http://kotabarukel.jogjakota.go.id)

2. Jumlah Penduduk Kelurahan Kotabaru Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan data penduduk tahun 2022 rekapitulasi jumlah penduduk berdasarkan pekerjaan yang di dapatkan dari website kelurahan adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.2 Data pekerjaan masyarakat Kelurahan Kotabaru**

No.	Pekerjaan	Jenis kelamin		Jumlah
		Laki-laki	perempuan	
1.	Belum/tidak bekerja	297	282	579
2.	Mengurus rumah tangga	-	393	393
3.	Pelajar/mahasiswa	364	344	708

4.	Pensiunan	59	29	88
5.	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	43	46	89
6.	Tentara Nasional Indonesia (TNI)	48	1	49
7.	Kepolisian RI (POLRI)	7	2	9
8.	Perdagangan	7	3	10
9.	Petani	2	-	2
10.	Peternak	1	-	1
11.	Konstruksi	4	-	4
12.	Karyawan swasta	268	174	442
13.	Karyawan BUMN	6	7	13
14.	Karyawan BUMD	-	1	1
15.	Karyawan honorer	6	3	9
16.	Buruh harian lepas	62	29	91
17.	Buruh tani/perkebunan	1	-	1
18.	Pembantu rumah tangga	-	7	7
19.	Tukang listrik	1	-	1

20.	Tukang batu	2	-	2
21.	Tukang jahit	-	1	1
22.	Mekanin	1	-	1
23.	Seniman	1	2	3
24.	Pendeta	4	-	4
25.	Pastor	2	-	2
26.	Wartawan	1	-	1
27.	Ustadz	1	-	1
28.	Juru masak	1	1	2
29.	Wakil walikota	1	-	1
30.	Anggota DPRD Prov	1	-	1
31.	Dosen	8	7	15
32.	Guru	3	17	20
33.	Pengacara	1	-	1
34.	Notaris	1	1	2
35.	Arsitek	4	2	6
36.	Konsultan	1	-	1
37.	Dokter	9	13	22

38.	Perawat	-	9	9
39.	Apoteker	-	4	4
40.	Psikiater/Psikolog	-	1	1
41.	Sopir	3	-	3
42.	Pedagang	9	7	16
43.	Biarawan/biarawati	-	20	20
44.	Wiraswasta	211	145	356
45.	Pekerjaan lainnya	24	3	27
<b>Total</b>		<b>1465</b>	<b>1554</b>	<b>3019</b>

Sumber data: *kotabarukel.jogjakota.go.id*

### 3. Jumlah penduduk Kelurahan Kotabaru berdasarkan tingkat pendidikan

Berikut tabel data jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan

tahun 2020:

**Tabel 2.3 Data tingkat pendidikan**

No.	Tingkat Pendidikan	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	Jumlah
1.	TIDAK/BELUM SEKOLAH	235	229	464
2.	BELUM TAMAT SD/SEDERAJAT	152	151	303

3.	TAMAT SD/SEDERAJAT	131	125	256
4.	SLTP/SEDERAJAT	168	199	367
5.	SLTA/SEDERAJAT	350	384	734
6.	DIPLOMA I/II	14	21	35
7.	AKADEMI/DIPLOMA III/SARJANA MUDA	61	92	153
8.	DIPLOMA IV/STRATA I	273	283	556
9.	STRATA-II	57	39	96
10.	STRATA-III	8	2	10

Sumber data: *kotabarukel.jogjakota.go.id*

#### 4. Jumlah penduduk Kelurahan Kotabaru berdasarkan kelompok umur

Berikut tabel data jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur tahun

2020:

**Tabel 2.4 Data kelompok umur**

No.	Kelompok Umur	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	Jumlah
1.	0 sd 4 th	82	83	165
2.	14 sd 19 th	156	143	299
3.	19 sd 24 th	112	121	233
4.	24 sd 29 th	103	104	207
5.	29 sd 34 th	96	101	197
6.	34 sd 39 th	112	138	250
7.	39 sd 44 th	107	101	208

No.	Kelompok Umur	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	Jumlah
8.	4 sd 9 th	109	90	199
9.	44 sd 49 th	116	103	219
10.	49 sd 54 th	111	90	201
11.	54 sd 59 th	106	111	217
12.	59 sd 64 th	74	86	160
13.	9 sd 14 th	129	135	264
14.	di atas 64 th	109	130	239

Sumber data: *kotabarukel.jogjakota.go.id*

#### **D. Budaya**

Dilihat dari karakteristik masyarakat Kelurahan Kotabaru, masih banyak sekali yang masih menjunjung tinggi dan melestarikan kebudayaan yang sudah ada sejak lama. Bahkan anak-anak, remaja maupun dewasa sangat antusias dalam melestarikan kebudayaan yang ada dengan cara mempelajari kesenian-kesenian seperti Bergodo. Kelompok seni budaya yaitu kelompok Bergodo, kelompok Magersari, Makam Widoro Manis, Juru Kunci: Abdi Dalem Kraton yaitu Surakso Teguh Santoso, Upacara Adat Suran dan Sadranan.

#### **E. Potensi Fisik dan Non Fisik**

Adapun potensi fisik yang berada di dalam Kelurahan Kotabaru adalah bangunan monumen bangunan Indische, rumah huni, kantor Kelurahan Kotabaru, gereja katholik St. Anthonius Padua, Gereja Kristen Protestan Batak (HKBP), dan

Masjid Syuhada. Untuk gedung bersejarah terdapat beberapa bangunan seperti KOLSANI (Kantor Kementerian Pertahanan), SMA Negeri 3 (Gedung AMS), SMP Negeri 5 (*Normal School*), SMA BOSA (*christelijke* MULO dan AMS), Ged DinPAR (tempat berakhirnya Gerilya Jend Sudirman), JIWASRAYA (rumah pegawai asuransi Nill Maatschappij Butaico Mayor), Otsuka penyerahan senjata (6 oktober 1945), memiliki sekolah favorit (SMPN, SMAN, STIKES BETHESDA, UKDW).

Untuk sosial dan budaya terdapat kelompok seni budaya yaitu Kelompok Bergodo, Kelompok Magersari (Pangeran Sumedang, banyak wide, Ganduruan, Sawunggaling, Kanjeng Ratu Beruk, RA. Sekar Tanjung, Wargopati, Makam Widoro Manis, Juru Kunci: Abdi Dalem Kraton yaitu Surakso Teguh Santoso), upacara adat Suran dan Sadranan.

Selain itu Kelurahan Kotabaru juga memiliki kawasan potensial yang baru digarap yaitu Kampung Lampion, Museum Koromangun, Pasar Kembang, mempunyai toko UMKM, dan toko kabel. Sedangkan untuk potensi Sumber Daya Manusia (SDM) Kelurahan Kotabaru mempunyai kelembagaan dari kampung kanak-kanak sampai dengan lansia, dan juga mempunyai tim kesebelasan.



## DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2019-2020). *LAPORAN SURVEI INTERNET APJII*. Indonesia Survey Center.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Chang, W. (2018). *Etika dan Etiket Komunikasi*. Yogyakarta: PT KANISIUS.
- Jamaludin, A. N. (2017). *Sosiologi Perkotaan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Judhita, C. (2018). Interaksi Komunikasi Hoaks di Media Sosial serta Antisipasinya . *Jurnal Pekommas*, Vol. 3. No. 1, Hal: 31- 44.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: KENCANA.
- Moleong, L. T. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Nurpani, P. (2010). *Mengenal Tulisan Jurnalistik*. Jakarta: Multi Kreasi Satudelapan.
- Rahadi. (2017). Perilaku pengguna dan informasi hoaks di media sosial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1), 58 - 70.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Soekanto, S. (2017). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif R&D.*

Bandung.

Tenriawali, Y. (2020). EFEK HOAKS COVID-19 BAGI IGENERATION  
DI KABUPATEN BURU. *jurnal IAIN Manado*, vol.24, No.2, hal. 123-  
142.

<https://apjii.or.id/survei> (06 November 2021)

<https://www.halodoc.com/artikel/kronologi-lengkap-virus-corona-masuk-Indonesia> (06 November 2021)

<http://p2p.kemkes.go.id/program-vaksinasi-COVID-19-mulai-dilakukan-presiden-orang-pertama-penerima-suntikan-vaksin-COVID-19/> (06  
November 2021)

[https://search.kompas.com/search/?q=jumlah+bertita+hoaks+vaksinasi+covi  
d+di+ompas.com&submit=Submit](https://search.kompas.com/search/?q=jumlah+bertita+hoaks+vaksinasi+covid+di+ompas.com&submit=Submit) (06 November 2021)

<https://www.alodokter.com/virus-corona> (06 November 2021)

<http://journal.iain-manado.ac.id/index.php/PP> (06 November 2021)

[https://aptika.kominfo.go.id/2020/05/kominfo-temukan-1-401-sebaran-isu-  
hoaks-terkait-COVID-19/](https://aptika.kominfo.go.id/2020/05/kominfo-temukan-1-401-sebaran-isu-hoaks-terkait-COVID-19/) (06 November 2021)