

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Komunikasi

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi dari seseorang kepada orang lain yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya.

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak lepas dari adanya proses komunikasi. Dalam proses komunikasi manusia membutuhkan media, kehidupan sehari-hari, manusia membutuhkan sebuah media untuk saling bertukar informasi. Itu disebut dengan komunikasi, melalui komunikasi manusia menyampaikan sebuah berita, informasi, bertukar pikiran, dan menunjukkan ide dan gagasannya. sebuah informasi yang didapat secara cepat tersampaikan kepada masyarakat luas melalui sebuah media yang biasa disebut media massa. Berbagai macam kebutuhan sehari-hari juga tidak terlepas dari adanya media massa. Media massa adalah sebuah *channel* atau tempat yang digunakan sebagai sarana dalam proses komunikasi massa. Beberapa orang mungkin setuju jika media massa telah menjadi faktor penentu kehidupan manusia.

2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa (mass media communication). Hal ini berbeda dengan pendapat ahli psikologi sosial yang menyatakan bahwa komunikasi massa tidak selalu dengan menggunakan media massa. Menurut pidato dihadapan sejumlah orang banyak di sebuah lapangan, misalnya asal menunjukkan perilaku massa, itu dapat dikatakan komunikasi massa.

Komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2003:188), yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communications is messages communicated through a mass medium to a large number people*). Komunikasi massa (dalam Nurudin, 2007: 4) berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Media massa atau saluran yang dihasilkan oleh teknologi modern. Menurut *Michael W. Gamble* dan *Teri Kwal Gamble* (2007: 8). Definisi komunikasi massa yang lebih terperinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner. Menurut Gerbner (1971) “*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*”. (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, 2003:188))

Media massa merupakan alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi (keduanya disebut sebagai media elektronik); surat kabar dan majalah (keduanya disebut sebagai media cetak); serta media film sebagai media komunikasi yaitu film bioskop.

Menurut *Joseph A. Devito* (dalam Nurudin 2007:11-12) komunikasi massa memiliki beberapa pengertian *pertama*, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi,

agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. *Kedua*, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya (televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku dan pita).

Komunikasi massa di definisikan Wright sebagai berikut: *“This new form can be distinguished from older types by the following major characteristics: It is directed toward relatively large, heterogenous, and anonymous audiences messages are transmitted publicly, often-times to reach most audience members simultaneously, and are transient in character, the communicator tends to be, or operet within, complecs organization that may involve great expens.* Diarahkan pada khalayak yang *relatif* besar, *heterogen* dan *anonim*; pesan disampaikan secara terbuka, sering kali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas; komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar. (Ardianto, Erdiyana, 2004:5).

Jadi komunikasi massa berdasarkan definisi diatas adalah proses penyampaian pesan kepada khalayak yang relatif besar dengan dilakukan secara terbuka dan bersifat serentak dan menggunakan media yaitu media massa. Maka jika sekalipun pesan komunikasi disampaikan kepada khalayak banyak di lapangan terbuka tanpa menggunakan media massa itu tidak termasuk kedalam komunikasi massa. Karena pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa.

Selain itu pesan komunikasi massa disampaikan oleh komunikator yang cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya yang besar seperti perusahaan media televisi atau radio yang melibatkan banyak orang dan membutuhkan biaya yang tidak sedikit.

Mengenai komunikasi massa, dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi massa adalah pesan yang disampaikan kepada khalayak luas melalui media massa yang dalam penelitian disini adalah tentang penyampaian pesan yang diberikan dalam bentuk komunikasi massa dalam arti media massa televisi tentang berita tayangan kasus yang mampu menimbulkan berbagai persepsi.



2.2 Konsep Media Sosial

2.2.1 Definisi Media Sosial

Media sosial saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content” (Kaplan & Haenlein, 2010). Beberapa contoh media sosial yang sedang berkembang saat ini yaitu Instragam, Twitter, Line, Facebook, Youtube, dan lain-lain. Seseorang pasti memiliki berbagai motivasi dalam menggunakan media sosial. Sekedar untuk berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencari tahu perkembangan sesuatu, untuk berbagi informasi maupun untuk mengikuti salah satu yang menjadi trend saat ini yaitu menggunakan media sosial sebagai bentuk eksistensi diri. Orang-orang yang hanya ingin menggunakan media sosial sebagai sarana menjaga silaturahmi biasanya akan memilih media sosial yang bersifat private saja seperti Line, Whatsapp, Path, Telegram, Blackberry Messenger atau yang lainnya. Meskipun masuk ke media yang terbuka seperti Facebook dan Twitter maka mereka hanya akan menjadi 2 penonton dan pembaca yang baik dan melihat perkembangan terbaru yang ada di media sosial. Sedangkan bagi orang-orang yang ingin diakui eksistensinya oleh masyarakat luas melalui media sosial biasanya akan menggunakan media sosial yang bersifat terbuka seperti Instagram, Facebook, Line, atau Twitter. Karena disinilah tempat kita bisa secara bebas dan terbuka dalam berinteraksi.

Sehingga banyaknya update status serta posting-an yang kita miliki adalah salah satu bentuk jika kita ingin dikenal secara luas. Kita dikenal sebagai apa dan siapa itu kita yang memutuskan, karena apa yang kita posting melalui media sosial akan menjadi gambaran diri kita bagaimana kita memposisikan diri dimata masyarakat luas.

2.2.2 Macam-macam Media Sosial

1. Facebook

Jenis media sosial yang pertama adalah Facebook. Situs jejaring sosial ini merupakan media yang paling banyak digunakan di seluruh penjuru dunia. Menurut sumber dari Wikipedia, pada tahun 2017 jumlah member dari Facebook telah mencapai 2.047.000.000 atau dua milyar empat puluh tujuh juta lebih pengguna.

Facebook sendiri juga merupakan salah satu *social media* yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Karena fitur yang ditampilkan cukup mudah, sehingga banyak orang yang tertarik untuk menggunakan platform Facebook.

Jika anda mempunyai sebuah bisnis, anda dapat mencoba untuk memposting produk anda dalam situs jejaring sosial ini. Dengan cara tersebut, maka produk anda kemungkinan besar dapat diterima dan dikenal oleh konsumen global dan tidak hanya dari lokal saja.

Kemudian, juga terdapat fitur untuk menampung produk anda yang biasa disebut dengan platform marketplace. Anda tidak perlu repot atau bingung untuk membuat website online shop sendiri. Cukup daftarkan akun dan produk anda melalui marketplace yang disediakan Facebook, maka anda dapat melakukan transaksi jual beli online dengan lancar dan tersistem.

(<https://www.sekawanmedia.co.id/media-sosial-untuk-bisnis/>)

Situs Facebook pertama kali diluncurkan pada Tanggal 4 Februari 2004. Pada waktu ini Facebook masih memiliki nama “TheFacebook” yang kemudian akhirnya diubah dan dihilangkan bagian “The” nya. Keanggotaan situs jejaring sosial ini pada mulanya dibatasi hanya untuk para mahasiswa dan pemilik akun Harvard.edu saja. Seiring dengan berjalannya waktu, situs jejaring sosial ini diperluas jangkauannya hingga ke manca negara dan pada saat ini telah merambah ke seluruh penjuru dunia.

Facebook menurut wikipedia berbahasa Indonesia adalah sebuah layanan jejaring sosial dan situs web yang diluncurkan pada 4 Februari 2004. Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984. Pada awal masa kuliahnya, situs jejaring sosial ini keanggotaannya masih dibatasi untuk mahasiswa dari Harvard College. Dalam dua bulan selanjutnya, keanggotaannya diperluas ke sekolah lain di wilayah Boston (Boston College, Universitas Boston, MIT, Tufts), Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, dan semua sekolah yang termasuk dalam Ivy League. Sampai akhirnya, pada September 2006, Facebook mulai membuka pendaftaran bagi siapa saja yang memiliki alamat email.

2. Youtube

Ketika efek dari pandemi Covid – 19 masih melanda, aturan untuk menjaga jarak juga wajib untuk diperhatikan oleh seluruh lapisan masyarakat. Sehingga, banyak orang yang menghabiskan waktu untuk bermain – main dengan media sosial.

Salah satunya adalah dengan menonton sebuah tayangan dalam Youtube. Youtube merupakan salah satu platform penyedia layanan streaming dan video secara online. Namun, anda juga dapat memanfaatkan fitur tersebut untuk mempromosikan produk atau jasa layanan anda.

Dengan membuat akun channel Youtube, anda akan mematuhi segala macam peraturan yang telah ditetapkan oleh pihak Youtube. Kemudian, anda mencoba untuk membuat channel sesuai dengan konten dari pekerjaan anda.

Keuntungan dapat diperoleh dari hasil banyaknya trafik kunjungan dari penonton dan akan diakumulasikan melalui google adsense. Jadi *social media* Youtube juga dapat digunakan sebagai alat untuk monetisasi. Anda dapat menghasilkan uang dengan membuat konten yang menarik sesuai dengan jumlah trafik atau pengunjung yang datang ke channel tersebut.

3. Instagram

Saat ini, Instagram merupakan salah satu *social media* paling populer, terutama bagi pengguna internet di Indonesia. Dengan total pengguna aktif mencapai 61 juta orang. Dengan rata – rata usia yang aktif menggunakan platform ini adalah berada di rentang 18 – 24 tahun.

Kelebihan dan fitur yang dimiliki oleh Instagram terletak pada *Instagram story*, *feed*, dan IG TV. Anda juga dapat memanfaatkan Instagram untuk kebutuhan bisnis seperti promosi produk, jasa atau layanan yang anda miliki.

Selain itu, di dalam Instagram juga menyediakan berbagai fitur deteksi wajah atau filter yang menggunakan bantuan AR (Augmented Reality), sehingga dapat menghasilkan foto atau video yang menarik dan dapat dijadikan sebuah konten.

Dan fitur yang paling penting untuk menunjang bisnis anda adalah *Instagram ads*. Dimana, anda dapat mempromosikan produk melalui layanan iklan yang tersedia. Sehingga, produk tersebut dapat menjangkau konsumen secara global dan luas.

4. LinkedIn

Selanjutnya, terdapat salah satu jenis jejaring sosial untuk menyampaikan informasi dan komunikasi seputar lowongan kerja terbaru dari berbagai perusahaan dan instansi terkait. Anda dapat memanfaatkan platform ini untuk mencari berbagai pekerjaan, serta meningkatkan brand anda agar dapat dilirik oleh perusahaan.

Selain itu, terdapat fitur untuk mengunggah portofolio, artikel atau proyek yang pernah anda tangani. Sehingga, dapat dijadikan sebuah nilai tambah untuk meyakinkan pihak perusahaan untuk merekrut anda.

5. Twitter

Twitter juga termasuk ke dalam salah satu medsos yang paling sering digunakan di Indonesia dan dunia. Twitter terkenal dengan fitur thread -nya dimana anda dapat *posting* berbagai hal untuk dilihat oleh teman, maupun user publik.

Selain itu, anda juga dapat memanfaatkan strategi pemasaran melalui platform ini. Misalnya saja, dengan melihat berita atau informasi yang sedang tren. Anda dapat mengulas hal tersebut dan dapat dijadikan sebuah bahan konten yang menarik untuk dibaca.

Selain itu, anda juga dapat memasarkan sekaligus mempromosikan produk dan jasa anda dengan memanfaatkan *Twitter Ads*. Dimana, anda dapat mengelola akun sesuai dengan kebutuhan bisnis yang anda jalankan.

6. WhatsApp

WhatsApp didirikan oleh Brian Acton dan Jan Koum yang pernah bekerja sebagai pegawai Yahoo pada 24 Februari 2009. WhatsApp merupakan aplikasi pesan instant yang memungkinkan kita mengirim pesan, file, gambar, video, dan obrolan online. Aplikasi

WhatsApp pertama kali muncul hanya pada Smartphone Apple saja ,seiring berkembangnya jaman kini WhatsApp tersedia pada Android, Widows Phone,Blackberry maupun Symbian. Aplikasi WhatsApp tidak memerlukan pulsa seperti sms dalam pengoperasiannya,karena WhatsApp hanya membutuhkan paket data internet maupun wifi. Kontak pengguna WhatsApp pun dapat terdeteksi pada perangkat smartphone kita apabila kontak telepon kita terdaftar pada aplikasi WhatsApp.



2.2.3 Tinjauan Media Sosial sebagai media Informasi dan Interaksi

Media sosial adalah media daring yang digunakan untuk kebutuhan komunikasi jarak jauh, proses interaksi antara user satu dengan user lain, serta mendapatkan sebuah informasi melalui perangkat aplikasi khusus menggunakan jaringan internet. Tujuan dari adanya social media sendiri adalah sebagai sarana komunikasi untuk menghubungkan antar pengguna dengan cakupan wilayah yang sangat luas.

Agar pengguna media sosial (medsos) lebih mudah dan cepat, dibutuhkan koneksi internet yang stabil dan cepat. Anda tidak perlu lagi menghubungi orang lain melalui kabel telepon atau alat komunikasi tradisional. Cukup dengan mengakses media sosial, anda dapat terhubung dengan banyak orang, membuat forum, diskusi bersama, mengunggah aktivitas keseharian anda, dan lain sebagainya.

2.3 Tinjauan Persepsi

2.3.1 Pengertian Persepsi

Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman (Miftah Thoha, 2010: 141-142). Segala sesuatu yang didapat dilingkungan, baik dilihat, didengar, dihayati, dirasa, dan dicium akan diproses sebagai informasi untuk bertindak. Pendapat yang lebih sederhana diungkapkan oleh Sugihartono, dkk (2007: 8) bahwa persepsi merupakan proses untuk menerjemahkan atau menginterpretasi stimulus yang masuk dalam alat indera. Sedangkan menurut Carole Wade dan Carol Tarvis (2007: 193), Perception yaitu sekumpulan tindakan mental yang mengatur impuls-impuls sensorik menjadi suatu pola bermakna. Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge (2008: 175) menyatakan persepsi (perception) adalah proses di mana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-

kesan memoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Pandangan lebih luas diungkapkan oleh Fred Luthans (2006: 194) bahwa kunci untuk memahami persepsi adalah mengakui bahwa persepsi merupakan interpretasi unik dari suatu situasi, bukan rekaman situasi. Singkatnya, persepsi merupakan proses kognitif kompleks yang menghasilkan gambaran dunia yang unik, yang mungkin agak berbeda dari realita.

Definisi persepsi dari berbagai ahli di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan proses untuk menerjemahkan segala informasi yang didapat dari lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, dan perasaan. Beberapa ahli juga berpendapat bahwa persepsi merupakan proses kognitif.

Menurut Jalaluddin Rahmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi “Persepsi adalah suatu pengalaman tentang objek peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan mengumpulkan informasi dan menafsirkan pesan”.

2.3.2 Proses Persepsi

Proses adalah jalannya suatu peristiwa dari awal sampai akhir atau masih berjalan tentang suatu perbuatan, pekerjaan dan tindakan. Suatu proses mungkin dikenali oleh perubahan yang diciptakan terhadap sifat-sifat dari satu atau lebih objek bawah pengaruhnya.

Menurut Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson, dalam Deddy Mulyana. (2015:181) menyebutkan Persepsi terdiri dari tiga aktifitas, yaitu seleksi, organisasi, dan interpretasi. Yang dimaksud dengan seleksi sebenarnya mencakup sensasi dan atensi, sedangkan organisasi melekat pada interpretasi, yang dapat didefinisikan sebagai “meletakkan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna. Sehingga sulit membedakan sensasi dan persepsi, misalnya apa yang terjadi ketika membaui bunga mawar, apakah terlebih dahulu merasakan sensasi fisiologis

(bau) dan kemudian persepsi psikologis (aroma menyenangkan yang berkaitan dengan bunga mawar). Kedua hal tersebut terjadi secara serempak. Sebenarnya ketiga tahap persepsi (sensasi, atensi, dan, interpretasi, atau seleksi, organisasi, dan interpretasi) tidak dapat dibedakan secara tegas, kapan satu tahap berakhir dan kapan tahap berikutnya mulai. Dalam banyak kasus ketiga tahap tersebut berlangsung nyaris serempak.

Atensi tidak terelakan karena sebelum merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, harus terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain dan diri sendiri. Dalam banyak kasus, rangsangan seperti itu cenderung dianggap penyebab kejadian-kejadian berikutnya. Ini juga berlaku pada manusia: orang yang paling kita perhatikan cenderung dianggap paling berpengaruh

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang diperoleh melalui salah satu atau lebih indra kita. Namun tidak dapat menginterpretasikan makna setiap objek secara langsung melainkan menginterpretasikan makna informasi yang dipercayai mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang diperoleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut.(Mulyana, 2014: 182).

Berdasarkan penjelasan di atas, persepsi merupakan bagian dari keseluruhan proses menghasilkan tanggapan setelah rangsangan ditetapkan kepada manusia. Sub proses psikologis lain adalah pengenalan, penalaran, perasaan, dan tanggapan. Secara singkat, persepsi didefinisikan sebagai cara manusia menangkap rangsangan.

Menurut Sobur (2003: 447) dalam proses persepsi ada 3 komponen, yaitu:

1. Seleksi

Seleksi adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit

2. Interpretasi

Interpretasi yaitu proses pengorganisasian informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang, interpretasinya dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti pengalaman masa lalu, motivasi, kepribadian dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.

3. Reaksi

Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi (Sobur, 2003: 447)

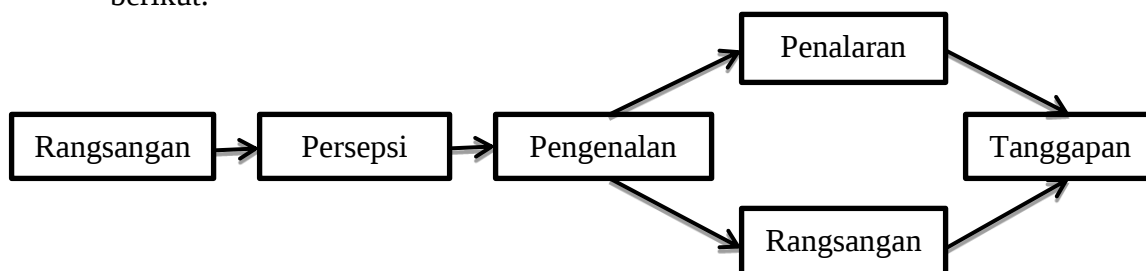


Gambar 2.2 Proses Persepsi

Pendapat sobur ini sejalan dengan pendapat Walgito (2004: 90) yang menyatakan:

“Proses terjadinya persepsi dimulai dari adanya objek yang menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indra. Stimulus yang diterima alat indra diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak. Kemudian terjadilah proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, atau didengar, atau apa yang diraba. Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dalam berbagai macam bentuk”.

Sobur (2003: 447) juga menggambarkan persepsi dan proses terjadinya persepsi sebagai berikut:



Gambar 2.3 Persepsi dan Proses terjadinya Persepsi

2.4 Tinjauan Berita Palsu (Hoaks)

Hoax merupakan berita palsu yang sekarang ini sedang marak di kalangan masyarakat. Fenomena hoax bukan lagi hal yang jarang terjadi termasuk di Indonesia khusus-nya di media sosial. Hoax dapat membuat masyarakat resah karena informasi yang tidak di ketahui kebenarannya. Karena semakin berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi juga membuat hoax dapat beredar dengan cepat di masyarakat melalui media sosial.

2.4.1 Pengertian Hoax

Arti hoax adalah kabar, informasi, berita palsu atau bohong. Dalam KBBI disebutkan bahwa arti hoax adalah berita bohong. Hoax merupakan informasi yang direkayasa untuk menutupi informasi sebenarnya. Dengan kata lain, arti hoax juga bisa didefinisikan sebagai upaya pemutarbalikan fakta menggunakan informasi yang seolah-olah meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya.

Hoax merupakan akses negatif kebebasan berbicara dan berpendapat di internet. Khususnya media sosial dan blog. Sedangkan menurut wikipedia, arti hoax adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu. Padahal pencipta berita tersebut tahu bahwa berita yang ia berikan adalah berita palsu.

Salah satu contoh pemberitaan palsu yang paling umum adalah mengklaim sesuatu barang atau kejadian dengan suatu sebutan yang berbeda dengan barang/ kejadian sejatinya.

2.5 Tinjauan Siswa

Siswa adalah salah satu komponen manusiawi yang menempati posisi sentral dalam proses belajar mengajar dimana di dalam proses belajar mengajar, siswa sebagai pihak yang ingin meraih cita-cita, memiliki tujuan dan kemudian ingin mencapainya secara optimal. Siswa akan menjadi faktor penentu, sehingga dapat mempengaruhi segala sesuatu yang diperlukan untuk mencapai tujuan belajarnya

2.5.1 Pengertian Siswa

Pengertian siswa menurut Wikipedia, siswa adalah istilah bagi *peserta didik* pada jenjang pendidikan menengah pertama dan menengah atas. Siswa adalah komponen masukan dalam sistem pendidikan, yang selanjutnya diproses dalam proses pendidikan, sehingga menjadi manusia yang berkualitas sesuai dengan tujuan pendidikan nasional.

Sebagai suatu komponen pendidikan, siswa dapat ditinjau dari berbagai pendekatan, antara lain: pendekatan sosial, pendekatan psikologis, dan pendekatan edukatif/pedagogis. Istilah siswa dalam dunia pendidikan meliputi:

- a. Siswa: siswa atau siswi istilah bagi *peserta didik* pada jenjang pendidikan dasar dan menengah.
- b. Mahasiswa: istilah umum bagi *peserta didik* pada jenjang pendidikan tinggi yaitu perguruan tinggi ataupun sekolah tinggi.

- c. Warga Belajar: istilah bagi *peserta didik* yang mengikuti jalur pendidikan nonformal. Misalnya seperti warga belajar pendidikan keaksaraan fungsional seperti pusat kegiatan belajar masyarakat (PKMB), Baik paket A, Paket B, Paket C.
- d. Pelajar: istilah lain yang digunakan bagi peserta didik yang mengikuti pendidikan formal tingkat dasar maupun pendidikan formal tingkat menengah.
- e. Murid: adalah istilah lain peserta didik tingkat taman kanak-kanak dan sekolah dasar.

Istilah murid biasanya digunakan untuk seseorang yang mengikuti suatu program pendidikan di sekolah atau lembaga pendidikan lainnya, di bawah bimbingan seorang atau beberapa guru. Dalam konteks keagamaan murid digunakan sebagai sebutan bagi seseorang yang mengikuti bimbingan seorang tokoh bijaksana.

Dalam penelitian ini siswa yang dimaksud adalah siswa SMPN 1 Cigandamekar yang melihat atau mendapatkan informasi hoax mengenai Covid-19 di Media sosial.