

Motif Individu, Karakteristik Konten Berita, dan Tingkah Laku Meneruskan Pesan melalui *WhatsApp*

*Selfiyani Lestari*¹, *Laras Sekarasih*²

^{1,2}Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia
e-mail: laras.sekarasih@ui.ac.id

Received: 03rd June 2020 / Revised: 30th November 2020 / Accepted: 29th December 2020

Abstract. *WhatsApp is one of the most popular text-messaging mobile applications in Indonesia. Unfortunately, WhatsApp has also been found as a medium to spread false information. The current study explores what motivates individuals to forward messages on WhatsApp as well as the characteristics of information that they would forward to other users. Qualitative interviews to 20 WhatsApp users aged 19 – 78 years old were conducted to collect data. Participants reported several attributes that characterize surprising news or messages. A message is perceived as surprising if it is a breaking news or messages with unexpected or unheard information. Messages that feature events that took place with geographical proximity to them or to the person who received the forwarded messages are also considered surprising. Besides to inform friends and relatives about an event or information, participants' responses also indicate that message forwarding serves as a conversation starter in direct messages or on WhatsApp groups. Participants' responses indicate that forwarding surprising messages with unverified source reflect a lack of information literacy instead of a motivated or intentional act to disinform others.*

Keywords: *News sharing, Message Forwarding, WhatsApp*

Abstrak. Aplikasi *WhatsApp* merupakan salah satu platform yang populer di Indonesia. Sayangnya, *WhatsApp* juga diketahui menjadi media untuk menyebarkan informasi yang tidak benar. Penelitian saat ini mengeksplorasi mengenai apa yang memotivasi individu untuk meneruskan pesan dalam *WhatsApp* dan karakteristik dari informasi yang akan mereka teruskan kepada pengguna lain. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kualitatif kepada 20 pengguna *WhatsApp* dengan usia antara 19 – 78 tahun. Partisipan melaporkan beberapa karakteristik dari berita atau pesan yang mengejutkan. Suatu pesan dipersepsikan sebagai pesan yang mengejutkan jika merupakan berita terbaru atau pesan dengan informasi yang tidak sesuai ekspektasi atau tidak pernah terdengar sebelumnya. Pesan mengenai kejadian yang secara geografis berdekatan dengan partisipan atau orang terdekatnya akan membuatnya terkejut. Selain untuk memberitahu teman dan keluarga mengenai kejadian atau informasi, respons partisipan menunjukkan bahwa meneruskan pesan menjadi pembuka percakapan dalam pesan langsung atau kelompok *WhatsApp*. Respons partisipan menunjukkan bahwa meneruskan pesan yang mengejutkan dengan sumber yang tidak terverifikasi mencerminkan kurangnya literasi informasi, bukan karena adanya motivasi atau tindakan yang sengaja dilakukan untuk memberikan informasi yang tidak benar kepada orang lain.

Kata kunci: *Berbagi berita, Penyebaran Berita, WhatsApp*

Aplikasi *WhatsApp* merupakan platform yang saat ini kerap digunakan untuk berbagi berita. Melalui *WhatsApp* pengguna dapat saling berbagi informasi dan menjembatani hubungan antaranggota keluarga, kawan, dan rekan kerja (Goh et al., 2019; Matassi et al., 2019). Akan tetapi, *WhatsApp* tidak hanya digunakan sebagai wahana diseminasi informasi yang valid melainkan juga menjadi moda penyebaran berita palsu atau hoaks (Arun, 2019; Farooq, 2018; Simon et al., 2016). Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (2019) mencatat 733 kasus pengaduan adanya berita palsu yang disebarakan melalui *WhatsApp* di Indonesia selama tahun 2018. Sebagai langkah untuk meredam penyebaran berita palsu, *WhatsApp* (2019) pun telah memberlakukan batas maksimum sebanyak lima kali penerusan pesan dalam satu waktu dan menggunakan simbol panah *forward* ganda sebagai tanda bagi penerima pesan bahwa pesan sudah diteruskan berantai lebih dari lima kali dari satu pengguna ke pengguna lain. Selain itu, dalam situsnya juga dijelaskan mengenai langkah-langkah yang dapat dilakukan pengguna untuk mengevaluasi kredibilitas berita.

Perilaku menyebarkan berita dapat ditinjau melalui tiga aspek yaitu pengguna, konten berita, platform media sosial yang digunakan (Kümpel et al., 2015). Dari aspek pengguna, motif individu menjadi faktor yang sangat penting dalam memahami tingkah laku mengunggah atau menyebarkan berita melalui media sosial (Lee & Ma, 2012; Picone et al., 2016). Terdapat beberapa motivasi yang mendorong tingkah laku mengunggah dan menyebarkan berita, di antaranya keinginan untuk menyebarkan informasi terkini, memenuhi kebutuhan akan hubungan interpersonal, bahkan meningkatkan status sosial dan citra diri di hadapan pengguna lain (Lee & Ma, 2012). Perilaku mengunggah dan menyebarkan berita melalui media sosial juga diketahui lebih banyak dilakukan oleh kelompok dengan usia di atas 65 tahun dibandingkan dengan kelompok usia yang lebih muda (Guess et al., 2019).

Aspek kedua yang penting untuk dipahami dalam konteks penyebaran berita melalui media sosial adalah karakteristik berita. Berita yang dipersepsikan memiliki manfaat, akan mendorong individu untuk menyebarkan berita tersebut melalui media sosial (Bobkowski, 2015; Duffy et al., 2019).

Beberapa topik yang kerap diteruskan di media sosial, antara lain isu kesehatan (Bright, 2016; Sommariva et al., 2018), maupun peristiwa yang terjadi di dekat lokasi pembaca atau isu yang relevan secara sosial-budaya (Trilling et al., 2017). Tidak seperti pada konten kesehatan, individu akan lebih selektif dalam meneruskan berita bermuatan politik yang dapat mengundang kontroversi dan menjadi bumerang bagi individu yang menyebarkannya (Bright, 2016). Sayangnya, ketika sebuah pesan dianggap berguna dan relevan, pesan tersebut akan disebarluaskan walaupun kebenarannya belum teruji karena individu mempersepsikan bahwa berita tersebut tetap memiliki manfaat bagi pengguna lain (Duffy et al., 2019).

Selain substansi, pesan atau berita yang memunculkan emosi dengan tingkat ketergugahan tinggi lebih sering disebarluaskan (Berger, 2011; Berger & Milkman, 2012). Ketergugahan emosi dapat dipantik melalui pilihan kata, kalimat, atau visualisasi (Shu et al., 2017). Emosi yang muncul akan menentukan keterlibatan pengguna media sosial termasuk dalam menyebarkan suatu informasi (Gerbaudo et al., 2019). Vosoughi et al. (2018) menjelaskan bahwa

jika ditinjau dari karakteristik konten berita, berita palsu lebih memunculkan emosi terkejut bagi pengguna media sosial dibandingkan berita benar.

Penyebaran berita juga bergantung pada karakteristik platform. Karakteristik platform yang dimaksud adalah dinamika komunikasi dan relasi antarpengguna dalam platform (Kümpel et al., 2015). Jenis platform menentukan kebutuhan apa yang dapat terpenuhi (contoh, *Facebook* memenuhi kebutuhan akan citra diri dan *WhatsApp* memenuhi kebutuhan berelasi) (Karapanos et al., 2016), dan konten yang disebarluaskan (Bright, 2016). *WhatsApp* merupakan platform yang membuat penggunanya dapat melakukan komunikasi mendalam dengan pengguna lain (Karapanos et al., 2016). Fitur enkripsi *end-to-end* pada *WhatsApp* dapat menjaga privasi antarpengguna karena komunikasi dapat berlangsung tanpa diketahui oleh pengguna lain (WhatsApp, 2020). Kemampuan yang tinggi dari suatu media untuk menjaga privasi dapat membuat media tersebut dirasa aman untuk mengirimkan berita bahkan saat berita dianggap tidak biasa atau baru (Kim, 2015).

Berdasarkan literatur sebelumnya, bagaimana penyebaran berita melalui

WhatsApp menjadi poin penting untuk diketahui dalam memahami fenomena penyebaran berita dan melakukan intervensi dalam mencegah penyebaran berita palsu melalui *WhatsApp* di Indonesia. Peneliti sebelumnya secara khusus mengkaji faktor yang membuat penyebaran berita banyak dilakukan menggunakan *WhatsApp*. Goh et al. (2019) menemukan bahwa menjalin relasi menjadi motivasi utama yang mendasari penyebaran berita melalui *WhatsApp*. Bagi masyarakat India, *WhatsApp* menjadi media penyebaran berita palsu karena fitur *WhatsApp* mempermudah komunikasi antarkelompok, gratis untuk digunakan, dan banyaknya pengguna yang baru saja mengenal internet sehingga mudah untuk mempercayai berita yang diterima (Farooq, 2018). Di Indonesia, Bafadhal (2017) melakukan wawancara kepada pengguna *WhatsApp* pada suatu grup pengajian dalam *WhatsApp* untuk mengkaji komunikasi mengenai berita Pilkada DKI, termasuk penyebaran berita tersebut oleh anggota grup. Berita yang diterima melalui *WhatsApp* menjadi bahan untuk saling bertukar informasi, memperkuat pendapat mengenai suatu isu, dan memverifikasi berita terkait yang

diperoleh pengguna *WhatsApp* melalui media konvensional. Berita disebarkan oleh beberapa anggota dengan alasan agar kerabatnya memperoleh pencerahan dari informasi yang ia kirimkan. Berita mengejutkan menjadi berita yang juga tersebar dalam *WhatsApp*.

Penelitian sebelumnya mengenai penyebaran berita telah menunjukkan beberapa kemungkinan alasan yang mendasari perilaku tersebut. Akan tetapi, terdapat beberapa hal mendasar yang belum dijelaskan dalam penelitian sebelumnya. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Bafadhal (2017) secara langsung menjelaskan alasan pengguna *WhatsApp* di Indonesia dalam meneruskan berita. Akan tetapi, penjelasan hanya terfokus pada percakapan grup *WhatsApp* dan satu topik berita. Tidak diperoleh data mengenai konten berita seperti apa yang sebenarnya banyak diterima, diteruskan, dan bagaimana pengguna *WhatsApp* di Indonesia dapat memilih untuk meneruskan berita tertentu dari sejumlah berita yang diterimanya. Kedua, Al-Rawi (2017) menjelaskan bahwa berita mengejutkan menjadi karakteristik berita yang banyak disebarkan. Begitu pula, Vosoughi et al. (2018) menjelaskan bahwa berita mengejutkan merupakan

karakteristik dari berita yang banyak disebar dan menjadi karakteristik berita palsu. Akan tetapi, bagaimana karakteristik dari berita mengejutkan yang dipersepsikan pengguna *WhatsApp* di Indonesia menjadi hal yang belum diketahui.

Perilaku menyebarkan berita melalui *WhatsApp* pun terjadi pada berbagai kalangan usia (Goh et al., 2019). Usia diketahui secara signifikan mempengaruhi perilaku menyebarkan berita secara daring (Beam et al., 2016). Matassi et al. (2019) menjelaskan bahwa masing-masing kelompok usia akan menggunakan *WhatsApp* dengan kebutuhan yang berbeda. Bagi kelompok usia dewasa awal, *WhatsApp* digunakan untuk berinteraksi dengan teman dan menghindari pengecualian sosial dari pertemanannya. Bagi kelompok dewasa menengah, *WhatsApp* digunakan karena adanya tuntutan dari pekerjaan dan komunikasi dengan anak, sedangkan bagi kelompok usia dewasa akhir *WhatsApp* digunakan untuk berinteraksi dengan anggota keluarga pada generasi yang lebih muda. Oleh sebab itu, usia harus diperhatikan dalam memahami dinamika perilaku menyebarkan berita oleh pengguna *WhatsApp* di Indonesia.

Penelitian Bafadhal (2017) yang secara khusus meneliti penyebaran berita melalui *WhatsApp* di Indonesia, tidak secara khusus menganalisis perilaku pengguna *WhatsApp* di berbagai kelompok usia dalam meneruskan berita. Oleh sebab itu, hal ini juga menjadi fokus dalam penelitian ini.

Penelitian yang kami lakukan menganalisis hal yang belum dikaji dalam penelitian sebelumnya di Indonesia, yaitu pengambilan keputusan dan pengalaman pengguna *WhatsApp* dalam meneruskan berita atau informasi yang diterima melalui aplikasi *WhatsApp*. Penelitian ini secara khusus mengeksplorasi pengalaman masyarakat Indonesia pada kelompok usia Generasi Z hingga *Silent* dalam menyebarkan berita melalui *WhatsApp* dan karakteristik dari berita mengejutkan sebagai cirikhas dari berita palsu. Beberapa poin pertanyaan yang kami eksplorasi di antaranya bagaimana berita dapat diterima dan disebar kembali oleh pengguna *WhatsApp* melalui *WhatsApp*? motif apa yang mendasari pengguna *WhatsApp* di Indonesia dalam meneruskan berita melalui *WhatsApp*? bagaimana pertimbangan pengguna *WhatsApp* dalam meneruskan konten berita yang diterimanya melalui

WhatsApp? bagaimana karakteristik dari berita dalam *WhatsApp* yang dianggap mengejutkan bagi pengguna *WhatsApp* di Indonesia?

Metode

Partisipan Penelitian

Wawancara tatap muka dilakukan kepada 20 partisipan di antaranya 13 partisipan perempuan dan 7 partisipan laki-laki, dengan rentang usia 19 hingga 78 tahun. Partisipan tergolong ke dalam empat generasi (Dimock, 2019), yaitu generasi Z (19-22 tahun) sebanyak 2 orang, milenial (23-38 tahun) sebanyak 4 orang, generasi X (39-54 tahun) sebanyak 7 orang, *Boomers* (55-73 tahun) sebanyak 4 orang, dan *Silent* (74-91 tahun) sebanyak 3 orang. Partisipan yang dilibatkan merupakan individu yang menggunakan *WhatsApp* dalam kesehariannya.

Dari 20 partisipan, 18 orang berdomisili di Kabupaten Garut dan 2 orang di Kabupaten Bandung. Selain adanya kemudahan akses dan jaringan sosial peneliti dalam pemilihan partisipan, dua kabupaten ini dipilih karena merupakan kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Barat yang merupakan provinsi dengan proporsi pengguna internet terbesar di pulau Jawa (APJII, 2018). Provinsi dengan proporsi

pengguna internet terbesar dipilih menjadi sasaran lokasi partisipan karena partisipan pada lokasi tersebut dianggap aktif dalam menggunakan internet, begitu pula media sosial. Partisipan datang dari berbagai latar belakang pekerjaan dan profesi di antaranya mahasiswa S1, mahasiswa S2, pegawai BUMN, wiraswasta, ibu rumah tangga, guru non PNS, pensiunan PNS, dan dosen.

Prosedur Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara semi terstruktur untuk memperoleh gambaran mengenai pengalaman partisipan dalam menyebarkan berita melalui aplikasi *WhatsApp*. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan motif yang mendasari penyebaran berita melalui *WhatsApp*, pertimbangan pengguna *WhatsApp* saat memilih konten berita yang akan diteruskan dan karakteristik mengejutkan dari sudut pandang pengguna *WhatsApp* di Indonesia yang belum dijelaskan dalam studi-studi sebelumnya. Dalam mengeksplorasi pengalaman, persepsi dan berbagai kemungkinan pertimbangan pengguna *WhatsApp* Generasi Z hingga *Silent* secara detail pada poin

permasalahan yang belum dijelaskan dalam studi sebelumnya, pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Protokol penelitian ini telah mendapatkan persetujuan dari Komite Etik Penelitian Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

Wawancara berlangsung di bulan Desember 2019 dan Januari 2020. Proses rekrutmen partisipan dilakukan melalui dua cara yaitu menghubungi partisipan melalui *WhatsApp* atau menemui partisipan secara langsung. Waktu dan tempat wawancara ditentukan sesuai kesepakatan peneliti dan partisipan. Setelah wawancara selesai, partisipan diberi hadiah berupa makanan ringan.

Durasi wawancara berkisar antara 30 menit hingga 82 menit. Wawancara dilakukan dengan menggunakan panduan wawancara semi terstruktur yang memungkinkan peneliti melakukan *probing* sesuai dengan jawaban partisipan. Partisipan mengisi lembar kesediaan secara tertulis sebelum wawancara dimulai. Wawancara berlangsung dengan menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa Sunda, sesuai dengan kemudahan partisipan untuk berkomunikasi. Seluruh wawancara dilakukan oleh peneliti pertama yang berbahasa Indonesia dan Sunda dalam komunikasi sehari-hari.

Selama proses wawancara berlangsung, percakapan yang terjadi direkam menggunakan rekaman audio. Percakapan yang telah direkam kemudian diubah ke dalam bentuk transkrip oleh tiga orang asisten peneliti yang merupakan lulusan S1 Psikologi. Percakapan dengan bahasa Sunda dibuat menjadi dua transkrip yaitu satu transkrip bahasa Sunda dan satu transkrip bahasa Indonesia. Penerjemahan dilakukan oleh peneliti dan satu orang pembuat transkrip yang menggunakan bahasa Sunda sebagai bahasa sehari-hari. Nama dari masing-masing partisipan dituliskan dalam transkrip dengan menggunakan *pseudonym*.

Analisis Data

Seluruh transkrip dianalisis melalui proses *coding* dan analisis tematik (Braun & Clarke, 2006; Clarke et al., 2015). Kode dibuat berdasarkan jawaban dari partisipan. Respons-respons yang serupa akan diberi kode yang sama, yang kemudian dibandingkan dan dikelompokkan menjadi sub tema, lalu diolah kembali menjadi tema. Proses *coding* dan analisis tema dilakukan didiskusikan oleh peneliti pertama dan peneliti kedua. Secara teknis, peneliti

pertama melakukan *coding* terhadap transkrip untuk menemukan *emerging themes*. Tema-tema yang muncul ini kemudian dianalisis kembali oleh peneliti kedua untuk menghindari redundansi tema. Jika peneliti kedua menemukan tema baru, maka tema tersebut akan dimunculkan. Proses ini terus berulang hingga kedua peneliti sepakat bahwa seluruh tema yang muncul dalam respons partisipan telah diangkat.

Hasil

Berdasarkan analisis tematik yang dilakukan pada hasil wawancara, diperoleh beberapa tema utama di antaranya tujuan penggunaan *WhatsApp*, respons terhadap berita yang diterima, meneruskan berita melalui *WhatsApp*, konten berita dalam *WhatsApp* dan karakteristik berita mengejutkan dalam *WhatsApp*.

Tujuan Penggunaan *WhatsApp*

Kebutuhan partisipan dalam menjalin relasi dengan orang lain menjadi alasan utama penggunaan *WhatsApp* di setiap kelompok usia. Partisipan berusaha untuk selalu terhubung dengan orang lain melalui *WhatsApp* karena orang yang memiliki relasi dengan partisipan sudah beralih dari platform lain kepada

WhatsApp. *WhatsApp* menjadi platform yang digunakan partisipan untuk berkomunikasi dengan orang lain karena *WhatsApp* mempercepat akses kepada orang lain yang hendak dituju oleh partisipan.

Respons Terhadap Berita yang Diterima

Seluruh partisipan pernah menerima berita yang diteruskan oleh orang lain (*forwarded message*) melalui *WhatsApp*. Berita terusan ini lebih sering beredar dalam kelompok *WhatsApp* (*WhatsApp Group*) dibandingkan percakapan secara langsung. Seluruh partisipan pada setiap kelompok usia tergabung ke dalam lebih dari satu percakapan kelompok *WhatsApp* sesuai afiliasi dan aktivitas partisipan seperti keluarga, kelompok kerja, perkuliahan, alumni, komunitas. Akan tetapi, tidak semua berita yang diterima partisipan akan dibaca oleh partisipan. Ketika berita termuat dalam percakapan kelompok yang panjang, berita cenderung tidak dibaca oleh partisipan. Begitu pula jika berita yang diterima partisipan memiliki narasi panjang, maka berita tersebut cenderung tidak dibaca oleh partisipan.

Berbeda dengan kelompok usia lainnya, tiga partisipan pada kelompok generasi Z dan Milenial juga menerima

berita dari media sosial lain seperti *Instagram*. Berita yang juga diteruskan melalui *WhatsApp* tidak hanya bersumber dari *WhatsApp* itu sendiri. Bagi kelompok generasi Z dan milenial, berita yang bersumber dari media sosial lain juga diteruskan melalui *WhatsApp*.

Meneruskan Berita melalui *WhatsApp*

Sembilan belas partisipan pernah meneruskan berita yang diterima melalui *WhatsApp*. Berita yang diteruskan partisipan digunakan menjadi bahan awal pembicaraan dalam *WhatsApp*. Percakapan panjang terjadi antarpengguna *WhatsApp* setelah mengirimkan berita dan hal tersebut menjadi kesempatan bagi pengguna untuk menjalin relasi. Relasi antarpengguna menjadi terjalin dengan adanya interaksi yang keluar dari bahasan berita setelah berita dikirimkan. Hal ini sesuai dengan tujuan partisipan dalam menggunakan *WhatsApp*.

Agar komunikasi yang terjalin antarpengguna *WhatsApp* bisa menjadi lebih interaktif, berita yang dikirim dipilih sesuai minat atau kesesuaian dari pengguna *WhatsApp* lainnya yang menjadi sasaran. Berita yang dianggap sudah diketahui oleh pengguna *WhatsApp* lain dan seringkali tidak mendapatkan

respons tidak dikirimkan kembali oleh pengguna *WhatsApp*.

Penggunaan berita juga menjadi instrumen untuk membangun komunikasi, mempererat hubungan dan memperoleh perhatian berupa respons yang meriah dari pengguna lain dalam percakapan kelompok *WhatsApp*. Percakapan kelompok cenderung menjadi arena untuk menyebarkan berita karena partisipan dapat menyampaikan berita kepada banyak orang dalam satu waktu sekaligus. Akan tetapi, ketika partisipan mengetahui bahwa anggota dalam percakapan kelompok tersebut seringkali tidak memberikan respons terhadap berita-berita yang disebarkan ke dalam grup *WhatsApp*, partisipan cenderung tidak meneruskan berita dalam percakapan kelompok tersebut. Begitu pula ketika berita yang diteruskan bersifat rahasia atau tidak sesuai untuk beberapa anggota di dalam kelompok.

Bagi beberapa generasi, menjalin relasi bukan satu satunya alasan meneruskan berita. Berbeda dengan kelompok Generasi Z dan Milenial, empat partisipan di antaranya dua partisipan kelompok Generasi X, satu partisipan kelompok *Boomers*, dan satu partisipan kelompok *Silent* mengatakan bahwa

selain untuk menjalin relasi, mereka kerap menyebarkan berita melalui *WhatsApp* saat mereka baru mengenal cara menggunakan *WhatsApp*.

Konten Berita yang Diteruskan dalam *WhatsApp*

Terdapat empat konten berita yang banyak diterima partisipan dalam *WhatsApp* yaitu agama, kesehatan, politik, dan bencana. Akan tetapi, konten berita yang banyak diterima partisipan juga bergantung pada situasi sekitar yang sedang terjadi pada saat tersebut. Berbeda dengan keempat konten tersebut, pada kelompok usia generasi Z dan Milenial, konten sains beredar di kalangan partisipan, khususnya partisipan yang merupakan mahasiswa.

Sebuah konten akan diteruskan jika dianggap dapat bermanfaat bagi orang lain. Hal ini menjadi alasan pemilihan konten berita yang diteruskan oleh berbagai kalangan usia. Begitu pula konten agama yang dinilai memuat pelajaran bagi penerimanya, akan cenderung diteruskan. Konten agama kerap dikirimkan oleh orang tua bagi anak-anaknya.

Konten yang dianggap akan memunculkan kecemasan tidak akan diteruskan oleh partisipan. Salah satu

konten yang cenderung dihindari untuk diteruskan karena dapat memunculkan konflik dan rasa takut bagi partisipan bila melakukan kesalahan saat meneruskan konten tersebut adalah konten politik. Konten politik juga memiliki kaitan erat dengan hukum bila partisipan meneruskan konten politik yang keliru. Terkadang, adanya rasa khawatir bila berita yang dikirimkannya keliru membuat partisipan cenderung memilih untuk meneruskan berita kepada orang terdekat, agar menghindari penilaian negatif dari pengguna *WhatsApp* lainnya. Dengan kata lain, dalam penelitian ini tidak ditemukan adanya indikasi bahwa partisipan secara sengaja menyebarkan konten dengan tujuan menjahili atau menyesatkan orang lain. Sebaliknya, partisipan mengetahui bahwa penyebaran berita bohong dapat berakibat penalti hukum.

Karakteristik Berita Mengejutkan dalam *WhatsApp*

Sembilan belas partisipan menyatakan pernah menerima berita mengejutkan melalui *WhatsApp*. Salah seorang partisipan mengungkapkan bahwa berita mengejutkan yang diterimanya biasanya merupakan berita palsu. Akan tetapi, terdapat partisipan

yang tidak pernah merasa terkejut karena menyakini bahwa berita-berita yang disebarkan melalui *WhatsApp* merupakan berita yang direkayasa. Tidak semua partisipan memilih untuk membaca berita yang dianggap dapat mengejutkan dirinya. Bagi partisipan pada kelompok usia *Silent*, berita yang dianggap akan mengejutkan dirinya cenderung tidak dibaca, salah satunya karena menghindari hal mengejutkan yang dapat mempengaruhi kesehatannya.

Terdapat 2 jenis konten berita dalam *WhatsApp* yang seringkali mengejutkan di antaranya bencana dan

kesehatan. Adanya informasi di luar dugaan atau tidak sesuai ekspektasi partisipan dan tidak diketahui sebelumnya oleh partisipan, menjadi karakteristik utama dari berita mengejutkan. Ketika suatu berita memuat informasi mengenai lokasi, berita juga akan memunculkan emosi terkejut pada partisipan ketika lokasi tersebut berdekatan dengan partisipan atau orang terdekat partisipan. Selain itu, lima partisipan menjelaskan bahwa foto atau video yang termuat dalam berita juga dapat membuat berita menjadi lebih mengejutkan.

Tabel 1.

Temuan Penelitian

Tema	Temuan	Pernyataan
Tujuan Penggunaan <i>WhatsApp</i>	Tetap terhubung dan menjalin relasi dengan orang lain	"...karena mengikuti perjalanan zaman, ngikutin temen atau rekan kerja memakai <i>WhatsApp</i> bukan BBM lagi..." (Dani, 26 tahun). "...waktunya shalat magrib saling mengingatkan, di sini sudah adzan dzuhur misalnya, masih dipelihara gitu rasa persahabatan, rasa kebersamaan melalui WA." (Nindi, 74 tahun).
Respons Terhadap Berita yang Diterima	Membaca berita dengan narasi atau dalam percakapan yang tidak panjang	"Kadang kalau kita telat buka WA [<i>WhatsApp</i>], terus lihat <i>chat</i> udah banyak, males baca, ya akhirnya terpaksa <i>delete</i> aja." (Rani, 50 tahun). "...misalnya 'baca selengkapnya', kadang gak dibaca." (Salman, 39 tahun).
Meneruskan Berita melalui <i>WhatsApp</i>	Menerukan berita yang dapat membangun interaksi yang interaktif	"Jadi kan dia minat di bidang itu, jadi kita <i>share</i> , terus biasanya lebih antusias <i>chatting</i> -nya. Kalau misalnya mereka yang bukan di bidangnya... yaa, tidak antusias jadi biasa-biasa aja." (Dani, 26 tahun).

Tema	Temuan	Pernyataan
	Meneruskan berita untuk menggunakan kemampuannya menggunakan <i>WhatsApp</i>	"Kalau dulu ya suka aja, karena baru-baru tau tentang WA jadi segala yang baru itu ingin segera cepat dibagikan ke orang lain." (Salman, 39 tahun).
Konten Berita yang Diteruskan dalam <i>WhatsApp</i>	Konten bergantung pada situasi terkini	"...kadang-kadang kayak semacam sekarang ini kan lagi musim apa, bencana alam..." (Sinta, 50 tahun).
	Meneruskan konten yang bermanfaat dan tidak meneruskan konten yang berpotensi memunculkan konflik	"Kan orang lain belum tahu biar tahu, bermanfaat untuk kesehatan." (Dina, 49 tahun). "Sekiranya berita ini nanti bikin masalah apalagi bersangkutan soal politik yang membahayakan, yaa kita tidak <i>share</i> lagi, kita hapus, daripada nantinya harus berurusan dengan hukum." (Rani, 50 tahun).
Karakteristik Berita Mengejutkan dalam <i>WhatsApp</i>	Berita yang tidak sesuai ekspektasi atau tidak diketahui sebelumnya	"Iya yang mengagetkan itu mungkin suatu kejadian yang tidak disangka sebelumnya." (Candra, 64 tahun)
	Informasi memuat lokasi yang dekat dengan partisipan atau orang terdekat	"...saat saya menerima berita tersebut, ternyata di kampung saya, di desa sebrang saya ada yang memang terjangkau difteri. Yang bikin saya kaget, 'wah ternyata emang bener-bener sudah menyebar' gitu." (Via, 21 tahun). "Kebetulan kejadiannya di kampung suami saya, saya terkejut wah siapa dia, siapa tau kita kenal atau takutnya saudara kita gitu misalkan..." (Ulfah, 40 tahun).
	Cenderung menggunakan foto dan video	"Kalau yang kecelakaan kan kagetnya kalau kita lihat dari CCTV ya kan mungkin kejadiannya terekam, waktu motornya tertabrak jadi kita bisa melihat. Nah habis itu kan kita kaget." (Rani, 50 tahun).

Diskusi

Studi ini mengeksplorasi hal yang mendasari penyebaran berita melalui *WhatsApp* di antaranya motivasi dalam menyebarkan berita, pemilihan konten

berita yang diteruskan, dan karakteristik dari berita mengejutkan. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa bagi partisipan pada setiap kalangan usia, menyebarkan berita menjadi cara untuk berkomunikasi

dengan orang lain. Partisipan mempertimbangkan karakteristik dari pengguna *WhatsApp* lainnya, memilah konten dan jalur percakapan yang sesuai untuk digunakan agar terjalin komunikasi yang baik dengan pengguna *WhatsApp* lainnya.

Berita yang tersebar dalam *WhatsApp* digunakan sebagai perantara komunikasi antarpengguna agar bisa terjalin relasi yang kuat antarpengguna *WhatsApp* tersebut. Individu mengirimkan berita melalui *WhatsApp* jika berita yang dikirimkan tersebut dianggap dapat memantik munculnya respons dari pengguna *WhatsApp* lain agar komunikasi dapat terjalin. Individu secara aktif memilah berita yang sesuai dengan minat pengguna *WhatsApp* lain yang menjadi sasaran pengiriman. Partisipan pun memilih mengirimkan berita kepada orang terdekat karena dapat menghindari dampak negatif jika berita yang dikirimkannya tidak benar. Individu secara selektif memilih sasaran penerima berita agar membuat dirinya merasa aman dalam menyebarkan berita tersebut secara daring (Kim, 2015). Ketika suatu berita yang diteruskannya ternyata merupakan berita yang tidak benar, orang

terdekat akan memahaminya (Duffy et al., 2019).

Berita yang diteruskan oleh individu menjadi pembuka interaksi dan berlanjut pada topik lain di luar topik berita. Berita menjadi perantara dalam membangun interaksi individual (Goh et al., 2019), maupun kelompok *WhatsApp* (Swart et al., 2019). Pengguna *WhatsApp* berinteraksi dengan orang yang berbeda dengan tujuan yang berbeda (Matassi et al., 2019). Akan tetapi, menjalin relasi tetap menjadi motif mendasar dan tidak bergantung pada usia. Selain itu, pada kelompok Generasi Z, *Boomers*, dan *Silent*, penyebaran berita tidak hanya didasarkan oleh motif tersebut, ketertarikan dalam mengirimkan pesan menggunakan fitur *WhatsApp* yang baru dikuasainya menjadi alasan lain mengapa berita menjadi hal yang diteruskan oleh kelompok tersebut.

Untuk menjalin interaksi yang responsif, partisipan mempertimbangkan konten dari berita yang akan disebarkannya. Konten-konten mengenai isu yang sedang banyak diperbincangkan di Indonesia akan banyak tersebar pada masa tersebut. Akan tetapi, partisipan mempertimbangkan dampak dari pengiriman berita yang dilakukannya.

Konten yang berpeluang memunculkan konflik dan kerugian bagi partisipan jika disebarakan seperti konten politik, cenderung tidak disebarakan walaupun banyak diterima melalui *WhatsApp*. Konten politik merupakan konten yang sulit untuk disebarakan karena bersifat kontroversial (Bright, 2016). Berbeda dengan konten politik, konten kesehatan dan agama menjadi konten yang banyak diterima dan disebarakan kembali oleh partisipan. Sebab, kedua konten tersebut dianggap berguna bagi pengguna lainnya.

Manfaat dari informasi menjadi alasan utama yang digunakan dalam memutuskan berita mana yang hendak diteruskan (Duffy et al., 2019). Penyebaran konten tersebut terjadi di setiap kalangan usia. Namun, berkaitan dengan sumber berita, berbeda dengan kelompok usia lainnya, berita yang disebarakan oleh kelompok milenial dan Z tidak hanya bersumber dari pengguna *WhatsApp* lain melainkan juga bersumber dari media sosial lain seperti *Instagram*.

Satu hal lain yang menjadi fokus kami dalam konten berita adalah karakteristik berita yang dianggap mengejutkan oleh partisipan. Dalam

penelitian ini ditemukan bahwa terdapat dua karakteristik yang membuat berita dalam *WhatsApp* dianggap mengejutkan oleh partisipan. Pertama, partisipan merasa terkejut ketika informasi yang termuat dalam berita tidak sesuai dengan ekspektasi partisipan atau belum diketahui sebelumnya. Kedua, informasi yang termuat memiliki kaitan erat dengan partisipan atau orang terdekatnya seperti lokasi kejadian berada di wilayah yang dekat dengan partisipan atau orang terdekat dari partisipan.

Penggunaan video dan foto menjadi aspek yang dapat membuat berita lebih mengejutkan. Konten berita yang umumnya mengejutkan pengguna *WhatsApp* adalah bencana dan kesehatan. Walaupun tanpa melakukan verifikasi terhadap sejumlah berita, berita yang dianggap penting untuk keamanan orang lain seperti konten kesehatan cenderung tetap disebarakan untuk menghindari resiko (Duffy et al., 2019). Oleh sebab itu, sejumlah berita mengejutkan banyak diteruskan oleh pengguna *WhatsApp*. Sebab, berita mengejutkan pada umumnya dianggap perlu untuk diketahui oleh orang terdekat dari pengguna *WhatsApp*.

Kesimpulan

Berinteraksi dengan pengguna lain yang akrab dengan dirinya menjadi alasan yang berlaku secara universal bagi pengguna *WhatsApp* pada setiap kelompok usia di Indonesia dalam meneruskan berita melalui *WhatsApp*. Secara aktif pengguna memilah penerima berita dan berita mana yang akan diteruskan olehnya. Konten berita yang disebarakan bergantung pada pertimbangan partisipan agar dapat membangun interaksi berkelanjutan dengan penerima berita tersebut. Hal tersebut berlaku pada berbagai kelompok usia. Akan tetapi, bagi kelompok Generasi Z, *Boomers* dan *Silent* yang baru saja mengenal *WhatsApp*, meneruskan berita menjadi cara bagi dirinya untuk menggunakan kemampuan yang baru didapatkan dalam menggunakan fitur *WhatsApp*. Niat untuk meneruskan berita yang belum terverifikasi tidak dilakukan dengan sengaja oleh pengguna *WhatsApp* untuk memberikan informasi yang keliru bagi orang lain. Selain itu, diperoleh informasi bahwa ekspektasi terhadap informasi terkait dalam suatu berita dan keterkaitan dengan lingkungan terdekat menjadi aspek penting yang menentukan

apakah suatu berita akan dinilai mengejutkan atau tidak.

Penelitian ini memberikan sumbangsih pada bidang psikologi media di Indonesia khususnya dalam memahami perilaku meneruskan berita melalui *WhatsApp* yang sedang menjadi fenomena di Indonesia. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan motif dari penyebaran berita melalui *WhatsApp* yang universal pada berbagai kelompok usia dan pemikiran yang dimiliki pengguna *WhatsApp* di Indonesia saat menyebarkan konten berita. Hal ini dapat menjadi dasar bagi peneliti yang akan mengkaji fenomena yang sama dan dasar intervensi untuk memberikan edukasi kepada masyarakat Indonesia dalam mencegah penyebaran berita khususnya berita palsu melalui *WhatsApp*. Edukasi diberikan untuk menyadarkan masyarakat Indonesia di berbagai kelompok usia mengenai alasan yang seringkali dibuat dalam menyebarkan berita dan akhirnya berpeluang membuat penyebaran berita palsu semakin banyak terjadi. Akan tetapi, dinamika yang diteliti dalam penelitian ini hanya terbatas pada penyebaran berita yang diterima individu melalui *WhatsApp* untuk disebarakan

kembali melalui *WhatsApp*. Penelitian ini tidak mengeksplorasi pengalaman pengguna *WhatsApp* dalam meneruskan berita yang diperoleh melalui platform lain untuk disebarluaskan melalui *WhatsApp* seperti yang ditemukan dalam penelitian ini.

Saran teoretis:

Penelitian selanjutnya perlu mengeksplorasi dinamika penyebaran berita yang diterima dari platform lain tetapi diteruskan melalui *WhatsApp*. Penggunaan platform lain dapat menambah sumber berita bagi partisipan walaupun pengiriman berita masih menggunakan perantara *WhatsApp* untuk bisa berkomunikasi dengan pengguna *WhatsApp* lainnya.

Saran praktis:

Edukasi kepada masyarakat Indonesia mengenai alasan yang mendasari individu untuk meneruskan berita melalui *WhatsApp*, karakteristik berita mengejutkan, konten yang cenderung disebarluaskan dan konten yang dapat membuat individu merasa terkejut dapat dilakukan. Hal tersebut dilakukan guna membuat masyarakat Indonesia khususnya pengguna *WhatsApp* dapat mengenali dinamika perilaku

meneruskan berita sehingga bisa berhati-hati saat memutuskan untuk meneruskan berita.

Daftar Pustaka

- Al-Rawi, A. (2017). Viral news on social media. *Digital Journalism*. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1387062>
- APJII. (2018). Penetrasi dan profil perilaku pengguna internet Indonesia. *Apjii*. www.apjii.or.id
- Arun, C. (2019). On whatsapp, rumours, and lynchings. *Economic and Political Weekly*, 54(6), 30–35.
- Bafadhal, O. M. (2017). *Komunikasi Ritual Penggunaan Aplikasi WhatsApp: Studi Konsumsi Berita Lewat Group WhatsApp*. V(April), 49–56.
- Beam, M. A., Hutchens, M. J., & Hmielowski, J. D. (2016). Clicking vs. sharing: The relationship between online news behaviors and political knowledge. *Computers in Human Behavior*, 59, 215–220. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.013>
- Berger, J. (2011). Arousal increases social transmission of information. *Psychological Science*, 22(7), 891–893. <https://doi.org/10.1177/0956797611413294>
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192–205. <https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353>
- Bobkowski, P. S. (2015). Sharing the news: Effects of informational utility and opinion leadership on online news sharing. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 92(2), 320–345. <https://doi.org/10.1177/1077699015573194>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using

- thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Bright, J. (2016). The social news gap: How news reading and news sharing diverge. *Journal of Communication*, 66, 343–365.
<https://doi.org/10.1111/jcom.12232>
- Clarke, V., Braun, V., & Hayfield, N. (2015). Thematic analysis. In *Qualitative psychology: A practical guide to research methods* (pp. 222–248).
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where millennials end and generation Z begins. *Pew Research Center*, 1–7.
- Duffy, A., Tandoc, E., & Ling, R. (2019). Too good to be true, too good not to share: the social utility of fake news. *Information Communication and Society*, 1–15.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1623904>
- Farooq, G. (2018). Politics of fake news: How WhatsApp became a potent propaganda tool in India. *Media Watch*, 9(1), 106–117.
<https://doi.org/10.15655/mw/2018/v9i1/49279>
- Gerbaudo, P., Marogna, F., & Alzetta, C. (2019). When “Positive Posting” Attracts Voters: User Engagement and Emotions in the 2017 UK Election Campaign on Facebook. *Social Media and Society*, 5(4).
<https://doi.org/10.1177/2056305119881695>
- Goh, D., Ling, R., Huang, L., & Liew, D. (2019). News sharing as reciprocal exchanges in social cohesion maintenance. *Information Communication and Society*, 22(8), 1128–1144.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1406973>
- Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Asian-Australasian Journal of Animal Sciences*, 32(2), 1–9.
<https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>
- Karapanos, E., Teixeira, P., & Gouveia, R. (2016). Need fulfillment and experiences on social media: A case on Facebook and WhatsApp. *Computers in Human Behavior*, 55, 888–897.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.015>
- Kim, H. S. (2015). Attracting Views and Going Viral: How Message Features and News-Sharing Channels Affect Health News Diffusion. *Journal of Communication*, 65(3), 512–534.
<https://doi.org/10.1111/jcom.12160>
- Kominfo. (2019). Tahun 2018, kominfo terima 733 aduan konten hoaks yang disebar via WhatsApp. Kominfo. https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Intern+et+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker
- Kümpel, A. S., Karnowski, V., & Keyling, T. (2015). News sharing in social media: A review of current research on nmews Sharing Users, Content, and Networks. *Social Media and Society*, 1–14.
<https://doi.org/10.1177/2056305115610141>
- Lee, C. S., & Ma, L. (2012). News sharing in social media: The effect of gratifications and prior experience. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 331–339.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.002>
- Matassi, M., Boczkowski, P. J., &

- Mitchelstein, E. (2019). Domesticating WhatsApp: Family, friends, work, and study in everyday communication. *New Media and Society*, 00(0), 2183–2200. <https://doi.org/10.1177/1461444819841890>
- Picone, I., De Wolf, R., & Robijt, S. (2016). Who shares what with whom and why?: News sharing profiles amongst Flemish news users. *Digital Journalism*, 4(7), 921–932. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1168708>
- Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). Fake news detection on social media. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 19(1), 22–36. <https://doi.org/10.1145/3137597.3137600>
- Simon, T., Goldberg, A., Leykin, D., & Adini, B. (2016). Kidnapping WhatsApp – Rumors during the search and rescue operation of three kidnapped youth. *Computers in Human Behavior*, 64, 183–190. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.058>
- Sommariva, S., Vamos, C., Mantzarlis, A., Dào, L. U. L., & Martinez Tyson, D. (2018). Spreading the (fake) news: Exploring health messages on social media and the implications for health professionals using a case study. *American Journal of Health Education*, 1–9. <https://doi.org/10.1080/19325037.2018.1473178>
- Swart, J., Peters, C., & Broersma, M. (2019). Sharing and discussing news in private social media groups: The social function of news and current affairs in location-based, work-oriented and leisure-focused communities. *Digital Journalism*, 7(2), 187–205. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1465351>
- Trilling, D., Tolochko, P., & Burscher, B. (2017). From newsworthiness to shareworthiness: How to predict news sharing based on article characteristics. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 94(1), 38–60. <https://doi.org/10.1177/1077699016654682>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359, 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- WhatsApp. (2019). *Tip untuk mencegah penyebaran rumor dan berita palsu*. WhatsApp. <https://faq.whatsapp.com/en/26000216/?lang=id>
- WhatsApp. (2020). *Keamanan dan Privasi ada di dalam DNA kami*. WhatsApp. <https://www.whatsapp.com/security/>