

**EFEK INFORMASI *HOAX* “LINK BERHADIAH” DI MEDIA SOSIAL
WHATSAPP PADA MAHASISWA**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan Tahun 2017, Fisip
Unwira Kupang, NTT)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH :

YURNI S. HELLO
43117083

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2022**



Nama : Yurni Sitriani Hello

Nim : 43117083

No. Hp : 081339450887

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yurni Sitriani Hello
No. Registrasi : 43117083
Fakultas/Prodi : Fisip/Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis (skripsi) dengan judul:

EFEK INFORMASI HOAX “LINK BERHADIAH” DI MEDIA SOSIAL WHATSAPP PADA MAHASISWA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan Tahun 2017, Fisip Unwira Kupang, NTT) adalah benar-benar karya saya sendiri yang dibimbing oleh P. Dr. Eduardus Dosi, SVD, M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Mikhael R. Bataona, S.Sos, M.I.Kom selaku pembimbing II. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya penyimpangan, maka saya bersedia dituntut secara hukum.

Kupang, September 2022

Disahkan,

Pembimbing I



P. Dr. Eduardus Dosi, SVD, M.Si

Mahasiswa



Yurni Sitriani Hello



BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada Hari ini, **Kamis, 23 Juni 2022 Pukul 10.00 WITA** Telah diadakan Ujian Sarjana Program Skripsi, bagi mahasiswa :

Nama : Yumi S. Hello
No. Reg. : 431 17 083
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi :

EFEK INFORMASI HOAX “LINK BERHADIAH” DI MEDIA SOSIAL WHATSAPP TERHADAP MAHASISWA (Studi Kasus Pada Mahasiwa Ilmu Komunikasi Angkatan Tahun 2017, FISIP UNWIRA Kupang NTT)

Di hadapan Panitia Ujian Skripsi yang terdiri dari :

1. Ketua : P. Dr. Eduardus Dosi, SVD
2. Sekretaris : Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom
3. Penguji Materi I : Drs. Darus Antonius, M.Si
4. Penguji Materi II : Yoseph Andreas Gual, MA
5. Penguji Materi III : P. Dr. Eduardus Dosi, SVD
6. Pembimbing I : P. Dr. Eduardus Dosi, SVD
7. Pembimbing II : Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom

[Handwritten signatures of the panel members]

Hasil Ujian diperoleh sebagai berikut :

Nilai yang diperoleh dari Penguji I = 83
 Penguji II = 78
 Penguji III = 79,2
 Lulus dengan Nilai = 80 / A-

Belum Lulus dan diberikan kesempatan untuk ujian ulang pada :

HARI :, TANGGAL :, JAM :
Hasil Ujian Ulang =



Drs. Marjanus Kleden, M.Si

Kupang, 23 Juni 2022
Ketua Tim Penguji,

[Handwritten signature]
P. Dr. Eduardus Dosi, SVD

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**EFEK INFORMASI HOAX “LINK BERHADIAH” DI MEDIA SOSIAL *WHATSAPP*
TERHADAP MAHASISWA**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan Tahun 2017, Fisip Unwira

Kupang, NTT)

Diajukan Oleh :

Nama : Yurni S. Hello

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Nim : 431 17 083

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

(P. Dr. Eduardus Dosi, SVD, M.Si)

(Mikhael R. Bataona, S.Sos, M.I.Kom)

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Katolik Widya Mandira



(Drs. Marianus Kleden, M.Si)

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**EFEK INFORMASI HOAX “LINK BERHADIAH” DI MEDIA SOSIAL
WHATSAPP TERHADAP MAHASISWA**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan Tahun 2017, Fisip Unwira
Kupang, NTT)**

**UNIVERSITAS KATOLIK
WIDYAMANDIRA**

Diajukan Oleh :


Nama : Yurni S. Hello

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Nim : 431 17 083

Disetujui Oleh :

Penguji I


(Drs. Darus Antonius, M.Si)

Penguji II


(Yoseph Andreas Gual, MA)

MOTTO

**“TETAPI KAMU INI, KUATKANLAH HATIMU,
JANGAN LEMAH SEMANGATMU, KARENA ADA UPAH
BAGI USAHAMU!”**

2 Tawarikh 15:7 TB

PERSEMBAHAN

*Skripsi ini, saya persembahkan untuk kedua Orangtua
Ayahanda **Arnolus Hello** yang selalu mengajarkanku arti kesederhanaan
dan Ibunda **Agustina Hello-Mbuik** yang selalu menuntunku dengan doa.*

*Almamaterku tercinta
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Katolik Widya Mandira*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan tuntunan-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan tulisan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira. Judul yang penulis ajukan adalah Efek Informasi *Hoax* “Link Berhadiah” Di Media Sosial *Whatsapp* Terhadap Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan Tahun 2017, Fisip Unwira Kupang, NTT)

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa ada bantuan dari banyak pihak baik itu bantuan secara fisik maupun secara materi. Oleh karena itu penulis dengan senang hati mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang dengan caranya masing-masing telah membantu menyelesaikan tulisan skripsi ini.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih khusus yang berlimpah dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Rektor Universitas Katolik Widya Mandira
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik-UNWIRA
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNWIRA
4. Ibu Innosensia E.I. Ndiki Satu, S.Sos, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang selalu memberikan bimbingan, arahan dan masukan sesuai basik keilmuan yang dimiliki untuk penyempurnaan tulisan skripsi ini.
5. P. Dr. Eduardus Dosi, SVD, M.Si, selaku pembimbing I dan bapak Mikhael R. Bataona, S.Sos, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing II, yang di tengah kesibukannya juga telah meluangkan banyak waktu dan perhatian untuk membimbing dan mengarahkan penulis dengan cara yang sederhana melalui ide dan basik ilmu yang dimiliki untuk kesempurnaan tulisan skripsi ini
6. Bapak Drs. Darus Antonius, M.Si selaku penguji I, terima kasih atas kritikan dan saran yang menyadarkan penulis demi penyempurnaan karya tulis ini.

7. Bapak Yoseph Andreas Gual, MA, selaku penguji II yang sudah memberikan nasehat, saran dan masukan untuk menyempurnakan karya tulis ini.
8. Semua Bapak/Ibu dosen Ilmu Komunikasi FISIP-UNWIRA yang dengan caranya masing-masing telah membekali penulis dengan banyak ilmu khususnya di bidang ilmu komunikasi yang selama ini penulis dapat saat perkuliahan.
9. Semua sahabat Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 atas kebersamaan dan dukungannya bagi penulis.
10. Semua teman, kakak/adik, kenalan, serta keluarga yang pernah memberikan sumbangan, bantuan berupa ide, dukungan serta doa. Penulis ucapkan terima kasih yang berlimpah.
11. *Big thanks for my special support system, my boy and my everything Exl.*

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan penuh kerendahan hati dan tangan terbuka, mengharapkan serta menerima saran dan kritik dari pembaca.

Kupang, Juni 2022

Penulis

Yurni S. Hello

DAFTAR ISI

Motto & Persembahan.....	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Gambar	viii
Daftar Tabel.....	Viii
Abstrak	Viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	6
1.3.Tujuan Penelitian.....	6
1.4.Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1.Manfaat Teoritis	6
1.4.2.Manfaat Praktis.....	6
1.5.Kerangka Pikiran, Asumsi dan Hipotesis.....	7
1.5.1.Kerangka Pikiran.....	7
1.5.2.Asumsi.....	9
1.5.3.Hipotesis	9

BAB II LANDASAN KONSEPTUAL

2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Komunikasi	11
2.3. Efek Komunikasi.....	13
2.3.1. Efek Komunikasi Massa.	13

2.4. Media Sosial	15
2.4.1. Jenis-Jenis Media Sosial	17
2.4.2. Manfaat Media Sosial	18
2.4.3. <i>WhatsApp</i>	20
2.5. <i>Hoax</i>	21
2.5.1. Jenis-Jenis <i>Hoax</i>	23
2.5.2. <i>Hoax</i> Link Berhadiah	24
2.6. Teori S-O-R (<i>Stimulus-Organism-Response</i>).....	25
2.7. Konsep Covid-19.....	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis, Metode Penelitian dan Prosedur Penelitian.....	30
3.1.1. Jenis Metode Penelitian	30
3.1.2. Prosedur Penelitian	31
3.2. Lokasi Penelitian	32
3.3. Satuan Kajian, Informan Kunci dan Alasan Pemilihan Informan.....	33
3.3.1. Satuan Kajian	33
3.3.2. Informan Kunci.....	33
3.3.3. Alasan Pemilihan Informan.	33
3.4. Konstruk dan Indikator Penelitian.....	34
3.4.1. Definisi Konstruk.....	34
3.4.2. Indikator Penelitian.....	34
3.5. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	35
3.5.1. Sumber Data	35

3.5.2. Teknik Pengumpulan Data	36
3.6. Teknik Analisis Data	36
3.7. Teknik Interpretasi Data	37
3.8. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data.	38

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	40
4.1.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.	40
4.1.2. Visi dan Misi Unwira Kupang.	41
4.1.3. Struktur Organisasi Rektorat Unwira Kupang.	41
4.1.4. Fakultas & Jurusan Dalam Unwira Kupang.	42
4.2. Telaah Informan.	43
4.3. Efek Informasi <i>Hoax</i> “Link Berhadiah” Di Media Sosial <i>Whatsapp</i> Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2017, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang	44
4.3.1. Hasil Wawancara	44

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

5.1. Analisis Data	50
5.2. Interpretasi Data	54
5.2.1. Efek Kognitif	54
5.2.2. Efek Afektif	55
5.2.3. Behavioral	56
5.2.4. Konsep Covid-19 Berkaitan Dengan Efek Pesan <i>Hoax</i> Link Berhadiah Terhadap Mahasiswa.	56
5.3. Hubungan Teori Dengan Hasil Penelitian	57

BAB IV PENUTUP

6.1. Kesimpulan	59
6.2. Saran	60
Daftar Pustaka	61
Daftar Gambar	
Gambar 1.1. Pesan <i>Hoax Link</i> Berhadiah di Media Sosial Whatsapp	3
Daftar Tabel	
Tabel 4.1. Fakultas dan Program Studi Unwira Kupang	42
Tabel 4.2. Rincian Informan Penelitian	43
Tabel 5.1. Analisis Data Penelitian.	51

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul : Efek Informasi *Hoax* “Link Berhadiah” Di Media Sosial *Whatsapp* Pada Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan Tahun 2017, Fisip Unwira Kupang, NTT). Mahasiswa merupakan salah satu golongan yang mendapat terpaan *hoax* link berhadiah tersebut. Secara sederhana, mahasiswa diartikan sebagai orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut, politeknik, atau akademi. Sebagai generasi milenial yang kehidupannya berdampingan dengan *gadget*, *smartphone* dan media sosial, kalangan mahasiswa dapat terkena efek atau dampak dari informasi *hoax* link berhadiah di media sosial *Whatsapp*. Untuk mengetahui efek informasi *hoax* melalui media sosial terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi Unwira, maka rumusan masalahnya adalah Bagaimana efek Informasi *Hoax* “Link Berhadiah” di Media Sosial *Whatsapp* Pada mahasiswa?. Selanjutnya kerangka pemikiran yang dibuat yakni Perilaku manusia terhadap suatu pesan dapat dianalisis melalui teori Teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Responses*). Teori S-O-R menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi yang berasumsi bahwa kata-kata verbal, nonverbal maupun simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Teori S-O-R juga menjelaskan bahwa terdapat 3 unsur penting untuk menganalisis perilaku manusia yaitu pesan (*stimulus*), Komunikan (*Oorganism*), Efek (*responses*).

Landasan konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Terdahulu, Konsep Komunikasi, Konsep Efek Komunikasi dan konsep Media Sosial. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dan observasi serta studi. Satuan kajiannya adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univeritas Katolik Widya Mandira Kupang Tahun Angkatan 2017 yang mendapatkan pesan *hoax* link berhadiah melalui media sosial *whatsapp*.

Hasil penelitian ditemukan, bahwa pesan *hoax* melalui media sosial *whatsapp* sejatinya memiliki efek terhadap mahasiswa. Dalam penelitian ini hasil wawancara dianalisis menggunakan konsep Teori S-O-R atau Stimulus, Organism dan Responses yang lebih jauh dikaitkan dengan 3 efek komunikasi yaitu efek kognitif, efek afektif dan efek behavioural. Efek kognitif yang dihasilkan dari pesan *hoax* media sosial *whatsapp* ialah minimnya edukasi terkait informasi benar dan *hoax* dapat mempengaruhi keputusan yang mereka ambil tanpa melakukan *crosscheck* atau pengecekan kembali sebelum mengikutinya dan selanjutnya setelah menelusuri informasi tersebut barulah mereka mengetahui kebenaran informasinya. Selanjutnya efek efektif yang dirasakan yaitu perasaan senang di awal mendapatkan pesan dan perasaan kecewa setelah mengetahui bahwa pesan tersebut merupakan pesan *hoax*. Efek behavioral efek yang terjadi akibat pesan *hoax* link berhadiah yaitu perubahan perilaku mahasiswa yang kurang edukatif karena terpapar *hoax* menjadi pelajaran bahwa edukasi tentang *hoax* sangat penting dalam penggunaan media sosial

Demikian dapat disimpulkan bahwa informasi atau pesan *hoax* yang disebarakan melalui media sosial dapat menimbulkan efek terhadap penerimanya dalam hal ini mahasiswa. Efek yang dirasakan antara lain yaitu efek kognitif yang berkaitan dengan pengetahuan mahasiswa, efek afektif berkaitan dengan perasaan senang dan kecewa yang dirasakan mahasiswa dan efek behavioral yang mempengaruhi perilaku edukatif komunikasi tentang bahaya *hoax* media sosial.

Kata Kunci: *Hoax*, Media Sosial, *Whatsapp*, Link Berhadiah, Efek Media Sosial, Teori S-O-R