

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

2.1. Profil DKI Jakarta

Dilansir dari *website* Jakarta.go.id, DKI Jakarta merupakan provinsi yang berstatus sebagai Ibu Kota Negara Indonesia dengan jumlah provinsi yang terdiri dari 6 wilayah administrasi, 5 wilayah kota dan 1 kabupaten dengan memiliki luas wilayah $662,33 \text{ km}^2$. Adapun 5 wilayah Kota Administrasi tersebut diantaranya Jakarta Pusat seluas $48,13 \text{ km}^2$, Jakarta Utara seluas $146,66 \text{ km}^2$, Jakarta Barat seluas $129,54 \text{ km}^2$, Jakarta Selatan seluas $141,37 \text{ km}^2$, Jakarta Timur seluas $188,03 \text{ km}^2$, dan 1 Kabupaten Administrasi yakni Kepulauan Seribu seluas area $8,70 \text{ km}^2$.

Lebih lanjut, Adapun visi dan misi DKI Jakarta berdasarkan keterangan dari Biro Pemerintahan yang memiliki visi menjadikan Jakarta sebagai kota yang maju, berbudaya, dan lestari dengan melibatkan masyarakat untuk menciptakan peradaban, kesejahteraan dan keadilan. Kemudian, DKI Jakarta juga memiliki misi, *pertama*, menjadikan wilayah Jakarta sebagai kota yang aman, cerdas, sehat, dan berbudaya serta memiliki nilai kekeluargaan dan menciptakan ruang kreativitas dalam bentuk kepemimpinan yang adil.

Kedua, menjadikan Jakarta sebagai kota yang memajukan kesejahteraan umum melalui terciptanya lapangan kerja, kestabilan dan keterjangkauan kebutuhan pokok, meningkatnya keadilan sosial, percepatan

Pembangunan infrastruktur, kemudahan dalam hal berbisnis, serta pengelolaan wilayah dan tata ruang kota yang ideal.

Ketiga, menjadikan Jakarta sebagai tempat bagi pihak berwenang dalam berkarya, melayani, mengabdikan, serta mengatasi permasalahan wilayah dengan efektif dan berintegritas. *Keempat*, membuat Jakarta sebagai kota yang memiliki tata kehidupan dan pembangunan dengan meningkatkan daya dukung sosial dan lingkungan. Terakhir, menjadikan Jakarta sebagai ibu kota yang dinamis yang menggabungkan kemajuan, keadilan, dan prinsip kebhinekaan sebagai ciri khas Indonesia.

Dalam hal perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, wilayah DKI Jakarta telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2024, sebanyak 85,21% penduduk di wilayah Jakarta dengan usia 5 tahun ke atas telah memiliki telepon seluler atau *Handphone* dalam kesehariannya. Selain itu, kemudahan untuk mengakses informasi dengan menggunakan internet juga menyebar secara merata di wilayah-wilayah DKI Jakarta.

2.2. Facebook

Facebook merupakan *platform* jejaring sosial yang penggunaanya dapat berkomentar, berbagi foto, mengirim tautan berita atau konten yang menarik serta dapat mengobrol secara langsung dan menonton video pendek. Konten yang terdapat didalamnya dapat dilihat oleh orang lain secara terbuka atau hanya dilihat oleh teman atau keluarga tertentu melalui grup atau secara perorangan (Nations, 2024).

Pada awalnya, *Facebook* dibuat oleh Mark Zuckerberg bersama temannya, Edward Saverin yang pada masa itu masih dalam masa studi di Universitas Harvard pada tahun 2004. Lalu, di tahun 2006 *Facebook* secara resmi dibuka untuk siapa saja pengguna yang berusia 13 tahun ke atas dan secara cepat berkembang menjadi jejaring sosial paling populer di dunia.

Perkembangan tersebut disebabkan karena *Facebook* merupakan media sosial yang ramah pengguna dan terbuka untuk semua orang. Kemudian, *Facebook* yang pada awalnya merupakan jejaring sosial untuk dapat terhubung dengan teman atau keluarga, menjadi jejaring sosial populer untuk bisnis yang mampu menargetkan audiens secara dekat dan menayangkan iklan langsung kepada audiens yang memiliki peluang besar untuk membeli produk atau jenis layanan lainnya.

Media sosial *Facebook* juga dapat memudahkan seseorang untuk berbagi foto, pesan teks, video, serta mengunggah status yang dapat dilihat oleh banyak orang. Untuk itu, hal tersebut dapat menjadi hiburan dan perhatian rutin setiap harinya bagi banyak pengguna. Adapun beberapa fitur di *Facebook* yang membuatnya menjadi sangat populer, yakni:

- *Facebook* membebaskan pengguna untuk mengontrol daftar teman dan pengaturan privasi untuk mengatur siapa yang dapat melihat konten pribadi mereka.
- *Facebook* membebaskan pengguna untuk dapat mengunggah dan mengelola foto dalam album yang dapat dibagikan kepada daftar teman yang dimiliki.

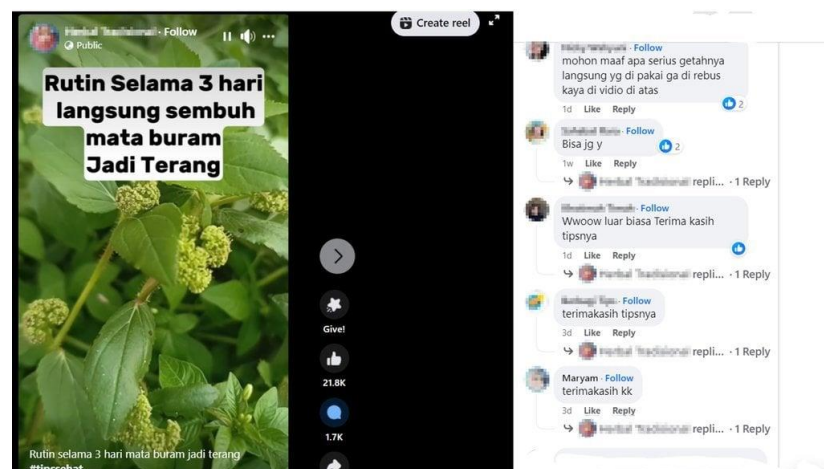
- *Facebook* mendukung obrolan secara daring yang interaktif dan kebebasan untuk memberikan komentar dalam halaman profil teman untuk tetap terhubung dan berbagi informasi.
- *Facebook* mendukung untuk dapat membuat grup diskusi, grup penggemar, hingga grup bisnis yang memungkinkan penggunanya dapat melakukan pemasaran di media sosial.
- Pihak pengembangan *Facebook* juga memberikan fungsi tingkat lanjut dan pilihan untuk menghasilkan pendapatan.
- *Facebook* menyediakan tempat bagi penggunanya untuk melakukan siaran video secara langsung menggunakan *Facebook Live*.
- Mengobrol dengan teman dan anggota keluarga atau menampilkan gambar dengan perangkat *Facebook*.

2.3. Konten Hoaks Isu Kesehatan di *Facebook*

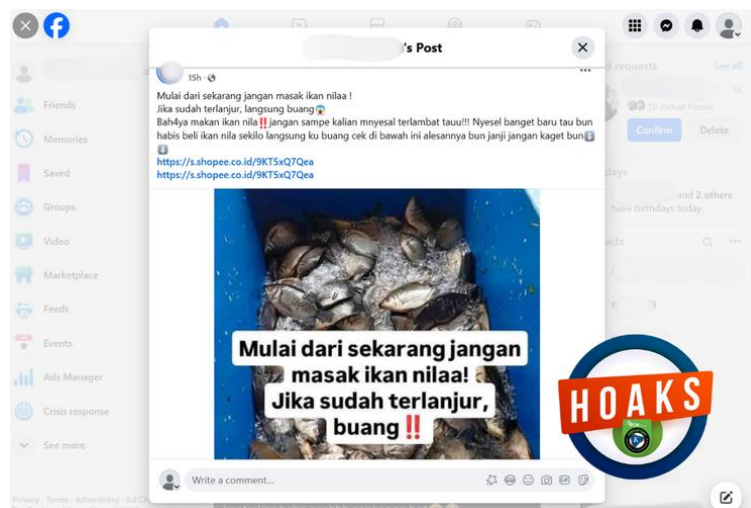
Hoaks isu kesehatan diartikan sebagai sebuah informasi terkait kesehatan yang memiliki klaim fakta yang salah, tidak akurat, atau menyesatkan. Informasi mengenai kesehatan yang salah ini tentu semakin diakui sebagai ancaman bagi kesehatan masyarakat. Walaupun hoaks tentang kesehatan bukan hal baru yang dihadapi, akan tetapi penyebaran hoaks melalui media sosial menjadi sangat cepat sehingga hal tersebut dapat memberikan dampak negatif bagi masyarakat (Gaysynsky, Everson, Heley, & Chou, 2024).

Artinya, konten hoaks tentang kesehatan yang beredar di media sosial *Facebook* dapat menjadi sebuah permasalahan yang dapat memiliki dampak kerugian bagi masyarakat itu sendiri. Hal tersebut disebabkan dengan adanya

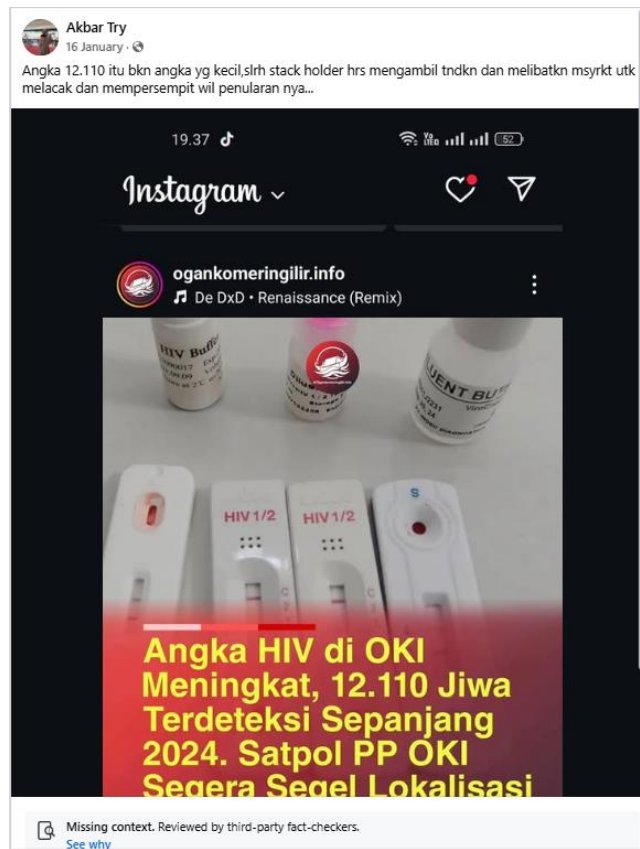
fitur yang dimiliki dalam media sosial, ketika seseorang membuat atau menyebarkan konten yang menyesatkan sehingga konten tersebut mendapat lebih banyak perhatian dan mengakibatkan konten yang mengandung provokatif menjadi lebih terfokuskan daripada konten yang sudah jelas akurat. Berikut merupakan contoh-contoh konten hoaks tentang kesehatan yang beredar di *Facebook*.



Gambar 2. 1 Hoaks di *Facebook* pengobatan herbal untuk mata rabun



Gambar 2. 2 Hoaks di *Facebook* mengenai bahaya konsumsi ikan nila



Gambar 2. 4 Hoaks di Facebook tentang klaim angka HIV meningkat



Gambar 2. 3 Hoaks di Facebook tentang dana bantuan BPJS