

**DAMPAK MEDIA SOSIAL DALAM PENYEBARAN
INFORMASI POSITIF DAN NEGATIF
DI KECAMATAN TEUNOM, KABUPATEN ACEH JAYA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh

RUSLAN

NIM. 411307063

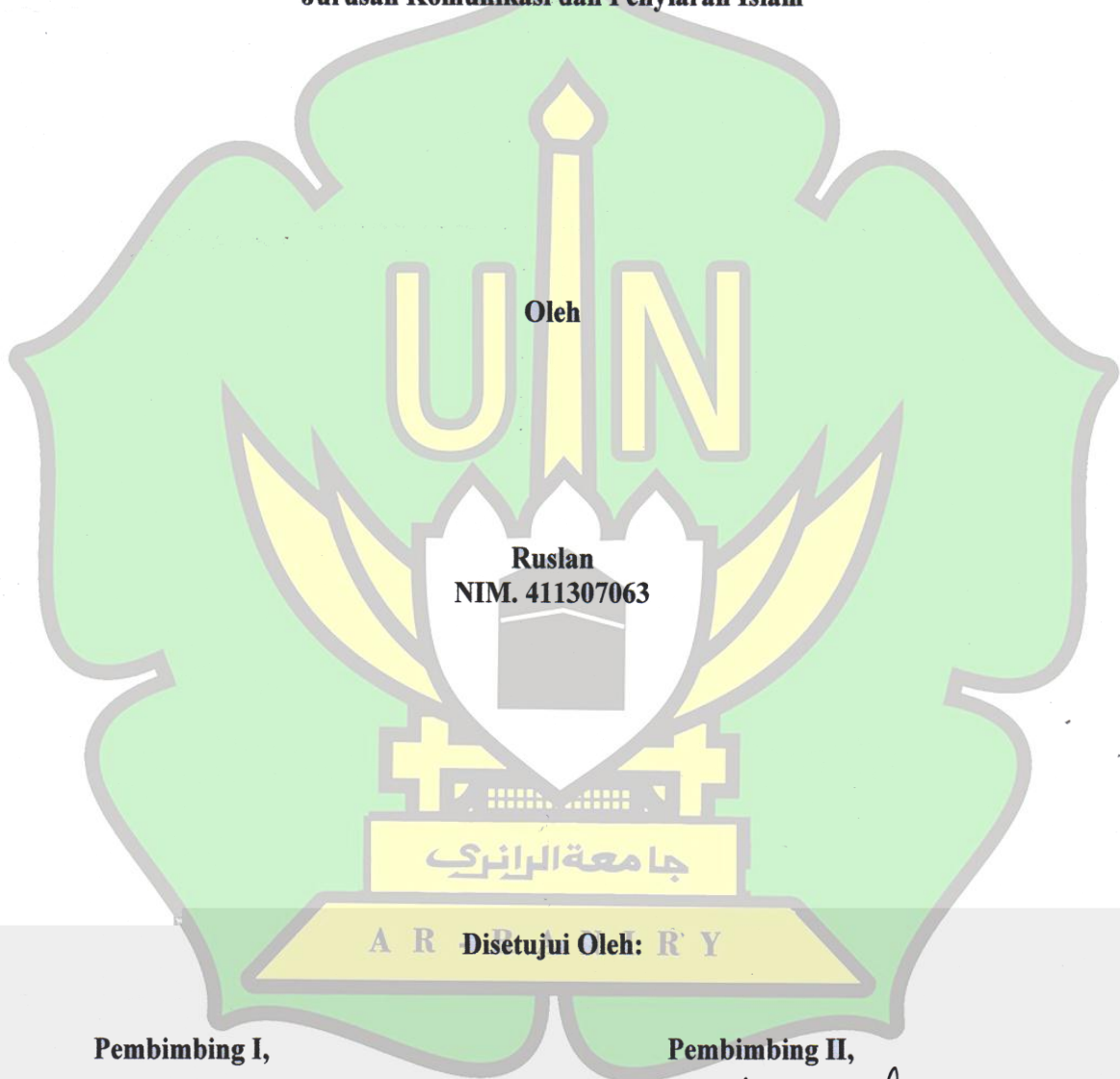
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
1440 H / 2019 M**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



Pembimbing I,

Drs. Baharuddin AR, M. Si
NIP. 196512311993031035

Pembimbing II,

Asmaunizar S, Ag, M.Ag
NIP. 19740909200710 2 001

SKRIPSI

Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Diajukan Oleh

RUSLAN
NIM. 411307063

Pada Hari/Tanggal

Selasa 29 Januari 2019 M
14 Jumadil Awwal 1440 H

Di
Darussalam-Banda Aceh

Panitia Sidang Munaqasyah

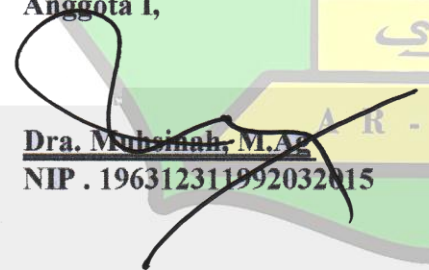
Ketua,


Drs. Baharuddin AR, M.Si
NIP. 196512311993031035

Sekretaris,


Amaunizar, S.Ag., M. Ag
NIP. 197409092007102001

Anggota I,


Dra. Muhsinah, M.Ag
NIP . 196312311992032015

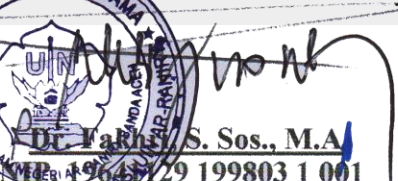
Anggota II,


Syahril Furqany, M.I.Kom
NIP. 198904282019031011

Mengetahui,

 Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry




Dr. Fakhri, S. Sos., M.A
NIP. 19640429 199803 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Ruslan

NIM : 411307063

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 17 Desember 2018

Yang Menyatakan,



Ruslan

NIM: 411307063

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur penulis sampaikan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan kasih sayang dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun karya ilmiah ini. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta para keluarga dan sahabatnya sekalian yang telah membekali umatnya dengan pengetahuan dan pendidikan yang sempurna.

Dengan izin Allah SWT, berkat bantuan dari semua pihak, penulis telah dapat menyelesaikan skripsi ini, Guna memenuhi beban studi untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul *“Dampak Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Positif-Negatif Di Kecamatan Teunom, Kabupaten Aceh Jaya.”*

Dengan selesainya skripsi ini, penulis turut menyampaikan ribuan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Yang teristimewa, untuk kedua orang tua Penulis, Ayah Yusri K. Ali Basyah dan Ibu tercinta Faizal Yunus yang telah membesarkan ananda dengan penuh kasih sayang, juga yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan dukungannya sehingga ananda mampu menyelesaikan pendidikan hingga sampai jenjang sarjana. Begitu juga kepada adik-adik penulis Samsidar, Rafasah dan Rahmat Ahlul Dainuri yang tiada henti terus menyemangati. Selain itu juga kepada keluarga

besar dan sanak saudara yang ikut mendoakan untuk kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.

2. Prof.Dr. H. Warul Walidin AK. MA. Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menuntut ilmu atau belajar di UIN Ar-Raniry.
3. Dr. Fakhri S.Sos, MA. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Drs. Yusri M.LIS selaku Wakil dekan I Zanuddi T. M.Si. selaku Wakil dekan II, dan Dr. T Lembong Misbah, MA selaku Wakil Dekan III.
4. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Bapak Dr. Hendra Syahputra, ST.,MM
5. Pembimbing 1 Bapak Baharuddin AR, M.Si Yang telah meluangkan waktu serta sabar dalam memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis. Pembimbing 2 Ibu Asmaunizar S.Ag, M.Ag Sebagai pembimbing yang selalu setia, yang memberikan semangat dan motivasinya serta ide-ide arahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Jasafat, M.A. selaku penasihat Akademik (PA) yang telah banyak memberikan kontribusi dan semangat bagi penulis.
7. Fajri Chairawati, S.Pd,I,M.A. (Penguji Komprehensif Pengetahuan Agama). Bapak Dr. Hendra Syahputra, ST.,MM (Penguji Komprehensif Pengetahuan Umum). Bapak Drs. Yusri M.LIS.Si (Penguji Komprehensif Dasar Keahlian dan Kejurusan).

8. Para dosen dan asisten dosen, serta karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
9. Sahabat-sahabat penulis, Syukrizal S.Sos, Kharisma S. Sos, M. Ridha Sulaiman S.Sos, Khalidin Hasyim S.Sos, Alfurqan, Abdul Jabar S.Sos, Nurfadli, Saddam S.Sos, Mirwan, Mursaha S.Sos, Danil, Ishlahul Umam, Edi, Nainunis S.Sos, Firdaus S.I,Kom, Maryudi, Humaira Affaza S.Sos, Hanifah Murzan S. Sos, Nova Andriani S.Sos, Asriah, Yuni Heffi S.Sos, Mawaddah S.Sos, Dara S.Sos Dan yang istimewa kawan-kawan unit 3 serta kelompok Kpm Pasi Tulak Bala Kec. Teunom Aceh Jaya, serta Kawan-kawan kece geng Bescem dan apartemen.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang terlibat membantu dalam penulisan skripsi ini. penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya, semoga Allah yang maha sayang akan membalas semua kebaikan keluarga dan sahabat-sahabatku tercinta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk masukan berupa kritikan dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan kepada semua pihak.

Banda Aceh, 27 Januari 2019

Penulis,

Ruslan

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv

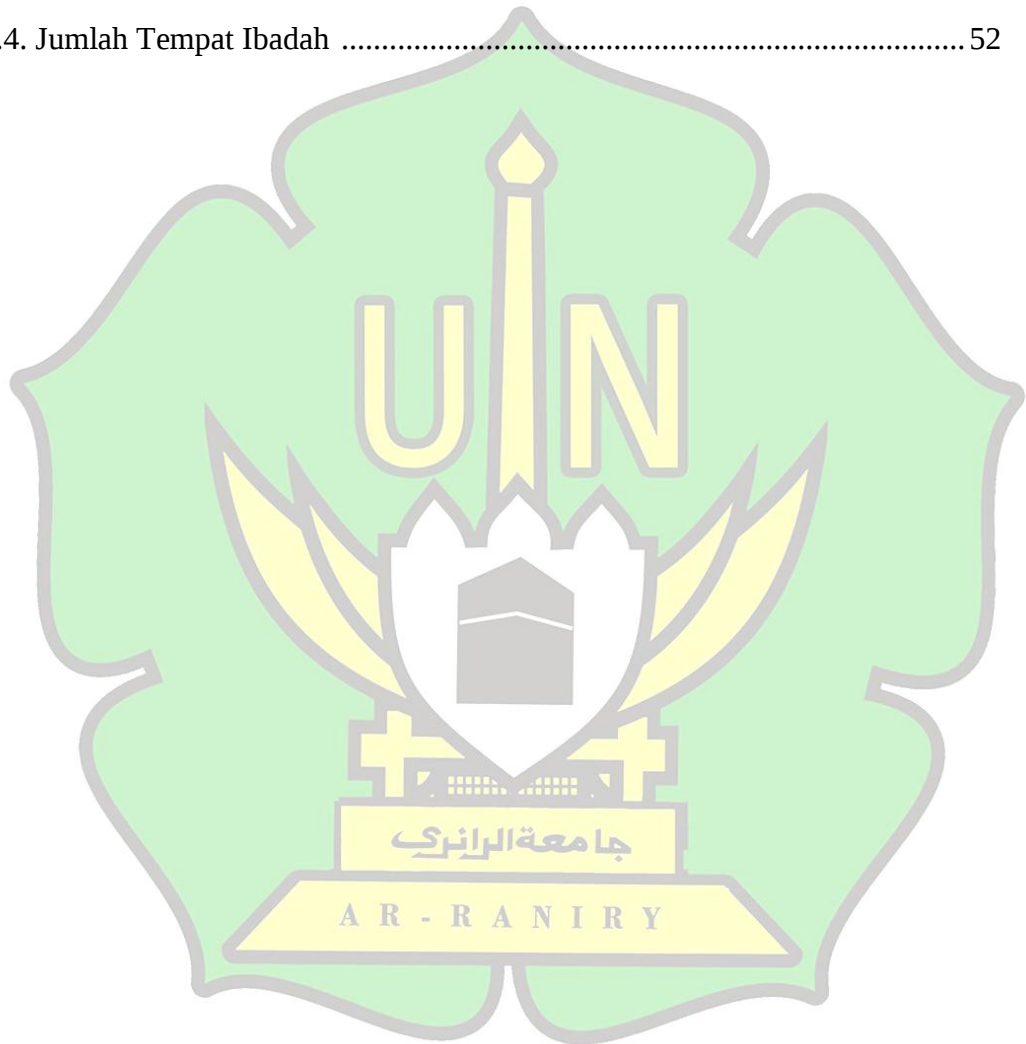
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Operasional Variabel.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Media Sosial.....	14
1. Pengertian Media Sosial	14
2. Sejarah Media Sosial.....	16
3. Dampak Media Sosial.....	17
4. Karakteristik Media Sosial.....	21
5. Jenis-Jenis Media Sosial	23
C. Informasi	31
1. Pengertian Informasi.....	31
2. Karakteristik Informasi.....	32
3. Tujuan Informasi	34
4. Proses Penyebaran Informasi.....	35
D. Ayat-ayat tentang penyebaran informasi	
E. Teori Yang Digunakan (Teori Aida).....	35
BAB III METODELOGI PENELITIAN	39
A. Pendekatan Yang Digunakan.....	39
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	40
C. Teknik Pengumpulan Data.....	41
D. Teknik Pengolahan Data	43
E. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	45
B. Hasil Penelitian	51
1. Penyebaran informasi positif dan negatif pada masyarakat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya	51

2. Dampak media sosial terhadap masyarakat dalam penyebaran informasi positif dan negatif di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya	56
C. Pembahasan Dan Analisis Data	60
1. Pembahasan	60
2. Analisis Dengan Teori Yang Digunakan (Teori AIDDA)	61
BAB V PENUTUP	63
A. KESIMPULAN	63
B. SARAN	64
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

4.1. Jumlah Penduduk	48
5.2. Mata Pencaharian Penduduk	50
5.3. Jumlah Tempat Pendidikan	51
5.4. Jumlah Tempat Ibadah	52



ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Dampak Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Positif Dan Negatif Di Kecamatan Teunom, Kabupaten Aceh Jaya. adapun yang menjadi latar belakang masalah Penyebaran informasi terkadang sudah menyimpang dengan ketentuan hukum dan adat bahkan melanggar aturan agama. Misalnya anak muda memposting foto bergan dengan tangan dengan pasangan yang bukan mahramnya, selain itu ada pula sikap sebagian anak muda menyebarkan informasi yang alai seperti foto-foto narsis yang kadang-kadang sifatnya ria ingin menunjukkan kelebihan yang ia miliki, atau mempublis kebaikan yang ia lakukan, misalnya memposting pakaian atau kendaraan yang mewah, selfi di tempat pengajian atau tempat dakwah dan lain sebagainya. Penelitian ini bertujuan (1). Untuk mengetahui dampak media sosial terhadap masyarakat di Kecamatan Teunom, Kabupaten Aceh Jaya (2). Untuk mengetahui dampak positif-negatif penyebaran informasi melalui media sosial pada masyarakat di Kecamatan Teunom, Kabupaten Aceh Jaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun hasil penelitian ini adalah (1). Masyarakat Kecamatan Teunom, Kabupaten Aceh Jaya, masih menyebarkan informasi baik positif maupun negatif melalui media sosial *whatsapp*, *instagram* dan *facebook*, namun sebagian besar masyarakat Teunom masih menyebarkan informasi yang positif melalui media sosial, hal ini di karenakan masyarakat ingin menjaga *image*. (2). Dampak media sosial pada masyarakat dalam penyebaran informasi positif-negatif di Kecamatan Teunom, Kabupaten Aceh Jaya, berupa adanya informasi dari sebahagian dari masyarakat yang besifat positif dan negatif. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi yang disebarkan sangat tergantung pada informasi yang didapatkan. Karena masyarakat Teunom merepresentasikan apa yang didapatkan dari media sosial, jika informasi yang didapatkan baik, maka akan baik pula yang disebarkan begitu juga sebaliknya.

Kata Kunci : Dampak, Media Sosial, Informasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman yang diikuti oleh perkembangan teknologi, menyebabkan manusia hidup serba instant termasuk dalam urusan komunikasi. Di abad modern ini manusia dapat berkomunikasi kapan saja, dengan siapa saja serta dibelahan bumi mana saja. Dengan adanya teknologi media massa dan media sosial dapat memangkas ruang dan waktu dalam urusan komunikasi. Saat ini media sosial menjadi sarana masyarakat untuk menyebarkan informasi satu dengan yang lainnya, media massa yang seharusnya menjadi raja penyebar informasi kini mulai terkikis oleh media sosial secara lambat laun.

Pada awal mulanya, media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi yang berbasis *internet* dan memungkinkan untuk saling menukar informasi diantara sesama anggota kelompok. Perkembangan media sosial juga menambah informasi dan interaksi antar anggota masyarakat yang menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi. Media sosial sudah ada sejak puluhan tahun yang lalu dan terus berkembang dan mengalami perubahan.

Sementara itu, Informasi adalah suatu rekaman fenomena yang diamati, atau bisa juga berupa putusan-putusan yang di buat. Tidak mudah untuk mendefinisikan konsep informasi karena istilah satu ini mempunyai bermacam aspek, ciri, dan manfaat yang satu dengan lainnya terkadang sangat berbeda. Informasi bisa jadi hanya berupa kesan pikiran seseorang atau mungkin juga

berupa data yang tersusun rapi dan telah terolah. Informasi disampaikan oleh seseorang kepada orang lain melalui suatu media, salah satunya media sosial.¹

Penyebaran suatu informasi akan berdampak atau berpengaruh, apalagi jenis informasi yang disampaikan menyangkut isu yang sangat sensitif dikalangan publik, seperti isu penodaan agama, isu kejahatan atau penipuan, isu politik dan pemerintahan yang menyebabkan masyarakat sangat cepat merespon dan memberikan opini terhadap suatu isu tersebut yang sedang berkembang. Misalnya isu Pemerintah Aceh menerbitkan Peraturan Gubernur (*Pergub*) mengenai hukuman cambuk di dalam lapas (*penjara*), isu ini sangat cepat mendapat respon dari masyarakat, pro dan kontra juga muncul membentuk suatu opini masyarakat. Masyarakat juga ikut menyebarkan informasi melalui media sosial, namun informasi yang disampaikan tersebut dalam bentuk emosi sehingga pesan atau informasi yang disampaikan berbau sara dan provokasi.

Penyebaran informasi melalui media sosial sebenarnya boleh saja akan tetapi informasi tersebut tidak ada jaminan akan kebenarannya serta tidak yang bertanggung jawab atas informasi tersebut. Media sosial saat ini yang paling sering digunakan dikalangan masyarakat diantaranya *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, *Twitter*, dan lain sebagainya.

Hal tersebut, tentu saja dampak dari informasi yang berkembang dan disebarkan melalui media sosial. Dampak media sosial bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavior*). Pada tingkat pengetahuan dampak bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi

1 Hadi Sutopo, *Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pendidikan*. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2012), Hal. 98

dan perubahan pendapat. Adapun yang dimaksud dengan perubahan sikap, ialah adanya perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisir dalam bentuk prinsip, sebagai bentuk evaluasi yang dilakukannya terhadap suatu obyek baik yang terdapat di dalam maupun di luar dirinya. Dalam banyak hal, terutama yang berkaitan dengan kepercayaan atau ideologi, orang bisa berubah sikap karena melihat bahwa apa yang tadinya dipercaya tidak benar. Karena itu dia berubah sikap untuk dengan kepercayaan lain.²

Manusia selalu ingin tau apa yang terjadi disekitarnya, rasa keingin tau tersebut menyebabkan manusia selalu dalam keadaan berkomunikasi. Dari garis besarnya dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan dapat berhasil baik apabila sekiranya timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak si pengirim dan sipenerima informasi dapat memahami.³

Komunikasi selalu berorientasi pada pesan, karena komunikasi merupakan tranformasi informasi dari suatu pihak kepihak yang lain yang akan menimbulkan respon dari sipenerima. Respon yang timbul sangat tergantung dari tipe pesan yang disampaikan, jika pesan tersebut bersifat positif maka respon yang muncul akan bersifat positif begitu sebaliknya jika pesan tersebut bersifat negatif maka respon yang muncul akan bersifat negatif pula.

Media sosial bisa menjadi media untuk menyebarkan informasi yang bersifat positif seperti informasi mengajak kepedulian sosial, sosialisasi

² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta, PT: Rajagrafindo, 1998). Hal. 163

³ H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2008), Hal.8

keagamaan dan kebangsaan serta banyak informasi yang baik lainnya. Namun dibalik semua itu tentu tidak ada yang dapat membendung media sosial juga menyampaikan informasi yang bersifat negatif seperti, informasi hoaks, ujaran kebencian, pencemaran nama baik serta informasi yang menyesatkan serta dapat merusak tatanan kehidupan masyarakat.

Dari penjelasan di atas dapat kita pahami bahwa perubahan sikap seseorang di sebabkan adanya informasi yang baru diterima oleh masyarakat tertentu dan mendukung informasi tersebut. Media sosial tentu bukan saja media ekstrem karena masih banyak masyarakat yang menyebarkan informasi yang baik atau yang positif. Bahkan media sosial bisa mengalahkan media massa salah satu fenomena adalah ketika aksi 212 di Jakarta, informasi yang menggerakkan masyarakat di sampaikan oleh media sosial, pada saat yang bersamaan media massa sedang mengekang aksi tersebut.

Kekuatan media sosial dapat kita lihat juga sebagai penggerak sosial sebagaimana juga terjadi di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya, masyarakat berkomunikasi dan menyampaikan informasi melalui media sosial, media sosial tentu bukan hal yang asing bagi masyarakat disana. Bahkan masyarakat lebih banyak mendapatkan informasi melalui media sosial ketimbang media massa, hal ini terlihat pada sebagian besar masyarakat tidak memiliki media massa memadai, kalau ada sifatnya terbatas misalnya Koran yang hanya ada di warung kopi, kantor pemerintahan dan lain sebagainya.

Media sosial di Kecamatan Teunom, belum begitu merata ada sebagian desa belum mendapatkan akses jaringan *internet*, media sosial dapat di akses bila

ada jaringan *internet*. Dalam amatan Penulis sebagai anggota masyarakat Kecamatan Teunom bahwa jaringan *internet* baru di bangun beberapa tahun yang lalu, sejak saat itu lah sebahagian besar masyarakat Teunom menggunakan media sosial. Dampak media sosial semakin hari semakin terasa, dampaknya dapat berupa berkurangnya interaksi secara langsung antar masyarakat. Selain itu media sosial juga memisahkan yang dekat, artinya ada anak muda ketika sedang berkumpul mereka tidak lagi berinteraksi tapi masing-masing diantara mereka lalai dengan media sosialnya.

Media sosial juga berdampak positif bagi masyarakat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya salah satu dampak positifnya adalah dapat berkomunikasi secara jarak jauh untuk bersilahturrahi, begitu juga dengan pengusaha dapat mempromosikan usahanya lewat media sosial, serta pemangku kebijakan dapat menjelaskan dan menyebarkan informasi secara terbuka kepada masyarakat.

Adanya media sosial pada masyarakat Teunom menyebabkan informasi mengalir begitu deras, dan berdampak pada tatanan sosial kehidupan masyarakat. Sikap gotong royong dan kerja sama terasa mulai berkurang, sebagian masyarakat lebih aktif dengan dunia maya ketimbang dengan kehidupan nyata. Penyebaran informasi terkadang sudah menyimpang dengan ketentuan hukum dan adat bahkan melanggar aturan agama. Misalnya anak muda memposting foto bergan dengan tangan dengan pasangan yang bukan mahramnya, selain itu ada pula sikap sebagian anak muda menyebarkan informasi yang alai seperti foto-foto narsis yang kadang-kadang sifatnya ria ingin menunjukkan kelebihan yang ia miliki, atau mempublis kebaikan yang ia lakukan, misalnya memposting pakaian atau

kendaraan yang mewah, selfi di tempat pengajian atau tempat dakwah dan lain sebagainya.

Dari fenomena latar belakang di atas Penulis sangat tertarik untuk mengkaji fenomena sosial kaitannya dengan media sosial di Kecamatan Teunom dengan judul *“Dampak Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Positif-Negatif Di Kecamatan Teunom, Kabupaten Aceh Jaya.”*

Bagaimana informasi yang berkembang di tengah masyarakat melalui media sosial serta bagaimana dampak tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana penyebaran informasi positif dan negatif pada masyarakat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya.?
2. Bagaimana dampak media sosial terhadap masyarakat dalam penyebaran informasi positif dan negatif di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya.?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dan dalam rangka penelitian ini, maka terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai, diantaranya:

1. Untuk mengetahui dampak media sosial terhadap masyarakat di Kecamatan Teunom, Kabupaten Aceh Jaya.!

2. Untuk mengetahui dampak positif-negatif penyebaran informasi melalui media sosial pada masyarakat di Kecamatan Teunom, Kabupaten Aceh Jaya.!

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat secara teoritis, praktis, dan sosial

1. Secara teoritis, bermanfaat bagi pengembangan khazanah ilmu pengetahuan di bidang pembelajaran, terutama bagi masyarakat agar bijak dalam menyebarkan informasi media sosial
2. Secara praktis, penelitian ini berguna bagi pengambil kebijakan dalam mengelola dan menyebarkan informasi melalui media sosial untuk masyarakat Teunom Kabupaten Aceh Jaya.
3. Secara sosial penelitian ini bermanfaat untuk masyarakat dalam upaya untuk memahami dampak media sosial yang berkembang secara terbuka saat ini dimasyarakat.

E. Operasioanal Variabel

Memperjelas arah dan maksud dari penelitian ini, maka penulis perlu menjelaskan beberapa istilah yang tercakup dalam judul skripsi ini, di antaranya:

1. Dampak

Dampak bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavior*). Pada tingkat pengetahuan dampak bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat. Adapun yang dimaksud dengan perubahan sikap, ialah adanya perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisir dalam bentuk prinsip, sebagai bentuk evaluasi yang

dilakukannya terhadap suatu obyek baik yang terdapat di dalam maupun di luar dirinya. Dalam banyak hal, terutama yang berkaitan dengan kepercayaan atau ideologi, orang bisa berubah sikap karena melihat bahwa apa yang tadinya dipercaya tidak benar. Karena itu dia berubah sikap untuk dengan kepercayaan lain.⁴

Menurut Badudu Zain, ‘dampak’ adalah : “Daya menyebabkan sesuatu terjadi, dalam arti sesuatu yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang alin dengan kata lain pengaruh merupakan penyebab sesuatu terjadi atau dapat mengubah sesuatu hal ke dalam bentuk yang kita inginkan.”⁵ M. Ali dalam kamus lengkap bahasa indonesia Modern mengatakan bahwa kata “dampak” di bentuk dari kata dasar “hubung” di tambah dengan akhiran “an” artinya sauatu yang memiliki dampak, dampak bagi sesuatu yang lain.⁶

Adapun dampak dalam kajian ini yang penulis maksudkan adalah sesuatu yang menyebabkan masyarakat melakukan kebiasaan yang lain yang disebabkan oleh sesuatu dalam hal ini adalah media sosial. Dampak Penelitian ini peneliti ingin melihat dan mengkaji lebih dalam terhadap dampak media sosial terhadap masyarakat dalam penyebaran informasi Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya yang sekarang ini menikmati media sosial sebagai sarana komunikasi di zaman globalisasi ini. Dampak media sosial terhadap penyampaian informasi

⁴ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* ,(Jakarta, PT: Rajagrafindo, 1998). Hal. 163

⁵ Badudu Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan,1996,) Hal. 1031

⁶ M. Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, (Jakarta : Pustaka Amani, 2001), Hal. 125

yang berdampak positif dan negatif terhadap masyarakat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya.

2. Media sosial

Media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara *Online* di dunia maya (*Internet*). Para pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi berinteraksi dengan saling kirim pesan, saling berbagi (*sharing*) dan membangun jaringan (*networking*).⁷

Menurut wikipedia media sosial adalah sebuah media *online* dengan para penggunanya (*user*) bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi *blog*, jaringan *wiki*, forum, dan dunia *virtual*. *Blog*, jaringan sosial dan *wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Harlein mendefinisikan media sebagai “sebuah kelompok aplikasi yang berbasis *internet* yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi *web 2.0*, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.”

Jaringan sosial merupakan situs dimana setiap orang membuat *web page* pribadi kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jaringan terbesar antara lain *Facebook*, *Myspace*, *WhatsApp*, *BBM*, *Youtube*, *Line*, *Instagram*, dan *Twitter*. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan *internet*. Media sosial mengajak siapa yang tertarik untuk berpartisipasi dengan

⁷Agus lianto, skripsi *Pengaruh Sosial Media Terhadap Ahklak Remaja (Studi Kasus di Kec. Kluet Timur Kab. Aceh Selatan)*. Tahun 2017, Hal. 21

memberikan kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Seperti dalam tulisan Vivian Sobchack, seorang pengarang Amerika berbunyi : “Tv, Kaset video, pemutar/rekaman *video tape*, *video games* dan *personal computer (PC)* semuanya membentuk sebuah sistem elektronik yang menyeluruh yang berbagai macam bentuk “*interface*”nya merupakan sebuah dunia alternatif dan absolut yang secara unik memasukkan penonton atau penggunaan sebuah ruang yang tidak terpusat bersifat sementara dan wujud nya semu. Saat teknologi dan *mobilephone* semakin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan besar. Kini untuk mengakses *Facebook*, *MySpace*, *WhatsApp*, *BBM*, *YouTube*, *Line*, *Instagram* dan *Twitter*. Misalnya bisa dilakukan di mana dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *Mobilephone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak mulai tampak menggantikan peran media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah alat komunikasi yang berupa obrolan *chat* untuk berinteraksi dengan orang lain, bekerja sama, berbagi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Besarnya perkembangan sosial media kini dikarenakan semua orang bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti Televisi, Radio atau Koran dibutuhkan media yang besar dan tenaga kerja yang banyak. Maka lain hal nya dengan media sosial. Seseorang pengguna media sosial bisa

mengakses menggunakan sosial media dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun tanpa biaya besar, mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan, memodifikasi baik Tulisan Gambar, Video, Grafis dan berbagai model *content* lainnya.

Adapun media sosial yang penulis maksudkan dalam penelitian ini adalah media yang digunakan oleh masyarakat Kecamatan Teunom dalam berinteraksi dan berbagi informasi sesama pengguna media sosial, media sosial tersebut dapat berupa *facebook, whatsapp, instagram, twitter* dan lain sebagainya.

3. Informasi

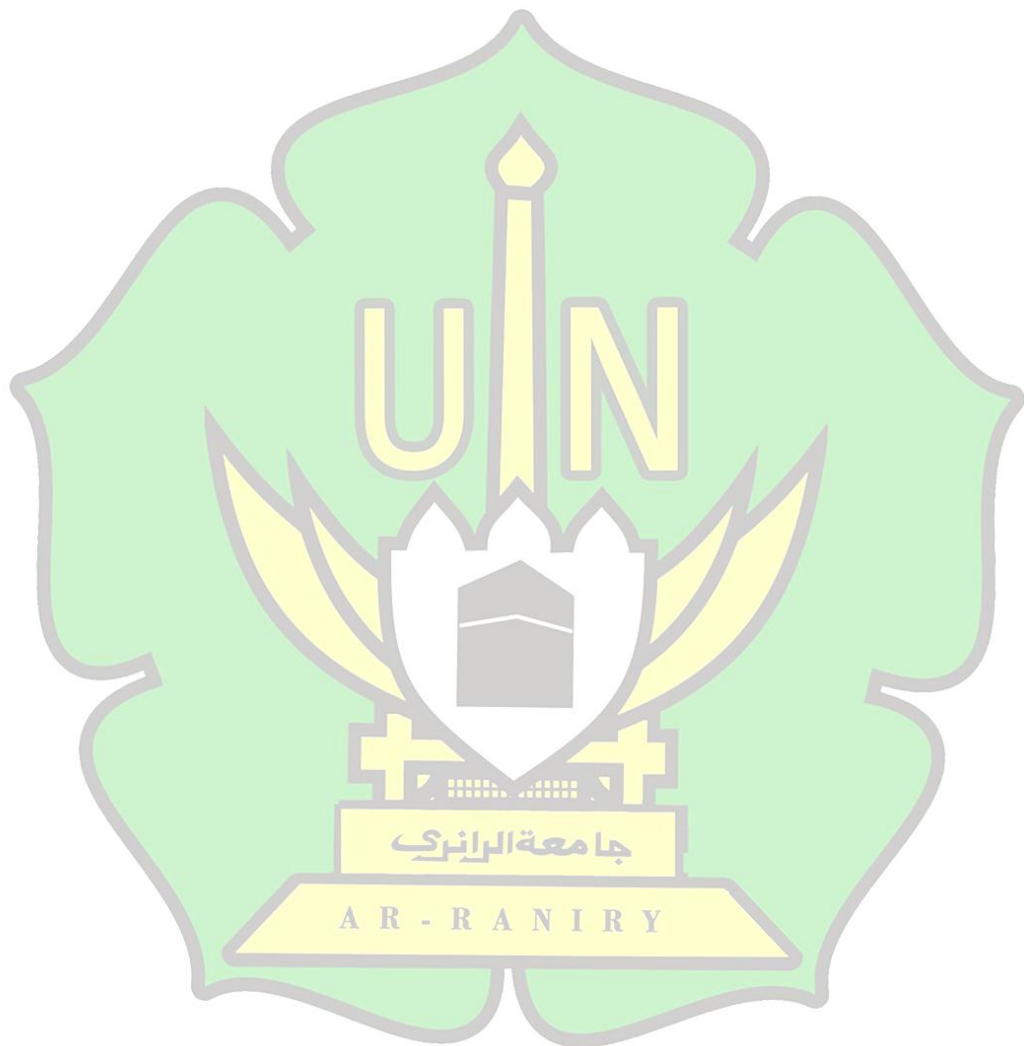
Informasi adalah suatu rekaman fenomena yang di amati, atau bisa juga berupa putusan-putusan yang di buat. Tidak mudah untuk mendefinisikan konsep informasi karena istilah satu ini mempunyai bermacam aspek, ciri, dan manfaat yang satu dengan lainnya terkadang sangat berbeda. Informasi bisa jadi hanya berupa kesan pikiran seseorang atau mungkin juga berupa data yang tersusun rapi dan telah terolah.

Informasi disampaikan oleh seseorang kepada orang lain melalui suatu media, salah satunya media sosial.⁸

Di media sosial, Informasi menjadi komoditas yang di konsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring.

⁸ Hadi Sutopo, *Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pendidikan*. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2012), Hal. 98

Adapun informasi yang Penulis maksud adalah suatu pesan, berita, kejadian, fenomena, yang terjadi di tengah masyarakat baik yang bernilai positif atau negatif disebarkan oleh masyarakat melalui media sosial. Informasi tersebut direkam langsung oleh masyarakat atau dibagikan kembali dari media sosial.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aguslianto Mahasiswa Ushuluddin Jurusan Akidah dan Filsafat, dengan judul penelitian “*Pengaruh Media Sosial Terhadap Akhlak Remaja (Studi Kasus Di Kec. Kluet Timur Kab. Aceh Selatan)*”. Media sosial merupakan salah satu fenomena yang muncul seiring dengan berkembangnya teknologi dan inovasi *Internet* selain sebagai media baru dalam berinteraksi dan bersosialisasi, media sosial juga memiliki pengaruh yang luar biasa terhadap berbagai aspek, seperti Jurnalisme, *Public relations*, dan pemasaran. Masa remaja merupakan masa yang menunjukkan dengan jelas sifat transisi dan peralihan, karena masa remaja belum memperoleh status dewasa dan tidak lagi memiliki status anak-anak.

Masa remaja merupakan masa transisi sebab pada saat itu seseorang telah meninggalkan masa kanak-kanak namun ia belum memasuki masa dewasa. Akibatnya mereka sedikit demi sedikit meninggalkan sopan santun yang menimbulkan sifat tercela, contoh pada saat tamu datang kerumah mereka lalu ketika orang tua meminta bantuan pada anaknya untuk membuat minuman, anak tersebut mengatakan “ahh, lah” untuk menyatakan keengganannya membuat minuman, karna dia sangat lalai dengan *smartphonenya* dan malas untuk meninggalkannya adanya masalah ini sudah termasuk kepada rendahnya adab dan sopan santun dalam berakhlak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa merupakan media Sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara *online* di dunia maya (*Internet*) dan membangun jaringan (*Net Working*) pengaruh media sosial terhadap perilaku terhadap lebih besar daripada pengetahuan para remaja di Gampong Lawe Sawah, seperti tidak adanya kepedulian terhadap sekitar mereka, mengikuti apa sedang *trend* yang mereka lihat pada media sosial, bahkan mereka melalaikan kewajiban mereka dalam urusan agama. Sehingga pengaruh media sosial lebih berimbas pada akhlak remaja.⁹ Metode yang di pakai pada penelitian tersebut adalah metode kualitatif yaitu berdasarkan pengalaman dan lapangan.

B. Media Sosial

1. Pengertian media sosial

Media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (*Internet*). Para pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi berinteraksi dengan saling kirim pesan, saling berbagi (*sharing*) dan membangun jaringan-jaringan (*networking*).¹⁰

Menurut wikipedia media sosial adalah sebuah media *online* dengan para penggunanya (*user*) bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi *blog*, jaringan *wiki*, forum, dan dunia *virtual*. *Blog*, jaringan sosial dan *wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Harlein

⁹ Agus lianto, skripsi *Pengaruh Sosial Media Terhadap Ahklak Remaja (Studi Kasus di Kec. Kluet Timur Kab. Aceh Selatan)*. Tahun 2017.

¹⁰ Agus lianto, skripsi *Pengaruh Sosial Media Terhadap Ahklak Remaja (Studi Kasus di Kec. Kluet Timur Kab. Aceh Selatan)*. Tahun 2017, Hal. 21

mendefinisikan media sebagai “sebuah kelompok aplikasi yang berbasis *internet* yang di bangun di atas dasar ideologi dan teknologi *web 2.0*, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.”

Jaringan sosial merupakan situs di mana setiap orang membuat *web page* pribadi kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jaringan terbesar antara lain *Facebook, Myspace, WhatsApp, BBM, Youtube, Line, Instagram, dan Twitter*. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan *internet*. Media sosial mengajak siapa yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberikan kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Seperti dalam tulisan Vivian Sobchack, seorang pengarang Amerika berbunyi : “*Tv, Kaset video, pemutar/rekaman video tape, video games dan personal computer (PC)* semuanya membentuk sebuah sistem elektronik yang menyeluruh yang berbagai macam bentuk “*interface*”nya merupakan sebuah dunia alternatif dan absolut yang secara unik memasukkan penonton atau penggunaan sebuah ruang yang tidak terpusat bersifat sementara dan wujud nya semu. Saat teknologi dan *mobilephone* semakin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan besar. Kini untuk mengakses *Facebook, MySpace, WhatsApp, BBM, YouTube, Line, Instagram dan Twitter*. Misalnya bisa dilakukan di mana dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *Mobilephone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena

besar terhadap arus informasi tidak mulai tampak menggantikan peran media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah alat komunikasi yang berupa obrolan *chat* untuk berinteraksi dengan orang lain, bekerja sama, berbagi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Besarnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti Televisi, Radio atau Koran dibutuhkan media yang besar dan tenaga kerja yang banyak. Maka lain halnya dengan media sosial. Seseorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan *internet* bahkan yang aksesnya lambat sekalipun tanpa biaya besar, mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan, memodifikasi baik Tulisan Gambar, Video, Grafis dan berbagai model *content* lainnya.

2. Sejarah media sosial

Media Sosial mengalami perkembangan yang signifikan dari tahun ke tahun, jika pada tahun 2002 Friendster merajai media sosial karena hanya Friendster yang mendominasi media sosial di era tersebut, maka pada jaman sekarang telah banyak bermunculan media sosial dengan keunikan dan karakteristik masing-masing.

Sejarah media sosial diawali pada era 70-an, yaitu ditemukan sistem Papan Buletin yang memungkinkan dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik ataupun mengunggah dan mengunduh perangkat lunak, semua ini dilakukan masih dengan menggunakan saluran telepon dan terhubung dengan

modem. Pada tahun 1995 sampai tahun 1999 muncul media sosial pertama yaitu *sixdegree.com* dan *classmates.com*. Tak hanya itu, di tahun tersebut muncul juga situs untuk membuat *blog* pribadi, yaitu *blogger*. Situs ini menawarkan penggunaanya untuk bisa membuat halaman situsnya sendiri. Sehingga pengguna dari *blogger* ini bisa membuat hal apapun.

Pada tahun 2002 Friendster menjadi media sosial yang sangat *booming* dan kehadirannya sempat menjadi fenomenal. Setelah itu pada tahun 2003 sampai saat ini bermunculan berbagai media sosial dengan berbagai karakter dan kelebihan masing-masing, seperti *Line*, *MySpace*, *Facebook*, *Twitter*, *Wiser*, *Google*, *WhatsApp*, *BBM*, *Yuo Tube*, *Instagram* dan sebagainya.

3. Dampak media sosial

Media sosial adalah medium di *internet* yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. (Rulli Nasrullah, 2012:11) Karakteristik umum yang dimiliki setiap media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna. Sosial media dapat diubah oleh waktu dan diatur ulang oleh penciptanya, atau dalam beberapa situs tertentu, dapat diubah oleh suatu komunitas. Selain itu media sosial juga menyediakan dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi. Seperti diketahui, sebelum muncul dan populernya media sosial, kebanyakan orang berkomunikasi dengan cara *sms* atau telpon lewat *handphone*. Namun sekarang dengan adanya media sosial, orang cenderung berkomunikasi lewat layanan obrolan (*chat*) atau berkirip pesan lewat layanan yang tersedia di media sosial.

Arus perkembangan teknologi ini bagaimana pun tak akan bisa kita banding, sebagian besar anak dan remaja saat ini telah familiar dengan berbagai situs jejaring sosial tersebut, tidak saja anak dan remaja kota, bahkan anak-anak di pedesaan pun kini telah berangsur-angsur mulai menggunakan jejaring sosial tersebut. Berkembang pesatnya situs jejaring sosial tersebut tentu saja punya dampak positif dan juga negatif, oleh karena itu penting untuk di buat suatu sistem pengawasan dan bimbingan bagi mereka agar dampak negatif nya dapat di hindari dan dampak positif nya semakin dirasakan.

Tahun 2009 hingga saat ini, media sosial (*facebook, WhatsApp, YouTube path, instagram, twitter, dan lain-lain*) menjelma menjadi dunia kedua setelah dunia maya. Sebuah perusahaan riset dan pemasaran dari Singapura menyatakan bahwa pengguna internet aktif di Indonesia sudah terhitung sejak Januari 2014 tercatat sebanyak 72,7 juta orang. Sebanyak 98% dari pengguna internet memiliki akun media sosial dan 79% aktif mengakses akun media sosial dalam kurun waktu satu bulan terakhir. *Facebook* memegang jumlah terbesar yaitu 93% dari jumlah total pengguna internet di Indonesia.

Tugas mengawasi dan membimbing itu tentu saja bukan guru di sekolah semata, orang tualah yang seharusnya berperan dalam pengawasan dan bimbingan bagi anak-anaknya. Untuk pedoman pengawasan tersebut tentu saja para orang tua, para anak dan remaja itu sendiri mengetahui apa saja dampak positif dan negatif situs jejaring sosial tersebut.

a. Dampak Positif Media Sosial

- 1) Memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, Dengan media sosial, kita dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja termasuk artis favorit kita yang juga menggunakan media sosial terkenal seperti *Facebook* dan *Twitter*.
- 2) Memperluas pergaulan, Media sosial membuat kita bisa memiliki banyak koneksi dan jaringan yang luas. Tentu saja hal ini berdampak positif bagi orang yang ingin mendapatkan teman atau pasangan hidup dari tempat yang jauh atau negara asing.
- 3) Jarak dan waktu bukan lagi masalah, Di era media sosial seperti sekarang ini, hubungan jarak jauh bukan lagi halangan besar karena kita tetap dapat berinteraksi dengan orang lain kapan saja walaupun dipisahkan oleh jarak yang cukup jauh.
- 4) Lebih mudah dalam mengekspresikan diri, Media sosial memberikan sarana baru bagi manusia dalam mengekspresikan diri. Orang biasa, orang pemalu, atau orang yang selalu gugup mengungkapkan pendapat di depan umum akhirnya mampu menyuarakan diri mereka secara bebas.
- 5) Penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat dengan media sosial, siapapun dapat menyebarkan informasi baru kapan saja, sehingga orang lain juga dapat memperoleh informasi yang tersebar di media sosial kapan saja.

- 6) Biaya lebih murah, Bila dibandingkan dengan media lainnya, maka media sosial memerlukan biaya yang lebih murah karena kita hanya perlu membayar biaya *internet* untuk dapat mengakses media sosial.¹¹

b. Dampak Negatif Media Sosial

- 1) Menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya. Orang yang terjebak dalam media sosial memiliki kelemahan besar yaitu berisiko mengabaikan orang-orang di kehidupannya sehari-sehari.
- 2) Interaksi secara tatap muka cenderung menurun, Karena mudahnya berinteraksi melalui media sosial, maka seseorang akan semakin malas untuk bertemu secara langsung dengan orang lain.
- 3) Membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap *internet*, Dengan kepraktisan dan kemudahan menggunakan media sosial, maka orang-orang akan semakin tergantung pada media sosial, dan pada akhirnya akan menjadi kecanduan terhadap *internet*.
- 4) Rentan terhadap pengaruh buruk orang lain seperti di kehidupan sehari-hari, jika kita tidak menyeleksi orang-orang yang berada dalam lingkaran sosial kita, maka kita akan lebih rentan terhadap pengaruh buruk.
- 5) Masalah privasi dengan media sosial, apapun yang kita unggah bisa dengan mudah dilihat oleh orang lain. Hal ini tentu saja dapat membocorkan masalah-masalah pribadi kita. Oleh karena itu, sebaiknya tidak mengunggah hal-hal yang bersifat privasi ke dalam media sosial.

¹¹ Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*, Hal. 153

6) Menimbulkan konflik, Dengan media sosial siapapun bebas mengeluarkan Pendapat, Opini , Ide, Gagasan dan yang lainnya, akan tetapi kebebasan yang berlebihan tanpa ada kontrol sering menimbulkan potensi konflik yang akhirnya berujung pada sebuah perpecahan.¹²

4. Karakteristik media sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa media *siber* lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding dengan media lainnya. Adapun karakteristik media sosial (Rulli Nasrullah, 2015: 15) yaitu:

1. Jaringan (*network*).

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau *internet*. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti Komputer, Telepon genggam atau *Tablet*. Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas, contohnya seperti *Facebook*, *twitter* dan lain-lain.

2. Informasi (*information*)

Di media sosial, Informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi

¹² Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Hal. 154

inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring.

3. Arsip (*archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apapun yang diunggah di *Facebook* informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan bahkan sampai tahun.

4. Interaktif (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut di *internet* semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

Perkembangan sosial media ini tentu saja membawa banyak dampak, baik itu dampak positif maupun negatif terhadap pendidikan anak pada usia remaja, terlebih lagi pendidikan akhlak anak. Adapun dampak positif sosial media jika dikaitkan dengan pendidikan akhlak anak banyak sekali memberikan manfaat diantaranya anak dapat belajar bagaimana cara beradaptasi, bersosialisasi dengan publik dan mengelola jaringan pertemanan (memperbanyak teman atau bertemu kembali dengan teman lama), serta memudahkan anak dalam kegiatan belajar, karena dapat digunakan sebagai sarana untuk berdiskusi dengan teman mengenai tugas-tugas sekolah mereka.

Adapun dampak negatif penggunaan sosial media terhadap pendidikan akhlak anak juga sangat banyak diantaranya dapat dilihat dari banyaknya anak yang menggunakannya bukan untuk belajar tetapi untuk kesibukan mereka di jejaring sosial misalnya; *Facebook*, *Twittwer*, *Instagram* dan lainnya, hingga membuat anak lalai terhadap tugas-tugasnya membuat anak-anak ini kurang disiplin dan mudah mencontek karya-karya orang lain, serta adanya anggapan bahwa sosial media identik dengan pornografi, hal ini karena sosial media memiliki kemampuan menyampaikan informasi yang tinggi termasuk gambar-gambar pornografi dan kekerasan dan ini tentunya bisa menyebabkan kemerosotan pendidikan akhlak anak.¹³

5. Jenis-jenis media sosial

a. Facebook

Facebook merupakan dulunya hanya sebuah situs eksklusif yang dikhususkan untuk anak-anak kampus Harvard saja. *Facebook* termasuk dalam kategori situs jejaring sosial seperti *Friendster*, *MySpace*, *Multiply*, *Yuwie*, dll. Yang menyediakan media bagi para penggunanya untuk saling bertukar informasi dan berinteraksi. *Facebook* diluncurkan pertamakali pada tanggal 4 Februari 2006 oleh seorang mahasiswa Harvard University, Mark Zuckerberg. Nama *facebook* sendiri diinspirasi oleh Zuckerberg dari sebuah istilah dikalangan kampus Seantero AS untuk saling mengenal antar semua civitas akademiknya. Awalnya, para penggunanya hanya dikhususkan bagi para mahasiswa di kampus Harvard University.

¹³ Hamzah B.Uno, *Teknologi Komunikasi dan Inofasi Pembelajaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), H.

Facebook adalah *website Social Networking* yang sangat populer belakangan ini. Di *website* ini, anda bisa melihat berita tentang bagaimana keadaan teman-teman Anda, sedang apa mereka saat ini, kemarin sedang melakukan apa dan lain-lain. Anda juga bisa bermain *games* bersama, berbagi foto, video, cerita, *link-link*, *website* dan banyak lagi. Pada saat buku ini dibuat, pengguna *facebook* sudah mencapai 11 juta orang di dunia. 11 juta adalah jumlah yang sangat banyak, artinya Anda bisa menawarkan produk atau jasa Anda kepada mereka melalui *facebook*. Untuk mengunjungi *website* ini, ketik pada browser: *www.facebook.com*.¹⁴

Facebook menyediakan fasilitas promosi gratis untuk para pengguna sebagai alat mempromosikan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Strategi promosi gratis yang diberikan facebook diantaranya:¹⁵

- a) Pastikan sudah *login* dan mempunyai akun *facebook*
- b) Bergabung dengan grup *facebook* tertentu
- c) Apabila belum bergabung dengan grub, bisa memanfaatkan teman yang dimiliki.
- d) Kirim pesan dan foto produk yang dimiliki perusahaan pada halaman *facebook*.
- e) Berikan kemudahan pemahaman pada konsumen tentang produk yang ditawarkan.

¹⁴ Andy Shera. *Step by Internet Marketing*, 2010 (Jakarta: PT Elex Media Komputindo). Hal: 5

¹⁵ Nilawati Eva Sativa, *Kaya & Gaya Via Facebook*, 2010 (Yogyakarta, Andi Offset), Hal. 16-18

- f) Setelah bisnis berkembang, baru membuat *link website* untuk memperbesar bisnis.

b. Twitter

Kata *Twitter* berasal dari kata *tweet* yang diartikan secara bebas adalah kicauan burung. Burung berkicau tidak pernah panjang. Kicauan burung itu singkat namun kontinyu. Dengan konsep itulah *Twitter* dibuat. Orang yang mengirim statusnya ke *publik* disebut *Tweetting*. Pesan yang dikirim disebut *Tweet* yang berada pada *Timeline*.¹⁶ Dengan basis *microblogging*, maka *Twitter* adalah sebuah perwujudan dari *web 2.0* yang sukses. Indikator *web 2.0* adalah kemampuan untuk berinteraksi antarpengguna. *Microblog* adalah suatu bentuk *blog* yang memungkinkan pengguna untuk menulis teks pembaharuan singkat (biasanya kurang dari 200 karakter) dan mempublikasikannya, baik untuk dilihat semua orang atau kelompok terbatas yang dipilih oleh pengguna tersebut.¹⁷

Pada tahun 2013, sudah ada sekitar 300 juta akun aktif yang terdaftar kedalam jejaring sosial ini. Menurut data yang dilansir oleh *NYTimes.com*, setelah 7 tahun berdiri, *Twitter* sudah memiliki lebih dari 2.000 orang karyawan, lebih dari 200 juta pengguna aktif, serta estimasi *market value* hingga 16 miliar dollar AS. Setelah melakukan *IPO (initial public offering)*, para *co-founder* dan investor *Twitter* dipastikan akan bertambah kaya.¹⁸

¹⁶Yulius Andre Pudyastomo. *Tweeter: Facebook mah kuno!.* 2009 (Yogyakarta: Mediakom). Hal: 11

¹⁷Hanif Fakhruroja S.Si dan Aris Munandar S.Si. *Twitter Ngoceh Dapet Duit*, 2009 (Yogyakarta: Great Publisher). Hal: 10

¹⁸<http://tekno.kompas.com/read/2013/11/25/0929570/mengupas.buku.sejarah.twitter.penuh.intrik> diakses pada hari jumat tanggal 19 desember 2014 pukul 03.38 Wib

c. WhatsApp

Whatsapp merupakan salah satu aplikasi yang populer kalangan masyarakat baik dari kalangan menengah atas maupun kalangan menengah bawah. Kegunaan *Whatsapp* sendiri adalah sebagai media social chat dimana bisa untuk saling bertukar informasi antar pribadi maupun dalam grup.

Menurut Yeboah dan Ewur.¹⁹ Aplikasi pengirim pesan *Whatsapp* sudah ada dimana-mana untuk sementara ini tetapi sudah *update* terbaru telah meningkatkan fungsionalitas dari aplikasi sejak tanggal rilisnya. Tujuan utama dibalik aplikasi ini adalah untuk menggantikan *SMS* dengan *mobile messenger* antar *platform* yang bekerja pada jaringan data. Jika Anda memiliki teks terbatas, ini masih menguntungkan karena merupakan cara yang nyaman untuk menghindari biaya internasional yang mungkin akan dikenakan.

Saat ini tersedia untuk *iPhone*, *Android*, *Windows Phone*, *Nokia Symbian 60* dan *Symbian 40* dan *Blackberry*. Kepopuleran *Whatsapp* karena tidak ada biaya untuk mengirim pesan kepada teman dan keluarga selain jaringan data *internet* yang sudah ada di ponsel pengguna. *WhatsApp* dibeli *Facebook* seharga *USD19 M (R 244 T)* pada bulan Oktober tahun lalu. Dan beberapa bulan belakangan, ia telah menunjukkan perkembangan yang stabil. Di bulan Agustus tahun lalu, jumlah pengguna aktif *WhatsApp* mencapai 600 juta, bertambah hingga 700 juta

¹⁹ Yeboah, Johnson dan George Dominic Ewur. *The Impact of Messenger Usage on Students Performance in Tertiary institutions in Ghana. Journal of Education and Practic.*, (Vol. 5, No. 6, 2014). Hal. 157

pengguna di bulan Januari lalu dan sekarang, pengguna aktif *WhatsApp* telah mencapai 800 juta pengguna.²⁰

Menurut Rohmadi (2016, 151-154) indikator penggunaan *Whatsapp* dibagi menjadi 6, yaitu :²¹

- 1) Group Whatsapp Untuk Reuni.
- 2) Group Whatsapp untuk diskusi.
- 3) Mengirim Undangan Acara.
- 4) Menelepon.
- 5) Berbagi Lokasi.
- 6) Whastapp Web

d. Instagram

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, seperti kamera *polaroid* yang dulu lebih dikenal dengan “foto instan”.²² *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan *internet*,

²⁰ Amelia, Ellavie Ichlasa. 2015. Jumlah Pengguna Aktif *Whatsapp* Mencapai 800 Juta, <http://teknologi.metrotvnews.com/read/2015/04/20/388412/jumlah-pengguna-aktif-whatsapp-mencapai-800-juta> (25 November 2015). Hal. 1

²¹ Rohmadi, Arif. *Tips Produktif Ber-social*. 2016, (Media. Jakarta: Gramedia). Hal. 151-154

²² Pengertian *instagram*, dalam <http://id.wikipedia.org/wiki/instagram>, 2012. (diakses pada tanggal 13 Desember 2018).

sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari kata “*instan-telegram*”.²³

Menurut Bambang, *Instagram* adalah sebuah aplikasi dari *Smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. *Instagram* juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena *Instagram* mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.²⁴

Sejarah *Instagram* *Welcome To Instagram*, inilah kalimat pembuka yang ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di *blog* resminya pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi photo sharing revolusioner *Instagram*. Di *startup* yang didirikannya yaitu perusahaan Burbn, Inc. Kevin Systrom dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya. Steve Jobs pendiri (*Apple*), Bill Gates pendiri (*Microsoft*), Mark Zuckerberg pendiri (*Facebook*), Matt Mullenweg pendiri (*Wordpress*), *google* dan sebagainya adalah para inovator teknologi kelas dunia yang telah mengembangkan produk revolusioner sejak usia muda.²⁵

²³ Alichia, Yashinta Putri. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Opini Audit Tahun Sebelumnya Terhadap Opini Audit Going Concern*. (Makalah Disampaikan dalam Skripsi. Padang: Maret 2013). Hal. 14

²⁴ Atmoko Dwi, Bambang.. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. (Jakarta: Media Kita 2012). Hal. 10

²⁵ Atmoko Dwi, Bambang.. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*...Hal. 10

Peluncuran *Instagram* pertama kali berlangsung sukses karena tidak menggunakan iklan, hanya mengandalkan viral marketing yang berhasil menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama. Di masa-masa awal ini, Kevin dan Mike hanya menggunakan kotak kecil di pengelolaan data *center* untuk menyimpan foto-foto dari pengguna. Dalam waktu seminggu saja, penggunanya telah berjumlah 100 ribu orang. Maka dengan cepat pula Kevin dan Mike melakukan *upgrade*. Seluruh situs *Instagram* dipindah ke layanan berbasis *Cloud Amazon* yang lebih kredibel.

Instagram resmi lahir dan dirilis untuk *platform IOS* pada tanggal 6 Oktober 2010. Sebanyak 25 ribu pengguna berhasil terjaring untuk mendaftar di hari pertama. Pada tanggal 13 Oktober 2010 pengguna mencapai 100 ribu, pada tanggal 21 Desember 2010 *Instagram* mencapai 1 juta pengguna, kemudian *Instagram* mengeluarkan fitur *hashtag* atau tagar pada tanggal 27 Januari 2011 agar memudahkan pengguna untuk menemukan foto dan pengguna lainnya, pengguna bertambah menjadi 1,75 juta pada tanggal 02 Februari 2011 dan foto-foto *Instagram* mendapatkan *like* sebanyak 78 juta dan tanggal 15 Februari mencapai 2 juta. Pada tanggal 12 juli dalam waktu 8 bulan telah berhasil memiliki 5 juta pengguna dan 100 juta foto yang diunggah di *Instagram*. Dibandingkan dengan Flickr yang perlu waktu 2 tahun untuk mencapai rekor ini. *Instagram* merilis versi 2.0 pada tanggal 20 September 2011 dengan fitur yang *live filter*, *instan tilt shift* dan resolusi tinggi.

Fitur-Fitur *Instagram* *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan *filter* digital untuk mengubah

tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. *Instagram* memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah yaitu: ²⁶

- a) *Home Page* *Home page* adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan *menggeser* layar dari bawah ke atas seperti saat *scroll mouse* di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, *Instagram* hanya membatasi foto-foto terbaru.
- b) *Comments* Sebagai layanan jejaring sosial *Instagram* menyediakan fitur komentar, foto- foto yang ada di *Instagram* dapat dikomentar di kolom komentar. Caranya tekan *ikon* bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol *send*.
- c) *Explore*, *Explore* merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna *Instagram*. *Instagram* menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore feed*.
- d) *Profil*, *Profil* pengguna dapat mengetahui secara *detail* mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di

²⁶ Atmoko Dwi, Bambang.. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. (Jakarta: Media Kita 2012). Hal. 28

menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah *diupload*, jumlah *follower* dan jumlah *following*.

- e) *News Feed* *New feed* merupakan Fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna *Instagram*. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu “*Following*” dan “*News*”. Tab “*following*” menampilkan aktivitas terbaru pada *user* yang telah pengguna *follow*, maka tab “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna *Instagram* terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau *follow* maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

C. Informasi

1. Pengertian informasi

Informasi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam mengambil setiap pengambilan keputusan. Secara Etimologi, Informasi berasal dari bahasa Perancis kuno yaitu *information* yang diambil dari bahasa latin *informationem* yang berarti “garis besar, konsep, ide” Informasi adalah suatu rekaman fenomena yang diamati, atau bisa juga berupa putusan-putusan yang dibuat. Tidak mudah untuk mendefinisikan konsep informasi karena istilah satu ini mempunyai bermacam aspek, ciri, dan manfaat yang satu dengan lainnya terkadang sangat berbeda. Informasi bisa jadi hanya berupa kesan pikiran seseorang atau mungkin juga berupa data yang tersusun rapi dan telah terolah.²⁷

Informasi (*information*) adalah data yang telah dikelola dan diproses untuk memberikan arti dan memperbaiki proses pengambilan keputusan. Sebagaimana

²⁷ Pawit M. Yusup. *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi*. (Jakarta : Kencana Predana Media Group) Hal. 1

perannya, pengguna membuat keputusan yang lebih baik sebagai kuantitas dan kualitas dari peningkatan informasi. Suatu informasi yang dikatakan bernilai bila manfaatnya lebih efektif dibandingkan dengan biaya untuk mendapatkannya. Sedangkan kualitas informasi tergantung dari tiga hal yaitu informasi harus akurat, tepat pada waktunya, dan relevan. Akurat, berarti informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bisa atau menyesatkan. Akurat juga berarti informasi harus jelas mencerminkan maksudnya. Tepat waktu. Berarti informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat. Relevan, berarti informasi tersebut mempunyai manfaat untuk pemakainya.

Ciri-ciri informasi yang berkualitas (1) akurat, artinya informasi mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Pengujian biasanya dilakukan oleh beberapa orang yang berbeda, dan apabila hasilnya sama, maka data tersebut dianggap akurat, (2) tepat waktu, artinya informasi harus tersedia/ ada pada saat informasi diperlukan, (3) relevan artinya informasi yang diberikan harus sesuai dengan yang dibutuhkan, (4) lengkap, artinya informasi harus diberikan secara utuh tidak setengah-setengah

2. Karakteristik informasi

1. Relevan

Informasi itu relevan jika mengurangi ketidakpastian, memperbaiki kemampuan pengambilan keputusan untuk membuat prediksi, mengkonfirmasi atau memperbaiki ekspektasi mereka sebelumnya.

2. Andal

Informasi itu handal jika bebas dari kesalahan dan penyimpangan dan secara akurat mewakili kejadian atau aktivitas mereka sebelumnya.

3. Lengkap

Informasi itu lengkap jika tidak menghilangkan aspek-aspek penting dari kejadian yang merupakan dasar masalah atau aktivitas-aktivitas yang diukurnya.

4. Tepat waktu

Informasi itu tepat waktu jika diberikan pada saat yang tepat untuk memungkinkan pengambilan keputusan menggunakannya dalam membuat keputusan.

5. Dapat dipahami

Informasi yang dipahami jika disajikan dalam bentuk yang dapat dipakai dan jelas.

6. Dapat diverifikasi

Informasi dapat diverifikasi jika dua orang dengan pengetahuan yang baik bekerjasama dengan independen dan masing-masing akan menghasilkan informasi yang sama.

Dari uraian tersebut, ada tiga hal yang harus diperhatikan disini yaitu:

- a. Informasi merupakan hasil pengolahan data
- b. Memberikan makna atau arti
- c. Berguna atau bermanfaat

Berdasarkan definisi di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa sistem informasi adalah sebuah rangkaian prosedur yang menggabungkan subsistem-subsistem yang mempertemukan kebutuhan organisasi dengan laporan yang diperlukan.

3. Tujuan informasi

Secara umum, tujuan adanya informasi dan komunikasi adalah untuk menambah dan memperluas wawasan dan pengetahuan seseorang dengan cara memahami alat teknologi informasi dan komunikasi, mengenal istilah-istilah yang digunakan pada informasi dan komunikasi, serta dapat menyampaikan teknologi informasi dan komunikasi secara optimal. Secara khusus, tujuan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam pembelajaran adalah:

- a. Menyadarkan publik akan potensi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berubah
- b. Memotivasi kemampuan publik untuk bisa beradaptasi dan mengantisipasi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi,
- c. Kemanfaatan : Informasi yang dihasilkan oleh sistem harus membantu para penerima dalam pembuatan keputusan.
- d. Ketepatan waktu : informasi penting harus dihasilkan lebih dahulu, kemudian baru informasi lainnya.
- e. Praktis : mudah digunakan.²⁸

²⁸ Hadi Sutopo, *Teknologi Informasi dan Komunikasi*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2012), Hal. 98

4. Proses penyebaran informasi

Dari pengertian informasi sebagaimana diuraikan di atas, tampak adanya sejumlah komponen dan unsur yang di cakup dan merupakan persyaratan terjadinya penyampaian informasi. Proses berjalan nya suatu informasi sebagai berikut:

- a. *Source* (sumber Informasi)
- b. *Communicator* (komunikator= penyampaian Informasi)
- c. *Message* (Informasi)
- d. *Channel* (saluran Informasi)
- e. *Communican* (komunikas= penerima Informasi)
- f. *Effect* (Hasil)²⁹

D. Ayat-ayat yang berkaitan dengan informasi

Keberadaan informasi saat ini begitu penting dalam kehidupan bermasyarakat, namun informasi dalam peredarannya begitu liar dan terkadang melanggar etika dan aturan agama. Dalam alqur'an mengenai peyebaran informasi atau suatu berita telah diatur dengan sedemikian rupa yang menjadi pedoman dan petunjuk bagi penganutnya. Adapun ayat-ayat alquran yang menjelaskan mengenai penyebaran informasi adalah sebagai berikut :

إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ

هَيِّنًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ ﴿١٥﴾

²⁹ H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat...* hal 11

Artinya :

(Ingatlah) di waktu kamu menerima berita bohong itu dari mulut ke mulut dan kamu katakan dengan mulutmu apa yang tidak kamu ketahui sedikit juga, dan kamu menganggapnya suatu yang ringan saja. Padahal Dia pada sisi Allah adalah besar.(An-Nur ayat 15)

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT mengecam perilaku orang-orang yang menyebarluaskan informasi tanpa mengetahui detail persoalan dan kebenaran informasi tersebut. Ketika menerima informasi sebaiknya diperiksa dulu dan diteliti ulang kebenarannya. Sebagaimana Allah berfirman dalam surat Al-Hujarat ayat : 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ
فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَدِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya :

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.(Al-Hujarat ayat -6).

Ayat ini juga sama menerangkan adab yang harus diperhatikan oleh orang-orang yang berakal, yaitu apabila ada orang fasik yang memberitahukan kepada mereka suatu berita, maka hendaknya mereka menelitinya dan tidak langsung menerima beritanya, karena jika demikian terdapat bahaya yang besar dan terjatuh ke dalam dosa. Hal itu karena jika berita orang fasik menempati posisi berita orang yang benar lagi adil sehingga dibenarkan dan dilanjutkan konsekwensinya tentu akan menimbulkan bahaya, seperti binasanya jiwa dan harta tanpa alasan yang benar sehingga membuat seseorang menyesal. Oleh karena itu orang

beriman harus melakukan tabayyun agar terhindar dari marabahaya, karena ada orang yang ingin menyebar dusta agar perbuatan keji dapat tersiar kepada orang-orang beriman, sebagaimana Allah berfirman dalam surat An-Nur Ayat-19

إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ ءَامَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ۚ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿١٩﴾

Artinya :

Sesungguhnya orang-orang yang ingin agar (berita) perbuatan yang Amat keji itu tersiar di kalangan orang-orang yang beriman, bagi mereka azab yang pedih di dunia dan di akhirat. dan Allah mengetahui, sedang, kamu tidak mengetahui (An-Nur Ayat-19).

Di dalam ayat ini juga dinyatakan bahwa menyebut-nyebut khabar bohong dan dusta dalam kalangan orang-orang yang beriman bukanlah pekertinya orang yang beriman sejati. Seorang Mu'min tidaklah mempunyai masa terluang buat menyebarkan khabar berita keji. Sedangkan jika benar berita itu lagi, disuruh menutupnya, apalagi jika hanya semacam propokasi belaka untuk menambah kekacauan. Tukang siarkan berita bohong akan disiksa Tuhan di dunia dan di akhirat. Di dunia ialah hilangnya nilai perkhabaran, sehingga karena sekali lancung keujian, orang yang berakal budi tidak percaya lagi kepada berita yang datang di belakang, walaupun benar. Masyarakat yang demikian menjadi tersiksa sebab percaya-mempercayai tidak ada lagi. Masyarakat yang adil dan makmur ialah masyarakat yang percaya-mempercayai. Jika hanya khabar berita bohong yang tersiar dalam masyarakat, maka keamanan jiwa raga dan perasaan tak ada lagi.

Betapa pun besarnya kekayaan benda, tidaklah lagi memberikan

keamanan. Apabila orang luar masuk ke dalam masyarakat yang demikian, jiwanya rasa tertekan, dan apabila dia keluar kembali padanya terasa lapang. Lantas Tuhan Allah menerangkan pula ancaman azab siksa di akhirat, dalam neraka jahannam bagi orang-orang yang berbuat demikian. Neraka jahannam adalah tempat bagi orang yang tidak menegakkan maksud-maksud yang mulia dalam kehidupan dunia ini. Di akhir ayat Tuhan menyatakan hak mutlakNya yang tertinggi, pengetahuan sejati hanya ada di tanganNya, dan manusia tidak tahu apa-apa .

E. Teori yang digunakan (Teori AIDDA)

Teori Aidda Dalam penelitian ini, penulis juga membandingkan masalah yang di teliti dengan salah satu teori komunikasi efektif yang dijelaskan oleh Wilbur Scharm. Komunikasi yang efektif disebut dengan istilah “*A-A procedure*” atau proses “*from attention to action*”. Yaitu dalam proses ini, komunikator harus berusaha untuk terlebih dahulu membangkitkan Kesadaran (*awareness*) komunikan. Bila kesadaran sudah bangkit, komunikator juga harus berusaha untuk membuat perhatian (*interest*) komunikan, agar komunikan berkeinginan untuk mengambil sebuah keputusan (*decision*) untuk selanjutnya baru terjadi pelaksanaan (*action*). Konsep AIDDA ini adalah proses psikologis dari diri khalayak. Berdasarkan konsep AIDDA agar khalayak melakukan action, maka pertamatama mereka harus dibangkitkan kesadaran (*awareness*) sebagai awal suksesnya komunikasi. Apabila kesadaran komunikan telah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan perhatian (*interest*), Keinginan (*desire*) adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi

timbulnya keputusan (*decision*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator.³⁰

Hanya ada keinginan saja pada diri komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa, sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan (*decision*), yakni keputusan untuk melakukan pelaksanaan (*action*) sebagaimana diharapkan komunikator. Model perencanaan komunikasi AIDDA sifatnya linear dan banyak digunakan dalam kegiatan penyuluhan dan pemasaran komersial. Model AIDDA adalah kependekan dari : Awareness, interest, desire, decision, dan action. Kesadaran (*awareness*) adalah langkah pertama yang harus dibuat seseorang pemasar atau penyuluhan kepada khalayak yang menjadi target sasaran. Kesadaran disini tertuju pada produk, barang, atau ide (gagasan) yang ditawarkan. Sejauh mana target sasaran menghindari manfaat barang yang ditawarkan itu. Untuk itu seorang pemasar atau petugas penyuluhan harus mampu menunjukkan kegunaan barang yang ditawarkan itu kepada target sasaran (konsumen).³¹

Perhatian (*interest*) ialah munculnya minat target sasaran (khalayak) untuk memiliki barang yang ditawarkan oleh pemasar. Perhatian ini bisa saja muncul karena apa yang ditawarkan itu adalah sesuatu yang baru-baru belum pernah lihat sebelumnya. Selain karena manfaatnya, bisa juga karena barang yang ditawarkan kemasannya secara menarik sehingga menimbulkan minat calon pembeli untuk memilikinya. Keinginan (*desire*) adalah proses yang terjadi setelah timbul perhatian calon pembeli atau target sasaran pada barang yang ditawarkan. Pada

³⁰ Jalaludin Rahmat, Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004), Hal. 6

³¹ Hafied Cangara, Perencanaan & Strategi Komunikasi, (PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2013), Hal. 78

tahap ini pembeli memiliki keinginan untuk memiliki setelah menimbangkan manfaat atau kegunaannya. Para pemasar usaha berusaha memberi sentuhan kejiwaan (psikologis) calon pembeli dengan cara-cara yang lebih persuasif, sehingga keinginan itu makin timbul untuk memilikinya atau mengikuti ajarannya jika apa yang ditawarkan itu berupa gagasan dari seorang penyuluh.³²

Keputusan (*decision*) adalah tindakan yang dilakukan oleh calon pembeli dalam bentuk eksekusi, yakni memutuskan untuk memiliki barang yang ditawarkan tadi setelah menimbangkan manfaat serta melihat kemungkinan dana yang tersedia. Disini pengambilan keputusan secara tunggal dilakukan oleh calon pembeli. Tentu saja hal itu terjadi setelah proses kesadaran akan bermanfaat. Perhatian terhadap kemasan, dan juga mungkin harga ditawarkan bisa terjangkau, sehingga ada minat (*desire*).³³

Tindakan (*action*) adalah perlakuan yang dibuat oleh pembeli setelah memiliki barang itu dalam bentuk sisi. Misalnya mau mengonsumsi atau menggunakannya sesuai dengan harapan ketika ia berniat memilikinya. Setelah tentu sebagai barang yang dibeli akan dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan dan untuk menciptakan kepuasan pada diri. Model ini sebenarnya sudah lama dan beberapa pakar sudah mencoba melakukan modifikasi, namun model dasarnya tetap digunakan, selain karena sederhana juga lebih mudah diaplikasikan pada hal-hal yang bersifat praktis.

³² Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (PT.Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2013), Hal. 79

³³ Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (PT.Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2013), Hal. 79

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Pendekatan yang digunakan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang melihat objek peneliti dalam kondisi yang alamiah, peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitiannya lebih menekankan pada makna dari generalisasi.³⁴

Metode merupakan bagian dari proses pendekatan suatu yang ada untuk memecahkan masalah yang sedang dihadapi. Demikian juga dengan penelitian memerlukan metode yang tepat untuk memecahkan masalah yang sedang diteliti. Oleh karena itu dalam menyusun skripsi ini penulis menggunakan metode pemecahan masalah yang meliputi pencarian dan pengumpulan data, pengolahan data, pendeskripsian, penganalisaan, penafsiran dan menguraikan data-data sebagaimana adanya.³⁵

Penelitian kualitatif adalah penelitian di bidang ilmu-ilmu eksakta dengan aktivitas yang berdasarkan disiplin ilmiah masing-masing ilmu dan dengan menggunakan materi perlakuan yang disusun dalam rancangan-rancangan yang sudah baku dengan tujuan untuk menemukan solusi dari suatu permasalahan.³⁶

pendekatan kualitatif dapat digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu di balik fenomena yang sedikitpun belum diketahui. Metode ini dapat juga

³⁴ Sugiyano, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), Hal. 18

³⁵ Winarto Surachman, *Dasar dan Tehnik Research*, (Bandung: Tarsito,1982),Hal. 72

³⁶ Arifin Imron, *Penelitian Kuantitatif Dalam Ilmu-Ilmu Sosial dan Keagamaan*, (Malang: Kalimasahada, 1994), Hal. 12

digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang sesuatu yang baru sedikit diketahui. Metode ini dapat juga digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang sesuatu yang baru sedikit diketahui. Demikian pula metode kualitatif dapat memberi rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh metode kuantitatif.³⁷

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan orang yang diminta memberikan keterangan tentang suatu fakta atau pendapat, dimana keterangan tersebut dapat disampaikan dalam bentuk tulisan atau lisan ketika menjawab pertanyaan.³⁸ Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang menjadi pedoman penulis, yakni sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data³⁹

Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian adalah masyarakat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya yang di ambil secara *purposif sampling* dengan kriteria sebagai berikut :

1. Memahami masalah yang diteliti berupa dampak media sosial dalam penyebaran informasi di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya.
2. Orang-orang yang sering berkomunikasi dengan menggunakan media sosial.
3. Orang yang mengetahui penjabaran informasi positif dan negatif melalui media sosial di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya.

³⁷ Anselm Strauss, *Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013), Hal. 5.

³⁸ Bagong Suryanto & Sutinah, *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*, (Jakarta: Kencana, 2010), Hal. 171.

³⁹ Sugiyanto, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. 7, (Bandung: CV. ALFABETA, 2009), Hal. 308.

4. Orang yang memiliki alat komunikasi berupa Hp, Internet, Whatshapp, Instagram, Facebook dan lain sebagainya.

Berdasarkan kriteria tersebut maka subjek penelitian terdairi dari unsur pemerintahan, tokoh pemuda, tokoh perempuan, Mahasiswa dan tokoh masyarakat (Tuha Gampong) Sedangkan Subjeknya adalah adalah Dampak Media Sosial Terhadap Penyebaran Informasi Positif Dan Negatif Di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2019. Sementara Lokasi penelitian ini berada di sejumlah desa yang ada dalam Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya.

C. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis lakukan dalam penulisan skripsi ini adalah dengan cara mengumpulkan kolom isi pesan media sosial di Kecamatan Teunom tahun 2018 sebagai sampel untuk di telaah.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung yang dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kelakuan manusia seperti yang terjadi dalam kenyataan, tujuannya untuk memperoleh gambaran yang jelas sesuai degan kenyataan tanpa ada rekayasa.⁴⁰ Dalam penelitian ini penulis mengobservasi langsung ke lokasi penelitian yaitu fenomena

⁴⁰ Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), Hal. 106

masyarakat Kecamatan Teunom yang sering berhubungan dengan media sosial.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interview) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁴¹ Wawancara adalah teknik dalam upaya menghimpun data yang akurat untuk keperluan melaksanakan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan rumusan masalah yang diteliti.⁴² Dalam konteks ini penulis mewawancarai unsur pemerintahan, tokoh pemuda, tokoh perempuan, Mahasiswa dan tokoh masyarakat (Tuha Gampong)

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu suatu teknik yang dilakukan dengan cara mengumpulkan bermacam data-data tertulis yang ada di Media Sosial serta data-data lain yang berhubungan dan dibutuhkan sebagai pelengkap dalam penelitian ini. Dalam konteks ini peneliti mengumpulkan beberapa dokumen antara lain sebagai penguat hasil penelitian ini, yaitu data penduduk, data mata pencaharian penduduk, data pendidikan dan lain sebagainya.

⁴¹ Bogdan dan Taylor, dalam Hendri Subiakto, *Metode Penelitian Sosial, Analisis Isi, Manfaat dan Metode Penelitiannya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), Hal. 135.

⁴² Wardi Bhatiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997), cet. 1, Hal. 72

D. Teknik Pengolahan Data

Analisis yang baik memerlukan pengelolaan data yang dilakukan secara efisien. Karena itu Penulis mencatat data dalam format yang memudahkan analisisnya.

Pengolahan data pada penelitian ini terdiri dari:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan, langkah-langkah yang dilakukan adalah menajamkan analisis, menggolongkan atau pengkategorisasian ke dalam tiap permasalahan melalui uraian singkat, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik diverifikasi.⁴³

2. Penyajian Data

Setelah data di reduksi, langkah analisis selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data merupakan sebagai sukumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3. Menarik kesimpulan atau verifikasi

Tahap ini merupakan tahap penarikan kesimpulan dari semua data yang telah diperoleh sebagai hasil dari penelitian. penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah usaha untuk mencari atau memahami makna/arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi. Sebelum

⁴³ Lexy J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), Hal. 67

melakukan penarikan kesimpulan terlebih dahulu dilakukan reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan atau verifikasi dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.⁴⁴

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap pertengahan dari serangkaian tahap dalam sebuah penelitian yang mempunyai fungsi yang sangat penting. Hasil penelitian yang dihasilkan harus melalui proses analisis data terlebih dahulu agar dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya.⁴⁵

Dalam penelitian ini, untuk menganalisis data menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif yaitu suatu metode yang menjelaskan dan memaparkan fenomena yang terjadi dan di temui dalam penelitian. Dalam Subab ini diuraikan teknik analisis data beserta alasannya mengapa teknik itu di pakai. Lambang atau notasi yang di pakai di dalam rumus harus diuraikan dengan jelas dan lengkap, pemaparan tersebut diperlukan adanya analisis kualitatif. Analisis kualitatif yaitu dengan cara mengaitkan hasil penelitian dengan teori-teori yang ada pada landasan teoritis.⁴⁶

⁴⁴ Lexy J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*...., Hal, 83

⁴⁵ Husaini Usman, Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), Hal 158

⁴⁶ Husaini Usman, Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian*...., Hal.70

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Letak Geografi Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya

Kecamatan Teunom merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Aceh Jaya. Kecamatan Teunom merupakan wilayah yang paling dekat dengan Kota Kabupaten Aceh Jaya. Luas Area Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya digunakan untuk area perumahan, kebun, padang rumput, sawah dan lain-lain. Sedangkan iklim di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya sebagaimana umumnya yaitu beriklim tropis, dengan suhu rata-rata mencapai $31,0^{\circ}\text{C}$, dan suhu pada malam hari rata-rata mencapai $21,4^{\circ}\text{C}$, dengan musim hujan terjadi kira-kira sekitar bulan September sampai dengan bulan Februari dengan curah hujan tertinggi terjadi pada bulan Oktober sampai bulan Desember setiap tahunnya. Adapun Batas-batas wilayah Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya adalah sebagai berikut :³⁷

- ✚ Sebelah Utara : Kecamatan Pasi Raya dan Kabupaten Pidie
- ✚ Sebelah Selatan : Samudra Hindia
- ✚ Sebelah Timur : Kabupaten Aceh Barat
- ✚ Sebelah Barat : Kecamatan Panga

³⁷ Dokumentasi hasil dari sekretaris camat bapak Ir. Zainuddin AR Pada Tanggal 28 Desember 2018

2. Keadaan Penduduk

Dari data statistik 2018, komposisi penduduk Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya menurut jenis kelamin sebanyak 13.460 jiwa, terdiri dari 6.715 laki-laki dan 6.745 jiwa perempuan. Komposisi penduduk penduduk Kabupaten Aceh Jaya menurut kelompok umur yaitu kelompok usia anak-anak (0 - 9) sebesar 3.589 jiwa. Kelompok umur 10-21 tahun tercatat 4.280 jiwa, kelompok umur 22-59 tahun sebesar 3.404 jiwa, dan lanjut usia yaitu umur 60 tahun ke atas sebesar 2.367 jiwa.³⁸ Hal ini dapat terlihat pada tabel berikut ini tentang jumlah penduduk yang penulis dapatkan dari kantor Camat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya sebagai berikut.

Tabel : 4.1 Jumlah Penduduk Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin.

No	Nama Gampong	Jumlah Penduduk Kecamatan Teunom		
		Laki - Laki	Perempuan	LK + PR
1.	Keude Teunom	286	260	546
2.	Alue Ambang	528	658	1186
3.	Padang Kleng	732	755	1487
4.	Panton	444	543	987
5.	Pasi Tulak Bala	120	123	243
6.	Gampong Baro	155	167	322
7.	Rambong Payong	159	171	330
8.	Pasi Pawang	118	121	239
9.	Blang Baro	212	235	447
10.	Tanoh Anou	390	407	797
11.	Tanoh Manyang	786	762	1548
12.	Batee Roo	193	204	397

³⁸ Dokumentasi hasil dari sekretaaris camat bapak Ir. Zainuddin AR Pada Tanggal 28 Desember 2018

13.	Senebok Padang	367	315	682
14.	Seumira	97	108	205
15.	Kubu	79	66	145
16.	Alue Meuraksa	148	128	276
17.	Paya Baro	597	373	970
18.	Cot Trap	300	287	587
19.	Lueng Gayo	291	291	582
20.	Teupin Ara	284	298	582
21.	Pasi Geulima	168	174	342
22.	Pasi Timon	261	299	560
Jumlah		6.715	6.745	13.460

Sumber : Data statistik kantor Camat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya, 2018.

3. Mata Pencanharian

Di lihat dari aspek mata pencaharian, masyarakat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya pada umumnya bermata pencaharian di sektor pertanian. Sebagian kecil mereka berusaha dalam sektor wiraswasta, pegawai negeri dan pekerja bangunan atau pedagang. Mayoritas penduduk Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya suka bermata pencaharian sebagai petani disebabkan mempunyai wilayah pertanian yang luas dan di dukung oleh kondisi tanah yang subur, sehingga mayoritas penduduk bermata pencaharian di sektor pertanian. Sebagian kecil penduduk masyarakat kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya bermata pencaharian di sektor Dagang dan Buruh.³⁹ Di kecamatan Teunom petani menjadi pekerjaan pokok masyarakat, baik disektor pertanian ataupun perkebunan, baik kebun sawit, karet, padi, jagung dan lain sebagainya. Berikut tabel mata pencaharian masyarakat Teunom Kabupaten Aceh Jaya.

³⁹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Camat Abdul Azis, SE Pada Tanggal 28 Desember 2018

Tabel : 02 Mata Pencaharian Penduduk Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya Tahun 2018

No	Mata Pencaharian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Petani	3.671	38,97 %
2.	Wiraswasta	1.362	14,77 %
3.	Pegawai Negeri Sipil	1.600	18,20 %
4.	Bangunan	1.232	13,36 %
5.	Pedagang	1.354	14,68 %
Jumlah		9.219	99,98 %

Sumber : Data statistik kantor Camat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya, 2018.

4. Pendidikan dan Adat Istiadat

a. Pendidikan

Di lihat dari aspek pendidikan, sektor pendidikan di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya terus mengalami kemajuan seiring dengan pengadaan sarana dan prasarana, penunjang pendidikan yang dikembangkan tidak terbatas pada pendidikan Formal, bahkan pendidikan Nonformal melalui pengajian-pengajian agama, yang diselenggarakan di Meunasah atau di Mesjid. Pendidikan yang dikembangkan tidak hanya pendidikan umum, akan tetapi juga pendidikan agama. Peningkatan pendidikan agama dilakukan dengan pengadaan sarana pendukung baik Madrasah maupun Pesantren. Warga masyarakat juga memberikan dukungan terhadap pendidikan, khususnya pendidikan agama.

Hal ini dapat di lihat dengan tersedianya balai-balai pengajian yang di buat oleh masyarakat, baik secara pribadi maupun gotong royong. Kemudahan-kemudahan tersebut adalah suatu bukti nyata dari semakin tingginya kesadaran masyarakat untuk memperoleh pendidikan, juga disebabkan adanya perhatian

pemerintah, maupun dari kalangan swasta untuk memenuhi tanggung jawab terhadap masalah pendidikan sebagai tanggung jawab Nasional yang paling pokok.⁴⁰ Sarana pendidikan Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya dapat di lihat pada tabel berikut :

**Tabel : 03 Jumlah tempat pendidikan menurut jenjang pendidikan
Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya Tahun 2018.**

No	Sarana Pendidikan	Status	Jumlah
a.	SD/MI	Negeri	11
b.	SMP/MTsN	Negeri	2
c.	MAN	Negeri	1
d.	Perguruan Tinggi	Negeri	1
e.	TPA	Milik Masyarakat	55
f.	Bale Seumeubeut	Milik Masyarakat	8
jumlah			78

Sumber : Data statistik kantor Camat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya, 2018.

Tabel di atas menggambarkan bahwa masyarakat di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya telah menyadari akan pentingnya pendidikan, baik pendidikan agama, maupun pendidikan umum yang bersifat formal dan maupun nonformal. Masyarakat memandang pendidikan agama dan pendidikan umum sama pentingnya. Artinya tidak dapat dipisahkan antara satu dengan lainnya, sehingga di dalam masyarakat terdapat dua sarana pendidikan yang berkembang. Untuk

⁴⁰ Hasil Wawancara Dengan Bapak Camat Abdul Azis, SE Pada Tanggal 28 Desember 2018

lebih jelasnya dapat terlihat pada tabel tentang jumlah tempat ibadah menurut jenis di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya tahun 2018 di bawah ini

Tabel : 04 Jumlah tempat ibadah menurut jenis di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya Tahun 2018.

No	Jenis Sarana	Status	Jumlah
1.	Mesjid	Baik	5
2.	Meunasah/Tempat Penagajian	Baik	32
Jumlah			37

Sumber : Data statistik Kantor Camat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya Tahun, 2018.

b. Adat Istiadat

Adat istiadat di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya sangat kental bernuansa Islami. Adat istiadat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya dipengaruhi oleh ajaran Islam. Segala Kultur dan adat yang bertentangan dengan ajaran Islam mereka tolak. Adat merupakan kebiasaan yang berlaku dalam kehidupan masyarakat. Hukum islam memegang peranan penting dalam mengatur kehidupan bermasyarakat sehingga hukum adat melekat kuat menjadi suatu kebiasaan. Begitu eratnya hubungan antara adat dan agama menyebabkan lahirnya ungkapan yang populer : *“Hukom ngoen adat lagee zat ngoen sipheuet”*. Maksudnya : Hukum (agama) dengan adat seperti seperti zat dengan sifatnya. Dengan demikian antara hukum, yaitu hukum agama dengan adat istiadat yang

berlaku di Aceh bersatu padu dan saling berhubungan, seperti sebuah benda yang sukar terpisah dengan sifatnya.⁴¹

B. HASIL PENELITIAN

Media sosial merupakan sarana atau saluran pergaulan sosial secara *online* di dunia maya, para pengguna media sosial berkomunikasi/ berinteraksi dengan saling kirim pesan, saling berbagi dan membangun jaringan-jaringan. Dalam kehidupan bermasyarakat media sosial sebagai sarana penerima dan berbagi suatu informasi.

Sebagaimana yang telah diuraikan pada Bab III sebelumnya mengenai subjek atau sumber data penelitian berupa masyarakat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya. Penulis mengambil sejumlah masyarakat sebagai sampel penelitian secara acak (*Purposive Sampling*) dengan memilih kategori tertentu. Adapun masyarakat yang penulis wawancara terdiri dari : unsur pemerintahan (*Camat*), tokoh Perempuan, Mahasiswa, Pemuda, dan masyarakat lanjut usia. Hasil wawancara dan pendapat masyarakat mengenai masalah media sosial di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya, sebagai berikut :

1. **Penyebaran informasi positif dan negatif pada masyarakat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya.**

Informasi merupakan pesan yang menggambarkan suatu fenomena yang disebarkan oleh seseorang atau kelompok orang melalui suatu media. Informasi dalam kehidupan masyarakat sangatlah penting, karena dengan adanya informasi

⁴¹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Camat Abdul Azis, SE Pada Tanggal 28 Desember 2018

dapat menambah pengetahuan dan wawasan masyarakat dalam kehidupan sosial. Pada Kecamatan Teunom, informasi sangat berdampak pada tatanan kehidupan masyarakat, dengan demikian informasi disampaikan dengan berbagai media. Pada saat ini Kecamatan Teunom sudah ada pembangunan baik berupa listrik maupun jaringan *internet*. Berdasarkan hasil wawancara Penulis dengan Bapak Camat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya, bapak Abdul Azis, SE mengungkapkan bahwa:

“Semenjak adanya pembangunan listrik dan jaringan *internet* di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya, menyebabkan adanya perubahan bentuk komunikasi dalam masyarakat. Perubahan itu disebabkan adanya teknologi komunikasi yang baru berupa *Android* yang menyebabkan cara komunikasi masyarakat dari *handphone* biasa kepada *smartphone*. Dalam *smartphone* ada sejumlah aplikasi yang menyebabkan masyarakat saling terhubung dan saling berinteraksi satu dengan lainnya, *aplikasi* tersebut yang terdiri dari *whatshApp*, *facebook*, *instagram*, *twetter* dan lain sebagainya. Penggunaan media sosial ini memiliki dampak terhadap penyebaran informasi baik bersifat positif maupun negatif.”⁴²

Sementara itu Irna Firanda salah seorang tokoh perempuan di Kecamatan Teunom, Kabupaten Aceh Jaya menambahkan :

“Perempuan merupakan salah satu unsur penting dalam kehidupan masyarakat, oleh karenanya perempuan juga memerlukan akses media sosial untuk memperoleh dan menyebarkan informasi tertentu. Mengenai penyebaran informasi di media sosial, saya memiliki sejumlah media sosial, mulai dari *WhatsApp*, *Facebook* dan *Instagram*. Dari tiga media tersebut saya menyebarkan informasi yang berbeda namun ada juga satu dua yang sama.”⁴³

Kehadiran media sosial menyebabkan sebagian masyarakat sangat tergantung kepada media sosial tersebut untuk memperoleh informasi, terutama

⁴² Hasil Wawancara Dengan Bapak Camat Abdul Azis, SE Pada Tanggal 28 Desember 2018

⁴³ Hasil Wawan Cara Dengan Tokoh Perempuan, Irna Fianda Pada Tanggal 29 Desember 2018

mahasiswa yang harus selalu *update* dalam banyak hal, termasuk dalam urusan informasi. Seperti yang disampaikan Ikramullah selaku mahasiswa dari Kecamatan Teunom.

“Ketergantungan media sosial sangat tinggi hal ini dikarenakan semua orang menyebarkan informasi melalui media sosial, kalau sehari saja tidak membuka media sosial maka ada banyak informasi yang tidak ketahui. Di Gampong Teupin Ara ada grup *WhatsApp* pemuda gampong jadi apapun kegiatan atau pun ada rapat maka akan disampaikan melalui grup itu, sangat tinggi kebutuhan kita terhadap media sosial.”⁴⁴

Hal yang sama juga disampaikan Firdaus salah satu tokoh pemuda di Kecamatan Teunom, ia mengatakan

“saya menerima informasi melalui media sosial, terutama *Instagram* apapun informasinya media *Instagram* sangat cepat dan akurat terhadap informasinya, akan tetapi informasi di *Instagram* bersifat global, dan sudah pasti ada nilai positif dan negatifnya.”⁴⁵

Adapun informasi yang disebarkan melalui media sosial sangat beragam, baik yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif, misalnya Bapak Abdu Aziz selaku Camat Kecamatan Teunom, beliau hanya menyampaikan informasi yang positif saja, informasi itu disebarkan melalui *WhatsApp* dengan sangat hati-hati agar informasi tersebut tidak salah tafsir di tengah masyarakat. Hal tersebut diungkapkan oleh Bapak Camat seperti berikut ini.

“saya sering menyebarkan informasi kepada orang lain baik itu kepada karyawan maupun kepada masyarakat umum. informasi itu disebarkan melalui media sosial *WhatsApp* saya sebarakan melalui status atau melalui suatu *group WhatsApp*. Saya dalam menyebarkan informasi sangat berhati-hati karna itu berbahaya jika salah ditafsirkan

⁴⁴Hasil Wawancara Dengan Pemuda Gampong Teupin Ara, Firdaus Pada Tanggal 30 Desember 2018

⁴⁵Hasil Wawancara Dengan Mahasiswa, Ikramullah Pada Tanggal 31 Desember 2018

oleh masyarakat maka saya hanya menyebarkan pesan positif saja dan sesekali saya menyebarkan informasi hiburan atau informasi lucu. Mengenai bentuk informasi yang disampaikan melalui media sosial saya hanya menyampaikan pesan yang bersifat informasi mengenai kegiatan yang dilakukan terhadap pembangunan Kecamatan Teunom selain dari itu ada juga pesan yang bersifat ajakan atau himbauan seperti yang baru-baru ini kami lakukan mengajak para pemuda dan masyarakat semua agar tidak berhura-hura di malam pergantian tahun serta kegiatan-kegiatan yang bersifat negatif.”⁴⁶

Sementara mengenai bentuk informasi yang disampaikan yang bersifat positif atau negatif, salah satu narasumber, Inna Firanda menjelaskan bahwa:

“Mengenai bentuk informasi yang disampaikan di media sosial, saya hanya memposting informasi tentang usaha yang dijalannya, kegiatan sosial bersama ibu PKK atau tokoh perempuan, dan sesekali ia menyebarkan informasi mengenai tempat wisata yang ia kunjungi. Tidak ada hal-hal yang negatif yang saya sebar, karena menurut saya memiliki banyak teman, perlu menjaga adab karena apa yang kita posting akan dinilai oleh orang lain, menyebarkan informasi yang baik atau bersifat positif terkadang orang menilai sok baik lah, sok alim apalagi yang kita sebar informasi yang negatif.”⁴⁷

Mahasiswa yang merupakan masyarakat utama sebagai pengguna media sosial, juga menyebarkan informasi baik yang positif maupun yang negatif, seperti yang diungkapkan Ikramullah, bahwa:

“Sementara mengenai bentuk informasi yang disebarkan sangat positif untuk menjaga kekompakan antar pemuda, sering juga kita *share video* pendek Ustadz Somad dan lain sebagainya, namun disini lain saya tidak bisa mengatakan tidak ada informasi yang negatif di media sosial, ada kawan atau pemuda yang iseng menyebarkan foto atau video yang tidak senonoh, meskipun tujuannya untuk lucu-lucuan tetapi tetap ada nilai negatifnya.”⁴⁸

Hal yang sama juga diungkapkan firdaus, bahwa :

⁴⁶ Hasil Wawancara Dengan Bapak Camat Abdul Azis, SE Pada Tanggal 28 Desember 2018

⁴⁷ Hasil Wawan Cara Dengan Tokoh Perempuan, Inna Fianda Pada Tanggal 29 Desember 2018

⁴⁸ Hasil Wawancara Dengan Mahasiswa, Ikramullah Pada Tanggal 31 Desember 2018

“Saya pernah menyebarkan informasi yang negatif, seperti meme lucu, video lucu-lucuan, sebenarnya Cuma sekedar hiburan tapi tentu ada tidak baiknya juga apalagi terlalu sering disebar. Selain itu ada banyak informasi *hoax*, terutama di media sosial *Instagram*, tentu kita perlu berhati-hati selain karena ada dampak negatif juga karena ada hukum pidana”.⁴⁹

Media sosial tidak hanya digunakan oleh anak muda akan tetapi juga digunakan oleh sebahagian orang tua dalam menyebarkan informasi. Orang tua atau orang lanjut usia yang tidak begitu dekat dengan media sosial, karena ini lebih sering atau domennya anak muda sementara orang tua tidak begitu aktif dalam media sosial, kalau pun ada maka sifatnya pasif Kecamatan Teunom bukan lah kota besar sehingga media sosial tidak menyentuh semua kalangan terutama kalangan orang tua.⁵⁰

Salah satu orang tua yang merupakan Tuha Peut Gampong Tanoh Manyang, Tarmizi Manaf yang biasa di sapa Yahlet, mengakui dirinya menggunakan media sosial tetapi tidak banyak hanya ada *WhatsApp* dan *Facebook*, ia mengakui bahwa tidak begitu sering menyebarkan informasi lewat media sosial, hanya menggunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain, kalau di *Facebook* dia menyampaikan informasi tentang keluarga, aktifitasnya bersama cucu dan lain sebagainya. Lebih lengkapnya, seperti di bawah ini :

“Menurut bapak tarmizi ada nilai positifnya juga dengan ada media sosial, ia dapat berkomunikasi dan menjalin silaturahmi dengan sanak saudara yang tidak dapat kita jangkau, dengan adanya media sosial ia dapat saling menukar informasi dengan kerabat dan keluarga yang jauh. Sementara informasi yang negatif di media sosial ia tidak begitu mengetahui dan tidak begitu paham, dan sesuatu yang tidak bermanfaat maka ia tidak akan melihat itu.”⁵¹

⁴⁹ Hasil Wawancara Dengan Mahasiswa, Firdaus Pada Tanggal 31 Desember 2018

⁵⁰ Hasil Wawancara Dengan Orang Tua, Tarmizi Manaf Pada Tanggal 30 Desember 2018

⁵¹ Hasil Wawancara Dengan Orang Tua, Tarmizi Manaf Pada Tanggal 30 Desember 2018

2. Dampak media sosial terhadap masyarakat dalam penyebaran informasi positif dan negatif di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya.

Setelah membahas tentang penyebaran informasi pada poin diatas maka penulis melihat dampak atau pengaruh akibat dari adanya penyebaran informasi. Dampak adalah suatu keadaan ada hubungan timbal balik, atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi dan kita mencari adanya hubungan antara keduanya. Dalam penggunaan media sosial di Kecamatan Teunom memiliki dampak yang sangat tinggi terhadap penyebaran informasi baik yang bersifat positif maupun negatif. Dari hasil wawancara penulis dengan informan penelitian, penulis mengambil kesimpulan ada tiga dampak dari media sosial, diantaranya:

a. Masyarakat melek informasi

Adanya media sosial berdampak besar terhadap informasi yang di terima masyarakat, artinya masyarakat menerima informasi apa saja secara *update*, seperti yang disampaikan oleh Irna Firanda berikut ini:

“Apa saja informasi itu diterima dan di sebar oleh pengguna media sosial, dengan adanya penyebaran informasi tersebut masyarakat jadi lebih tau mengenai informasi yang terjadi di luar, baik tentang daerah, nasional bahkan internasional, misalnya ada kejadian di Suriah kita tau informasi melalui *Facebook* atau *Instagram*, kita bersimpati dan mendoakan saudara kita disana, begitu juga informasi di negara kita seperti Tsunami kemaren dan lain sebagainya.”⁵²

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Camat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya, menurutnya:

⁵² Hasil Wawan Cara Dengan Tokoh Perempuan, Irna Fianda Pada Tanggal 29 Desember 2018

“Media sosial sangat berdampak dalam penyebaran informasi, menurut beliau dampaknya ada dua, pertama dari segi jumlah dengan adanya media sosial jumlah informasi sudah tak terhitung, semua orang menyebarkan informasi apa saja dan kapan saja. Kedua dampak media sosial, menyebabkan informasi menjadi liar artinya ada informasi *hoax* di sana, ada informasi yang mengadu domba dan lainnya, ini tentunya disebabkan atau dipengaruhi oleh media sosial.”⁵³

Sementara itu Ikramullah dan Firdaus selaku pemuda dan mahasiswa Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya, mengatakan dampak media sosial dalam penyebaran informasi positif dan negatif tergantung penggunaannya, menurut mereka berdua:

“Informasi itu penting dan masyarakat membutuhkan informasi itu, tapi kalau informasi itu terjadi jauh dari mereka perlu adanya perantara informasi, salah satunya ya media sosial. Semenjak ada jaringan *Internet* di sini (Kecamatan Teunom) masyarakat lebih banyak menerima informasi dan setiap hari mengakses informasi terbaru melalui media sosial.”⁵⁴

Dari penjelasan di atas dapat kita pahami bahwa adanya media sosial dapat menyebabkan masyarakat melek terhadap informasi, hal ini tentu sifatnya positif menyebabkan masyarakat semakin peka terhadap informasi.

b. Kenakalan dan tindakan menyimpang

Media sosial juga berdampak terhadap sikap atau perilaku, penyebaran informasi melalui media tak jarang bersifat negatif atau menyimpang, hal tersebut sangat tergantung sama penggunaannya seperti yang disampaikan oleh Firdaus :

“Bahwa dampak media sosial tidak selalu ke eksternal, artinya tidak selalu media sosial menyebabkan orang menyebarkan informasi tapi lebih kepada orang menerima informasi, dan itu tergantung kepada

⁵³ Hasil Wawancara Dengan Bapak Camat Abdul Azis, SE Pada Tanggal 28 Desember 2018

⁵⁴ Hasil Wawancara Dengan Ikramullah Mahasiswa Teunom, Pada Tanggal 30 Desember 2018

kawan yang ada di media sosial, kalau kawannya menyebar informasi positif maka sikap dan perilaku akan positif begitu juga sebaliknya. Menurutnya media sosial berdampak kepada perilaku penggunanya, dengan adanya media sosial, benda yang pertama kali di cari ketika bangun tidur adalah *Handphone*, buka *WhatsApp*, buka *Instagram* dan lain sebagainya. Dengan adanya media sosial, membuat orang tidak lagi membaca, lalai dengan media sosial dan *Game*. Terhadap penyebaran informasi itu tidak terlalu pengaruh tapi lebih kepada kehidupan pengguna media sosial itu sendiri.”⁵⁵

Perilaku menyimpang lainnya dalam menggunakan media sosial juga terjadi pada pengguna media sosial, adanya hoaks dan fitnah merupakan dampak dari penggunaan media sosial yang tidak bijak sana. Seperti ungkapan Bapak Camat Kecamatan Teunom, menurutnya:

“Informasi melalui media sosial sangat banyak dan liar, artinya tidak ada yang kontrol, bahkan kami tidak tau harus bagaimana selain menghimbau agar bijak menggunakan media sosial. informasi yang sering saya liat di media sosial seperti status galau anak muda, kemudian ada hoaks informasi yang di ada-adakan, dan yang paling tidak baik menurut saya adalah ada yang mencari-cari kesalahan orang lain kemudian di *share* di media sosial.”⁵⁶

c. Pola interaksi yang berubah

Penggunanya sering menerima yang negatif maka ia akan menyebarkan yang negatif juga, begitu juga sebaliknya. Dampak media sosial dalam menyebarkan informasi positif dan negatif juga disebabkan faktor pengetahuan atau ilmu, ada yang mampu menyeleksi informasi, ada juga yang menerima

⁵⁵ Hasil Wawancara Dengan Firdaus Pemuda Kecamatan Teunom, Pada Tanggal 31 Desember 2018

⁵⁶ Hasil Wawancara Dengan Bapak Camat Abdul Azis, SE Pada Tanggal 28 Desember 2018

mentah-mentah, penyebaran informasi positif dan negatif tidak hanya di pengaruhi oleh sosial media tapi juga pengetahuan seseorang.⁵⁷

Sementara itu tokoh perempuan, Irna Fianda mengatakan bahwa media sosial memiliki dampak kepada setiap pengguna.

“Sejak adanya media sosial ada perubahan pola interaksi, keakraban mulai berkurang dulu kita apapun keperluannya kita datang kerumah sekarang kita tanya lewat *WhatsApp* aja. Dengan adanya media sosial menyebabkan ruang interaksi secara langsung menjadi berkurang.”⁵⁸

Sementara dampak media sosial terhadap dirinya dalam menyebarkan informasi, Irna Fianda mengatakan,

“Saya hanya mengikuti informasi yang positif dan tentu akan menyebar yang positif juga. Karena menurutnya jika kita menyebarkan yang negatif tentu sangat berdampak kepada diri kita, karena orang akan menilai melalui apa yang kita posting di media sosial. Dalam penyebaran informasi tentu ada dampak baik yang positif dan begitu sebaliknya. Dampak media sosial terhadap penyebaran informasi yang bersifat positif maupun yang negatif, menurutnya sangat tergantung kepada pengguna media sosial itu sendiri mau dipengaruhi oleh yang positif.”⁵⁹

Sementara itu Tarmizi Manaf mengaku tidak terpengaruh dengan media sosial, menurutnya ini urusan anak muda yang lebih aktif sedangkan dirinya merasa tidak perlu merasa terikat dengan media, hanya sebatas informasi dan silaturahmi dengan keluarga dan masyarakat tidak sampai kepada menyampaikan informasi berlebihan melalui media.⁶⁰

⁵⁷ Hasil Wawancara Dengan Ikramullah Mahasiswa Teunom, Pada Tanggal 30 Desember 2018

⁵⁸ Hasil Wawan Cara Dengan Tokoh Perempuan, Irna Fianda Pada Tanggal 29 Desember 2018

⁵⁹ Hasil Wawan Cara Dengan Tokoh Perempuan, Irna Fianda Pada Tanggal 29 Desember 2018

⁶⁰ Hasil Wawancara Dengan Orang Tua, Tarmizi Manaf Pada Tanggal 30 Desember 2018

Media sosial menyebabkan sebagian masyarakat terpengaruh dan merubah pola interaksi, hal itu tidak terjadi secara langsung namun secara perlahan. Jaringan informasi melalui media sosial akan berdampak pada perubahan sosial, semakin kedepan akan semakin terasa perubahannya.

C. Pembahasan dan Analisis data

1. Pembahasan

Arus perkembangan teknologi ini bagaimana pun tak akan bisa kita banding, sebagian besar anak dan remaja saat ini telah familiar dengan berbagai situs jejaring sosial tersebut, tidak saja anak dan remaja kota, bahkan anak-anak di pedesaan pun kini telah berangsur-angsur mulai menggunakan jejaring sosial tersebut. Berkembang pesatnya situs jejaring sosial tersebut tentu saja punya dampak positif dan juga negatif, oleh karena itu penting untuk di buat suatu sistem pengawasan dan bimbingan bagi mereka agar dampak negatif nya dapat di hindari dan dampak positif nya semakin dirasakan.

Teknologi informasi juga berkembang di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya, dengan adanya teknologi ini menghubungkan sebagian besar masyarakat Teunom untuk berinteraksi melalui media sosial. Adapun dampak positif dari perkembangan tersebut adalah Memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, Memperluas pergaulan, Penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat dengan media sosial dan masih banyak yang lainnya. Sementara dampak yang negatif adalah Menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya, Rentan terhadap dampak buruk orang lain, Menimbulkan konflik karena adanya kesalahan persepsi atau salah paham.

Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial dan media sosial itu sendiri menggunakan teknologi yang berbasis *web* yang dapat mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Jejaring sosial merupakan situs di mana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *Facebook*, *Myspace* dan *Twitter*. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan *internet*. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

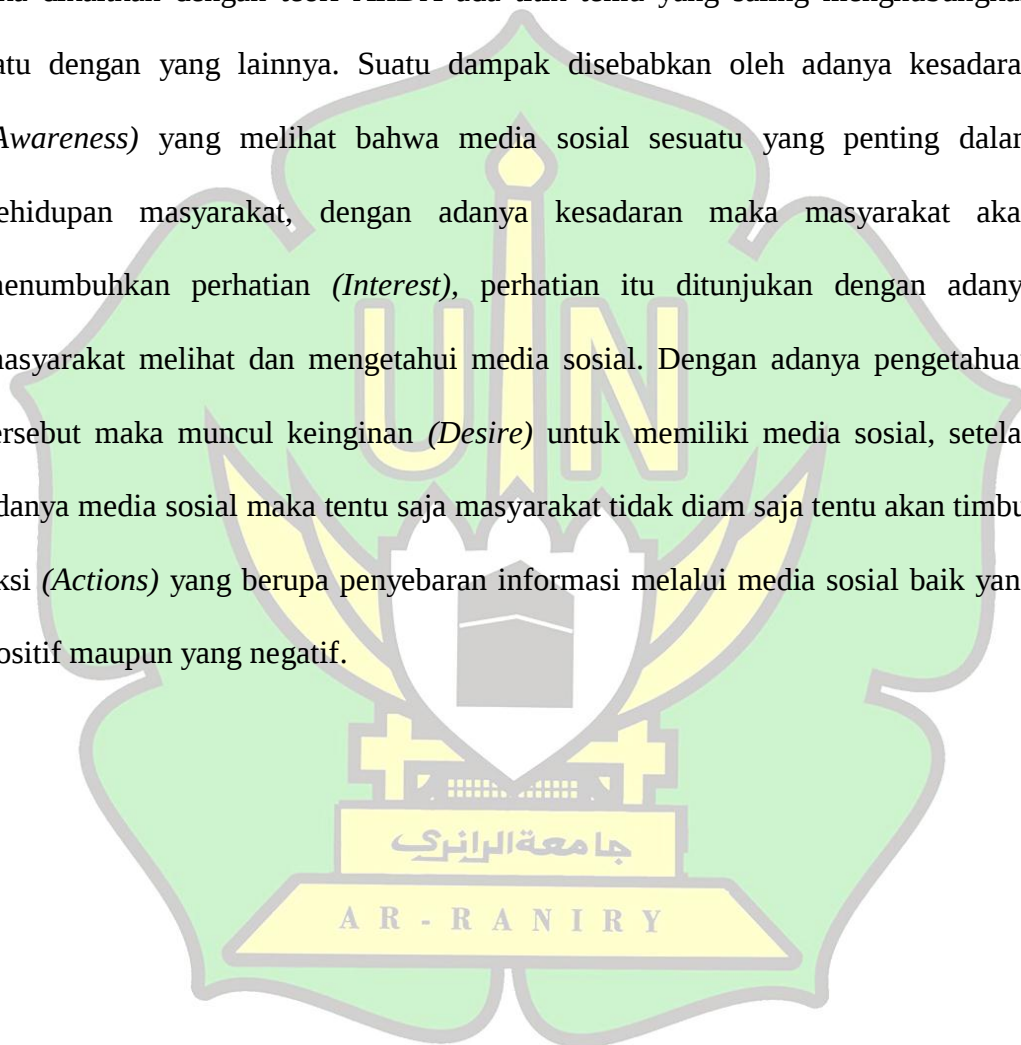
Pada masyarakat Teunom tidak semua media sosial digunakan, seperti pada hasil penelitian hanya ada beberapa media sosial yang digunakan seperti *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram* dan *messenger*. Media sosial membuat kita bisa memiliki banyak koneksi dan jaringan yang luas. Tentu saja hal ini berdampak positif bagi orang yang ingin mendapatkan teman atau pasangan hidup dari tempat yang jauh atau negara asing.

2. Analisis Dengan Teori Yang Digunakan (Teori AIDDA)

Konsep AIDDA ini adalah proses psikologis dari diri khalayak. Berdasarkan konsep AIDDA agar khalayak melakukan (*Action*), maka pertamatama mereka harus dibangkitkan kesadaran (*Awareness*) sebagai awal suksesnya komunikasi. Apabila kesadaran komunikan telah terbangkitkan, hendaknya di susul dengan upaya menumbuhkan perhatian (*Interest*), Keinginan

(*Desire*) adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya keputusan (*Decision*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator.

Dampak media sosial terhadap penyebaran informasi positif dan negatif, jika dikaitkan dengan teori AIIDA ada titik temu yang saling menghubungkan satu dengan yang lainnya. Suatu dampak disebabkan oleh adanya kesadaran (*Awareness*) yang melihat bahwa media sosial sesuatu yang penting dalam kehidupan masyarakat, dengan adanya kesadaran maka masyarakat akan menumbuhkan perhatian (*Interest*), perhatian itu ditunjukan dengan adanya masyarakat melihat dan mengetahui media sosial. Dengan adanya pengetahuan tersebut maka muncul keinginan (*Desire*) untuk memiliki media sosial, setelah adanya media sosial maka tentu saja masyarakat tidak diam saja tentu akan timbul aksi (*Actions*) yang berupa penyebaran informasi melalui media sosial baik yang positif maupun yang negatif.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

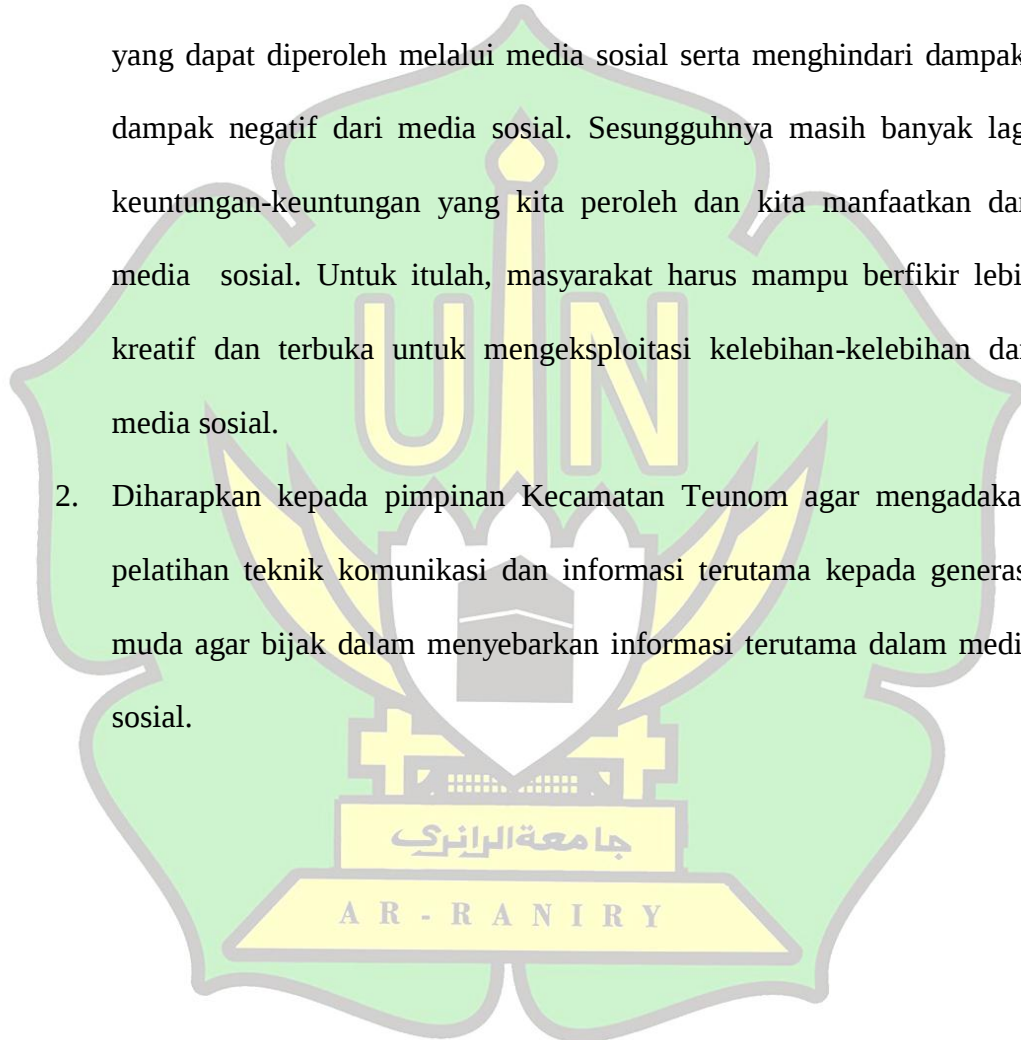
Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang *Dampak Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Positif-Negatif Di Kecamatan Teunom, Kabupaten Aceh Jaya.*, maka dapat diambil beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Penyebaran informasi positif-negatif pada masyarakat Kecamatan Teunom, Kabupaten Aceh Jaya, masih ada melalui media sosial *whatsapp*, *instagram* dan *facebook*, namun sebagian besar masyarakat Teunom masih menyebarkan informasi yang positif melalui media sosial, hal ini dikarenakan masyarakat ingin menjaga *image*. Informasi yang positif disebarkan melalui media sosial seperti video ceramah, kata-kata bijak, dan informasi penting lainnya seperti pembangunan dan tempat wisata. Sementara informasi yang negatif seperti video lucu yang berlebihan, gambar yang tidak senonoh serta sesuatu yang tidak bermanfaat.
2. Dampak media sosial pada masyarakat dalam penyebaran informasi positif-negatif di Kecamatan Teunom, Kabupaten Aceh Jaya, berupa adanya informasi dari sebahagian dari masyarakat yang bersifat positif dan negatif. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi yang disebarkan sangat tergantung pada informasi yang didapatkan. Karena masyarakat Teunom merepresentasikan apa yang didapatkan dari media sosial, jika informasi yang didapatkan baik, maka akan baik pula yang disebarkan begitu juga sebaliknya.

B. SARAN

Adapun saran-saran dalam penelitian ini antara lain:

1. Media sosial telah menjadi sebuah kebutuhan baru dalam kehidupan manusia di zaman sekarang. Dengan demikian, penulis berharap semoga masyarakat mampu memanfaatkan keuntungan-keuntungan yang dapat diperoleh melalui media sosial serta menghindari dampak-dampak negatif dari media sosial. Sesungguhnya masih banyak lagi keuntungan-keuntungan yang kita peroleh dan kita manfaatkan dari media sosial. Untuk itulah, masyarakat harus mampu berfikir lebih kreatif dan terbuka untuk mengeksplorasi kelebihan-kelebihan dari media sosial.
2. Diharapkan kepada pimpinan Kecamatan Teunom agar mengadakan pelatihan teknik komunikasi dan informasi terutama kepada generasi muda agar bijak dalam menyebarkan informasi terutama dalam media sosial.



DAFTAR PUSTAKA

- Bog dan Taylor, 2005, dalam Hendri Subiakto, *Metode Penelitian Sosial, Analisis Isi, Manfaat dan Metode Penelitiannya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- B.Uno Hamzah, 2010, *Teknologi Komunikasi dan Inovasi Pembelajaran*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Bungin Burhan, 2010, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara Hafied, 2002., *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persda.
- Cangara Hafied , 2013, *Perencanaan & Strategi Komunikasi* , PT.Rajagrafindo Persada , Jakarta.
- Cangara Hafied, 1998, *Pengantar Ilmu komunikasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Dwi Atmoko, 2012, Bambang. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Daniel Mc, 2005, *Crisis Public Relations* Jakarta : Erlangga.
- Effendi, Onong Uchjana, 1993, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto, 2011, *Analisis Isi*, Jakarta: Kencana.
- Firsan Nova, 2009, *Crisis Public Relations*, Jakarta: Grasindo.
- H.A.W. Widjaja, 2008, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: Pt Bumi Aksara.
- H.A.W. Widjaja, 2010, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Hanif Fakhruroja S.Si dan Aris Munandar S.Si. 2009, *Twitter Ngoceh Dapet Duit*, Yogyakarta: Great Publisher.
- Imron Arifin, 1994, *Penelitian Kuantitatif dalam ilmu-ilmu sosial dan keagamaan*, Malang: Kalimasahada.

- Jalaludin Rahmat, 2004, *Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Liliweri Alo, 2011, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- M. Ali, 2010, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, Jakarta : Pustaka Amani,
- 2001, Nilawati Eva Sativa, *Kaya & Gaya Via Facebook*, Yogyakarta, Andi Offset.
- Nasution, 1996, *Metode Research*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Onong Uchjana Effendy , 1984, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Paryati Sudarman, 2008, *Menulis di Media Massa*. Jogjakarta:Pustaka Pelajar.
- Rachmat Kriyantono, 2012, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rohmadi, Arif. 2016, *Tips Produktif Ber-social. Media*. Jakarta: Gramedia.
- Sobur Alex, 2012, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, cet 6 Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Shera Andy, 2010, *Step by Internet Marketing*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Strauss Anselm, 2013, *Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sugiyano, 2008, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Wiryanto, 2000, *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.
- Werner J. Saverin, 2005, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan terapan di Dalam Media Massa*, Jakarta: Kencana.
- Winarto Surachman, 1982, *Dasar dan Tehnik Research*, Bandung: Tarsito.
- Wardi Bhatiar, 1997, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta: Logos

Yulius Andre Pudyastomo, 2009, *Twitter: Facebook mah kuno!*. Yogyakarta: Mediakom.

Zain Badudu, 1996, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

Alichia, Yashinta Putri. 2013, *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Opini Audit Tahun Sebelumnya Terhadap Opini Audit Going Concern*. Makalah Disampaikan dalam Skripsi, Padang Maret.

Lianto Agus, 2018, skripsi *Pengaruh Sosial Media Terhadap Ahklak Remaja Studi Kasus di Kec. Kluet Timur Kab. Aceh Selatan*.

Ngurah Gusti Aditya Lesmana, 2012, *Tesis: Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment* Studi: PT. XL AXIATA, Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

Sugeng Cahyono Anang, 2016, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia " Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tulungagung."*

Vience Mutiara Rumata, 2017, *Perilaku Pemenuhan Dan Penyebaran Informasi Publik Bagi Masyarakat Kota Dan Desa*, Jurnal Penelitian Komunikasi.

Yeboah, Johnson dan George Dominic Ewur. 2014, *The Impact of Messenger Usage on Students Performance in Tertiary institutions in Ghana. Journal of Education and Practic.*

Amelia, Ellavie Ichlasa, 2015, *Jumlah Pengguna Aktif Whatsapp Mencapai 800 Juta*, <http://teknologi.metrotvnews.com/read/2015/04/20/388412/jumlah-pengguna-aktif-whatsapp-mencapai-800-juta>.

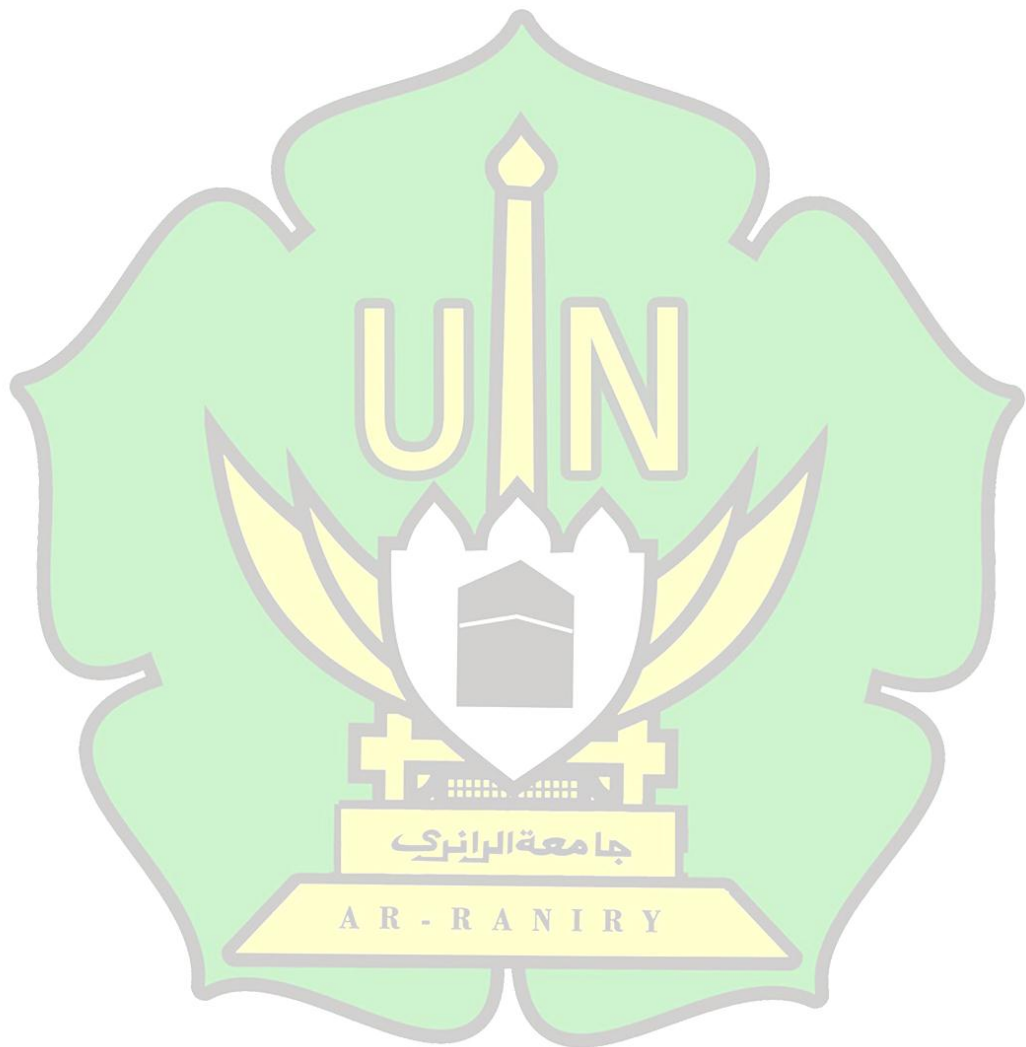
Diakses dari id.m.wikipedia.org pada tanggal 26 mei 2018

Diakses dari kbbi.web.id pada tanggal 26 mei 2018 Diakses 15 Desember 2018, Jam 21:33. Wib

<http://tekno.kompas.com/read/2013/11/25/0929570/mengupas.buku.sejarah.twitter.penuh.intrik>/diakses pada hari jumat tanggal 19 desember 2014 pukul 03.38 Wib.

[http://id.wikipedia.org/wiki/Media sosial](http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial)

Pengertian Instagram, dalam <http://id.wikipedia.org/wiki/instagram>, 2012.
(diakses pada tanggal 13 Desember 2018)



Lampiran penelitian



Foto wawancara bersama Bapak Camat Abdul Azis, SE Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya



Foto dokumentasi bersama Bapak Ir. Zainuddin AR Sekcam Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya



Foto wawancara bersama Bapak Tarmizi Manaf selaku orang tua usia 60 tahun keatas di Desa Tanoh Manyang Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya



Foto Wawancara Bersama Saudara Firdaus S.I, Kom di Desa Seumira Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya



Foto wawancara bersama Irna Fianda, S. Sos di Desa Pantan Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya



Foto wawancara bersama Ikramullah ZM di Desa Teupin Ara Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B.1297/Un.08/FDK/KP.00.4/02/2018

Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Genap Tahun Akademik 2017/2018

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang :** a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat :** 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2018, Tanggal 5 Desember 2017

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :** Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Drs. Baharuddin AR, M.Si (Sebagai PEMBIMBING UTAMA)
2) Asmaunizar, S. Ag., M. Ag (Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KKK Skripsi:

Nama : Ruslan
NIM/Jurusan : 411307063/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : *Pengaruh Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Positif-Negatif di Kecamatan Teunom, Aceh Jaya*

- Kedua :** Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga :** Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2016;
- Keempat :** Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
- Kutipan :** Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 28 Februari 2018 M
13 Jumadil Akhir 1439 H



Tembusan:
1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7552548, www.dakwah.ar-raniry.ac.id

Nomor : B.5837/Un.08/FDK.I/PP.00.9/12/2018
Lamp : -
Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Banda Aceh, 18 Desember 2018

Kepada
Yth, **Camat Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya**

Di -

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama /Nim : **Ruslan / 411307063**
Semester/Jurusan : **XI / Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**
Alamat sekarang : **Ie Masen Kaye Adang**

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul ***"Penengaruh Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Positif – Negatif di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya."***

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami



PEMERINTAH KABUPATEN ACEH JAYA
KECAMATAN TEUNOM

Jalan Banda Aceh – Meulaboh Km. 189

TEUNOM

Kode Pos. 23653

SURAT KETERANGAN

Nomor : 242 /1.307 / 2018

1. Sehubungan dengan surat permohonan Dekan Fakultas Dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) AR - RANIRY Banda Aceh Nomor : B.5837/Un.08/FDK.I/PP.009/12/2018 tanggal 18 Desember 2018 perihal Penelitian Ilmiah Mahasiswa yang ditujukan kepada Camat Teunom, maka dengan ini kami menyatakan bahwa :

N a m a : RUSLAN
NIM : 411307063
Semester / Jurusan : XI / Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam
Negeri (UIN) AR - RANIRY Banda Aceh.

Telah melakukan penelitian ilmiah dengan mengambil data/dokumen serta terjun kelapangan untuk kebutuhan penulisan tugas akhir (Skripsi) dengan judul *Pengaruh Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Positif - Negatif di Kecamatan Teunom Kabupaten Aceh Jaya.*

2. Demikian Surat Keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Teunom, 28 Desember 2018

CAMAT TEUNOM


ABDUL WAHID, SE
Pembina Tk. I
NIP. 19641231 198603 1 121

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Ruslan
2. Tempat / Tgl. Lahir : Tanoh Manyang /26 Oktober 1994
Kecamatan Teunom Kabupaten/Kota Aceh Jaya
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. NIM / Jurusan : 411307063 / Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : le Masen Kayee Adang
 - a. Kecamatan : Syiah Kuala
 - b. Kabupaten : Banda Aceh
 - c. Propinsi : Aceh
8. Email :

Riwayat Pendidikan

9. MI/SD/Sederajat Tahun Lulus 2007
10. MTs/SMP/Sederajat Tahun Lulus 2010
11. MA/SMA/Sederajat Tahun Lulus 2013
12. Diploma Tahun Lulus

Orang Tua/Wali

13. Nama ayah : Yusri K. Ali Basyah
14. Nama Ibu : Faisal Yunus
15. Pekerjaan Orang Tua : IRT
16. Alamat Orang Tua : Tanoh Manyang
 - a. Kecamatan : Teunom
 - b. Kabupaten : Aceh Jaya
 - c. Propinsi : Aceh

Banda Aceh, Januari 2019

Peneliti,



(Ruslan)