

MEDIA SOSIAL RAMAH SOSIAL VS HOAX

Reni Juliani

Program Studi Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Teuku Umar Meulaboh

Email : renijuliani@utu.ac.id

Abstract

This study aims to find out how to reduce the dissemination of hoax information and to make social media into social-friendly media so people can anticipate the dissemination of hoax information in various social media and avoid the impacts of the information contained negative contents. A library research method was used in this study. The theory of media dependency is the underlying theory of this study. This theory relates to the effects of media that are considered as information systems that have an important role in people's lives. Information from such media can have cognitive, affective, and behavioral effects. The results of the study showed that the hoax information can be reduced by increasing the media literacy and social media literacy. In addition, the Government of Indonesia has enacted several laws governing the dissemination of information to ethnic discrimination that is often an issue in the media that causes disunity in the community. These laws include the Law of Electronic Information and Transactions, the Criminal Code, and the Law of the Elimination of Radical and Ethnic Discrimination.

Keywords: Media, Social, Hoax

المخلص

يهدف هذا البحث إلى معرفة كيفية تحديد انتشار المعلومات حول الخدع وجعل وسائل الإعلام الاجتماعية صديقة اجتماعية حتى يتمكن الناس من توقع انتشار المعلومات على مختلف خدعة من وسائل الإعلام الاجتماعية ولا تتأثر المعلومات التي تحتوي على محتوى سلبي. يستخدم هذا البحث طريقة دراسة المكتبات. نظرية التبعية على الإعلام هي النظرية الكامنة من هذا البحث. وتتعلق هذه النظرية بآثار وسائل الإعلام التي تعتبر على نظم معلومات ولها دور هام في حياة الناس. المعلومات من وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر على المعرفية والوجدانية والسلوكية. وأظهرت النتيجة لتحديد المعلومات الخدعة يمكن العمل به من خلال تحسين محو الأمية وسائل الإعلام ومحو الأمية وسائل الإعلام الاجتماعية. وبالإضافة إلى ذلك، فقد وضعت الحكومة الاندونيسية العديد من القوانين التي تحكم نشر المعلومات على التمييز العرقي وغالبا ما تستخدم في قضايا الإعلام التي تسبب انقسامات في المجتمع. وتشمل هذه القوانين القانون المتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وهو كتاب القانون الجنائي (كوهب) وقانون التمييز العنصري الإثني.

الكلمات الأساسية : الإعلام و المجتمع والخدعة

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi komunikasi saat ini berkembang begitu pesat. Berbagai macam produk inovasi ditawarkan di pasaran. Mulai dari produk *handphone* baru, *gadget*, maupun aplikasi-aplikasi pendukungnya yang menjadikan penyampaian informasi saat ini semakin mudah dan semakin canggih. Kemajuan teknologi informasi komunikasi tidak hanya melahirkan dampak yang positif bagi penggunaannya, namun juga melahirkan dampak negatif. Kecepatan proses penyampaian informasi yang bahkan bisa dihitung dalam hitungan detik membuat setiap orang telah dengan mudah memproduksi informasi, dan informasi dengan begitu cepat pula. Melalui media sosial seperti *facebook*, *twitter*, ataupun media sosial yang bersifat interpersonal, BBM, *kakao talk*, *whatsapp* dan lain sebagainya yang tidak dapat difilter dengan baik.

Indonesia termasuk salah satu pengguna media sosial teraktif dan terbanyak. Seperti yang dilansir oleh *kompasiana.com* menyebutkan bahwa Indonesia khususnya Jakarta adalah salah satu daerah dengan penggunaan media sosial terbanyak di dunia.¹ Social Memos melakukan penelitian dan menghasilkan data:

1. Lebih dari 11 juta pengguna *facebook* berasal dari Jakarta.

2. 29 juta pengguna *twitter* yang berasal dari Indonesia dan Jakarta memposting 2,4% dari 10,6 miliar *tweet* di seluruh dunia.
3. 1,3 juta pengguna *linkedin* berasal dari Indonesia.

Fenomena di atas kemungkinan besar diakibatkan karena masyarakat Indonesia umumnya senang berbagi informasi. Selain itu diiringi dengan perkembangan teknologi digital khususnya di bidang informasi komunikasi yang begitu pesat sehingga semakin mempermudah mereka untuk menyampaikan berbagai informasi dan juga menerima informasi apa saja karena kemudahan akses dalam peredaran informasi yang kian sulit terbandung.

Seperti yang telah dijelaskan di awal paragraf bahwa penggunaan media sosial tidak hanya berdampak positif tapi juga berdampak negatif. Media sosial seakan sudah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat sehingga media sosial selalu dilibatkan di berbagai macam aktivitas baik secara individual maupun secara berkelompok. Salah satu manfaat dari media sosial adalah media tersebut digunakan untuk menghubungkan individu yang satu dengan lainnya. Hal ini berhubungan dengan hubungan manusia yang mempunyai kebutuhan tinggi akan informasi.

Informasi yang dikeluarkan baik dari orang perorang maupun dari instansi atau badan usaha lain yang menggunakan media sosial dan elektronik sebagai media informasinya. Ketika pesan tersebut telah terkirim dan dibaca oleh khalayak, pesan tersebut dapat berdampak bagi khalayaknya. Hal ini bisa berupa dampak yang dapat mempengaruhi pola pikir mereka, emosi

¹ Anggita. 2016. *Media Sosial Paling Banyak Digunakan 2016*. http://www.kompasiana.com/anggit28/media-sosial-paling-banyak-digunakan-2016_586f082cd07a61750511493c. (Diakses tanggal 10 November 2017).

dan perasaan serta mempengaruhi tindakan mereka.

Media sosial dimanfaatkan untuk bersosialisasi dan berinteraksi dengan menyebarkan konten-konten positif. Sayangnya, beberapa pihak memanfaatkannya untuk menyebarkan informasi yang mengandung konten negatif. Informasi yang disampaikan tersebut adalah informasi yang tidak akurat, berlebihan, tidak memiliki sumber yang jelas bahkan terkesan berpihak ke salah satu pihak saja padahal dalam dunia jurnalistik diwajibkan untuk menyebarkan informasi yang berimbang (*cover both side*). Informasi yang mengandung konten negatif tersebut adalah informasi bohong (*hoax*) dengan judul yang sangat provokatif mengiring pembaca dan penerima kepada opini yang negatif. Informasi *hoax* tersebut dapat melahirkan kebencian, kemarahan dan perpecahan di kalangan masyarakat. Opini negatif, fitnah, penyebar kebencian yang diterima dan menyerang pihak ataupun membuat orang menjadi takut, terancam dan dapat merugikan pihak yang diberitakan sehingga dapat merusak nama baik dan dapat menimbulkan kerugian materi.

Dampak terburuk dari tersebarnya informasi yang mengandung konten negatif tersebut sangat mengkhawatirkan karena hal ini dapat membahayakan generasi muda. Menyadari hal tersebut, sudah banyak kelompok yang secara proaktif mengajak masyarakat agar lebih cerdas menggunakan media sosial. Bukan hanya beberapa kelompok yang dengan sigap dan tanggap untuk memberantas penyebaran informasi *hoax*, Pemerintah juga sedang dengan giat-giatnya berusaha untuk mengurangi penyebaran *hoax* dengan cara menyusun peraturan dan perundang-undangan terkait

dengan sanksi bagi pengguna internet yang turut menyebarkan konten negatif.

Secara khusus Presiden Joko Widodo menyampaikan pesan agar aparat hukum menindak tegas para penyebar berita bohong. Presiden juga meminta aparat bekerja sama dengan Pemerintah mengevaluasi media yang memproduksi informasi bohong tanpa sumber yang jelas. Presiden mencontohkan dalam beberapa waktu terakhir ini banyak informasi di media sosial yang meresahkan dan memecah belah masyarakat. Sementara itu, Menteri Komunikasi dan Informasi menjelaskan telah melakukan pemblokiran 800 ribu situs berkonten negatif.²

Fenomena di atas merupakan konteks penelitian ini, sekaligus menjadi alasan mengapa penelitian ini harus dibuat. Penelitian ini berjudul “Media Sosial Ramah Sosial vs Hoax”. Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan yang menjadi alasan Utama yang ingin dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana mengurangi penyebaran *hoax* dan menjadikan media sosial menjadi media yang ramah sosial? Oleh sebab itu yang menjadi tujuan umum dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis bagaimana mengurangi penyebaran *hoax* dan menjadikan media sosial menjadi media yang ramah sosial.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pekerja media yang ingin menyebarkan informasi positif dan akurat dan kepada pemerintah yang ingin mengurangi penyebaran berita *hoax* di media khususnya media sosial. Di samping itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pembaca

² Ahmad Budiman. (2017). Berita Bohong (Hoax) di Media Sosial dan Pembentukan Opini Publik. *Pulsit*, 9 (01), 17-20.

mengenai bagaimana mengurangi penyebaran *hoax* dan menjadikan media sosial menjadi media yang ramah sosial.

KAJIAN LITERATUR

A. Media

1. Peran Media

Media mempunyai peranan penting di dalam kehidupan. Selain sebagai wadah informasi, media juga merupakan lahan lapangan kerja bagi para pekerja media. Apabila suatu media tutup, maka akan ada pekerja media yang kehilangan mata pencahariaanya. Selain sebagai lahan lapangan kerja, media juga sebagai wadah diskusi dan bertukar pikiran bagi penggunanya. Media juga sangat berperan dalam transformasi informasi, budaya dan perkembangan dunia saat ini.

McQuail menjelaskan bahwa ada sejumlah peran yang dapat dimainkan media massa selama ini, yaitu:

1. Industri pencipta lapangan kerja, barang dan jasa serta menghidupkan industri lain utamanya dalam periklanan/promosi.
2. Sumber kekuatan-alat kontrol, manajemen, dan inovasi masyarakat.
3. Lokasi (forum) untuk menampilkan peristiwa masyarakat.
4. Wahana pengembangan kebudayaan-tatacara, mode, gaya hidup, dan norma.
5. Sumber dominan bukan saja bagi pencipta citra individu, tetapi juga bagi kelompok, dan masyarakat.³

³ Denis McQuail. (1987). *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)*. Jakarta: Erlangga. Hal. 3-4

Media harus menjadi sumber kepercayaan masyarakat mengenai informasi yang disampaikan sehingga masyarakat akan semakin cerdas dan kehidupannya akan menjadi lebih baik. Peranan media sangat besar bagi kehidupan dunia. Oleh sebab itu sudah selayaknya dan sepatutnya media menjadi wadah yang dapat dipercaya sehingga masyarakat dapat berkaca pada media. Media menjadi *watch dog* (anjing penjaga) bagi pemerintah dan masyarakat. Di Indonesia sendiri, begitu tinggi posisi media. Media dijadikan salah satu pilar demokrasi. Media merupakan pilar ke-empatnya. Dengan kata lain, demokrasi ada apabila ditegakkannya media atau pers. Syam menyebutkan bahwa:

“Media sebagai *watch dog* atau anjing penjaga karena seekor anjing penjaga mempunyai kekuatan untuk menggonggong. Jika terdapat sebuah kesalahan, maka terkadang ada kecenderungan anjing penjaga di bawah peliharaan para pemodal, atau kalau diinterpretasi ulang, anjing penjaga yang sudah dipelihara para majikan pemilik modal. Kalau hal ini dapat terjadi, maka sangat sulit untuk diharapkan dapat menjalankan fungsinya sebagai anjing pengawas yang selalu mengawasi terhadap para yang membuat kesalahan dalam masyarakat baik dalam aspek politik, ekonomi maupun sosial. Pers yang demikian, dalam berfungsi sebagai *watch dog* dalam kenyataan sudah diikat kakinya dan dijinakkan gonggongannya. Betapapun, anjing biasanya sangat paham dengan tuannya. Ia tak akan menggonggong apalagi menggigit tuannya, walaupun mungkin tuannya melakukan tindakan yang mencurigakan. Ia hanya menggonggong orang asing yang tidak begitu dikenalnya. Ini terjadi

mengingat pers sudah terjadi tumpang tindih dalam kepemilikan. Pers sudah mulai dimiliki oleh penguasa yang juga sekaligus terjun sebagai politisi. Sebagian dari mereka sadar dengan kekuatan media yang dapat dimanfaatkan untuk meraih keuntungan politis. Dalam keadaan demikian, sangat sulit bisa diharapkan media massa dapat menjadi anjing penjaga yang galak terhadap kekuasaan.”⁴

Rizki menjelaskan tentang bagaimana suatu informasi dari media sangat besar peranannya bagi suatu bangsa. Di dalam tulisannya, Rizki menjelaskan sebuah Film yang merupakan salah satu seri dari film James Bond yang berjudul “Tomorrow Never Dies”. Dalam film tersebut dijelaskan tentang bahaya apabila media berhasil memonopoli “kebenaran”, selain itu media bisa membuat konspirasi besar di dalam pemberitaannya sehingga media mampu mempengaruhi dan mengendalikan publik. Apabila hal ini terjadi, dunia sepenuhnya akan ada di tangan media.:

“Digambarkan di awal film bagaimana Carver-Raja Media Dunia yang mampu menjatuhkan pemerintahan dengan sebuah berita-sedang dalam perayaan atas peluncuran satelit barunya dalam jaringan Grup Media Carver. Satelit ini tidak hanya dimanfaatkan untuk kepentingan medianya saja, tapi juga menjadi salah satu alat perang yang digunakan untuk memanipulasi informasi termasuk informasi militer negara-negara dunia. Di akhir pidatonya saat peluncuran

satelit yang akan mampu menjangkau seluruh umat manusia di muka bumi ini-kecuali Cina yang menolak menyiarkannya-dia berjanji untuk memberikan berita tanpa ketakutan dan tendensi, berjuang untuk kebaikan dunia, melawan ketidakadilan, ketidakpedulian, memerangi ketidakmanusiaan. Tapi apa dinyana, Carver bukan orang yang jujur dan menepati kata-katanya. Dia juga adalah seorang penjahat yang baru saja membuat aksi kekacauan di Laut Cina Selatan yang memantik konfrontasi pihak Inggris dan Cina. Carver memiliki koran, majalah, buku, film, TV, radio, *online*, dan dengan kekuasaannya dia mampu meletupkan sebuah isu sehingga menjadi ‘besar’ dengan sokongan medianya”⁵

2. Media Sosial

Media sosial merupakan sarana efektif dan efisien dalam menyampaikan suatu informasi kepada pihak lain. Media sosial sebagai media dengan dinamika sosial yang sangat tinggi dan memungkinkan komunikasi terbuka kepada berbagai pihak dengan beragam latar belakang dan kepentingan adalah sarana yang tepat untuk membangkitkan partisipasi warga dalam membangun kota. Seperti yang dikemukakan Howard dan Parks bahwa media sosial adalah media yang terdiri atas tiga bagian, yaitu: Infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media, Isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk

⁴ M. Hamdani Syam. (2016). *Jurnalisme Damai: Memahami Pemberitaan di Daerah Konflik*. Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI). Hal. 28.

⁵ Ansari Hasyim, dkk. (2013). *Wajah Syari'at Islam di Media*. Banda Aceh: Aliansi Jurnalis Independen. Hal. 125.

digital, Kemudian yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri.⁶

Setelah masuknya internet dan *android* ke Indonesia, media sosial berkembang begitu cepat di kalangan masyarakat Indonesia. Perkembangannya selayaknya virus yang berkembang biak dan menyebar ke segala sisi. Salah satu pendukung perkembangan media sosial tersebut karena pengguna dapat mengirim pesan, gambar bahkan video dengan mudah kepada orang lain. Selain itu mereka tidak harus membeli pulsa hanya untuk menelepon kerabat atau keluarga mereka. Bahkan menelepon ke luar negeri sekalipun bisa dengan mudahnya tanpa harus terkena *roaming*. Untuk mengakses media sosial yang menggunakan internet, mereka hanya perlu membeli kuota internet yang memiliki banyak variasi. Mulai dari 1 *gigabyte*(GB), 2 *gigabyte* (GB), 3 *gigabyte* (GB) hingga 10 *gigabyte* (GB). Bahkan setiap *provider* seperti Telkomsel, Indosat, 3 dan lain sebagainya saling bersaing memberikan promo dan harga termurah untuk menarik minat beli konsumen. Banyak konsumen tertarik dengan berbagai promo yang diberikan terlepas dari segala syarat dan ketentuan tetap diberlakukan oleh pihak *provider*.

Nasrullah juga mengemukakan 6 jenis media sosial dalam bukunya Media Sosial,⁷ yaitu:

- a. *Social networking* atau media jaringan sosial merupakan

sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial di dunia virtual dan koneksi dari hubungan sosial tersebut, seperti terbentuknya nilai-nilai, moral, dan etika.

- b. *Blog* merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi, maupun yang lainnya.
- c. *Microblogging* merupakan media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktifitas dan atau pendapatnya maksimal dengan 140 karakter.
- d. *Media sharing* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (*file*), video, audio, gambar dan sebagainya.
- e. *Social bookmarking* merupakan sosial media yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*.
- f. *Wiki* merupakan media atau situs web yang secara program memungkinkan pera penggunanya berkolaborasi untuk membangun konten secara bersama.

Media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *telegram*, dan lain sebagainya mempunyai kelebihan dan kekurangan bagi penggunaannya. Selain untuk memudahkan berkomunikasi secara interpersonal maupun kelompok, media sosial juga dijadikan sebagai sarana hiburan, sebagai media penyelesaian masalah dan juga

⁶ Dedi Rianto Rahadi. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5 (1), 58-70.

⁷ Nasrullah, Rulli. 2015. *Media sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hal. 48

dimanfaatkan sebagai media promosi dan iklan di dalam dunia bisnis online.

Seperti yang disebutkan oleh Pakpahan⁸ bahwa media sosial memiliki keuntungan antara lain:

- a. Menambah teman baru atau menemukan teman lama yang tidak bisa berjumpa
- b. Mendapatkan penghasilan dari bisnis online
- c. Dapat meredakan stress, dengan komunikasi dan game online yang ada
- d. Mudah dalam memberikan Informasi atau komentar.

Selain itu Pakpahan juga merincikan kekurangan yang dimiliki oleh media sosial.⁹ Adapun kekurangannya adalah :

- a. Banyak waktu dihabiskan sia-sia dengan media sosial
- b. Sering memuat perbincangan yang sia-sia dan tidak perlu
- c. Terkadang beredar informasi bohong atau fitnah atau *hoax*
- d. Dampak kesehatan karena tubuh jadi malas bergerak
- e. Alat yang mudah untuk memberikan komen negatif
- f. Sulit dikontrol oleh pihak yang berwenang
- g. Kadang beredar ajakan Teror atau gerakan yang mengatasnamakan agama

⁸ Roida Pakpahan. (2017). Analisis Fenomena Hoax di Berbagai Media Sosial dan Cara Menanggulangi Hoax. *Konferensi Nasional Ilmu Sosial & Teknologi (KNiST)*. hal. 479-484.

⁹ *Ibid*. hal. 484

Fungsi media sosial dapat diketahui melalui sebuah kerangka kerja honeycomb. Menurut Kietzmann, etl menggambarkan hubungan kerangka kerja honeycomb sebagai penyajian sebuah kerangka kerja yang mendefinisikan media sosial dengan menggunakan tujuh kotak bangunan fungsi yaitu *identity*, *cenversations*, *sharing*, *presence*, *relationships*, *reputation*, dan *groups*.¹⁰

- a. Identity menggambarkan pengaturan identitas para pengguna dalam sebuah media sosial menyangkut nama, usia, jenis kelamin, profesi, lokasi serta foto.
- b. Conversations menggambarkan pengaturan para pengguna berkomunikasi dengan pengguna lainnya dalam media sosial.
- c. Sharing menggambarkan pertukaran, pembagian, serta penerimaan konten berupa teks, gambar, atau video yang dilakukan oleh para pengguna.
- d. Presence menggambarkan apakah para pengguna dapat mengakses pengguna lainnya.
- e. Relationship menggambarkan para pengguna terhubung atau terkait dengan pengguna lainnya.
- f. Reputation menggambarkan para pengguna dapat mengidentifikasi orang lain serta dirinya sendiri.
- g. Groups menggambarkan para pengguna dapat membentuk komunitas dan subkomunitas yang memiliki latar belakang, minat, atau demografi.

B. Hoax

Awal mula *hoax* bisa ditelusuri bahkan sebelum 1600-an. Kebanyakan informasi pada era tersebut disebar tanpa komentar. Pembaca bebas menentukan

¹⁰ Dedi Rianto Rahadi. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5 (1), 58-70.

validitas informasi berdasarkan pemahaman, kepercayaan/agama, maupun penemuan ilmiah terbaru saat itu. Kebanyakan *hoax* pada era tersebut terbentuk karena spekulasi. Misalnya saja, saat Benjamin Franklin pada 17 Oktober 1745 via *Pennsylvania Gazette* melansir tentang batuan China yang bisa digunakan untuk mengobati rabies, kanker, dan penyakit mematikan lain. Bagaimanapun, verifikasi informasi itu hanya didasari oleh testimoni personal. Satu pekan kemudian, sebuah surat klarifikasi di *Gazette* mengklaim bahwa batuan tersebut ternyata terbuat dari tanduk rusa dan tidak memiliki kemampuan medis apapun. Pada 1726, penulis Jonathan Swift menggunakan strategi *hoax* untuk menerbitkan cerita berjudul *Travels Into Several Remote Nations of the World*. Sebelumnya, pada 1708, dia juga menggunakan *hoax* tidak berbahaya berisi prediksi astrologi pada 1 April, yang kini dikenal sebagai *April Fools' Day*. Pada 1835, penulis Edgar Allan Poe menerbitkan cerita *hoax* terkenal; *The Unparalleled Adventure of One Hans Pfaall* tentang pria yang pergi ke bulan menggunakan balon udara dan tinggal di sana selama 5 tahun.¹¹

Perkembangan *hoax* semakin pesat pada pertengahan pertama abad XIX. Seiring dengan itu, jumlah komunitas sains semakin melesat di Amerika Serikat, dan banyak dari mereka yang menerbitkan penemuan *hoax* yang menggemparkan. Salah satu *hoax* yang paling menggemparkan saat itu adalah The Great Moon Hoax yang dilansir pada 1835 di The Sun, New York. Reporter The Sun menduga bahwa peneliti John Herschel menemukan manusia bersayap setinggi 4 kaki di bulan. Cerita tersebut lama-kelamaan dipercaya publik sebagai sebuah kebenaran. Apalagi, John adalah putra dari peneliti penemu

planet Uranus, William Herschel. Setelah *hoax* itu terbongkar, publik menuntut pemilik The Sun, Benjamin Day.¹²

Perbedaan *hoax* pada abad-abad terdahulu dengan abad sekarang adalah *hoax* pada masa dahulu hanya berorientasi pada media massa seperti media cetak. Seiring berkembangnya teknologi informasi komunikasi dan internet, perkembangan *hoax* saat ini semakin inovatif. *Hoax* disebarkan melalui internet dan dapat diakses oleh siapa saja. *Hoax* merambat ke media sosial dan menjadi konsumsi publik masa kini. Namun perbedaan yang sangat menonjol adalah *hoax* menjadi semakin menakutkan. Hal ini terjadi karena akses internet tidak bisa dibendung. Kecepatannya kisaran perdetik dan tanpa batas. Jumlah penyebar informasi *hoax* juga semakin bertambah. Penyebar *hoax* semakin menjamur dan tidak bertanggung jawab. Satu orang penyebar *hoax* bisa menggunakan lebih dari satu media sosial di satu *handphone* pintarnya (*smartphone*). Setiap penyebar bisa menggunakan lebih dari satu *handphone* pintarnya (*smartphone*). Bisa dibayangkan bagaimana menakutkannya penyebaran *hoax* yang didukung penuh oleh teknologi canggih masa kini.

1. Pengertian Hoax

Pengertian *hoax* menurut Cambridge English Dictionary adalah "rencana untuk menipu seseorang" sementara menurut Merriam-Webster adalah "trik/siasat agar orang percaya atau menerima sesuatu sebagai yang asli padahal palsu dan sering tidak masuk akal". *Hoax* dapat diartikan sebagai informasi yang tidak sesuai dengan faktanya, dengan tujuan agar orang dapat mempercayai informasi tersebut. *Hoax* kerap muncul di media sosial, hal ini karena pada media sosial tidak terdapat *gatekeeper* seperti pada media massa, sehingga ribuan informasi dapat menyebar dengan langsung

¹¹ Junita, Nancy. 2017. *Ini Sejarah Hoax dari Masa ke Masa*. <http://industri.bisnis.com/read/20170114/105/619451/ini-sejarah-hoax-dari-masa-ke-masa>. (Diakses tanggal 12 November 2017).

¹² *Ibid*

dan cepat setiap saatnya. *Hoax*, berasal dari kata *hocus*, yang artinya mengecoh atau menipu. Secara umum *hoax* berarti kabar burung atau kabar bohong – sebuah kabar atau cerita bohong yang sengaja dibuat atau difabrikasi, seolah-olah kabar atau cerita tersebut benar adanya. Kata *hoax* populer bersamaan dengan semakin populernya internet, dimana *hoax* ini biasanya memiliki dua tujuan, pertama untuk sekedar lelucon dan beredar di kelompok terbatas, kedua untuk tujuan jahat – sengaja difabrikasi untuk menipu atau mengecoh. *Hoax* mendapat momen besar ketika media sosial menjadi sangat umum dan berkembang di era internet. Orang dengan mudah dan sering tanpa sadar mengirim sebuah berita *hoax* kepada rekan-rekannya di media sosial, kemudian rekan-rekannya tersebut mengirim ke rekan-rekannya yang lain, terus berantai seperti itu.¹³

Chen menjelaskan pengertian dari *hoax* yaitu informasi sesat dan berbahaya karena menyesatkan persepsi manusia dengan menyampaikan informasi palsu sebagai kebenaran. *Hoax* mampu mempengaruhi banyak orang dengan menodai suatu citra dan kredibilitas. Dan Petkovic juga menjelaskan bahwa *hoax* dapat bertujuan untuk mempengaruhi pembaca dengan informasi palsu sehingga pembaca mengambil tindakan sesuai dengan isi *hoax*. Sebagai pesan informasi palsu dan menyesatkan, *hoax* juga dapat menakutkan orang yang menerimanya. Dengan demikian, sebaiknya *hoax* itu dapat

dijelaskan, diidentifikasi dan diklasifikasikan.¹⁴

Hoax atau informasi bohong menjadi fenomena di Indonesia hal ini tak luput dari karakteristik masyarakat Indonesia saat ini umumnya senang berbagi informasi dari, sedikitnya 170 juta masyarakat Indonesia memiliki minimal satu ponsel atau setidaknya satu SIM card. Dengan demikian, mereka bisa berbagi informasi dengan cepat. Media sosial dan aplikasi pengirim pesan cepat (*chat apps*) menjadi media favorit (Rudiantara Menteri Komunikasi dan Rudiantara, dikutip dari kompas.com). Sementara Guru besar Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran, Bandung, Deddy Mulyana, menyebut ada faktor utama yang menyebabkan informasi palsu (*hoax*) mudah tersebar di Indonesia. Faktor itu yakni karakter asli masyarakat Indonesia yang dinilai tidak terbiasa berbeda pendapat atau berdemokrasi secara sehat. Kondisi itu merupakan salah satu faktor mudahnya masyarakat menelan *hoax* yang disebarkan secara sengaja. “Sejak dulu orang Indonesia suka berkumpul dan bercerita. Sayangnya, apa yang dibicarakan belum tentu benar. Sebab budaya kolektivisme ini tidak diiringi dengan kemampuan mengolah data,” kata Deddy melalui keterangan tertulisnya bahwa kebanyakan masyarakat tidak terbiasa mencatat dan menyimpan data sehingga sering berbicara tanpa data. Di sisi lain, ia menyebut masyarakat lebih senang membahas aspek-aspek yang berkaitan dengan kekerasan, sensualitas, drama, intrik dan misteri. “Politik adalah bidang yang

¹³ Anisa, Renata, dan Rachmaniar. (2016). *Hoax Politik pada Media Sosial Instagram: Studi Enografi Virtual tentang Keberadaan Instagram dan Hoax Politik. PROSIDING SEMINAR NASIONAL KOMUNIKASI JURNAL FISIP UNILA*. Hal 147-153.

¹⁴ Rasywir, Errisya, dan Purwarianti, Ayu. (2015). *Eksperimen pada Sistem Klasifikasi Berita Hoax Berbahasa Indonesia Berbasis Pembelajaran Mesin. Cybermatika*, 3 (2). Hal 1-8.

memiliki aspek-aspek tersebut. Sehingga hoax sering sekali terjadi pada tema politik. Khususnya saat terjadi perebutan kekuasaan yang menjatuhkan lawan seperti pilkada, sebagai contoh Terjadi tren peningkatan hoax menjelang Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta 2017, namun tren tersebut akan menurun setelah Pilkada usai.¹⁵

2. Jenis-jenis Hoax

Seperti yang dijelaskan di atas. *Hoax* mempunyai banyak ragamnya. Mulai dari berita yang simpang siur, palsu, bicara tanpa data yang akurat, hingga berita burung yang tidak bisa kita percaya kebenarannya. Hal ini begitu cepatberkembang di kalangan masyarakat Indonesia hal ini dikarenakan masyarakat Indonesia senang bercerita dan mendengarkan cerita. Sehingga satu informasi dapat merambat ke berbagai penjuru dengan menggunakan media sosial.

Dalam hal ini, Rahadi membagi *hoax* ke dalam beberapa jenis.¹⁶ Jenis-jenis Informasi *hoax* antara lain:

- a. *Fake news*: Berita bohong: Berita yang berusaha menggantikan berita yang asli. Berita ini bertujuan untuk memalsukan atau memasukkan ketidakbenaran dalam suatu berita. Penulis berita bohong biasanya menambahkan hal-hal yang tidak benar dan teori persengkokolan, makin aneh, makin baik. Berita bohong bukanlah komentar humor terhadap suatu berita.
- b. *Clickbait*: Tautan jebakan: Tautan yang diletakkan secara strategis di dalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik orang masuk ke situs lainnya. Konten di dalam tautan ini sesuai fakta namun judulnya

dibuat berlebihan atau dipasang gambar yang menarik untuk memancing pembaca.

- c. *Confirmation bias*: Bias konfirmasi: Kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebaik bukti dari kepercayaan yang sudah ada.
- d. *Misinformation*: Informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu.
- e. *Satire*: Sebuah tulisan yang menggunakan humor, ironi, hal yang dibesar-besarkan untuk mengomentari kejadian yang sedang hangat. Berita satir dapat dijumpai di pertunjukan televisi seperti “Saturday Night Live” dan “This Hour has 22 Minutes”.
- f. *Post-truth*: Pasca-kebenaran: Kejadian di mana emosi lebih berperan daripada fakta untuk membentuk opini publik.
- g. *Propaganda*: Aktivitas menyebar luaskan informasi, fakta, argumen, gosip, setengah-kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik.

C. Teori Dependensi Media

Teori Dependensi Media atau yang lebih dikenal sebagai Teori ketergantungan terhadap media. Teori ini pertama kali dirumuskan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin Defleur. Teori ini didasari pada suatu pendekatan struktur sosial yang berangkat dari gagasan mengenai sifat suatu masyarakat modern (atau masyarakat massa). Masyarakat modern menjadikan media massa sebagai bagian dari kehidupan mereka. Media dianggap mempunyai peranan yang sangat penting, di mana media massa dapat dianggap sebagai sistem informasi penting dalam proses komunikasi, interaksi sosial, bahkan konflik pada tataran masyarakat, kelompok atau individu dalam

¹⁵ Roida Pakpahan. (2017). *Op.cit.* Hal. 481

¹⁶ Dedi Rianto Rahadi. (2017). *Op.cit* Hal.

aktivitas sosial. Seperti yang dijelaskan oleh Rahkmat bahwa teori yang pertama kali dirumuskan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur (1976) ini merupakan Teori yang menyatakan bahwa media bergantung pada konteks sosial dan mereka memandang bahwa bertemunya media dengan khalayak didasarkan atas tiga perspektif, yaitu perspektif perbedaan individual, perspektif kategori sosial, dan perspektif hubungan sosial.¹⁷

Asumsi teori ini memandang bahwa dependensi relatif khalayak terhadap sumber media massa jika dibandingkan dengan sumber informasi lainnya merupakan suatu variabel yang harus ditentukan secara empiris. Semakin besar kadar dependensi khalayak terhadap media massa dilihat dari segi perolehan informasi dan semakin tinggi kadar kritis serta ketidakstabilan masyarakat, maka akan semakin pula kekuasaan yang dapat dimiliki oleh media (atau kekuasaan yang dikaitkan dengan peranannya).¹⁸

Pemikiran yang paling ditekankan dalam Teori Depedensi Media ini yaitu masyarakat modern memiliki ketergantungan terhadap media. Media dijadikan sebagai sumber informasi mereka. Ketergantungan terhadap media ini bisa berbagai macam jenis dan tingkatannya. Hal ini akan dipengaruhi oleh sejumlah kondisi struktural, meskipun kondisi terpenting terutama berkaitan dengan tingkat perubahan, konflik atau tidak stabilnya masyarakat tersebut. Pembahasan lebih lanjut mengenai teori ini ditujukan pada jenis-jenis efek yang dapat dipelajari melalui teori ini. Secara ringkas kajian

terhadap efek tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut yaitu efek kognitif, afektif dan behavioral.

Seperti halnya penelitian ini yang bertujuan untuk mengurangi penyebaran informasi *hoax* dan menjadikan media sosial menjadi media yang ramah sosial sehingga masyarakat dapat mengantisipasi penyebaran informasi *hoax* di berbagai media sosial dan tidak terkena dampak dari informasi yang mengandung konten-konten negatif tersebut. Bila dihubungkan dengan teori depedensi media sangatlah erat kaitannya, dimana akan menjelaskan bagaimana masyarakat bisa menjadi masyarakat yang kritis sehingga ketergantungan mereka terhadap media akan berdampak positif bagi diri mereka sendiri dan bukan sebaliknya.

D. Menghindari Hoax dan Menciptakan Media Sosial Ramah Sosial

Untuk mengantisipasi informasi yang berbau *hoax*, Ketua Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia, Suwarjono, menyatakan bahwa ada lima ciri berita *hoax* yang perlu kita ketahui supaya kita bisa membentengi diri, yaitu (Pakpahan, 2017:482):

1. Berita *hoax* cenderung mengandung judul yang provokatif, "mengompori" yang tujuannya untuk mendorong pembaca mengklik berita itu di media sosial (Medsos).
2. Nama situs media penyebar berita biasanya mirip dengan media besar yang sudah ada, seringkali juga dengan nama yang baru dan tidak jelas.
3. Kontennya cenderung berisi opini, tidak jelas sumber beritanya dan minim fakta.

¹⁷ Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hal. 203

¹⁸ Denis McQuail. *Op.cit.* Hal 84-85

4. Berita *hoax* seringkali menggunakan foto yang menipu. Meski itu tujuannya sebagai foto ilustrasi, namun sering tidak relevan atau tak nyambung dengan caption dan keterangan fotonya.
5. Akun tersebut biasanya baru dibuat, klonengan, abal-abal dan tak jelas sumbernya.

Kurangnya pemahaman masyarakat akan informasi yang tersebar di media akan mempermudah membangun rasa percaya di diri mereka akan informasi tersebut. Perasaan positif akan timbul dalam diri seseorang jika opini atau keyakinannya mendapat pengakuan dari orang lain. mereka bahkan tidak terlalu memperdulikan keakuratan informasi yang mereka terima. Setelah menerima informasi tersebut, mereka lalu akan meneruskan informasi yang diterimanya ke orang lain lagi. Mereka akan untuk menyebarkan kembali informasi tersebut tanpa ada filter. Kondisi ini diperparah jika si penyebar informasi *hoax* tidak memiliki pengetahuan yang cukup mengenai pemanfaatan media dan internet. Apabila seseorang terlalu sering dan dalam jangka waktu yang lama mencari informasi melalui media internet, mereka akan memiliki kecenderungan akan informasi media. Kecendrungan tersebut akan menjadikan seseorang itu mengalami information overload dimana segala informasi akan diterimanya tanpa filter dan dia akan sulit membedakan yang mana informasi yang benar dan yang mana informasi *hoax*.

Ada beberapa cara untuk menanggulangi *hoax* diantaranya menurut Nukman Luthfi menjelaskan mengenai penanggulangan penyebaran *hoax* yaitu dengan meningkatkan literasi media dan literasi media sosial. Senada dengan hal

diatas, Kristiono (Ketua Umum Mastel) menegaskan pentingnya literasi dalam membentuk pemahaman masyarakat ketika menerima *hoax*, bagaimana cara mereka menghadapi berita palsu yang diterima.¹⁹

Literasi media sangat penting ditingkatkan oleh masyarakat. Terlebih lagi dengan perkembangan teknologi informasi komunikasi saat ini. Dengan adanya literasi media dan dengan peran masyarakat di dalamnya, budaya baru tentang media sosial ramah sosial akan tercipta. Media sosial ramah sosial ini dimana masyarakat sudah mengonsumsi informasi-informasi di media secara sehat. Sehingga konten negatif di media tidak akan mempengaruhi masyarakat karena telah dibentengi dengan filter literasi media yang kokoh.

Salah satu cara untuk memulai pembelajaran literasi media adalah dimulai dari keluarga. Kesadaran orang tua akan perkembangan anak yang serba ingin tahu dengan segala rasa penasarannya. Orang tua lah mentor pertama bagi anak dalam literasi media. Melalui komunikasi keluarga, manfaat dari media dapat didapat secara maksimal. Keluarga merupakan unit terkecil. Namun, dari hal kecil inilah akan berdampak besar nantinya. Selain andil masyarakat dalam memberantas *hoax*, pemerintah juga harus berperan aktif di dalamnya. Sehingga terjadi kerja sama antara masyarakat dan pemerintah demi kehidupan yang lebih baik lagi ke depan.

Rahadi Pencegahan kuatnya arus informasi *hoax* dapat dilakukan dengan meningkatkan literasi masyarakat melalui peran aktif pemerintah, pemuka masyarakat dan komunitas, menyediakan akses yang mudah kepada sumber informasi yang benar atas setiap isu *hoax*, melakukan edukasi

¹⁹ Pakpahan. *Op.cit.* Hal. 482

yang sistematis dan berkesinambungan serta tidak hukum yang efektif bagi penyebarannya.²⁰ Sebaiknya dilakukan pembekalan kepada masyarakat mengenai pengetahuan akan internet sehat dengan literasi media sehingga dapat mengenali ciri-ciri berita hoax, dan penerima berita dapat mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dalam mengambil makna dari suatu berita

Menurut Pakpahan,²¹ ada beberapa sanksi hukum yang dapat menjerat pelaku hoax diantaranya:

1. UU ITE
2. Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP)
3. UU Penghapusan Diskriminasi Ras Etnis

Sehingga, mulai sekarang setiap orang harus berhati-hati dan tidak sembarangan dalam menyebarkan setiap pesan secara berantai lewat perangkat elektronik. jika perbuatan menyebarkan berita *hoax* yang bertendensi sebagai tindak pidana maka pelaku bisa diancam pidana.

PENUTUP

Informasi yang mengandung *hoax* atau informasi bohong menjadi fenomena di Indonesia hal ini tak luput dari karakteristik masyarakat Indonesia saat ini umumnya senang berbagi informasi. Untuk mengurangi penyebaran informasi *hoax* di kalangan masyarakat Indonesia dapat ditempuh dengan meningkatkan literasi media dan literasi media sosial masyarakat sehingga masyarakat menjadi semakin kritis dan lebih hauh kepada berita yang mengandung unsur akurat daripada *hoax*. Selain itu, untuk mengurangi penyebaran

informasi *hoax*, Pemerintah Indonesia telah menetapkan beberapa undang-undang yang mengatur tentang penyebaran informasi hingga diskriminasi etnis yang sering dijadikan isu di media yang menimbulkan perpecahan di masyarakat. Undang-undang tersebut antara lain adalah UU ITE, Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP) dan UU Penghapusan Diskriminasi Ras Etnis.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggita. 2016. *Media Sosial Paling Banyak Digunakan*. http://www.kompasiana.com/anggit28/media-sosial-paling-banyak-digunakan-2016_586f082cd07a61750511493c.
- Anisa, Renata, dan Rachmaniar. (2016). Hoax Politik pada Media Sosial Instagram: Studi Enografi Virtual tentang Keberadaan Instagram dan Hoax Politik. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL KOMUNIKASI JURNAL FISIP UNILA*.
- Budiman, Ahmad. (2017). Berita Bohong (Hoax) di Media Sosial dan Pembentukan Opini Publik. *Pulsit*. 9(1).
- Hasyim, Ansari, dkk. (2013). *Wajah Syari'at Islam di Media*. Banda Aceh: Aliansi Jurnalis Independen.
- Junita, Nancy. 2017. *Ini Sejarah Hoax dari Masa ke Masa*. <http://industri.bisnis.com/read/20170114/105/619451/ini-sejarah-hoax-dari-masa-ke-masa>.

²⁰ Rahadi. Op.cit. Hal. 68-69

²¹ Pakpahan. Op.cit. Hal. 481

- McQuail, Denis. (1987). *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)*. Jakarta: Erlangga.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pakpahan, Roida. (2017). Analisis Fenomena Hoax di Berbagai Media Sosial dan Cara Menanggulangi Hoax. *Konferensi Nasional Ilmu Sosial & Teknologi (KNiST)*.
- Rahadi, Dedi Rianto. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5 (1).
- Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rasywir, Errissya, dan Purwarianti, Ayu. (2015). Eksperimen pada Sistem Klasifikasi Berita Hoax Berbahasa Indonesia Berbasis Pembelajaran Mesin. *Cybermatika*, 3 (2).
- Syam, Hamdani M. (2016). *Jurnalisme Damai: Memahami Pemberitaan di Daerah Konflik*. Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI).