

Filter Informasi dalam Proses Penyebaran Informasi pada Pengguna Facebook Kategori Usia Remaja di Kota Yogyakarta

Yuli Rohmiyati^{1*)}, Lydia Christiani¹, Ana Irhandayaningsih¹

¹ Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275

^{*)}Korespondensi: yuli.rohmiyati@live.undip.ac.id

Abstract

[Title: Information Filtering in the Process of Dissemination of Information on Facebook Users in Adolescent Age Categories in Yogyakarta City] This study aims to analyze the information filter system in the process of disseminating information carried out by Facebook users in the teenage age category in the city of Yogyakarta. This research uses descriptive qualitative research methods. The selection of informants is done by using purposive sampling technique. The results of this study indicate that the information filter system in the process of disseminating information on Facebook users in the adolescent age category in Yogyakarta is constructed with the basis of a comparative function in the information filter system in the form of evaluating the relevance of the user profile acquisition function with the document representation function manifested in the attitude of responsibility when receiving information at Facebook homepage. Information that has been received is first reviewed by news content, then further verified by friends and supporting documents such as photos and videos, and removes news that is not credible. Information that is not credible is ignored and not used, even deleted from a Facebook account. While information that has proven credible, after going through the information filtering process, is disseminated to a wider scope of audience.

Keywords: *filtering information; information dissemination; social media; facebook*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem filter informasi dalam proses penyebaran informasi yang dilakukan oleh pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem filter informasi dalam proses penyebaran informasi pada pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta dikonstruksi dengan landasan fungsi pembandingan dalam sistem filter informasi berupa penilaian relevansi fungsi akuisisi profil pengguna dengan fungsi representasi dokumen yang diwujudkan dalam sikap tanggungjawab saat menerima informasi di beranda facebook. Informasi yang telah diterima, terlebih dahulu dilakukan penelaahan konten berita, kemudian lebih lanjut dilakukan verifikasi dengan teman-teman serta dokumen pendukung seperti foto dan video, serta menghapus berita yang tidak kredibel. Informasi yang tidak kredibel diabaikan dan tidak digunakan, bahkan dihapus dari akun facebook. Sementara informasi yang terbukti kredibel, setelah melewati proses filter informasi, disebarluaskan pada khalayak yang memiliki ruang lingkup yang lebih luas.

Kata Kunci: *filter informasi; penyebaran informasi; media sosial; facebook*

1. Pendahuluan

Internet dan media sosial merupakan ranah komunikasi yang populer saat ini. Fungsi media sosial untuk berinteraksi semakin besar, terutama karena kini orang bisa dengan mudah menyebarkan informasi. Informasi dapat diakses oleh masyarakat dengan cepat dan terbuka di media sosial. Masyarakat dengan mudah berjejaring sosial untuk mendiskusikan banyak hal, bahkan hingga memungkinkan melakukan berbagai aksi seperti advokasi dan kampanye terhadap berbagai permasalahan yang timbul di tengah masyarakat. Dalam proses membangun jaringan komunikasi dalam jaringan sosial tersebut tidak

jarang muncul berbagai “informasi sampah”, atau yang biasa dikenal dengan sebutan *hoax*. Media sosial tak jarang dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang kurang bertanggungjawab untuk menyebarkan informasi yang belum tentu benar, atau bahkan justru dimaksudkan untuk menyesatkan persepsi publik. Konten media digital yang berisi *hoax*, fitnah, desas desus, kabar bohong, ujaran kebencian, aib dan kejelekan seseorang, informasi pribadi yang dibocorkan ke publik, dan informasi-informasi tidak sehat yang lainnya seringkali muncul di berbagai ruang komunikasi media sosial, yang kadang justru dimanfaatkan sebagai sarana provokasi, yang berpotensi dapat menimbulkan gesekan di tengah masyarakat.

Gesekan-gesekan di tengah masyarakat tersebut menjadi lebih meresahkan akhir-akhir ini. Saling serang dan saling sindir di media sosial kemudian menjadi aksi nyata seperti gerakan demonstrasi, yang tidak jarang juga memicu tindak kriminalitas yang memasuki ranah hukum. Gerakan-gerakan tersebut tidak sedikit yang pada akhirnya mengarah pada sikap ekstrim antar golongan, dan tidak sedikit yang juga memicu tumbuhnya radikalisme di tengah masyarakat. Munculnya fenomena-fenomena tersebut membuat nilai-nilai kebangsaan bangsa Indonesia semakin luntur. Nilai-nilai ketuhanan, persatuan, keadilan, gotong royong perlahan menghilang dari dalam pribadi-pribadi manusia Indonesia, terutama pada anak-anak muda, yang mana merupakan pengguna media sosial paling aktif. Paparan media sosial pada generasi muda bangsa Indonesia cukup signifikan, hal ini sekaligus merupakan penguat dasar, mengapa *hoax* beredar luas di dunia maya, terutama melalui media sosial. Anak-anak muda yang sangat familiar dengan media sosial sejak usia belia belum memiliki nalar yang cukup untuk melakukan analisis dan verifikasi informasi yang dapat digunakan sebagai filter, memposisikan anak-anak muda tersebut menjadi sasaran empuk *hoax* yang disebar oleh pihak yang tidak bertanggungjawab untuk memancing persepsi dan opini yang keliru masyarakat, yang lebih jauh dapat memicu timbulnya *chaos*.

Berdasarkan hasil riset sebelumnya yang dilakukan oleh dan Gumilar, dkk. (2017) dan Meladia, dkk. (2017) tentang pengaruh *hashtag* dalam memverifikasi informasi yang diterima oleh *digital native* diketahui bahwa generasi muda lemah dalam melakukan verifikasi informasi yang mereka terima. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa pengguna media sosial yang sebagian besar adalah anak-anak muda belum memahami fitur-fitur verifikasi informasi, seperti penggunaan *hashtag*. Penggunaan *hashtag* hanya dipahami sebatas tajuk peristiwa, fungsi *hashtag* sebagai verifikasi informasi sama sekali belum dikenali oleh pengguna media sosial.

Berdasarkan data yang dirangkum oleh www.kompasiana.com (2016) dapat ditengarai bahwa penggunaan aplikasi jejaring sosial yang menempati *ranking* tertinggi adalah facebook dengan jumlah 78 juta pengguna, kemudian disusul oleh Instagram dan twitter pada urutan kedua dan ketiga. Hasil survei tersebut juga didukung oleh hasil survei Tim Jejak Pendapat App (2016) yang membuat studi perilaku pengguna facebook yang mencatat 89% orang Indonesia secara aktif menggunakan facebook dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Rata-rata pengguna facebook di Indonesia mengunjungi akun facebook yang mereka miliki dengan frekuensi 1-6 kali sehari dalam durasi waktu kunjungan pada kisaran 3-10 menit. Hasil catatan Tim Jejak Pendapat App tersebut juga diperkuat oleh hasil penelitian Statista (2016) yang menyebutkan bahwa media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia selama

tahun 2016 adalah facebook. Berada pada peringkat kedua setelah Thailand, merupakan penegasan posisi Indonesia sebagai salah satu penyumbang terbesar pengguna facebook. Dalam hasil penelitian Statista (2016) tersebut disebutkan bahwa terdapat 11.658.760 pengguna facebook yang berasal dari Indonesia. Pengguna facebook di Indonesia paling banyak ada pada rentang usia 30-35 tahun ke atas. Kemudian diikuti oleh pengguna pada rentang usia 26-29 tahun, dan diikuti pada rentang usia 20-25 tahun dan 16-19 tahun. *Fanpages* pada facebook dengan jumlah *fans* terbanyak adalah *Fanpages* Opera Van Java, Mario Teguh dan juga Dahsyat dengan total lebih dari 21 juta *fans* (Anggita, 2017).

Media sosial merupakan salah satu media *online* yang memfasilitasi para penggunanya untuk dapat ikut serta berperan aktif dalam mencari informasi, berkomunikasi, dan menjangking pertemanan, dengan segala fitur yang ditawarkan. Media sosial memiliki peran yang besar dalam proses penyebaran informasi, sedangkan penyebaran informasi memiliki andil yang signifikan dalam perkembangan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian tentang penyebaran informasi melalui media sosial di tengah masyarakat penting untuk dilakukan, terlebih terkait proses filter informasi, sebab informasi yang sehat hanya dapat dihasilkan melalui proses filter informasi yang baik, yang senantiasa dilakukan oleh semua pengguna informasi pada media sosial, tidak terkecuali pengguna pada kategori usia remaja. Bahkan, pada konteks bangsa Indonesia, mengkaji cara remaja melakukan filter informasi pada media sosial facebook, sebagai media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, terutama di kota besar seperti Yogyakarta penting untuk dilakukan.

Yogyakarta diambil sebagai *locus* dalam penelitian ini sebab dari seluruh kota besar di Indonesia, Yogyakarta memiliki keunikan yang berbeda dari kota besar lainnya di Indonesia. Yogyakarta yang merupakan daerah istimewa yang dipimpin seorang raja sebagai gubernur yaitu Hamengkubuwono X, menjadikan masyarakatnya memiliki pola kemasyarakatan yang berbeda dan masih kental dengan budaya Jawa. Pola kemasyarakatan tersebut termasuk juga pola dasar sistem pendidikan, yang tentunya sarat dengan pola sebaran informasi yang terdapat di dalamnya. Hal inilah yang melandasi pemilihan kota Yogyakarta sebagai *locus* penelitian, sehingga hasil penelitian ini yaitu proses filter informasi dalam proses penyebaran informasi pada pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta menghasilkan hasil yang lebih komprehensif dan berimbang, di mana hasil penelitian ini dapat turut menguak proses filter informasi yang dilakukan remaja di kota Yogyakarta sebagai bentuk literasi dan penyerapan teknologi modern di tengah budaya lokal yang masih dominan terasa di tengah masyarakat kota Yogyakarta.

2. Tinjauan Literatur

Information Filtering atau yang dalam bahasa Indonesia diterjemahkan sebagai istilah filter informasi atau juga penyaringan informasi. Konsep dasar filter informasi sebenarnya telah dikenal sejak zaman bapak filsafat moral yaitu Socrates. Pemikiran Socrates terkait filter informasi sering dikenal dengan “Triple Filter Test” (Evan, 2019) yang merumuskan prinsip dasar perlunya seseorang untuk melakukan verifikasi ulang terhadap setiap informasi yang diterimanya, sebelum menyebarkan informasi

tersebut kepada orang lain, dengan dasar prinsip “*don't say something if it isn't True, Good, and/or Useful*”. Socrates mengajak masyarakat pada masanya untuk tidak secara asal menyebarkan informasi. Seseorang perlu terlebih dahulu mengecek apakah informasi yang diterimanya benar adanya (faktual), memiliki nilai positif atau kebaikan di dalamnya, serta memiliki nilai guna bagi khalayak. Jika sebuah informasi tidak memenuhi ketiga kriteria tersebut, maka informasi tersebut tidak layak untuk disebarluaskan.

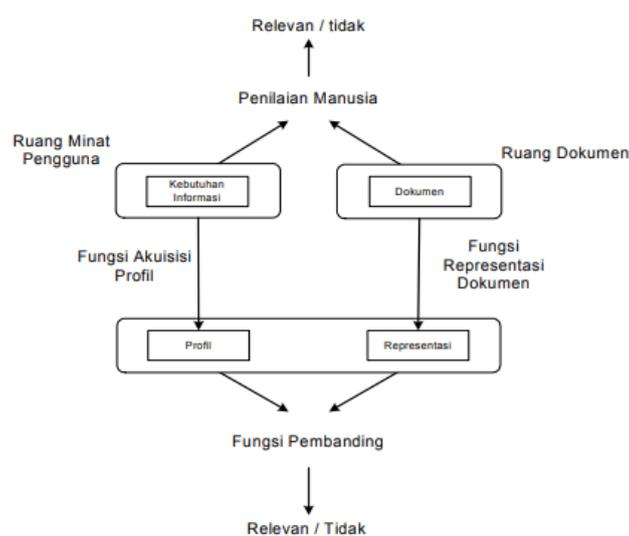
Konsep filter informasi sebetulnya tidak hanya diterapkan pada era informasi digital. Filter informasi pada dasarnya merupakan konsep klasik tentang kemampuan seseorang menyaring informasi yang faktual, positif dan bermanfaat, sehingga dapat terhindar dari efek negatif informasi sampah, atau yang saat ini lebih dikenal dengan istilah “*hoax*”. Namun sayangnya, seiring perkembangan zaman, dan semakin cepatnya pertumbuhan informasi yang diakibatkan oleh pertumbuhan pesat teknologi komunikasi dan informasi, memposisikan manusia pada kondisi tidak berdaya untuk melakukan filter informasi. Informasi yang beredar di masyarakat cenderung langsung dipercaya dan disebarluaskan lebih lanjut melalui berbagai aplikasi media sosial tanpa melalui proses filter informasi (Rohmiyati, 2018; Khosiah & Rohmiyati, 2019). Permasalahan peredaran informasi tanpa proses filter informasi yang sangat marak di tengah masyarakat bahkan ditengarai oleh Bo-LunChen, Fen-FenLia, Yong-JunZhanga, & Jia-LinMaa (2018) mengakibatkan dampak yang cukup serius, bahkan pada tataran nasional hingga internasional, di mana peredaran masif informasi yang tidak melalui proses filter dapat menyebabkan informasi-informasi yang penting menjadi kabur bahkan terdistorsi (Noelle-Neumann, 1974; Nurudin, 2012) yang lebih lanjut berdampak pada kerumpangan struktur informasi di tengah masyarakat (informasi hilang), tertutup oleh informasi sampah (*hoax*) yang tidak jarang berujung pada kondisi yang dapat mengganggu stabilitas sebuah negara (Bo-LunChen, et.al., 2018).

Permasalahan-permasalahan yang timbul akibat peredaran informasi yang tidak sehat di tengah masyarakat, yang semakin parah dengan cepatnya penyebaran informasi di era media sosial turut memicu pemikiran-pemikiran dari para ahli di bidang komunikasi massa. Sehingga kajian tentang filter informasi kembali menjadi fokus perhatian penelitian. *Filtering information* kembali didefinisikan untuk menegaskan kerangka berpikir dan memperjelas *conceptual framework of filtering information*, terutama pada era media sosial. Penyaringan informasi (*filtering information*) didefinisikan oleh Oard & Marchionini (1996) sebagai sebuah kajian mengenai pemfilteran suatu aliran informasi dinamis dalam volume besar dan menyampaikannya kepada pengguna tertentu untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Lebih lanjut Oard & Marchionini (1996) juga menengarai jika sejatinya kajian tentang filter informasi merupakan dua sisi mata uang dengan kajian *information retrieval* (temu balik informasi).

Pemikiran Oard & Marchionini (1996) tentang *Conceptual Framework for Text Filtering*, dikembangkan lebih lanjut oleh Wondergem, van Bommel, Huibers, & van der Weide (1997) terkait penegasan ruang lingkup kajian penyaringan informasi, yang disebutkan bahwa sebagaimana pada ruang lingkup kajian temu balik informasi, kajian tentang filter informasi juga menangani ruang informasi tidak terstruktur dan kaitannya dengan kebutuhan pengguna informasi (masyarakat) akan informasi spesifik.

Namun, seperti dua sisi mata uang yang memiliki dimensi berbeda, demikian pula halnya kajian Temu Balik Informasi dengan kajian Filter Informasi, kajian Temu Balik Informasi menangani ruang informasi yang stabil dan kebutuhan pengguna akan informasi yang bervariasi/dinamis, sedangkan *Information Filtering* menangani ruang informasi yang dinamis dan kebutuhan pengguna akan informasi yang relatif stabil (Wondergem, et.al., 1997).

Ruang lingkup permasalahan dalam *Information Filtering* dengan demikian dapat dinyatakan bahwa terhadap sejumlah objek informasi dinamis, sistem *Information Filtering* mencocokkan karakteristik dari objek informasi tersebut dengan profil pengguna, yaitu deskripsi dari kebutuhan informasi pengguna, untuk mendapatkan perkiraan relevansi antara objek informasi tersebut terhadap kebutuhan informasi (Mandala, 2006). Hal ini didasarkan pada sistem profil pengguna yang akan menunjukkan ketertarikan dan pilihan pengguna, serta penggunaannya yang membantu pengguna untuk melakukan akses terkendali terhadap bagian yang relevan dari informasi (Wondergem, et.al., 1997). Sistem profil kebutuhan informasi pengguna tersebut selanjutnya akan bertindak sebagai intermediasor antara pengguna dan objek informasi. Hubungan antara sistem profil kebutuhan informasi pengguna dengan akses terkendali terhadap bagian yang relevan dari informasi, juga disebut Lewis (1996) sebagai pendekatan *binary classification system*, yang menggambarkan kondisi penyaringan informasi sangat erat dengan proses pengklasifikasian dokumen yang setelah melalui proses verifikasi dalam konteks filter informasi akan terbagi ke dalam dua ranah yaitu dokumen yang relevan dan yang tidak relevan (*binary*), tanpa adanya pemeringkatan. Pemikiran Lewis (1996) inilah yang dijadikan dasar pemahaman dan model sistem *information filtering* yang digambarkan pada bagan yang telah diterjemahkan oleh Mandala (2006) sebagai berikut:



Gambar 1. Model Sistem *Information Filtering* (Mandala, 2006, p.6)

Pada bagan tersebut dapat dilihat dengan jelas bahwa terdapat dua ruang dalam model sistem *information filtering* yaitu ruang minat pengguna dan ruang dokumen. Kedua ruang inilah yang akan

menjadi intermediasor antara pengguna dan objek informasi/ dokumen (Wondergem, et.al., 1997). Filter informasi muncul dari interaksi yang terjalin antara ruang minat pengguna dan ruang dokumen tersebut. Ruang minat pengguna, yang terdiri dari komponen utama kebutuhan informasi dari pengguna informasi, yang menjalankan fungsi akuisisi profil pengguna informasi merupakan pembandingan atau verifikator dari fungsi representasi dokumen yang dihasilkan dari ranah ruang dokumen, sehingga interaksi keduanya akan menghasilkan fungsi pembandingan yang dapat dijadikan landasan bagi pengguna informasi mengklasifikasikan informasi dari dokumen yang diperolehnya, apakah informasi tersebut relevan atau tidak serta layak atau tidak untuk disebarluaskan lebih lanjut pada orang lain maupun pada khalayak, dengan memperhatikan empat faktor utama (Lewis, 1996; Mandala, 2006) yaitu teknik untuk merepresentasikan dokumen, teknik representasi dan konstruksi profil pengguna informasi, cara membandingkan profil pengguna informasi dengan representasi dokumen, serta cara menggunakan hasil dari proses pembandingan tersebut sebagai intermediasor filter informasi.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah metode penelitian kualitatif (Moleong, 2005) yang menggunakan analisis deskriptif dalam pembahasannya (Lincoln & Guba, 1985), yaitu melakukan analisis secara deskriptif terhadap hasil wawancara terhadap lima orang informan yang dipilih berdasarkan kriteria pemilihan informan menggunakan *purposive sampling* (Moleong, 2005). Data-data yang diperoleh dari hasil wawancara tersebut dikategorisasi dengan menggunakan *thematic analysis* (Nowell, Norris, White, & Moules, 2017). Hasil analisis tersebut digunakan untuk mengungkap cara-cara para informan yang merupakan anggota masyarakat Kota Yogyakarta pengguna media sosial facebook kategori usia remaja dalam melakukan filter informasi dalam lingkup penyebaran informasi melalui media sosial facebook.

4. Pembahasan

4.1 Penilaian Pengguna facebook Kategori Usia Remaja di Kota Yogyakarta pada Penyebaran Informasi melalui Media Sosial

Popularitas media sosial di kalangan masyarakat Indonesia memang telah menjadi fenomena. Mulai dari anak-anak hingga orang yang tergolong pada usia lanjut menikmati kehadiran revolusi teknologi informasi dan komunikasi ini, tentunya termasuk kategori usia remaja. Anak-anak remaja yang tinggal di kota besar seperti Yogyakarta tidak luput dari paparan media sosial, di mana facebook menjadi salah satunya. Kemudahan aliran informasi melalui sosial media menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi penilaian publik yang mendorong motivasi atas preferensi pemanfaatan facebook sebagai media informasi, seperti yang diungkapkan lima informan remaja usia 18-19 tahun dalam penelitian ini yang merupakan pengguna facebook selama minimal tiga tahun. Kelima informan penelitian menyatakan senang menggunakan facebook sebagai media informasi dan komunikasi karena aspek

kemudahan aksesibilitas informasi dan luasnya jangkauan jaringan pertemanan yang bisa dilakukan, seperti yang dinyatakan oleh salah satu informan sebagai berikut, “untuk cari-cari informasi mbak. Banyak grup sama komunitas juga di facebook. Sering *chat chat*-an sama teman juga di facebook. Kebetulan teman-teman banyak sekali yang pakai facebook” (informan 1). Berdasarkan keterangan informan 1 dapat diketahui bahwa ia menggunakan facebook untuk media penelusuran informasi serta media komunikasi antar sesama teman yang dikenalnya.

Jawaban senada juga diungkapkan oleh informan 2 sebagai berikut, “temen-temen banyak yang pakai facebook, temen-temen sekolah banyak, biasanya komunikasi lewat facebook pakai *messenger* itu mbak. *Update update status, upload* foto paling”. Berdasarkan pernyataan informan 2 dapat dilihat bahwa penggunaan facebook sebagai media komunikasi juga bersifat dua arah, di mana informan 2 juga mulai terlihat memproduksi dokumen berupa status dan foto yang kemudian diunggah dan disebarluaskan. Hal serupa juga dilakukan oleh informan 3 yang menyatakan bahwa, “buat komunikasi aja. Soalnya kadang ada yang hubungi lewat *inbox* kalau belum punya nomor hp-nya. Nyarinya dari nama di facebook soalnya lebih mudah. Sama apa ya paling buat status aja”. Informan 3 juga menyebutkan penggunaan facebook sebagai media komunikasi jaringan pertemanan yang dimilikinya, yang dalam pernyataannya juga disebutkan jaminan privasi data saat menggunakan facebook, sebab tidak memerlukan informasi pribadi seperti nomor telepon (*handphone*), cukup hanya dengan menggunakan nama akun facebook yang informasinya bersifat publik.

Pernyataan informan 1, 2, dan 3 masing memunculkan kecenderungan penilaian yang positif dan normatif, sedikit berbeda dengan pernyataan tiga informan sebelumnya, informan 4 dan 5 menggarisbawahi keuntungan lain dari penggunaan facebook sebagai media komunikasi dan penyebarluasan informasi, keuntungan tersebut adalah kegiatan *stalking*, yang menurut informan hanya dapat dilakukan di dunia maya, karena tidak mengganggu privasi (tanpa sepengetahuan orang yang menjadi target *stalking*), sehingga saat menelusur informasi yang diminati tidak *ewuh pekewuh* (budaya lokal masyarakat Yogyakarta), seperti kutipan pernyataan informan 5 berikut, “Untuk main-main aja, kan bisa *chat chat*-an sama temen-temen sekolah”, yang juga semakin dipertegas oleh pernyataan informan 4 sebagai berikut, “Komunikasi sama teman. Kan teman-teman lama waktu SMP terus SMA tidak semua punya nomer hp nya (red. nomor handphone milik teman), jadi kalau nyari info terus mau hubungi sering lewat facebook. Sama *update status* terus *KEPO KEPO* (red. *knowing every particular object*) orang gitu”. Pernyataan informan 4 dan 5 sekaligus menunjukkan indikasi bahwa saat menggunakan facebook sebagai media komunikasi dan pencarian serta penyebarluasan informasi, muncul preferensi-preferensi minat pengguna, mulai dari informasi khusus tentang seorang teman (tindakan *KEPO/ stalking* informasi seseorang) ataupun informasi tentang hobi atau topik spesifik melalui komunitas-komunitas yang terdapat di facebook seperti yang dinyatakan informan 1. Pernyataan preferensi-preferensi minat informan penelitian merupakan cerminan penilaian pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta, yang mulai menunjukkan bentuk profil ruang minat pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta.

4.2 Profil Ruang Minat Pengguna facebook Kategori Usia Remaja di Kota Yogyakarta

Minat pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta merupakan komponen dasar yang pertama yang perlu ditelusur untuk memetakan proses filter informasi yang dilakukan oleh pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta. Minat pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta ditunjukkan oleh aspek durasi. Selain topik informasi, lamanya waktu yang digunakan pengguna juga merupakan indikasi kuat seberapa besar minat pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta. Berdasarkan hasil wawancara kepada lima informan penelitian menunjukkan durasi akses facebook pada kisaran 10 hingga 30 menit dengan frekuensi interaksi 3 hingga 5 kali dalam sehari, seperti yang dinyatakan informan 1 berikut, “Kalau lagi *nggak* sibuk ya pakainya bisa lama, sekitar 10 sampai 15 menit sekali buka. Kalau lagi banyak yang dikerjakan, paling ya hanya buka-buka sebentar. Dalam sehari bisa sampai 5 kali mbak, kadang lebih”. Berdasarkan pernyataan informan 1 menunjukkan intensitas yang cukup signifikan berkorelasi dengan minat informan 1 terhadap informasi yang tersedia pada akun facebook miliknya. Total waktu yang digunakan informan 1 untuk berinteraksi dengan informasi pada akun facebook miliknya berkisar antara 50 hingga 75 menit per hari.

Interaksi harian pengguna pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta dengan informasi-informasi yang disuguhkan pada akun masing-masing informan yang cukup intens disebabkan oleh faktor penarik minat pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta, yang salah satunya adalah adanya algoritma yang mampu memetakan minat pengguna facebook, yang memungkinkan pengguna facebook berinteraksi secara intens dengan informasi yang sesuai dengan profil minatnya, misal dalam kemasan informasi komunitas yang terdapat pada facebook, seperti yang dinyatakan oleh informan 2 berikut, “Setiap hari, setiap saat mungkin mbak. Sering buka pokoknya, kalau *nggak* ada kerjaan ya pasti buka facebook. Apa ya karena banyak komunitas di facebook, jadi banyak temen juga di facebook. Lebih dari 10 kali mungkin dalam sehari. Sekali buka kalau bener-bener lagi gak ada kerjaan bisa 30 menitan mbak”. Berdasarkan pernyataan informan 2 semakin menegaskan cara kerja algoritma facebook yang dapat menciptakan dimensi ruang minatnya.

Meskipun ruang minat pengguna facebook mudah terpola dengan bantuan algoritma yang memungkinkan pengguna dapat memperoleh informasi sesuai dengan minatnya, pernyataan informan 3 dan 4 dalam penelitian ini sedikit berbeda dengan dua informan sebelumnya. Informan 3 menyatakan bahwa, “Jarang sih mbak. Sehari tiga sampai lima kali aja, dan cuma sebentar bukannya”. Selaras dengan pendapat informan 3, informan 4 juga menyatakan bahwa, “*Nggak* sering-sering *banget* mbak. Biasanya kalau malam, siang kan sibuk mbak. Tapi kalau ada teman yang *chat inbox* ya saya buka. Berapa kali ya sekitar tiga sampai lima kali, tiga sampai empat menit lah sekali buka”. Intensitas frekuensi dan durasi waktu pemanfaatan facebook informan 3 dan 4 yang lebih kecil dibanding informan 1 dan 2 bukan disebabkan oleh kegagalan terbentuknya profil pengguna sebagai hasil implementasi fungsi akuisisi ruang minat pengguna yang memiliki *output* profil pengguna. Intensitas frekuensi dan durasi waktu pemanfaatan facebook yang lebih sedikit oleh informan 3 dan 4 terjadi karena kedua informan menggunakan facebook sebagai ruang minat informasi yang sifatnya personal, seperti pemanfaatan ruang

informasi personal *chat inbox*, yang secara eksplisit diungkapkan informan 4.

Adanya perbedaan implementasi ruang minat pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta, semakin dipertegas oleh pernyataan informan 5 yaitu, “*Nggak sering-sering banget kok mbak. Tapi ya suka buka-buka facebook aja. Soalnya banyak teman yang suka update update status, kirim-kirim gambar, terus video. Emmm... lima kali lebih kayaknya mbak. Paling lama 10 menitan*”. Penegasan pernyataan informan 5 tersebut semakin menunjukkan bahwa ada dua ranah ruang minat pengguna yang dikreasi oleh penggunanya sebagai bentuk implementasi fungsi akuisisi profil pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta, yaitu ranah informasi publik, seperti misal informasi pada komunitas hobi pengguna dan juga ranah informasi privat seperti informasi yang beredar pada *chat inbox*, maupun foto dan video pribadi yang hanya dibagikan secara personal pada teman-teman dekat. Pernyataan-pernyataan para informan tidak hanya menunjukkan wujud profil pengguna yang terdiri dari ranah informasi publik dan ranah informasi privat, namun juga sekaligus menunjukkan adanya korelasi dengan ruang dokumen pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta. Keterangan informan yang tidak dapat lepas dari wujud-wujud dokumen seperti foto dan video pribadi serta ruang komunitas yang diikuti melalui facebook merupakan indikasi kuat adanya korelasi ruang minat pengguna dengan ruang dokumen sebagai landasan utama proses filter informasi.

4.3 Deskripsi Ruang Dokumen Pengguna facebook Kategori Usia Remaja di Kota Yogyakarta

Seiring dengan terbentuknya ruang minat pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta, di sisi lain turut memunculkan ruang dokumen. Banyaknya informasi yang disuguhkan facebook, mendorong penggunanya untuk membentuk dimensi ruang dokumen sesuai dengan profil pengguna. Ruang dokumen tersebut berupa pilihan dokumen yang disukai dan dipilih, bahkan diikuti perkembangannya oleh penggunanya, yang juga tidak jarang mendorong perilaku penggunanya untuk menyebarluaskan dokumen-dokumen tersebut kepada masyarakat luas. Ruang dokumen pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta cukup beragam, preferensi dari mulai format hingga konten dokumen cukup bervariasi dari satu informan dengan informan lainnya, seperti yang dinyatakan informan 1 berikut ini, “*Nyari-nyari informasi tentang pendidikan sama tentang agama. Paling sering yang saya share ya informasi tentang agama mbak. soalnya saya suka. Informasi lainnya apa ya mbak, paling lihat status-status teman aja*”. Berdasarkan keterangan informan 1 tersebut dapat ditengarai adanya preferensi subjek informasi yang dipilih, yaitu topik agama untuk profil pengguna informasi publik, dan status teman sebagai ruang dokumen yang dibentuk informan berdasarkan ruang minat pengguna dengan profil informasi privat. Pernyataan informan 1 tersebut sekaligus menunjukkan adanya korelasi kuat antara ruang minat pengguna dengan ruang dokumen.

Interaksi antara ruang minat pengguna dengan ruang dokumen menjadi dasar keputusan tindakan pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta untuk memperluas cakupan area ruang dokumen dengan jalan menyebarluaskannya lebih lanjut atau tidak, seperti yang diungkapkan informan 2 berikut, “*Dapat informasi paling ya dari baca update status temen mbak. Gak pernah kalau*

share share informasi dari blog, web atau artikel”. Berdasarkan pernyataan informan 2 dapat diketahui bahwa informan 2 memiliki preferensi penyebarluasan dokumen dengan pertimbangan sumber. Informan 2 lebih memilih menyebarluaskan dokumen yang diterimanya dari teman-teman, karena lebih terpercaya. Pernyataan senada juga disampaikan informan 3 sebagai berikut, “Pernah tapi *nggak* sering mbak. Kalau lagi pengen buka aja, terus ada *share* dari teman yang lain, kalau bagus aku *share* juga ke teman yang lain”. Berdasarkan pernyataan informan 3 lebih lanjut diketahui bahwa preferensi perluasan ruang dokumen melalui proses penyebarluasan tidak hanya didasari oleh preferensi sumber dokumen, tetapi juga target area penyebarluasan, yang mana informan 3 memilih target pada ranah ruang dokumen yang lebih privat, yaitu terbatas pada teman-teman yang dikenalnya. Pernyataan informan 3 juga didukung oleh pernyataan serupa informan 4, “Pernah tapi gak sering mbak. Kalau lagi pengen buka aja, terus ada *share* dari teman yang lain, kalau bagus aku *share* juga ke teman yang lain”. Pernyataan informan 3 dan 4 menunjukkan wujud ruang dokumen pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta yang cenderung berkorelasi pada profil pengguna ranah informasi privat.

Kecenderungan wujud ruang dokumen pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta yang cenderung berkorelasi pada profil pengguna ranah informasi privat, perluasan ruang dokumen melalui proses penyebarluasan pada antar sesama teman, juga terjadi pada area komunitas hobi, yang mana dalam hal ini sedikit lebih luas dan telah menyentuh area informasi publik, seperti pernyataan informan 5 berikut, “Kalau cari informasi di facebook biasanya informasi yang teman-teman lain *share* di grup. Itu kan ada grup banyak, grup sekolah, terus ada komunitas suporter sepak bola kan banyak informasi juga di situ. Lebih suka baca-baca *postingan* aja, tapi *nggak* suka *share share* itu informasinya. Pernah sih mbak tapi jarang sekali”. Meskipun informan 5 sangat jarang menyebarluaskan informasi yang bersumber dari komunitas yang terdapat pada facebook sesuai profil minat dan hobinya, namun informan 5 menyatakan sesekali menyebarluaskan informasi dari komunitas yang diikutinya secara lebih luas kepada publik. Berdasarkan pernyataan informan 5 tersebut dapat diketahui bahwa deskripsi ruang dokumen pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta memiliki kecenderungan pada ranah representasi dokumen yang bersifat lebih privat, meskipun juga mulai terdapat arah perkembangan representasi pada ranah dokumen yang lebih bersifat publik seperti pada komunitas hobi yang ada di facebook. Preferensi ruang dokumen tersebut juga menunjukkan indikasi pada proses penyebarluasan dokumen yang lebih terkontrol sebagai embrio struktur filter informasi yang dilakukan oleh pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta.

4.4 Fungsi Pemandangan Ruang Minat Pengguna dengan Ruang Dokumen Pengguna facebook Kategori Usia Remaja di Kota Yogyakarta sebagai Wujud Filter Informasi pada Media Sosial facebook

Wujud filter informasi pada media sosial facebook yang dilakukan oleh pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta muncul mulai dari pembentukan struktur ruang minat pengguna dan ruang dokumen, yang mana interaksi antara ruang minat pengguna dan ruang dokumen mendorong

fungsi pembandingan dalam wujud preferensi dasar keputusan untuk menyebarluaskan dokumen, seperti pernyataan informan 1 berikut, “Kadang aku *share* ke publik, kadang ya cuma ke teman-teman yang sudah berteman. Tapi kalau saya lebih suka *nge-share* ke sesama teman, soalnya kalau di publik sedikit yang baca. Kalau sesama teman, banyak yang baca”. Berdasarkan pernyataan informan 1 menunjukkan adanya pengaruh derajat kepercayaan sebagai faktor determinan yang mendasari keputusan informan 1 hanya berbagi informasi pada lingkaran pertemanannya saja. Berbagi informasi dengan menggunakan filter pembatasan penyebaran informasi pada lingkaran pertemanan juga dilakukan informan 2 yang lebih lanjut juga mengungkapkan alasan pembatasan yang dilakukan dalam pernyataan berikut, “Soalnya apa ya, takut aja kalau ada yang marah atau ternyata informasinya salah. Mending ya nggak usah *share share* informasi gitu. Aku paling sukanya *upload* foto-foto bareng temen mbak”. Berdasarkan pernyataan informan 2 dapat diketahui bahwa ada pengontrolan efek penyebaran informasi yang turut menjadi filter informasi dalam wujud mencegah timbulnya persepsi publik yang salah pada informasi yang dibagikan.

Pernyataan informan 3, 4, dan 5 juga menunjukkan hal yang tidak jauh berbeda dengan informan 1 dan 2, sekalipun informan 3, 4, dan 5 menyentuh ranah penyebaran informasi pada ranah yang lebih publik, namun ruang lingkaran pertemanan, pada komunitas dan berbagai grup, yang karakteristiknya telah dikenal baik oleh pengguna tetap menjadi salah satu dasar filter informasi yang dilakukan, yang terlihat pada pernyataan informan 3 berikut, “Tapi kalau *share* informasi, status atau foto gitu biasanya ke semua, pilih yang ada pilihannya *public*”. Sekalipun informan 3 lebih memilih pilihan berbagi informasi pada opsi *public*, namun dokumen yang dipilihnya difilter hanya pada batasan dokumen foto bersama teman-teman, yang merupakan indikasi filter lingkaran pertemanan. Demikian pula halnya dengan informan 4 yang menyatakan, “Jarang *share* informasi sih mbak. Lebih suka baca-baca informasinya aja sama status teman-teman. Terus itu mbak, sekarang banyak yang buat grup juga di facebook, grup kelas, grup sekolah, komunitas apa gitu banyak. Ya suka gabung-gabung di situ”. Filter batasan penyebaran pada lingkaran pertemanan semakin jelas terlihat pada deskripsi pernyataan informan 4, yang semakin dipertegas oleh pernyataan informan 5 berikut, “Kalau yang ke semuanya (red. publik) itu paling yang status atau lagi posting foto. Tapi kadang cuma *nge-tag* ke teman-teman dekat, teman kelas kalau ada video lucu, atau gambar yang ada *meme meme*-nya lucu. Ya biar seru aja, kan lucu mbak”. Penegasan pernyataan informan 5 menunjukkan filter informasi tidak hanya pada ranah profil pengguna informasi yaitu pada batasan lingkaran pertemanan, tetapi juga pada konten informasi pada dokumen-dokumen yang tidak berpotensi menimbulkan reaksi dan respon negatif dari masyarakat yang dijadikan target penyebaran informasi.

Para informan juga menunjukkan langkah-langkah konfirmasi yang spesifik dalam melakukan verifikasi untuk memfilter informasi yang diperoleh dari facebook, seperti yang diungkapkan informan 1 berikut, “Tanya dulu sama teman mbak. Informasi ini benar atau enggak gitu. Kalau katanya benar dan bagus ya saya baca”. Pernyataan informan 1 tersebut menunjukkan adanya proses filter informasi dalam bentuk verifikasi informasi. Lebih lanjut, informan 4 menunjukkan secara lebih detil proses filter

informasi yang dilakukan sebagai berikut, “Dilihat isinya dulu mbak. Kalau aneh terus kayaknya kok provokatif aku biarin aja. Tapi kadang ya aku baca sedikit, cuma kalau kayaknya salah aneh gitu dibiarkan aja (red. tidak disebarluaskan lebih lanjut). Kalau menarik terus banyak yang bagikan mungkin itu informasinya bener kan, kadang saya *share* ke yang lain”. Pernyataan informan 4 tersebut mulai menunjukkan secara lebih jelas wujud dari fungsi pembanding ruang minat pengguna dengan ruang dokumen yang dijadikan sandaran pengguna informasi untuk melakukan verifikasi informasi, seperti yang dilakukan informan 1 dan 4 dengan melihat akumulasi dari jumlah pengguna informasi sebagai dasar verifikasi dan faktor pembanding relevansi dokumen.

Fungsi pembanding ruang minat pengguna dan ruang dokumen yang telah dikonstruksi oleh pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta diwujudkan dalam sikap tanggungjawab saat menerima informasi di beranda facebook. Informasi yang diterima informan terlebih dahulu dibaca, diverifikasi dengan menanyakan pada teman-teman dekat, serta ditelaah dengan mencari informasi lebih lanjut, seperti pernyataan informan 1 berikut, “Kalau salah langsung aku *delete* mbak. Kayak informasi yang pernah nyebar itu kalau SBY (red. Presiden Susilo Bambang Yudhoyono) meninggal. Itu kan informasi bohong mbak, ya langsung saya hapus. Tapi kalau informasinya benar ya saya baca kadang juga saya *share*”. Respon informan 1 dalam menyikapi berita bohong atau yang sering dikenal dengan *hoax* menunjukkan sistem filter informasi yang telah dikonstruksi oleh informan 1.

Konstruksi sistem filter informasi serupa juga nampak dinyatakan oleh informan 2 berikut, “Kalau informasinya salah ya nggak usah dibaca mbak. Apalagi disebar, nanti malah jadi berita *hoax*”. Pernyataan informan 2 bahkan menunjukkan kesadaran konsekuensi munculnya *chaos* di tengah masyarakat, jika semua informasi yang diterimanya langsung dibagikan lebih lanjut pada khalayak. Hal ini juga menunjukkan adanya seleksi dan klasifikasi informasi pasca proses verifikasi, seperti pada pernyataan informan 3 berikut, “Kalau informasi bener dan penting, atau menarik kadang aku bagikan juga. Paling tulisan-tulisan yang unik mbak”, yang juga didukung pernyataan informan 4 berikut, “Kalau salah ya jangan dibagikan. Kalau benar bisa dibaca sendiri atau dibagikan”, yang juga dikuatkan dengan pernyataan serupa dari informan 5 berikut ini, “Kalau informasinya salah ya jangan digunakan, jangan dipercaya”. Respon para informan saat menerima berita pada akun facebook masing-masing dengan menelaah konten berita, melakukan verifikasi dengan teman-teman, serta menghapus berita yang tidak kredibel merupakan bentuk penilaian relevansi fungsi akuisisi profil dengan fungsi representasi dokumen yang bersinergi menjadi domain utama yaitu fungsi pembanding dalam sistem filter informasi yang dikonstruksi oleh pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa sistem filter informasi dalam proses penyebaran informasi pada pengguna facebook kategori usia remaja di kota Yogyakarta dikonstruksi dengan landasan fungsi pembanding dalam sistem filter informasi berupa penilaian relevansi fungsi akuisisi profil dengan fungsi representasi dokumen. Pengguna facebook

kategori usia remaja di kota Yogyakarta dalam melakukan filter informasi diwujudkan dalam sikap tanggungjawab saat menerima informasi di beranda facebook. Informasi yang diterima, terlebih dahulu dilakukan penelaahan konten berita, melakukan verifikasi dengan teman-teman serta dokumen pendukung seperti foto dan video, serta menghapus berita yang tidak kredibel. Informasi yang terbukti adalah *hoax* cenderung diabaikan dan tidak digunakan, bahkan dihapus dari akun facebook. Sementara informasi yang terbukti kredibel setelah melewati proses filter informasi cenderung disebarluaskan pada khalayak yang memiliki ruang lingkup yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Anggita. (2017). Media Sosial Paling Banyak Digunakan 2016. *Kompasiana*. 6 Januari 2017. [Http://Www.Kompasiana.Com/Anggit28/Media-Sosial-Paling-Banyak-Digunakan-2016_586f082cd07a61750511493c](http://www.kompasiana.com/Anggit28/Media-Sosial-Paling-Banyak-Digunakan-2016_586f082cd07a61750511493c)
- Bo-LunChen, Fen-FenLia, Yong-JunZhanga, Jia-LinMaa. (2018). Information Filtering in Evolving Online Networks. *Physics Letters A*, Volume 382, Issue 5, 6 February 2018, Pages 265-271. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0375960117311544>
- Evan, A. (2019). Membangun Filter Diri Menghadapi Informasi Digital. *Kompasiana*. 31 Juli 2019. <https://www.kompasiana.com/vanbogex/5d41530b097f365d75638e12/membangun-filter-dalam-diri-menghadapi-informasi-digital>
- Gumilar, G., Adiprasetyo, J., Maharani, N. (2017). Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoax) oleh Siswa SMA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 1, No. 1, Februari 2017: 35-40. <https://journal.unpad.ac.id/download>
- Khosiah, F. & Rohmiyati, Y. (2019). Kontrol Informasi Publik terhadap Fake News dan Hate Speech oleh Aliansi Jurnalis Independen. *ANUVA* Volume 3 (3): 291-302, Juli-September 2019. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/anuva/issue/view/476>
- Lincoln, Y. and Guba, E. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*. Volume 24, Issue 2 June 1974. Pages 43-51.
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., Moules, M. J. (2017). Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria. *International Journal of Qualitative Methods*. Vol. 16 (1). doi: 10.1177/1609406917733847
- Nurudin. (2012). *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Baru Proses Komunikasi*. Yogyakarta: Buku Litera, Prodi Komunikasi UMM, DPPM DIKTI.
- Lewis, D. D. (1996). *The TREC-4 Filtering Track*. http://trec.nist.gov/pubs/trec4/t4_proceedings.html
- Mandala, R. (2006). *Evaluasi Kinerja Sistem Penyaringan Informasi Model Ruang Vektor*. Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2006 (SNATI 2006) Yogyakarta, 17 Juni 2006. <https://journal.uii.ac.id/index.php/Snati/article/viewFile/1547/1323>
- Meladia, Nadjib, M., Akbar, M. (2017). Penggunaan Hashtag (#)Akun Twitter Direktorat Jenderal Pajak

dalam Upaya Membangun Kesadaran Membayar Pajak. *Jurnal Komunikasi KAREBA*. Vol.6 No.2 Juli – Desember 2017. <https://journal.unhas.ac.id/download>

Oard, D.W., & Marchionini, G. (1996). *A Conceptual Framework for Text Filtering*. <http://www.ee.umd.edu/medlab/filter/filter.html>

Rohmiyati, Y. (2018). Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media. *ANUVA* Volume 2 (1): 29-42. Januari-Maret 2018. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/anuva/article/view/2734/1661>

Wondergem, B.C.M., van Bommel, P., Huibers, T.W.C., van der Weide, T.P. (1997). Towards an Agent-Based Retrieval Engine (Profile Information Filtering Project). *British Computer Society*. <http://ewic.bcs.org/conferences/1997/irsg/papers/paper13.pdf>