



BERITA BOHONG (HOAX) DI MEDIA SOSIAL DAN PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK

Ahmad Budiman*)

Abstrak

Berita bohong (hoax) di media sosial tumbuh subur pada kondisi masyarakat yang menginginkan kemudahan dalam melakukan interaksi komunikasi melalui media sosial. Berita bohong memang diproduksi tidak dengan memperhatikan kaidah penulisan berita yang menjadi panduan dalam penulisan berita pada pelaksanaan tugas jurnalistik media. Berita bohong melalui media sosial tidak boleh dibiarkan, karena kemampuan media sosial yang dimanfaatkan untuk menyajikan berita yang tidak dilandasi fakta peristiwa cenderung menimbulkan ketidakpastian informasi, mampu menciptakan opini publik yang tidak berlandaskan fakta berita, dan menyebabkan keresahan dalam masyarakat. Produksi berita perlu diberikan landasan regulasi terkini yang disesuaikan dengan fenomena penyajian berita yang terjadi di masyarakat. Penggunaan media sosial perlu diberikan landasan terbaru, agar dapat mengakomodasi praktek produksi berita yang berdalih kegiatan jurnalistik dalam media sosial.

Pendahuluan

Pada tahun 2016, fenomena berita bohong (*hoax*) khususnya melalui media sosial begitu marak terjadi di tanah air. Realitasnya, sejumlah berita bohong yang menyebar tersebut diyakini kebenarannya oleh banyak orang. Dampak dari beredarnya berita bohong yaitu terbentuknya opini publik yang mengarah kepada terjadinya kehebohan di masyarakat, ketidakpastian informasi, dan menciptakan ketakutan massa. Sasaran dari beredarnya berita bohong tidak hanya ditujukan kepada individu, melainkan juga kepada institusi pemerintahan maupun swasta.

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. Konten yang diblokir

*) Peneliti Madya Komunikasi Politik pada Bidang Politik Dalam Negeri, Pusat Penelitian, Badan Keahlian DPR RI. Email: ahmad.budiman@dpr.go.id



itu termasuk media *online* yang memiliki konten negatif atau mengandung berita bohong.

Secara khusus Kepala Pusat Penerangan TNI Mayjen TNI Wuryanto dalam pernyataan tertulisnya menjelaskan Pusat Penerangan TNI selalu mengikuti dan memonitor berita atau informasi yang berkembang di media sosial. Dan saat ini, selain informasi penting, ternyata lebih banyak ditemukan berita-berita bohong yang berisi fitnah, adu domba, provokasi, dan berita-berita lain yang merugikan. Beberapa kasus beredarnya berita bohong yang merugikan institusi TNI dan nama baik Panglima TNI antara lain: dukungan kepada Panglima TNI untuk menjadi Presiden RI, isu makar yang dilakukan oleh Purnawirawan TNI yang ditayangkan Dragon TV yang diilustrasikan seperti peristiwa Pemberontakan G 30 S/PKI tahun 1965, dan rumor jabatan Panglima TNI mau “dicopot”.

Berita bohong juga menerpa perusahaan seperti yang dialami sebuah perusahaan minuman ringan dengan berita bohongnya bahwa minuman ringan tersebut dapat digunakan untuk membersihkan kloset, karburator, karat, dan sebagainya. Berita bohong lainnya yaitu mengenai aparat pemerintah daerah menendang mesin ketik pegadang kaki lima yang dimuat di *facebook* Dahlan Watihellu. Berita ini sebenarnya terjadi di India yang seragam aparat kepolisiannya mirip dengan seragam pegawai negeri. Sedangkan berita bohong yang menimpa Pemerintah yang sempat disebarluaskan di media sosial di antaranya mengenai kebijakan bahwa mulai hari ini harga rokok naik menjadi Rp50.000/bungkus.

Beranjak dari fenomena berita bohong di masyarakat, permasalahan yang menjadi fokus dalam tulisan ini yaitu mengapa berita bohong yang disajikan melalui media sosial akhir-akhir ini dapat menjadi fenomena di masyarakat dan mempengaruhi terbentuknya opini publik.

Berita Bohong di Media Sosial

Pada hakekatnya sebuah berita merupakan deskripsi atas fakta atau ide yang diolah berdasarkan kebijakan redaksional untuk disiarkan kepada masyarakat. Berita itu wajib memuat fakta atau ide yang ditulis oleh orang yang menjalankan tugas

jurnalistik berdasarkan etika dan ketentuan redaksional serta memiliki nilai berita (*news value*). Artinya, tidak semua peristiwa yang ditulis dan disajikan kepada banyak orang termasuk ke dalam kategori sebuah berita.

Meskipun telah mencakup unsur *news value*, praktek jurnalistik pasti memerlukan kesesuaian dengan kebijakan redaksional setiap media massa. Kebijakan redaksional tersebut pada hakekatnya memuat unsur *agenda setting* media, terkait dengan prioritas media dalam menyajikan berita di medianya dan dampak yang ingin dihasilkan setelah berita tersebut diterima di masyarakat. Pengertian-pengertian seperti inilah yang dapat memastikan sebuah informasi yang disajikan kepada banyak orang (*massa*) termasuk ke dalam kategori berita, sehingga dapat membedakan dengan apa yang disebut dengan berita bohong.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengarahkan masyarakat untuk menggunakan saluran komunikasi yang lebih bersifat pribadi, efektif dan efisien dalam menggunakannya, serta memiliki daya pikat isi pesannya. Dan kondisi ini mengarah kepada daya pikat komunikasi melalui internet. Daya pikat komunikasi internet menurut David Holmes (2012: 103) disebabkan karena klaim ideologis bahwa internet membebaskan informasi dan penggunaannya untuk bergerak tanpa batasan. Bentuk komunikasi horisontal juga menjadi daya tarik dari komunikasi di internet. Informasi dan penggunaannya adalah sejajar yang dapat ditafsirkan dari berbagai perspektif penggunaannya.

Namun demikian perlu disadari bahwa kemampuan untuk memediasi komunikasi timbal balik ini memiliki kriteria sebagaimana disebutkan David Holmes (2012: 103) yang menyebabkan mediasi tersebut dapat berlangsung. *Pertama*, fokus pada keunikan peristiwa komunikasi. *Kedua*, lebih terkait dengan interaksi daripada integrasi, yaitu seluk beluk berbagai interaksi individu daripada konteks sosial keseluruhan di mana interaksi ini menjadi lebih bermakna. *Ketiga*, lebih tertarik kepada faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi peristiwa komunikasi. *Keempat*, lebih mengarah kepada integrasi informasi. Kondisi ini yang mengarahkan pada kecepatan dalam pembentukan opini publik.

Haenlein (2010: 59) mendefinisikan 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*. Adapun media sosial menurut Kietzmann (2011: 241) diaktifkan dengan teknik komunikasi *ubiquitously* diakses dan terukur, media sosial secara substansial mengubah cara komunikasi antara organisasi, masyarakat, dan individu.

Kemajuan teknologi informasi mendorong perubahan kultur dan kebiasaan masyarakat, termasuk salah satunya adalah menyebarkan berita atau informasi. Sosiolog UGM Derajad S Widhyharto mengungkapkan alasan sebagian orang 'suka' menyebarkan berita bohong karena terutama budaya komunikasi kita selama ini terbiasa formal normatif, di mana identitas sangat dibutuhkan. Ketika muncul *online*, tanpa harus memberikan identitas orang dapat mengungkapkan apa yang mereka inginkan. Hal inilah yang menyebabkan ketika ada isu yang belum tentu benar dan kebetulan sesuai dengan opininya, seseorang kemudian menyebarkannya begitu saja.

Pembentukan Opini Publik

Penggunaan media komunikasi internet menyebabkan masyarakat terpenuhi untuk menggunakan media komunikasi yang lebih dekat dalam mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Informasi yang disajikannya pasti sejalan dengan karakter penggunaan media komunikasinya. Isi pesan yang dibangun tentunya tidak memerlukan syarat "formal" seperti layaknya pesan yang disusun dalam ruang redaksi dalam pelaksanaan tugas jurnalistik. Makna komunikasi yang hendak dibangun menjadi sangat ditentukan oleh pemahaman si penulis terhadap peristiwa yang diberitakannya. Makna komunikasi yang dibangun si penulis akan dengan cepat membentuk opini publik, karena difasilitasi oleh daya pikat yang dihasilkan melalui komunikasi melalui internet.

Hal utama yang perlu diantisipasi sejak dini terkait dengan beredarnya berita bohong yaitu kemampuannya dalam pembentukan opini publik. Kemampuan media sosial dalam memfasilitasi interaksi masyarakat dalam menanggapi sebuah berita yang tidak didasari oleh fakta dan tidak disusun berdasarkan prinsip jurnalistik berita akan menyebabkan terbentuknya opini publik yang merugikan semua pihak. Opini publik yang telah beredar di masyarakat akan menjadi lebih "liar" ketika terjadi polemik opini yang didasari oleh masing-

masing sudut pandang masyarakat. Polemik ini akan berpotensi meluas dan mampu menggerakkan masyarakat untuk membuktikan pandangannya, walaupun hal itu berisiko pada terjadinya konflik dalam masyarakat.

Terbentuknya opini publik yang tidak kondusif ini perlu diantisipasi melalui kegiatan yang konsisten dan sistematis, setidaknya oleh Pemerintah yang sering menjadi sumber dari sebuah berita. Kejelasan berita yang berlandaskan fakta berita perlu dikuatkan dengan dikeluarkannya informasi tersebut oleh narasumber yang valid dan kompeten dari pihak Pemerintah. Pada sisi yang lain, penerapan asas transparansi publik oleh Pemerintah perlu terus dikembangkan, agar masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi publik yang valid mengenai kegiatan pemerintahan.

Untuk mencegah terbentuknya opini publik yang negatif akibat dari berita bohong di media sosial, Pemerintah perlu memaksimalkan dalam menjalankan prinsip keterbukaan informasi. Memang tidak bisa dipungkiri, terbentuknya opini publik masyarakat karena pengaruh berita bohong di media sosial terjadi karena masih kurang maksimalnya Pemerintah dalam mengelola dan menyampaikan informasi kepada publik. Berbagai saluran komunikasi yang ada harus selalu diisi dengan data dan fakta yang akurat, benar, aktual, dan satu suara dalam menyampaikan informasi atau menanggapi setiap fenomena yang ada.

Pada sisi yang lain, masyarakat juga perlu digerakkan untuk mampu mengatasi berita bohong di media sosial. Misalnya melalui sebuah gerakan bersama dalam melawan berita bohong di media sosial melalui peluncuran situs *TurnBackHoax.id* oleh gerakan Masyarakat Indonesia Anti *Hoax* dan Aplikasi *mobile TurnBackHoax.id* oleh Mastel (Masyarakat Telekomunikasi dan Informatika Indonesia) seperti dimuat dalam siaran pers Kementerian Komunikasi dan Informatika. Dengan situs dan aplikasi tersebut kalangan *netizen* dapat menyampaikan berbagai berita, informasi, dan *meme*, baik dari media situs atau media sosial yang isinya berita bohong dengan menyertakan bukti-bukti *hoax*-nya.

Penutup

Hal penting yang perlu dimuat dalam definisi berita yaitu fakta atau ide termasa, ditulis oleh orang yang menjalankan tugas

jurnalistik berdasarkan etika dan ketentuan redaksional, serta memiliki nilai berita (*news value*). Kebijakan redaksional akan menetapkan *agenda setting* media terhadap berita yang disajikan. Berkembangnya berita bohong melalui media sosial memang difasilitasi oleh kemampuan yang dihasilkan dari penggunaan media sosial, di mana isi pesan yang dibangun tidak memerlukan syarat “formal” seperti layaknya pesan yang disusun dalam ruang redaksi dalam pelaksanaan tugas jurnalistik dan interaksi pengguna menjadi lebih bebas daripada dilakukan melalui komunikasi tatap muka. Untuk itu, Pemerintah perlu lebih mengembangkan keterbukaan informasi publik sebagai salah satu upaya dalam memberikan validitas atas sumber informasi yang akan dikutip menjadi sebuah berita.

Bagaimanapun berita bohong melalui media sosial tidak boleh dibiarkan, karena berita yang tidak dilandasi fakta peristiwa cenderung menimbulkan ketidakpastian informasi, menciptakan opini publik yang tidak berlandaskan fakta berita, dan menyebabkan keresahan dalam masyarakat. Kesadaran masyarakat untuk dengan cermat mengetahui proses produksi dan makna berita yang diterimanya sangat diutamakan. Meskipun media sosial memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berinteraksi, namun tidak untuk berinteraksi dengan cara menyebarkan atau beropini terhadap berita yang tidak termasuk ke dalam kategori berita jurnalistik.

Landasan hukum terkait dengan berita dan penggunaan media sosial perlu diselaraskan dengan dinamika penggunaan media yang terjadi dalam masyarakat. DPR perlu melakukan telaah lebih mendalam terhadap definisi berita yang sesuai dengan kondisi terkini sebagai masukan dalam merevisi undang-undang yang terkait dengan pers. Demikian pula dengan revisi terhadap undang-undang yang terkait dengan informasi elektronik, perlu diselaraskan dengan dinamika yang terjadi. Dalam regulasi tersebut perlu ditegaskan bentuk pelarangan terhadap penyajian berita bohong yang berdalih pelaksanaan tugas jurnalistik.

Referensi

- Andreas M Kaplan & Michael Haenlein. *Business Horizons 53: User of the world, unite! The Challenges and opportunities of Social Media*, 2010.
- David Holmes, 2012, *Teori Komunikasi Media, Teknologi dan Masyarakat*, alih bahasa Teguh Wahyu Utomo. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- “Harga Rokok 50 Ribu HOAX dan Upaya Ganggu Kinerja Jokowi”, <https://seword.com/umum/harga-rokok-50-ribu-hoax-dan-upaya-ganggu-kinerja-jokowi/>, diakses tanggal 18 Januari 2017.
- <https://ihatemycountry.wordpress.com/tag/hoax/>, diakses tanggal 18 Januari 2017.
- Jan H Kietzmann, Kris Hermkens, Ian P. McCarthy, and Bruno S. Silvestre. *Business Horizons 54: Understanding the functional building blocks of social media*, 2011.
- “Jokowi Minta Aparat Tindak Tegas Penyebar Berita Bohong”, <http://www.cnnindonesia.com/nasional/20161229145318-20-182914/jokowi-minta-aparat-tindak-tegas-penyebar-berita-bohong/>, diakses tanggal 6 Januari 2017.
- “Kemenkominfo akan Rapikan 40 Ribu Situs Berkonten Hoax dan Negatif”, https://news.detik.com/berita/d-3392780/kemenkominfo-akan-rapikan-40-ribu-situs-berkonten-hoax-dan-negatif?_ga=1.244768453.1956436391.1483688130, diakses tanggal 10 Januari 2017.
- “KIP: Lawan Berita Bohong dengan Keterbukaan Informasi”, <http://www.beritasatu.com/nusantara/408429-kip-lawan-berita-bohong-dengan-keterbukaan-informasi.html>, diakses tanggal 9 Januari 2017.
- “Panglima Kerap Jadi Korban Hoax, TNI: Waspada! Berita Bohong!”, <https://news.detik.com/berita/d-3384904/panglima-kerap-jadi-korban-hoax-tni-waspada-berita-bohong>, diakses tanggal 6 Januari 2017.
- “Seputar Berita Hoax di Indonesia”, <http://hoaxindonesia.blogspot.co.id/2016/01/berita-hoax-aparat-pemda-menendang.html>, diakses tanggal 18-Januari 2017.
- Siaran Pers Kementerian Komunikasi dan Informatika. No. 02/HM/KOMINFO/01/2017 tentang Gerakan Bersama Anti HOAX dan Peluncuran *TurnBackHoax.id*.
- “Tinjauan Sosiologis Soal Kegemaran Masyarakat Melahap Berita Hoax”, <https://news.detik.com/berita/d-3384902/tinjauan-sosiologis-soal-kegemaran-masyarakat-melahap-berita-hoax>, diakses tanggal 6 Januari 2017.