

**Opini Mahasiswa tentang Berita Hoax
(Studi Deskriptif mengenai Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu
Komunikasi
Universitas Islam Bandung tentang Berita Hoax di Instagram)**
Student Opinion on Hoax News
(Descriptive Study of Opinions of Faculty of Communication Science Students
Bandung Islamic University about Hoax News on Instagram)

¹Rama Arif Zulyadaini, ²Neni Yulianita

^{1,2}*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

e-mail: ¹rama023.junior@gmail.com, ²yulianita.neni@gmail.com

Abstract. Students use print, electronic, and online media to gain insight and knowledge. As part of the academics, students are required to understand the existence of hoax news, and participate in preventing its spread on social media. The purpose of this research was to find out and analyze the opinions of FIKOM UNISBA students about hoax news on Instagram. Descriptive research was used in this study by describing a number of opinion variables regarding the problem and the unit under study. Management and data analysis are applied using descriptive statistics with the type of quantitative research presented with numbers. This research approach is used to describe objectively a problem that occurs in the field related to student opinion about hoax news circulating on Instagram by using an analysis unit, namely FIKOM UNISBA students. The conclusion of this research is that: The understanding of students in FIKOM UNISBA about Hoax is in the high category (79%); The concern of students in FIKOM UNISBA about Hoax was in the high category (78.8%); The process of forming student opinions in FIKOM UNISBA about Hoax is in the high category (77%); The components of public opinion that are considered by students in FIKOM UNISBA about Hoax are in the high category (71.2%).

Keywords: Community Literacy, Hoax, Students, Opinion.

Abstrak. Mahasiswa menggunakan media cetak, media elektronik, maupun media online untuk menambah wawasan dan pengetahuannya. Sebagai bagian dari kalangan akademisi mahasiswa dituntut untuk mengerti dan mengetahui keberadaan berita hoax, dan ikut serta mencegah penyebarannya di media sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis opini mahasiswa FIKOM UNISBA tentang berita hoax di Instagram. Penelitian deskriptif digunakan dalam penelitian ini dengan mendeskripsikan sejumlah variabel opini berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Pengolahan dan analisis data yang diterapkan menggunakan statistik yang bersifat deskriptif dengan jenis penelitian kuantitatif yang disajikan dengan angka-angka. Pendekatan penelitian ini digunakan untuk menggambarkan secara objektif suatu masalah yang terjadi di lapangan berkaitan dengan opini mahasiswa tentang berita hoax yang beredar di Instagram dengan menggunakan unit analisis yaitu mahasiswa FIKOM UNISBA. Kesimpulan penelitian ini ditemukan bahwa: Pemahaman mahasiswa di FIKOM UNISBA tentang Hoax termasuk kategori tinggi (79%); Kepedulian mahasiswa di FIKOM UNISBA tentang Hoax termasuk kategori tinggi (78,8%); Proses terbentuknya opini mahasiswa di FIKOM UNISBA tentang Hoax termasuk kategori tinggi (77%); Komponen-komponen opini publik yang menjadi pertimbangan mahasiswa di FIKOM UNISBA tentang Hoax termasuk kategori tinggi (71,2 %).

Kata Kunci : Literasi Masyarakat, Hoax, Mahasiswa, Opini.

A. Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini, masyarakat dapat memperoleh informasi dan berkomunikasi lebih cepat dengan mempergunakan teknologi canggih yang sekarang dikenal dengan internet, yaitu merupakan bentuk *konvergensi* dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer, televisi, radio, dan telepon (Bungin, 2006: 135)

Pemanfaatan internet saat ini, telah berevolusi menjadi sarana informasi dan komunikasi global di seluruh dunia tidak terkecuali di Indonesia. Karena kemudahan dalam berinteraksi dan berkomunikasi itulah jutaan manusia dari seluruh belahan dunia berinteraksi menggunakan internet sehingga terbentuknya situs media sosial dengan segala kemudahan yang diberikan, seringkali digunakan oleh masyarakat untuk mengungkapkan atau mengutarakan suatu berita atau informasi lain termasuk opini seseorang mengenai suatu hal.

Banyak masyarakat saat ini pun menjadikan media sosial sebagai sumber lahap informasi dan berita yang menghasilkan beragam opini dari masing-masing individu. Menurut William Albig (dalam Santoso, 1990), opini publik adalah suatu jumlah dari pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan, dan opini publik merupakan hasil interaksi antar individu dalam suatu publik (Olii, 2007:20).

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang saat ini sangat digemari oleh remaja karena fitur-fiturnya yang menarik dan berbagai kemudahan yang diberikan. Istilah *Hoax* atau berita bohong saat ini mungkin tidak asing lagi di telinga kita. Dilihat dari kecepatan update mengenai suatu informasi yang sedang terjadi, banyak orang-orang yang memiliki kepentingan tertentu memanfaatkan kemajuan teknologi ini dengan menyebarkan kabar-kabar bohong untuk kepentingannya sendiri.

Yulianita (2016: 52) mengemukakan mengenai berbicara dengan tujuan yang jelas dan referensi yang kuat, agar apa yang dibicarakan merupakan hal yang berkualitas, tidak merugikan orang lain. Berita bohong (*Hoax*) dinilai sebagai bentuk fenomena baru permasalahan di era digital dewasa ini. Semua orang bisa saja memproduksi berita, menjadi konsumen berita, serta bisa pula menjadi penyebar berita. Berita bohong ini apabila tidak dicermati dan difilterisasi, akan berakibat pada pandangan negatif yang kuat di masyarakat dan bisa menjadi ancaman perpecahan.

Salah satu kasus berkaitan dengan keberadaan berita *Hoax* terjadi di Kota Cilegon. Seorang pria yang berpakaian compang-camping dan tengah berjalan di Kracak, Ciwandan, tiba-tiba dihakimi massa setelah maraknya berita *Hoax* tentang penculikan anak. Pria nahas itu dihajar hingga meninggal dunia. Meski kabar *Hoax* tentang penculikan anak kecil ini sudah dibantah langsung oleh para pihak kepolisian daerah masing-masing, masyarakat tetap saja masih sangat resah dan gelisah dengan kabar yang sudah terlanjur beredar di sosial media dan juga selebaran-selebaran di jalan.

Pengertian dari opini secara keseluruhan adalah Pandangan seseorang mengenai sesuatu (Yulianita, 1996: 17). Sedangkan Djoenaesih dalam bukunya menyebutkan opini memiliki beberapa ciri, dia menyebutkan ciri-ciri opini yaitu selalu diketahui dari pernyataan-pernyataan; merupakan sintesa dari banyak pendapat; serta mempunyai pendukung dalam jumlah yang besar.

Mahasiswa merupakan salah satu khalayak yang banyak menggunakan media massa khususnya internet. Berdasarkan survey dari lembaga APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada Tahun 2016 mahasiswa mendominasi dengan perolehan persentase tertinggi sebesar 89,7%, dalam persentase penetrasi pengguna internet di Indonesia. Mahasiswa menggunakan media massa untuk menambah wawasan dan pengetahuannya dan juga mahasiswa sangat aktif menggunakan media saat ini karena ditunjang dengan teknologi yang sudah semakin maju. Mahasiswa sebagai kalangan akademisi seharusnya lebih mengerti dan mengetahui berita yang beredar *Hoax* atau bukan.

Banyaknya berita *Hoax* yang tersebar di berbagai media sosial khususnya

Instagram, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian “Opini Mahasiswa tentang Berita *Hoax* di Media Sosial” ini dikarenakan akan menjadi sesuatu yang menarik apabila dilakukan sebuah penelitian karena mahasiswa di sini adalah mahasiswa Fikom Unisba yang notabene telah mendapatkan pelajaran yang lebih tentang komunikasi. Oleh sebab itu penulis ingin mengetahui opini, komentar dan bahasan lainnya dari mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemahaman mahasiswa tentang berita Hoax
2. Untuk memahami kepedulian mahasiswa tentang berita Hoax
3. Untuk mengetahui proses terbentuknya opini mahasiswa tentang berita Hoax
4. Untuk mengetahui komponen-komponen opini publik apa saja yang menjadi pertimbangan mahasiswa tentang berita hoax

B. Landasan Teori

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi diikuti dengan perubahan gaya hidup masyarakatnya, tidak terkecuali di Indonesia. Data memperlihatkan bahwa masyarakat Indonesia yang sudah mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi, terbilang aktif utamanya dalam menggunakan sosial media. Kemunculan Internet yang disusul dengan berbagai sarana media sosial, dimana komunikasi antara manusia dapat berlangsung real time dengan cakupan wilayah lebih luas. Di Indonesia, media sosial telah menarik perhatian masyarakat. Media sosial menjadi media interaksi baru yang membuat ruang-ruang bagi masyarakat untuk saling berbagi, bercerita dan menyalurkan ide-idenya termasuk opini.

Opini merupakan pendapat, artinya merupakan pandangan seseorang mengenai sesuatu bisa berupa evaluasi, penilaian, dan bukan fakta. Karena itu opini mudah diubah atau berubah tergantung situasi sosial yang berlaku (Yulianita, 1996:6), dalam hal ini bagaimana opini mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung tentang berita *Hoax* di Instagram, dimana berita *Hoax* ini banyak menyebabkan permasalahan di kehidupan masyarakat.

Istilah Hoax jika ditelusuri memang segelap artinya. Hoax memiliki akar yang panjang seiring dengan cakupan akibatnya yang cukup buruk pada publik luas. Dan di jaman dimana informasi tersebar dengan begitu mudahnya, Hoax pun dengan begitu mudah tersebar serta saat ini mempunyai peran yang sangat besar dalam menggiring opini publik.

M.O. Palapah (1984) mengemukakan bahwa opini publik adalah persatuan yang timbul dalam bentuk pernyataan mengenai suatu masalah sosial. (dalam Yulianita, 1996:8). Opini publik didukung oleh suatu publik tertentu, yang datang dari lokasi yang sama. Tapi umumnya datang dari lokasi yang berbeda-beda, yang berjauhan satu dengan yang lain, dan tidak saling mengenal. Akan tetapi, walaupun mereka tidak saling mengenal, tapi dalam pendapat mereka menjadi satu dalam arti mereka disatukan oleh pendapat yang sama.

Oleh karena itu, penulis membatasi penelitian sebagai berikut:

1. Pemahaman mahasiswa tentang *Hoax*
Menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia pemahaman adalah sesuatu hal yang kita pahami dan kita mengerti dengan benar. Pemahaman adalah suatu kemampuan seseorang dalam mengartikan, menafsirkan, menerjemahkan, atau menyatakan sesuatu dengan caranya sendiri tentang pengetahuan yang pernah

diterimanya.

2. Kepedulian mahasiswa tentang *Hoax*

Tronto (1993) mendefinisikan peduli sebagai pencapaian terhadap sesuatu diluar dari dirinya sendiri. Peduli juga sering dihubungkan dengan kehangatan, positif, penuh makna, dan hubungan (dalam Phillips, 2007). Menurut Boyatzis dan McKee (2005), kepedulian merupakan wujud nyata dari empati dan perhatian. Menurut Swanson (2000), ada lima dimensi penting dalam kepedulian.

- a. Mengetahui
- b. Turut Hadir
- c. Melakukan
- d. Memungkinkan
- e. Mempertahankan keyakinan

3. Proses pembentukan opini mahasiswa

Dalam proses pembentukan opini mahasiswa mengenai berita *Hoax*, ditimbulkan oleh adanya unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Adanya masalah atau situasi yang bersifat kontroversial yang menimbulkan pro dan kontra, yakni berita *Hoax* yang tersebar di media
- b. Adanya publik yang terpikat kepada masalah tersebut dan berusaha memberikan pendapatnya, seperti banyak kita lihat di berbagai media massa tentang orang-orang yang berusaha untuk menghentikan laju penyebaran berita *Hoax* ini melalui penyuluhan agar semakin banyak orang mengetahui tentang banyaknya berita *Hoax* yang tersebar dan mereka bisa mengatasinya.
- c. Adanya kesempatan bertukar pikiran atau berdebat mengenai masalah yang kontroversial tersebut.

4. Komponen opini mahasiswa

Faktor-faktor yang dapat membentuk opini mahasiswa, menurut D.W. Rajecki, dalam bukunya *Attitude, themes and Advence* (1982), yaitu mempunyai tiga komponen, yang dikenal dengan istilah *ABCs of Attitude*, yaitu *Affect* (perasaan atau emosi), komponen ini berkaitan dengan rasa senang, suka, sayang, takut, benci, sedih, dan kebanggaan hingga muak atau bosan terhadap sesuatu, sebagai akibat setelah merasakannya atau timbul setelah melihat dan mendengarkannya. Kemudian komponen efektif tersebut merupakan evaluasi berdasarkan perasaan seseorang yang secara emotif (aspek emosional) untuk menghasilkan penilaian, yaitu: “baik” atau “buruk”.

Komponen selanjutnya yaitu *Behaviour* (tingkah laku). Komponen ini lebih menampilkan tingkah laku atau perilaku seseorang, misalnya bereaksi untuk memukul, menghancurkan, menerima, menolak, mengambil, membeli dan lain sebagainya. Jadi merupakan komponen untuk menggerakkan seseorang secara aktif (*action element*) untuk melakukan “tindakan atau berperilaku” atas suatu reaksi yang sedang dihadapinya.

Komponen yang terakhir yaitu *Cognition* (pengertian atau nalar). Komponen kognisi ini berkaitan dengan penalaran seseorang untuk menilai sesuatu informasi, pesan fakta dan pengertian yang berkaitan dengan pendiriannya. Komponen ini menghasilkan penilaian atau pengertian dari seseorang berdasarkan rasio atau kemampuan penalarannya. Artinya kognitif tersebut merupakan aspek kemampuan intelektualitas seseorang yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan. (dalam Ruslan, 2006:69)

Dari penjelasan di atas, adanya berita *Hoax* yang marak tersebar di media

sosial khususnya Instagram menimbulkan berbagai macam opini yang terbentuk di masyarakat. Di dalam menyampaikan berita seharusnya merupakan fakta, bukan berita bohong (*Hoax*).

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Jumlah populasi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi pada penelitian ini sebanyak 1.621 dan berdasarkan perhitungan, diketahui bahwa yang menjadi sampel dalam penelitian yang dilakukan ini yaitu sebanyak 81 responden mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.

Untuk mendeskripsikan hasil analisis data karakteristik responden meliputi karakteristik mahasiswa Fikom Unisba yang menjadi sampel penelitian yang terdiri dari jenis kelamin, usia, angkatan, program studi, dan alasan menggunakan Instagram. Serta untuk mendeskripsikan jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan kuesioner mengenai Opini Mahasiswa tentang Berita *Hoax* di Instagram yang terdiri dari 4 (empat) Kajian yaitu; 1) Pemahaman mahasiswa tentang *Hoax*, 2) Kepedulian mahasiswa tentang *Hoax*, 3) Proses opini mahasiswa, dan 4) Komponen opini mahasiswa.

Hasil pengumpulan data kuesioner penelitian mengenai karakteristik mahasiswa Fikom Unisba berdasarkan jenis kelamin diperoleh data bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki, yaitu dengan persentase sebesar 50,6% sedangkan sisanya adalah perempuan dengan persentase 49,4%.

Hasil pengumpulan data mengenai karakteristik mahasiswa Fikom Unisba berdasarkan Tingkat Usia diperoleh data bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 20-22 tahun sebesar 44,4%, kemudian usia < 20 tahun sebesar 32,1%, dilanjutkan usia 22-34 tahun sebesar 22,2%, dan sisanya usia > 24 tahun sebesar 1,2%.

Hasil pengumpulan data mengenai karakteristik responden berdasarkan angkatan masuk sebagai mahasiswa di Universitas Islam Bandung diperoleh data bahwa mayoritas responden mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa angkatan 2016 dan 2017 yang masing-masing memiliki persentase sebesar 27,2%, kemudian angkatan 2014 sebesar 23,5%.

Hasil pengumpulan data mengenai karakteristik responden berdasarkan Program Studi di Fikom Unisba diperoleh data bahwa mayoritas responden mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa pada Program Studi Hubungan Masyarakat yaitu sebesar 43,2%, kemudian Manajemen Komunikasi sebesar 40,7%, dan terakhir Program Studi Jurnalistik yaitu sebesar 16,0%.

Hasil pengumpulan data mengenai karakteristik responden berdasarkan alasan menggunakan Instagram diperoleh data bahwa mayoritas responden mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dalam penelitian ini memiliki alasan menggunakan Instagram yaitu untuk Sosialisasi sebesar 75,3%, kemudian Mengisi Waktu Luang sebesar 12,3%, selanjutnya untuk Hiburan sebesar 7,4%, untuk Update Informasi sebesar 3,7% dan terakhir Bisnis/Berdagang sebesar 1,2%.

Berdasarkan jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan kuesioner mengenai Opini Mahasiswa tentang Berita *Hoax* di Instagram yang terdiri dari 4 (empat) Kajian yaitu; 1) Pemahaman mahasiswa tentang *Hoax*, 2) Kepedulian mahasiswa tentang *Hoax*, 3) Proses opini mahasiswa, dan 4) Komponen opini mahasiswa, dapat diketahui nilai jawaban responden berdasarkan indikator-indikatornya yang selanjutnya dijelaskan sebagai berikut :

Analisis Deskriptif Pemahaman Mahasiswa tentang *Hoax* diukur menggunakan 5 item pernyataan. Berdasarkan perhitungan diperoleh hasil bahwa perhitungan persentase total skor dari variabel Pemahaman Mahasiswa tentang *Hoax* sebesar

79,0% berada di antara interval 60,01%-80,00%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Pemahaman Mahasiswa tentang Hoax secara umum berada dalam kategori Tinggi. Mahasiswa sebagai kalangan terpelajar dituntut harus mengerti, mengetahui dan memahami tentang keberadaan berita hoax. Hal itu untuk mencegah penyebaran hoax yang beredar melalui media sosial. Sebab kecenderungan saat ini masyarakat, tanpa berpikir panjang menyebarkan berita hoax yang beredar tidak terkecuali melalui media sosial Instagram.

Analisis Deskriptif Kepedulian Mahasiswa tentang *Hoax* diukur menggunakan 5 item pernyataan. Berdasarkan perhitungan diperoleh data bahwa hasil perhitungan persentase total skor dari variabel Kepedulian Mahasiswa tentang *Hoax* sebesar 78,8% berada di antara interval 60,01%-80,00%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kepedulian Mahasiswa tentang *Hoax* secara umum berada dalam kategori Tinggi. Media sosial kerap dipakai orang-orang tak bertanggung jawab untuk menyebarkan informasi hoax yang dapat menimbulkan perpecahan di masyarakat, untuk itu masyarakat diminta berhati-hati dalam menggunakan media sosial. Untuk mengantisipasi agar mahasiswa tidak mudah termakan isu hoax, telah ditanamkan jika informasi di dunia maya itu ada yang positif dan ada yang negatif. Mahasiswa perlu dibekali mengenai cara memfilter dengan pembekalan-pembekalan soft skill agar punya empati, kepedulian sosial dan cinta tanah air. Tujuannya membekali para mahasiswa supaya makin sadar akan pentingnya peran mereka di dalam melindungi bangsa dan negara.

Analisis Deskriptif Proses opini mahasiswa diukur menggunakan 5 item pernyataan. Berdasarkan perhitungan diperoleh data bahwa hasil perhitungan persentase total skor dari variabel Proses Opini Mahasiswa sebesar 77,0% berada di antara interval 60,01%-80,00%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Proses opini mahasiswa secara umum berada dalam kategori Tinggi. Proses pembentukan opini mahasiswa mengenai berita Hoax, ditimbulkan oleh adanya unsur-unsur: a) adanya masalah atau situasi yang bersifat kontroversial yang menimbulkan pro dan kontra, b) Adanya publik yang terpikat kepada masalah tersebut dan berusaha memberikan pendapatnya, dan c) Adanya kesempatan bertukar pikiran atau berdebat mengenai masalah yang kontroversial. Opini mahasiswa dapat dinyatakan secara aktif maupun pasif, lisan, dan baik secara terbuka dengan melalui ungkapan kata-kata yang dapat ditafsirkan dengan jelas, maupun melalui pilihan kata yang halus atau diungkapkan secara tidak langsung dan dapat diartikan secara konotatif atau persepsi (personal). Opini dapat dinyatakan melalui perilaku, sikap tindak, mimik muka atau bahasa tubuh atau berbentuk simbol-simbol tertulis (Ruslan, 2008:63). Jawaban-jawaban yang diberikan akan menunjukkan adanya tiga jenis penilaian, yaitu (Moore, 2005:59-60): 1) Positif, menyebabkan seseorang beraksi secara menyenangkan terhadap orang lain, suatu masalah, suatu kebijaksanaan, atau sebuah organisasi, 2) Pasif, orang tersebut tidak memiliki opini mengenai persoalan yang mempengaruhi kelompoknya, dan 3) Negatif, menyebabkan seseorang memberi opini yang tidak menyenangkan mengenai seseorang, suatu organisasi atau suatu persoalan. Proses opini mahasiswa terhadap berita hoax dapat dilihat dari aktivitasnya dalam memberikan komentar dan ikut serta dalam mengendalikan penyebaran berita hoax di media sosial Instagram.

Analisis Deskriptif Komponen opini mahasiswa diukur menggunakan 5 item pernyataan. Berdasarkan perhitungan diperoleh data bahwa hasil perhitungan persentase total skor dari variabel Komponen opini mahasiswa sebesar 71,2% berada di antara interval 60,01%-80,00%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

Komponen opini mahasiswa secara umum berada dalam kategori Tinggi. Faktor-faktor yang dapat membentuk opini mahasiswa yaitu mempunyai tiga komponen, yang dikenal dengan istilah ABCs of Attitude, Behavior dan Cognition (Sarwono, 2009: 201).

Komponen yang pertama: *Attitude* yaitu *affect* (perasaan atau emosi) mahasiswa, komponen ini berkaitan dengan mahasiswa yang merasa senang, suka, sayang, takut, benci, sedih, dan kebanggaan hingga muak atau bosan terhadap sesuatu, sebagai akibat setelah merasakannya atau timbul setelah melihat dan mendengarkannya. Kemudian komponen efektif tersebut merupakan evaluasi berdasarkan perasaan mahasiswa yang secara emotif (aspek emosional) untuk menghasilkan penilaian yang baik atau tidak baik.

Komponen selanjutnya yaitu *Behaviour* (tingkah laku) mahasiswa. Komponen ini lebih menampilkan tingkah laku atau perilaku mahasiswa, misalnya bereaksi untuk mengomentari, dan atau ikut menyebarkan berita hoax. Jadi merupakan komponen untuk menggerakkan seseorang secara aktif (*action element*) untuk melakukan “tindakan atau berperilaku” atas suatu reaksi yang sedang dihadapinya berkaitan dengan keberadaan berita hoax di media sosial Instagram.

Komponen yang terakhir yaitu *Cognition* (pengertian atau nalar) mahasiswa. Komponen kognisi ini berkaitan dengan penalaran mahasiswa untuk menilai sesuatu informasi, pesan fakta dan pengertian yang berkaitan dengan pendiriannya. Komponen ini menghasilkan penilaian atau pengertian dari mahasiswa berdasarkan rasio atau kemampuan penalarannya. Artinya kognitif tersebut merupakan aspek kemampuan intelektualitas seseorang yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan.

C. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah dilakukan maka peneliti mengambil simpulan sebagai berikut :

1. Pemahaman mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung tentang *Hoax* termasuk kategori tinggi. Mahasiswa sebagai kalangan terpelajar dituntut harus mengerti, mengetahui dan memahami tentang keberadaan berita *hoax*.
2. Kepedulian mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung tentang *Hoax* termasuk kategori tinggi. Mahasiswa perlu dibekali mengenai cara memfilter dengan pembekalan-pembekalan soft skill agar punya empati, kepedulian sosial dan cinta tanah air.
3. Proses terbentuknya opini mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung tentang *Hoax* termasuk kategori tinggi. Proses opini mahasiswa terhadap berita hoax dapat dilihat dari aktivitasnya dalam memberikan komentar dan ikut serta dalam mengendalikan penyebaran berita hoax di media sosial Instagram.
4. Komponen-komponen opini publik yang menjadi pertimbangan mahasiswa mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung tentang *Hoax* termasuk kategori tinggi. Pencegahan kuatnya arus informasi hoax dapat dilakukan dengan meningkatkan literasi masyarakat.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta :Prenada Media Group
- Boyatzis, McKee. 2005. *Definisi kepedulian*. Bandung: Lentera Cahaya
- _____ 1997. “Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek”. Bandung: PT

Remaja Rosdakarya.

- Djoenasih, Sunarjo. 1997. *Opini Publik*. Yogyakarta : Liberty Offset
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 12. New Jersey: PT Indeks
- Moore, H. Frazire. 2005. *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Olii, Helena. 2007. *Opini Publik*. Jakarta: PT Index
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi*, Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Sarwono, Sarlito W., dan Meinarno, Eko A. 2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- Sastroptero, Santoso. 1990. *Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak Dalam Komunikasi Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Yulianita, Neni. 2012. *Dasar-Dasar Public Relations*. Cet. 5. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas (P2U)
- Yulianita, Neni. 2016. *Etika Bicara Baik di Media Sosial*. Dalam Indonesia Bicara Baik; Bunga Rampai Komunikasi dan Humas. Bandung: Pelangi Mitra Sukses.
- Yulianita, Neni. 2017. *Pemahaman Dosen Universitas Islam Bandung Tentang Hoax di Media Sosial Whatsapp*. Dalam Prosiding SNaPP. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas (P2U)

Internet

<https://apjii.or.id/downfile/file/surveipenetrasiinternet2016.pdf>