

ANALISIS RESPONS MAHASISWA FISIP UNIGA TERHADAP KONTEN HOAKS DI INTERNET MENGGUNAKAN MODEL SOR

Nurbudiwati^{1*}, Zulkifli Adnan³, Ahmad Fahmi Dwiana³, Rd. Intan Permatasari⁴
^{1,2,3,4} Universitas Garut, Garut, Indonesia

*Korespondensi : nurbudiwati@fisip.uniga.ac.id

ABSTRAK

Kecenderungan sebagian mahasiswa menerima berita tanpa melakukan pengecekan kebenaran, namun ada juga yang lebih skeptis dan memeriksa keaslian berita sebelum menerimanya. Kesadaran akan kebijakan dalam menggunakan media sosial menjadi hal yang penting, berita media social diterima dengan penuh, tanpa disaring dulu dan langsung disebarkan kepada pihak lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bentuk dan persepsi mahasiswa FISIP Universitas Garut terhadap berita hoax di lingkungan mereka. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi persepsi mahasiswa terhadap berita hoax, yang umumnya dianggap sebagai informasi yang tidak jelas kebenarannya atau sumbernya. Persepsi masing-masing informan terhadap berita *hoax* sangat variatif, terkelompokan berdasarkan jenis berita yang di terimanya Mahasiswa tersebut mengidentifikasi berita hoax sebagai propaganda, misinformasi, dan konfirmasi bias, yang bertujuan untuk mempengaruhi opini publik dengan menyebarkan informasi yang salah atau tidak akurat. Teori persepsi dan teori Stimulus-Respon digunakan untuk memahami bagaimana mahasiswa menanggapi berita hoax, sementara teori Stimulus Organism Respon digunakan untuk menjelaskan pentingnya perhatian, pengertian, dan penerimaan dalam pembentukan sikap terhadap informasi baru tentang berita *hoax* yang sangat dipengaruhi oleh variabel internal, seperti pengetahuan, nilai-nilai, dan sikap mereka terhadap isu-isu tertentu. Dari segi respons, menunjukkan adanya kecurigaan serta kehati-hatian yang tinggi terhadap berita yang dianggap dapat merugikan atau memanipulasi opini publik. Sebaliknya, sebagian mahasiswa menunjukkan reaksi berupa ketidakpedulian, mungkin karena sudah terbiasa dengan paparan informasi yang belum terverifikasi di media sosial.

Kata Kunci : Berita Hoax, Media, Sikap, Stimulus, Organism, Respon.

ABSTRACT

The tendency of some students to accept news without checking the truth, but there are also those who are more skeptical and check the authenticity of the news before accepting it. Awareness of the policy in using social media is important, social media news is fully accepted, without being filtered first and immediately distributed to other parties. This study aims to reveal the forms and perceptions of FISIP students at Garut University towards hoax news in their environment. The method used is a descriptive qualitative approach using primary and secondary data. Data were collected through observation, interviews, and documentation, then analyzed through data reduction, presentation, and drawing conclusions. The results of the study showed that there were variations in students'

perceptions of hoax news, which is generally considered as information whose truth or source is unclear. The perception of each informant towards hoax news varied greatly, grouped based on the type of news they received. The students identified hoax news as propaganda, misinformation, and confirmation bias, which aims to influence public opinion by spreading false or inaccurate information. Perception theory and Stimulus-Response theory are used to understand how students respond to hoax news, while Stimulus Organism Response theory is used to explain the importance of attention, understanding, and acceptance in forming attitudes towards new information about hoax news which is highly influenced by internal variables, such as their knowledge, values, and attitudes towards certain issues. In terms of response, it shows high suspicion and caution towards news that is considered to be detrimental or manipulate public opinion. On the other hand, some students show reactions in the form of indifference, perhaps because they are used to exposure to unverified information on social media.

Keywords : Hoax News, Media, Attitude, Stimulus, Organism, Response.

A. PENDAHULUAN

Dalam era digital informasi mengalir dengan begitu bebasnya melalui internet. Penyebaran berita melalui internet memiliki dampak positif dan negatif yang signifikan. Salah satu alat utama dalam penyebaran informasi melalui internet adalah media sosial. Media sosial memiliki peran penting dalam menyebarkan pengetahuan dan informasi kepada audiens yang lebih luas. Tujuan utama dari media sosial adalah menyediakan platform bagi orang-orang untuk bergabung dengan grup dan jaringan online, berbagi konten, dan berinteraksi satu sama lain. Dengan media sosial, penciptaan informasi dan berita tidak lagi hanya berada di tangan organisasi berita besar. Saat ini, setiap orang memiliki kesempatan untuk menyampaikan berita dan memengaruhi khalayak luas melalui media digital. (Adnan, 2016)

Media sosial telah menjadi daya Tarik utama bagi kalangan muda, dengan akses internet yang mudah melalui ponsel portabel, informasi dapat diakses dengan cepat dan efisien. Generasi milenial, dalam hal ini, cenderung sangat bergantung pada media sosial sebagai sumber informasi mereka. Media sosial memiliki beberapa karakteristik yang unik dalam menyampaikan informasi di dunia digital. Pertama, pesan yang disampaikan melalui

media sosial bersifat umum dan ditujukan untuk audiens yang luas. Isi pesan juga bersifat bebas, memberikan kebebasan ekspresi kepada penggunanya. Selain itu, pesan-pesan ini cenderung menyebar dengan cepat, melebihi kecepatan penyebaran media lainnya. Keberadaan media sosial sebagai alat komunikasi telah menciptakan perubahan fundamental dalam interaksi manusia. Kini, media sosial bukan hanya sebagai sarana berkomunikasi, tetapi juga sebagai wadah utama bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi. Sebaliknya, masyarakat juga dapat menyampaikan informasi secara langsung melalui platform-platform media sosial. Seperti yang dijelaskan oleh Nasrullah, media sosial bukan sekadar medium di internet; ia memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual dengan pengguna lainnya. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya menjadi alternatif penyebaran informasi, tetapi juga telah menjadi perantara utama bagi manusia dalam berkomunikasi dan bersosialisasi secara virtual. (Amstrong, 2018).

Dalam era keterbukaan yang melandai zaman ini, peran media sosial menjadi sangat penting bagi pemerintah. Media sosial bukan hanya sekadar alat untuk mengekspresikan diri, tetapi juga merupakan sarana yang membantu pemerintah dalam menyelesaikan pengaduan atau laporan pelayanan publik dengan lebih efisien, juga media sosial turut berperan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mengawasi pelayanan publik, serta mempercepat penyelesaian laporan pelayanan tersebut. Tak hanya itu, media sosial juga menjadi wadah komunikasi antara masyarakat sendiri maupun antara pemerintah dan masyarakat.

Di tengah banyaknya jenis media sosial yang ada, penelitian ini memfokuskan pada satu platform khusus, yaitu Instagram. Instagram, sebuah aplikasi media sosial pada smartphone, memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video, menjadikannya salah satu platform yang sangat populer. Dalam konteks ini, Instagram bukan hanya sekadar alat untuk berbagi momen, tetapi juga merupakan bagian dari upaya lebih besar dalam membangun komunikasi terbuka dan transparan antara pemerintah dan masyarakat, menciptakan saluran dimana keluhan, aspirasi, dan informasi pelayanan publik dapat disampaikan dengan lebih mudah dan cepat. (Zulkifli, 2019). Menurut Kevin Systrom, sang pemimpin tertinggi di jagat Instagram, aplikasi ini berhasil mengumpulkan lebih dari 700 juta pengikut setianya, dan itu bukanlah angka main-main—terjadi lonjakan sebesar 100 juta dalam kurun waktu singkat, tepatnya hanya 4 bulan. Ternyata, pangsa pengguna paling besar Instagram bersemayam di antara kalangan mahasiswa, khususnya pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Garut menjadi penggemar setia yang tidak bisa diabaikan.

Dibuat dengan niat baik dan berfokus pada nilai-nilai persahabatan, Instagram menawarkan fitur-fitur yang memungkinkan penggunanya menjalin hubungan dan tetap terhubung dengan teman-teman mereka. Media sosial ini membawa dampak positif dalam kehidupan sehari-hari, menciptakan konektivitas global, memperkuat komunitas, dan memberikan peluang bisnis online yang luas. Namun, di balik keberhasilannya, Instagram juga menimbulkan dampak negatif yang signifikan bagi pengguna. Terdapat maraknya kejahatan yang melibatkan Instagram, merugikan berbagai kelompok usia mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Platform ini telah menjadi tempat maraknya kasus prostitusi, tindakan asusila, pertengkaran, penghinaan, pencemaran nama baik, serta berbagai jenis kejahatan siber lainnya.

Dalam konteks informasi palsu atau "hoax," istilah ini mengacu pada berita bohong yang merujuk pada kasus pencemaran nama baik. Sebagian besar dampak negatif yang terkait dengan Instagram melibatkan penyebaran informasi palsu yang dapat merugikan individu atau kelompok tertentu. Oleh karena itu, sementara Instagram memberikan akses ke dunia yang lebih terbuka, interaktif, dan terkoneksi, pengguna juga harus bijak dalam menggunakan platform ini untuk menghindari dampak negatif yang mungkin timbul. (Jasmine, 2016).

Hoax bukan hanya sekadar informasi palsu, tetapi juga merupakan manipulasi informasi yang diputarbalikkan dari realitas sebenarnya. Banyak kasus atau peristiwa yang sebenarnya tidak terjadi, namun

diangkat menjadi berita palsu yang kemudian dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian masyarakat. Dampaknya sangat serius, karena selain bisa merusak reputasi, kehormatan, atau nama baik individu yang menjadi target *hoax*, juga dapat menciptakan kekacauan di masyarakat.

Berita *hoax* juga tentu memiliki ciri – cirinya tersendiri. Berikut merupakan ciri penyebaran berita *hoax* yakni :

1. Menciptakan kecemasan, kebencian, permusuhan atau pemujaan.
2. Sumber tidak jelas, tidak ada yang bisa dimintai klarifikasi atau tanggung jawab.
3. Pesannya sepihak, dapat menyerang atau bahkan membela saja.
4. Mencatut nama tokoh berpengaruh.
5. Mediana menggunakan nama yang mirip dengan media terkenal.
6. Manfaatkan fanatisme, atas nama ideology atau agama.
7. Judul (pengantar) tidak cocok dengan isi.
8. Tampilan/judul bersifat provokatif.
9. Selalu meminta untuk di share atau diviralkan. (Asep 2018).

Di lingkungan kampus FISIP Universitas Garut, media sosial Instagram telah menjadi daya tarik utama bagi mahasiswa, termasuk Andri Setiawan, seorang pengguna aktif Instagram. Namun, dalam penggunaannya, sering kali dihadapkan pada berita palsu atau yang dikenal sebagai berita *hoax*. Andri Setiawan mencatat bahwa sering menemui situs-situs yang tidak jelas yang menyebarkan berita bohong, khususnya menjelang Pemilu, ada salah satu akun Instagram yang mengklaim bahwa Joko Widodo, presiden saat ini, akan

mencalonkan diri kembali sebagai calon presiden pada tahun 2024 untuk masa jabatan berikutnya. Namun, berita ini jelas merupakan *hoax* karena tidak sesuai dengan undang-undang yang berlaku dan Joko Widodo sendiri telah membantahnya, menyatakan bahwa dia tidak akan mencalonkan diri lagi. Presiden Joko Widodo mengungkapkan keinginannya untuk lebih fokus pada keluarganya setelah masa jabatannya berakhir.

Kejadian semacam ini menggarisbawahi pentingnya waspada terhadap informasi palsu di media sosial, menegaskan bahwa pemahaman yang cermat dan kritis tentang berita adalah suatu keharusan dalam menghadapi tantangan zaman informasi digital ini. (Anton, 2015).

Berdasarkan data hasil wawancara dengan responden, disimpulkan bahwa semua responden pernah menjadi korban hoaks di media sosial. Ketika responden ditanya, “*Mengapa Anda bisa terkena hoaks?*”, terdapat responden yang menjawab:

“Awalnya saya tidak mengetahui bahwa berita tersebut hoaks, karena sedang ramai di publik akhirnya jadi ikut percaya. Menurut saya tidak ada ciri-ciri berita tersebut hoaks, terlihat seperti berita benar saja. Misalnya, berita mengenai pemerintah mengkriminalisasi ulama. Di dalam berita tersebut dijelaskan fakta mengenai banyaknya para penista agama Islam yang pro pemerintah yang justru tidak di adili, berbeda halnya dengan individu yang tidak pro terhadap pemerintah yang mengkritik sedikit langsung di hukum” (RM, wawancara pada 10 Mei 2023).

Di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Uniga, fenomena penggunaan media sosial sebagian mahasiswa aktif menggunakan media

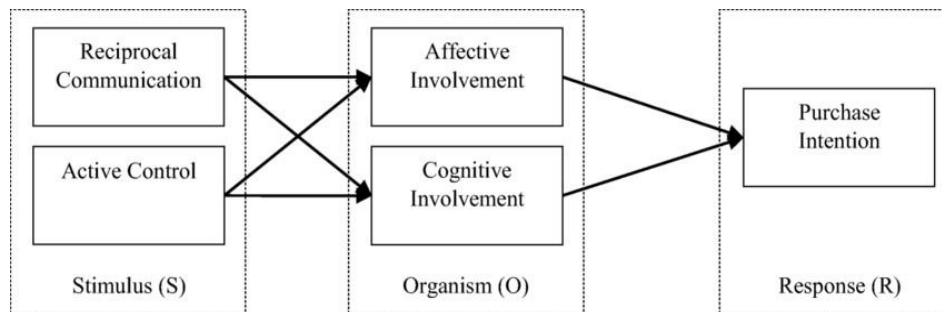
social khususnya Instagram. Mereka tidak hanya sekedar menjadi pengguna pasif, melainkan juga aktif berinteraksi, membagikan pemikiran, dan terlibat dalam diskusi online. Dengan penetrasi sebesar ini, media sosial telah menjadi wahana utama di mana mahasiswa saling berbagi ide, informasi, dan pengalaman, menciptakan sebuah ekosistem daring

Alasan mengapa mahasiswa mudah terkena hoaks salah satunya karena minim literasi. Hal ini sangat berkaitan dengan kemampuan membaca dan menganalisis suatu fakta atau informasi. Oleh karena itu, bisa berpengaruh pada daya kritis seseorang dalam membandingkan setiap informasi yang diterimanya dengan informasi yang ada. Hal ini juga berdampak pada

kecenderungan percaya pada informasi yang diterima tanpa melakukan verifikasi, bahkan cenderung untuk membagikan setiap informasi yang diperolehnya kepada orang lain tanpa mengetahui kebenaran informasi tersebut (Aditiawarman, 2019).

Model Stimulus, Organism, Response (SOR) merupakan model yang menjelaskan bagaimana lingkungan fisik mempengaruhi keadaan internal dan perilaku individu (Park, 2008). Dalam kerangka SOR, stimulus dikonseptualisasikan sebagai pengaruh yang mempengaruhi internal organism individu. Dalam kerangka SOR, stimulus dikonseptualisasikan sebagai pengaruh yang mempengaruhi internal organism individu.

Gambar : Metode SOR (Stimulus, Organism, Response)



Sumber : Park Study Of Human Journal 2023

Setelah melakukan observasi awal dan wawancara, terungkap sejumlah fenomena menarik terkait cara mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Garut (UNIGA) menanggapi berita palsu di Instagram:

1. Berita palsu di Instagram cepat menyebar, menciptakan kebingungan di kalangan mahasiswa dan masyarakat. Dalam sekejap, berita palsu dapat menjangkau ribuan pengguna

Instagram.

2. Mahasiswa merasa kesulitan membedakan antara informasi palsu dan yang benar, menimbulkan ketidakpastian dan kecemasan terhadap kebenaran informasi yang mereka temui. Ini menggoyahkan kepercayaan mereka terhadap sumber-sumber berita.
3. Akibat maraknya berita palsu, kredibilitas informasi di Instagram menurun. Ari Sutarnan harus lebih

berhati-hati dalam memilih sumber informasi yang dapat dipercaya, menciptakan keraguan terhadap setiap informasi yang mereka temui.

4. Berita palsu memicu polarisasi opini di kalangan mahasiswa dan masyarakat, menciptakan perpecahan dan ketidaksepakatan. Dialog dan interaksi sosial terancam, mengganggu kerukunan di kampus dan masyarakat umum.
5. Mahasiswa yang terus-menerus terpapar berita palsu mungkin mengalami gangguan dalam pembelajaran mereka. Kesulitan membedakan informasi yang benar dan palsu dapat menghambat pemahaman dan penyerapan materi akademik.
6. Meskipun berita palsu menyebabkan masalah, hal ini juga merangsang peningkatan skeptisisme dan kritisisme di kalangan mahasiswa. Mereka menjadi lebih waspada dan bijak dalam menilai informasi yang ditemui di Instagram.

Fenomena berita palsu menyoroti perlunya literasi media yang lebih tinggi di kalangan mahasiswa. Mereka membutuhkan keterampilan dan pengetahuan mendalam dalam memverifikasi informasi, mengidentifikasi berita palsu, dan mengembangkan sikap kritis terhadap konten yang mereka temui di platform Instagram.

Kajian Teori

1. Administrasi Publik

Menurut teori yang dijelaskan oleh Fayol (2018), administrasi publik merupakan bagian dari kegiatan dalam Badan Usaha Pemerintah. Badan Usaha Pemerintah bertujuan mencapai suatu sasaran atau tujuan dengan fokus pada pelayanan masyarakat dan kepentingan umum, bukan semata-mata untuk

mendapatkan keuntungan finansial. Untuk mencapai maksud tersebut, diperlukan pelaksanaan pekerjaan yang efisien dengan menerapkan enam fungsi utama. Administrasi publik merupakan salah satu fungsi utama ini, yang berperan dalam mengorganisasi dan mengelola berbagai aspek organisasi pemerintah guna mencapai keberhasilan dan keberlanjutan dalam memberikan pelayanan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan demi kesejahteraan masyarakat.

2. Manajemen publik.

Menurut Nor Ghofur (2014) Mengartikan bahwa manajemen publik adalah manajemen pemerintah, yang artinya manajemen publik juga bermaksud untuk melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengontrolan terhadap pelayanan kepada masyarakat

3. Sikap

Sikap tidak selalu mencerminkan perilaku seseorang. Terkadang, individu dapat menunjukkan tindakan yang bertentangan dengan sikap yang dimilikinya. Selain itu, sikap dapat mengalami perubahan ketika individu memperoleh informasi tambahan tentang objek tersebut, baik melalui persuasi atau tekanan dari lingkungan sosialnya. Oleh karena itu, sikap dapat dianggap sebagai respons kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, dan penafsiran terhadapnya dapat bervariasi sesuai dengan perspektif dan pengalaman masing-masing individu (Jonathan, 2018). Ciri-ciri Sikap :

- a. Sikap itu dipelajari (*learn ability*)
- b. Sikap memiliki kesetabilan (*stability*)
- c. Sikap bersifat *personal societal significance*
- d. Sikap berisi kognitif dan affect
- e. Sikap bersifat *approach avoidance directionality*.

4. Media Sosial.

Media sosial adalah situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi public dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem (Henderi, 2007: 3).

5. Hoax

Pentingnya penyebaran *hoax* juga terkait dengan keyakinan dan pandangan individu. Orang cenderung mempercayai berita palsu jika sesuai dengan keyakinan atau pandangan yang mereka miliki. Sebagai contoh, seseorang yang meyakini bahwa COVID-19 adalah senjata biologis mungkin mudah percaya pada teori konspirasi tentang kebocoran dari laboratorium di China. Reaksi ini muncul secara alami ketika keyakinan seseorang diperkuat oleh informasi yang mendukungnya, tanpa mempertimbangkan kebenaran informasi tersebut. Yang lebih mengkhawatirkan, individu tersebut mungkin menyebarkan kembali informasi palsu tersebut tanpa melakukan pengecekan lebih lanjut. Ini terutama terjadi jika penyebar *hoax* tidak memiliki kemampuan atau pengetahuan yang memadai untuk memverifikasi kebenaran berita melalui internet. Oleh karena itu, pemahaman dan kewaspadaan terhadap potensi penyebaran *hoax* sangat penting dalam menjaga integritas informasi yang beredar di era digital ini (Respati, 2017, 18-28)

6. Model SOR (Stimulus, Organism, Reaction)

Model ini menggambarkan bagaimana individu merespons stimulus eksternal berdasarkan faktor internal seperti pendidikan, pengalaman, dan sikap.

Sumber: Guthrie, E. R. (1935). *The psychology of learning*. Harper & Brothers.

B. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, menggunakan metode kualitatif, bersifat deskriptif karena memotret peristiwa dan kejadian yang menjadi pokok pusat perhatian, kemudian menggambarkan sebagaimana adanya, sehingga pemanfaatan temuan penelitian ini berlaku pada saat itu pula yang belum tentu sesuai jika digunakan untuk waktu yang akan datang. Berdasarkan waktu, penelitian ini termasuk ke dalam penelitian *cross sectional* karena pengumpulan data dilakukan pada periode waktu tertentu dengan tujuan untuk menggambarkan keadaan. Peneliti sendiri tidak terlibat dalam mengintervensi data karena data bersifat primer dan hasilnya merupakan fakta yang sesuai dengan hasil wawancara. Dalam melakukan wawancara dengan berpedoman pada model SOR (Stimulus, Organism, Reaction): sehingga mampu menggambarkan bagaimana mahasiswa merespons terkait berita hoaks dan bagaimana memberikan stimulus terhadap berita hoaks, dan juga menyebarkan berita hoaks melalui organism berdasarkan faktor internal seperti pendidikan, pengalaman, dan sikap

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Stimulus

Dalam aspek stimulus menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Garut (UNIGA) secara signifikan terpapar oleh berita *hoax* di platform Instagram. Paparan ini cenderung terfokus pada isu-isu sosial dan politik, yang menunjukkan bahwa mahasiswa seringkali berinteraksi dengan konten-konten berita yang berkaitan

dengan kehidupan masyarakat dan dinamika politik. Berita-berita tersebut dapat berasal dari berbagai sumber yang kurang jelas kebenarannya di platform Instagram. Penelitian menyoroti perlunya peningkatan kritisitas dalam memilah dan menyaring informasi di tengah-tengah paparan yang begitu luas dan beragam. Hal ini menjadi tantangan utama dalam memahami stimulus berupa berita *hoax* yang mungkin mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap realitas sosial dan politik di sekitarnya.

Pesan yang disampaikan kepada komunikan bisa saja dapat di terima dan juga di tolak. Sama halnya dengan hasil wawancara peneliti dengan informan ada yang berubah sikap pada saat mendapatkan berita *hoax* di media social bahwa:

“Berita *hoax* pasti berdampak ke diri sendiri, kadang saya merasa jengkel sekali kalau pas ada broadcase yang ternyata itu hanya penipuan yang mungkin saja berita *hoax*, mereka yang tidak bertanggung jawab tidak pernah berfikir apa yang mereka lakukan itu pasti menyebabkan kerugian orang lain. Sama halnya yang waktu ada broadchas masuk di hp saya yang mengatakan bahwa jika kita memakan telur tengah malam dapat terhindar dari yang namanya virus corona.” (AM, Mahasiswa Angkatan 2020)

Berdasarkan hasil wawancara di atas oleh informan diatas tentang pendapat mereka ketika mendapat berita *hoax* informan diatas mengatakan bahwa saat menerima berita *hoax* melalui media sosial sebaiknya ditelusuri berita itu sebelum menyebarkannya terlebih dahulu mencermati menggunakan ADIKSIMBA (APA, DIMANA, KAPAN, SIAPA, MENGAPA, DAN BAGIMANA) (unsure-unsur 5W+1H) agar berita tersebut dapat

dipahami mencari tahu kebenaran berita yang beredar.

2. Organisme

Dalam konteks organism, menunjukkan adanya variasi dalam respons mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Garut (UNIGA) terhadap berita *hoax* di platform Instagram. Persepsi dan pemahaman mahasiswa terhadap berita *hoax* menunjukkan tingkat keberagaman yang dipengaruhi oleh jenis berita dan tingkat pengetahuan masing-masing mahasiswa. Sebagian mahasiswa menunjukkan tingkat kecurigaan yang tinggi terhadap informasi yang tidak jelas kebenarannya, sementara yang lain lebih cenderung merasa gelisah atau khawatir terhadap dampak berita *hoax* tersebut. Respons yang berbeda ini mencerminkan keragaman dalam tingkat kritisitas dan pemahaman mahasiswa terhadap informasi yang mereka terima di Instagram. Oleh karena itu, pemahaman organism dalam konteks ini menggambarkan bagaimana persepsi dan penilaian individu terhadap berita *hoax* sangat dipengaruhi oleh variabel internal, seperti pengetahuan, nilai-nilai, dan sikap mereka terhadap isu-isu tertentu.

Dalam konteks ini, AM salah seorang Mahasiswa FISIP Uniga, yang sering mengonsumsi berita hiburan di Instagram, mengekspresikan preferensinya terhadap jenis berita yang lebih ringan dan menghibur daripada berita politik yang dianggapnya membosankan.

3. Respons

Dari segi respons, hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa FISIP Universitas Garut menunjukkan kecurigaan dan kehati-hatian yang tinggi terhadap berita yang dianggap dapat merugikan atau memanipulasi opini publik.

Sebaliknya, sebagian mahasiswa menunjukkan reaksi berupa ketidakpedulian, mungkin karena sudah terbiasa dengan paparan informasi yang belum terverifikasi di media sosial.

Beberapa mahasiswa menunjukkan reaksi gelisah dan kebingungan, terutama ketika berita *hoax* tersebut berkaitan dengan isu-isu sensitif atau kontroversial. Ada pula yang merespon dengan upaya mencari kebenaran melalui sumber-sumber lain atau mengonfirmasi informasi sebelum memercayainya. Respons ini menunjukkan adanya variasi dalam cara mahasiswa merespon berita *hoax*, yang dipengaruhi oleh tingkat pemahaman, kritisitas, dan pemahaman mereka terhadap sumber informasi di era digital ini.

Penting untuk dicatat bahwa respon mahasiswa terhadap stimulus berita *hoax* di Instagram tidak bersifat homogen, dan hasil penelitian ini memberikan gambaran tentang keberagaman sikap dan respons di antara mahasiswa FISIP UNIGA. Hal ini memberikan dasar untuk merancang strategi pendidikan dan kesadaran media yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan Ari Sutarman agar dapat mengatasi tantangan informasi palsu di dunia digital saat ini.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian yang diperoleh dilapangan mengenai analisis respons Mahasiswa FISIP Universitas Garut Terhadap Konten Hoaks di internet menggunakan model SOR, maka disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. Sikap Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Garut pengguna media sosial terhadap berita *hoax* adalah berita atau informasi yang belum jelas

kebenarannya tidak jelas sumber beritanya. Persepsi masing-masing informan terhadap berita *hoax* sangat variatif, terkelompokan berdasarkan jenis berita yang di terimanya. Sikap Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Garut pengguna media sosial terhadap berita *hoax* adalah berita atau informasi yang belum jelas kebenarannya tidak jelas sumber beritanya. terkelompokan berdasarkan jenis berita yang di terimanya, Sikap Mahasiswa mewakili berita *hoax* yang berjenis propaganda yaitu Aktifitas menyebar luaskan informasi, fakta, argumen, gosip, setengah-kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik, misinformastion yaitu Informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu, dan confirmation bias yaitu kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebagai bukti dari kepercayaan yang sudah ada

2. Organisme

Pemahaman organism dalam konteks ini menggambarkan bagaimana persepsi dan penilaian individu terhadap berita *hoax* sangat dipengaruhi oleh variabel internal, seperti pengetahuan, nilai-nilai, dan sikap mereka terhadap isu-isu tertentu.

3. Respons

Dari segi respons, menunjukkan adanya kecurigaan serta kehati-hatian yang tinggi terhadap berita yang dianggap dapat merugikan atau memanipulasi opini publik.

Sebaliknya, sebagian mahasiswa menunjukkan reaksi berupa ketidakpedulian, mungkin karena sudah terbiasa dengan paparan informasi yang belum terverifikasi di media social

E. DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Abner. Khaidir. dkk. 2017. *Penyalahgunaan Informasi Berita hoax di Media Sosial*. <https://mti.binus.ac.id/2017/07/03/penyalahgunaan-informasiberita-hoax-di-media-sosial/>, (diakses 23 November 2018)
- Abu, Ahmadi. 2009. *Psikologi Umum*. Jakarta: Rieka Cipta
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Allcott, Hunt & Gentzkow, Matthew. 2017. *Social Media and Fake News in the 2016 Election*. *Journal of Economic perspectives* Vol. 31, No. 2, Spring 2017
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:Rineka Cipta
- Aritonang, Lamhot. 2018. *Kominfo Rilis 10 hoax Paling Berdampak di 2018, Ratna Sarumpaet Nomor 1*. <https://m.detik.com/news/berita/d-4350509/kominfo-rilis-10-hoax-paling-berdampak-di-2018-ratna-sarumpaet-nomor-1>, (diakses 18 Februari 2019)
- Bungin, Burhan. 2009. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group
- Fauzi. V.P. 2016. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Sosial Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness di Kota Pekanbaru*, Vol. 3 No. 1 (hlm. 2)
- Fitri, Sulidar. 2017. *Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Anak*. Tasikmalaya: Universitas Muhammadiyah Tasikmalaya
- Gerintya, Scholastica. 2017. *Hoaks dan Bahaya Rendahnya Kepercayaan terhadap Media*. <https://tirto.id/hoaks-dan-bahaya-rendahnya-kepercayaan-terhadap-media-cKAX>, (diakses 25 Maret 2019)
- Heryanto, G.G, Mukhti Ali, dkk. 2017. *Melawan hoax Di Media Sosial & Media Massa*. Yogyakarta: Trustmedia Publishing
<https://nasional.tempo.co/read/1133129/begini-kronologi-kasus-hoax-ratna-sarumpaet/full&view=ok>
- Husaini Usman. 2006. *Manajemen, Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*.
- Indriani. 2017. Ahli: “hoax Merupakan Kabar Yang Direncanakan” <https://m.antaranews.com/berita/606085/ahli-hoax-merupakan-kabar-yang-direncanakan>, (diakses 23 November 2018)
- Ireton, C & Julie Poselti. 2018. *Jurnalism, Fake News & Disinformation: Handbook for Jrnalism Education and Training*. France: UNESCO

- Jakarta: Bumi Aksara
- Jalaludin Rahmat. 1989. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: RemajaRosdakarya.
- Juditha, Christiany. 2018. *Interaksi Komunikasi hoax Di Media Sosial Serta Antisipasinya*, Vol. 3 No. 1 (hlm. 31)
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: KencanaLiliweri, Alo. 2004. *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Schudson, M. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K., & Cook, J. (2017). Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the "Post-Truth" Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353-369.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K., & Cook, J. (Eds.). (2017). *Misinformation and fake news in the contemporary world*. Routledge.
- Littlejohn, Stephan W. 2002. *Theoritisof Human Communication*. Seventh Edition. USA: Wadsworth Publishing Company
- McQuail, Dennies. 2012. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba HumanikaMorissan, M.A., 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: PT Ghalia Indonesia
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Stories Increases Perceived Accuracy of Stories Without Warnings. *Management Science*, 66(11), 4944-4957.
- Roozenbeek, J., & van der Linden, S. (2019). Fake news game confers psychological resistance against online misinformation. *Palgrave Communications*, 5(1), 1-9.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE):
- Pasal 28 ayat (1): Menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu atau kelompok masyarakat tertentu.
 - Pasal 28 ayat (2): Menyebarkan informasi elektronik palsu atau menyesatkan yang dapat menimbulkan kerugian konsumen dalam perdagangan elektronik.
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1946 tentang Peraturan Hukum Pidana: -
- Pasal 14: Menyebarkan berita bohong yang dapat menimbulkan keonaran dihukum dengan pidana penjara.