



HOAKS, ANCAMAN DISINTEGRASI BANGSA & PENANGGULANGANNYA

Oleh:
Brigjen TNI (Mar) Markos

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi saat ini membawa masyarakat Indonesia ke dalam era *Internet of Things* (IoT). Saat ini informasi mengalir begitu cepatnya bahkan secara *real time*. Kecepatan informasi membuat waktu terpangkas, dunia ini seperti mengalami lompatan waktu. Akan tetapi, teknologi ini menimbulkan dampak negatif di antaranya berupa informasi palsu (*hoaks*) sedang marak menghiasi jagad media sosial Indonesia saat ini. Kegaduhan yang terjadi di media sosial akibat *hoaks* dinilai bisa merambat ke dunia nyata jika tidak segera diatasi. Hoaks adalah salah satu bentuk ancaman siber yang dapat membuat panik rakyat, merusak kredibilitas institusi negara dan bahkan dapat menyebabkan disintegrasi bangsa. Untuk menghadapinya, diperlukan strategi pendidikan literasi agar masyarakat mampu berpikir kritis dan sinergi yang kuat antara media, pemerintah dan publik.

Abstract

The development of information technology now brings Indonesian society into the era of the Internet of Things (IoT). Nowadays information flows so fast even in real time. The speed of information only takes a very short time, the world is like experiencing a leap of time. However, this technology has a negative impact in the form of false information (hoaxes) that are currently rife to decorate the universe of Indonesian social media today. The noise that occurs on social media due to hoax is considered to be able to propagate to the real world if it is not immediately addressed. Hoax is a form of cyber threat that can make people panic, undermine the credibility of state institutions and can even cause disintegration of the nation. To deal with it, a literacy education strategy is needed so that people are able to think besides we need a strong synergy between the media, government and the public.

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial di Indonesia saat ini telah menjadi fenomena dan memiliki manfaat yang luar biasa. Kemajuan teknologi informasi dan internet membuat informasi berkembang pesat. Akan tetapi, pemanfaatan teknologi informasi dan media sosial tersebut tidak berjalan secara paralel dan seimbang antara kehidupan di dunia nyata dan dunia maya. Dalam hitungan detik, sebuah peristiwa yang terjadi dapat langsung tersebar dan diketahui oleh pengguna internet melalui media sosial. Melalui media sosial, ribuan informasi tersebar dengan cepat tanpa batasan dan menimbulkan reaksi atas informasi tersebut secara beragam, bahkan walau penerima informasi belum sempat memahami materi informasi itu sendiri.

Perubahan pola komunikasi yang terjadi dalam masyarakat saat ini di ruang siber memang memberikan dampak pada perilaku kehidupan masyarakat modern. Kehadiran media siber merupakan bentuk cara baru dalam berkomunikasi. Bila selama ini pola komunikasi yang telah mapan terdiri dari pola '*one-to-many audiences*' atau dari satu sumber ke banyak pemirsa (seperti buku, radio, dan televisi), dan pola '*one- to- one audience*' dari satu sumber ke satu pemirsa atau (seperti telepon dan surat), maka pola komunikasi masyarakat siber menggunakan kombinasi pola '*many-to-many*' dan pola '*few-to-few*'.¹

¹. Juliswara, V., Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (*Hoax*) di Media Sosial. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 4 No. 2, 2017

Hasil Survey APJII 2018 pengguna Internet di Indonesia sebanyak 64,8% (171,17 juta jiwa) dari jumlah penduduk Indonesia naik 10,12% dari tahun sebelumnya (143,26 juta jiwa). Pengguna internet didominasi Jawa sebanyak 55,7%, diikuti Sumatera 21,6%. Jawa Barat adalah provinsi dengan jumlah pengguna internet terbesar di Indonesia. Penggunaan utama internet sebanyak 24,7% untuk komunikasi lewat pesan, 18,9% untuk sosial media.²

Media sosial yang memberikan kebebasan bagi pengguna untuk mengekspresikan diri, sikap, pendapat dan pandangan hidup telah memberikan dampak menguntungkan dan merugikan. Banyak hidup orang yang terbantu dan terselamatkan berkat media sosial. Dalam ranah kemanusiaan, kekuatan media sosial terbukti sangat ampuh dalam tanggap bencana Badai Sandy-USA. Dalam pergerakan massa, media sosial juga terbukti menggerakkan protes *Occupy Wall Street* dan revolusi *Arab Spring*. Dalam dunia politik, Pilkada DKI 2012 juga menjadikan ajang kemenangan media sosial yang dikombinasikan dengan konten kreatif untuk membangun "*brand*" kuat.

Akan tetapi, hal yang juga disayangkan muncul sebagai efek negatif media sosial adalah ancaman perpecahan dan disintegrasi bangsa. Sebagaimana kita ketahui bahwa akhir-akhir ini penyebaran berita ujaran kebencian, bentuk-bentuk

². APJII, Laporan Survei Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia, Jakarta, 2019

intoleransi, provokasi, fitnah, anti Pancasila dan informasi palsu (*hoax*) sedang marak menghiasi jagad media sosial Indonesia. Hal ini berlangsung khususnya pada situasi politik tertentu, misalnya pada saat Pemilu, Pilpres dan pada masa Pilkada serentak di beberapa wilayah di Indonesia, dimana terdapat indikasi adanya persaingan politik dan kampanye hitam yang juga dilakukan melalui media sosial.

Menyikapi maraknya peredaran konten negatif terkait dengan aksi unjuk rasa pada Rabu, 22 Mei 2019, berupa video aksi kekerasan, kerusuhan hingga *hoax* video lama yang diberikan narasi baru berisi ujaran kebencian, Kementerian Komunikasi dan Informatika mengeluarkan Siaran Pers No. 105/HM/KOMINFO/05/2019, yang isinya mengimbau warganet untuk segera menghapus dan tidak menyebarluaskan atau memviralkan konten baik dalam bentuk foto, gambar atau video korban aksi kekerasan di media apapun. Imbauan ini dilakukan memperhatikan dampak penyebaran konten berupa foto, gambar atau video yang dapat memberi oksigen bagi tujuan aksi kekerasan, yaitu membuat ketakutan di tengah masyarakat.³

Kegaduhan yang terjadi di media sosial dinilai bisa merambat ke dunia nyata jika tidak segera diatasi. Perbincangan yang terdapat di media sosial berpotensi mengkonstruksi pemahaman publik

mengenai suatu hal dalam kehidupan masyarakat.⁴ Kegaduhan di media sosial dapat berdampak dalam kehidupan riil karena media sosial ini juga membentuk konstruksi pemaknaan tentang asumsi sosial kita. Kegaduhan yang terjadi di media sosial semacam itu kerap kali menggunakan sentimen identitas yang bermuara pada hujatan dan kebencian, karenanya dapat melunturkan semangat kemajemukan yang menjadi landasan masyarakat dalam berbangsa dan bernegara.

Hoax dan Dampaknya di Indonesia

Hoax menurut Merriam Webster adalah "*to trick into believing or accepting as genuine something false and often preposterous*" (menipu orang lain tentang sesuatu yang salah atau bahkan kadang tidak masuk akal sehingga percaya atau menerima selayaknya yang asli). Hoax dalam KBBI disebut dengan hoaks yang artinya berita bohong.

Masyarakat sebagai konsumen informasi bisa dilihat masih belum bisa membedakan mana informasi yang benar dan mana informasi yang palsu atau *hoax* belaka. Beberapa faktor mempengaruhi terjadinya hal ini diantaranya yaitu ketidaktahuan masyarakat dalam menggunakan media sosial secara bijaksana. Dengan mengatasnamakan kebebasan para pengguna internet dan media sosial khususnya banyak netizen yang merasa mempunyai hak penuh terhadap akun

^{3.} Siaran Pers Kementerian Komunikasi dan Informasi No. 105/HM/KOMINFO/05/2019 Tentang Imbauan Tak Sebar Konten Aksi Kekerasan dan Ujaran Kebencian

^{4.} Vibriza Juliswara, Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (*Hoax*) di Media Sosial, STISIP Kartika Bangsa Yogyakarta, 2017

pribadi miliknya. Mereka merasa sah-sah saja untuk mengunggah tulisan, gambar atau video apapun ke dalam akunnya. Meskipun terkadang mereka tidak sadar bahwa apa yang mereka unggah tersebut bisa saja melanggar etika berkomunikasi dalam media sosial.



Gambar 1. Klasifikasi Hoax Menurut UNESCO

UNESCO dalam *Handbook for Journalism Education and Training* tahun 2018 telah mengklasifikasikan *hoax* dalam 7 (tujuh) jenis. Pertama, *Satir/Parodi*, jenis ini biasanya tidak ada niat jahat, namun bisa mengecoh penerima informasi. Kedua, *False Connection*, *hoax* yang bercirikan judul, gambar atau tulisan berbeda dengan isi berita, dan seterusnya. Contoh paling umum dari jenis konten ini adalah *clickbait* berita utama. Ketiga, *False Context*, konten disajikan dengan narasi konteks yang salah. Jenis konten ini adalah ketika ada penggunaan informasi yang menyesatkan untuk membungkai masalah atau individu dengan cara tertentu dengan memotong foto atau memilih kutipan dan statistik secara

selektif (*Framing Theory*). Keempat, *Misleading Content*, konten dipelintir untuk menjelekkan pihak lain. Kelima, *Imposter Content*, tokoh publik dicatut namanya. Hal ini bertujuan membuat penerima konten percaya akan isi berita, karena dikutip dari tokoh yang dicatut namanya tersebut. Keenam, *Manipulated Content*, konten yang sudah ada, diubah sedemikian rupa dan digunakan untuk mengecoh. Ketujuh, *Fabricated Content* 100% konten palsu.⁵

Berdasarkan data survei dari *Daily Social Indonesia*, informasi *Hoax* paling banyak ditemukan di Indonesia adalah di platform Facebook (82,25%), WhatsApp (56,55%), dan Instagram (29,48%). Sebanyak 73% penerima informasi akan membaca seluruh informasi, akan tetapi hanya 55% yang mengecek keakuratan informasi tersebut. Selanjutnya, sebanyak 72% penerima informasi bertendensi untuk meneruskan informasi yang mereka anggap penting. Kemudian, sebanyak 75% penerima informasi di Indonesia menyatakan mendeteksi *hoax* itu sulit. Mayoritas responden (51,03%) dari responden memilih untuk berdiam diri (dan tidak percaya dengan informasi) ketika menemui *hoax*.⁶

Selanjutnya berdasarkan hasil riset yang dilakukan Mastel (Masyarakat Telematika Indonesia), hasilnya menunjukkan isu politik dan SARA merupakan hal yang paling sering

⁵ Journalism, 'Fake News' & Disinformation, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, France, 2018

⁶ Hoax Distribution Through Digital Platforms in Indonesia 2018, DailySocial

diangkat menjadi materi untuk konten *hoax*. Isu sensitif soal sosial, politik, lalu suku, agama, ras dan antar golongan, dimanfaatkan para penyebar *hoax* untuk memengaruhi opini publik, sebanyak 91,8% responden mengaku paling sering menerima konten *hoax* tentang sosial politik, seperti pemilihan kepala daerah dan pemerintahan. Tidak beda jauh dengan sosial politik, isu SARA berada di posisi kedua dengan angka 88,6%.

Bentuk konten *hoax* yang paling banyak diterima responden adalah teks sebanyak 62,1%, sementara sisanya dalam bentuk gambar sebanyak 37,5% dan video 0,4%. Sebanyak 92,4 responden menyatakan mendapatkan konten *hoax* melalui media sosial, media sosial tersebut adalah *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan *Path*. Angka ini cukup jauh jika dibandingkan dengan situs web (34,9%), televisi (8,7%), media cetak (5%), email (3,1%) dan radio (1,2%).⁷

Salah satu persoalan yang menyebabkan informasi palsu atau *hoax* menjadi semakin sulit dikendalikan adalah, adanya kebiasaan sebagian besar masyarakat yang ingin cepat berbagi informasi. Masyarakat Indonesia memang memiliki karakteristik 'suka bercerita' sehingga sifat ini juga terbawa dalam cara mereka berkomunikasi dengan menggunakan media sosial. Sering terjadi bahwa para pengguna media sosial ini

membagikan sebuah informasi yang mereka dapatkan tanpa melakukan pengecekan terhadap kebenarannya. Mereka kadang bahkan tidak tau dari mana sumber berita atau siapa orang yang pertama-tama yang membuat berita tersebut.

Faktor lainnya adalah adanya semacam euforia dalam menggunakan internet dan media sosial. Seperti kita ketahui sebelum adanya reformasi, masyarakat di Indonesia mengalami keterbatasan dalam mengekspresikan pendapat dan berdemokrasi. Tetapi, semenjak reformasi bergulir masyarakat pun seakan mendapat angin segar untuk secara lebih bebas menyatakan aspirasi dan pendapat-pendapat mereka terkait persoalan politik, ekonomi dan sosial-budaya, bahkan persoalan keseharian dalam kehidupan pribadi mereka. Banyak masyarakat yang memang secara arif bisa menyampaikan aspirasi mereka melalui media sosial. Namun, tidak sedikit juga yang malah kebablasan dalam menyampaikan aspirasinya tanpa memperhatikan etika dan norma dalam berpendapat.

Berdasarkan rekapitulasi tahunan, Kementerian Kominfo paling banyak menerima aduan konten *hoax* sebanyak 733 laporan di Tahun 2018. Modus penyebaran *hoax* menggunakan media sosial, posting terlebih dahulu di FB, kemudian diviralkan melalui WA. Kemudian akun FB yang posting tadi dihapus.⁸ Pesan yang saling

⁷. MASTEL, Hasil Survey MASTEL tentang Wabah *Hoax* Nasional, Jakarta, 2017

⁸. Siaran Pers Kominfo No. 17/HM/KOMINFO/01/2019 Tentang Tahun 2018, Kominfo Terima 733 Aduan Konten Hoaks yang disebar Via WhatsApp

dipertukarkan antara pengguna (pengirim dan penerima) adalah pesan *hoax* dalam bentuk berita, informasi ataupun gambar yang diganti baik kata-kata maupun keterangan gambarnya yang tidak sesuai dengan berita asli. Produksi konten *hoax* sepenuhnya merupakan kemampuan pengguna baik menciptakan, merubah, memodifikasi, hingga menyebarkan melalui media sosial.⁹ Hal ini ikut diperparah dengan kondisi masyarakat Indonesia yang dengan mudah percaya begitu saja dengan berita yang beredar. Ini juga dikarenakan *hoax* diproduksi seolah-olah dari situs berita ternama seperti *kompas.com* dan situs luar negeri, sehingga ikut menimbulkan rasa percaya masyarakat terhadap berita tersebut.

Langkah Satsiber TNI dalam Menghadapi *Hoax*

Berdasarkan Keputusan Panglima TNI Nomor Kep/1355/XII/2018 tentang Doktrin Siber TNI, disebutkan bahwa *hoax* dan propaganda adalah salah satu bentuk ancaman siber yang merupakan usaha pekerjaan dan tindakan untuk menipu atau mengakali *audience* melalui pemberitaan palsu agar mempercayai dan menggiring opini serta kemudian membentuk persepsi terhadap suatu informasi.¹⁰ Sedangkan ancaman siber (*cyber threat*) adalah setiap kondisi dan situasi serta kemampuan terkait

siber yang dinilai dapat melakukan tindakan atau gangguan yang mampu merusak atau segala sesuatu yang merugikan sehingga mengancam keamanan infrastruktur kritis dan mengancam kerahasiaan (*confidentiality*), keutuhan (*integrity*) dan ketersediaan (*availability*) informasi yang ada di dalamnya. Ancaman siber pada umumnya masih berupa potensi faktual sedangkan serangan siber merupakan implementasi ancaman secara aktual, sistematis dan berkelanjutan.

Ancaman siber dapat dikategorikan sebagai ancaman militer maupun ancaman non militer karena berpotensi menimbulkan kerugian fatal terhadap kekuatan pertahanan negara yang berdampak pada keutuhan serta kedaulatan bangsa dan negara. Menurut *Tallin Manual on the International Law Applicable to Cyber Warfare* atau disingkat *Tallin Manual 1.0*¹¹ dan *Tallin Manual on the International Law Applicable to Cyber Operations* atau *Tallin Manual 2.0*¹² yang merupakan adopsi dari Hukum Humaniter Internasional khususnya Protokol Tambahan dalam Konvensi Jenewa, dijelaskan bahwa ancaman dan serangan siber memiliki persamaan sebagaimana halnya ancaman dan serangan senjata pada perang konvensional. Oleh karena itu para pelaku dari ancaman dan serangan siber dapat

⁹. Christiany Juditha, Interaksi Komunikasi *Hoax* di Media Sosial serta Antisipasinya *Hoax* Communication Interactivity in Social Media and Anticipation, Puslitbang Kominfo, 6 Feb 2018

¹⁰. Keputusan Panglima TNI Nomor Kep/1355/XII/2018 Tanggal 18 Desember 2018 tentang Doktrin Siber TNI

¹¹. Michael N. Schmitt, *Tallin Manual on the International Law Applicable to Cyber Warfare*, Cambridge University Press, UK, 2013

¹². Michael N. Schmitt, *Tallin Manual on the International Law Applicable to Cyber Operations*, Cambridge University Press, UK, 2017

dikategorikan sebagai kombatan yang melakukan tindakan di ruang siber dengan tujuan mengancam kedaulatan negara, keutuhan wilayah, kehormatan dan keselamatan bangsa. Dalam konteks tersebut, sesuai Undang-Undang RI Nomor 3 Tahun 2002 pasal 7 ayat (2) maka untuk menghadapi ancaman militer di bidang siber menempatkan TNI sebagai komponen utama dengan didukung oleh komponen cadangan dan komponen pendukung.

Sebagai salah satu ancaman siber, *Hoax* dapat dilakukan oleh pelaku yang mewakili pemerintah (*state actor*) atau non pemerintah (*non-state actor*), sehingga pelaku bisa bersifat perorangan, kelompok, golongan atau organisasi tertentu. Secara umum unsur-unsur yang dapat diidentifikasi memiliki potensi sebagai sumber ancaman, terdiri atas sumber internal dan eksternal, kegiatan intelijen (spionase dan sabotase), kekecewaan, investigasi ilegal, organisasi ekstremis, *hacktivists*, grup kejahatan terorganisir, persaingan, permusuhan dan konflik serta penyalahgunaan teknologi.

Sebagai bagian dalam menghadapi *Hoax*, Satuan Siber TNI melaksanakan patroli dunia maya yang bertugas melakukan penyisiran, pendataan dan pemetaan kejadian melalui media *online* dan media sosial. Patroli siber ini diharapkan dapat menjadi mata dan telinga pertama bagi TNI dalam mengetahui kejadian yang berkaitan dengan pertahanan, keamanan nasional, separatisme, radikalisme dan kegiatan lainnya yang dianggap menonjol. Apabila

patroli siber mendapatkan beberapa *Hoax* yang dianggap mengganggu dan merusak, maka kegiatan lanjutannya adalah melakukan profiling terhadap akun-akun tertentu untuk mengungkap pembuat dan penyebarinya. Kegiatan *profiling* ini menggunakan beberapa peralatan *Open Source Intelligence* (OSINT) yang dimiliki oleh Satsiber TNI. Setelah melakukan *profiling*, maka selanjutnya akan dilakukan pemetaan untuk melihat akun yang memiliki pengaruh terbesar, jaringan terluas ataupun hubungan terkuat di dalam jaringannya untuk dijadikan masukan dalam menerapkan langkah terbaik menghadapi kejadian tersebut.

Selain itu, Satsiber TNI juga melakukan upaya membantu penyebaran dan amplifikasi berita positif serta *counter* terhadap berita negatif terhadap TNI. Dalam kegiatan ini, Satsiber TNI juga ikut serta secara aktif memerangi *Hoax* yang dianggap mencemarkan nama baik TNI.

Penanggulangan *Hoax* Adalah Kegiatan Bersama

Ilmuwan bidang kognitif dari MIT, David Rand dalam studinya menemukan, rata-rata orang cenderung memercayai berita palsu setidaknya 20 persen sepanjang waktu. Satu kelompok mengklaim bahwa kemampuan manusia untuk bernalar dibajak oleh keyakinan pribadi kita. Kelompok lain adalah bahwa manusia sering gagal menjalankan kemampuan kritis mereka, bisa disebut kemalasan kognitif, terutama dalam konteks media sosial, di mana item berita sering

disela atau hanya dilirik. Rand percaya bahwa orang sering tidak cukup berpikir kritis tentang informasi yang mereka temui.¹³

Lisa Clark, praktisi media sosial dari artikelnya *Social Media Rumors and Hoaxes* menggarisbawahi bahwa *hoax* muncul seperti surat berantai karena kemunculannya disertai tanda 'push button' untuk membagi berita atau re-tweet.¹⁴ *Hoax* dianggap sangat meyakinkan karena kontennya disertai data sehingga pada akhirnya diseminasi *hoax* dapat diterima publik, memberikan pengaruh signifikan kepada pemikiran publik tanpa berpikir kritis apakah berita tersebut sudah akurat atau bahkan tidak. Segregasi pemikiran publik pun terjadi sehingga perpecahan pun tidak dapat dihindari, terutama yang mengutamakan publikasi kebencian di ruang publik.

Hoax dapat berpotensi mengacaukan pola dan sistem Negara, merusak kredibilitas institusi negara, membuat panik rakyat dan dapat menyebabkan perpecahan, membahayakan persatuan dan kesatuan, ke-bhinneka tunggal ika-an dan munculnya kebencian di antara anak bangsa. Indonesia dengan keberagaman ras, etnis dan kepercayaan menjadi target diseminasi *hoax* pada penetrasi terhadap publik secara luas dan terbuka. Panglima TNI Marsekal TNI Hadi Tjahjanto, S.IP.,

ketika menghadiri acara Istighosah di PLTU Suralaya, Kota Cilegon, Banten, Rabu (27/3/2019) meminta masyarakat tak mudah menerima kabar bohong agar tak saling curiga.¹⁵ Kepemilikan gawai berteknologi terbaru membuat publik semakin mudah mengakses setiap diseminasi *hoax* yang ditemukan di setiap akun media sosial. Respon publik memang merupakan media demokrasi yang sebenarnya diharapkan bisa saling mencerdaskan alih-alih terbawa suasana karena *hoax* yang sangat meyakinkan. *Hoax* sendiri dapat mengarahkan publik untuk bertindak melawan hukum, seperti yang ditemukan pada kasus-kasus isu keberagaman, seperti Tolikara (2015) serta Tanjung Balai (2016).

Isu keberagaman yang terkait dengan isu ras, etnis dan kepercayaan merupakan isu yang sangat rentan dipenetrasi *hoax* demi kepentingan politis berbeda. Tanpa melihat unsur kepekaan dan kekritisan publik, *hoax* ini secara tidak langsung memecah belah publik di ruang diskusi terbuka sehingga yang tertinggal adalah lenyapnya nalar publik dalam menilai berita yang muncul, terutama *hoax*. Kepentingan elit politik tertentu untuk memenangkan kelompoknya dalam lingkup pemerintahan baik skala kecil maupun luas memanfaatkan diseminasi *hoax* untuk mendapatkan dukungan publik sekaligus memecah belah persatuan yang sudah dijalin dalam prinsip keberagaman sejak jaman dulu.

¹³. Gordon Pennycook and David Rand, Why Do People Fall for Fake News? Are they blinded by their political passions? Or are they just intellectually lazy?, The New York Times, 19 Jan 2019

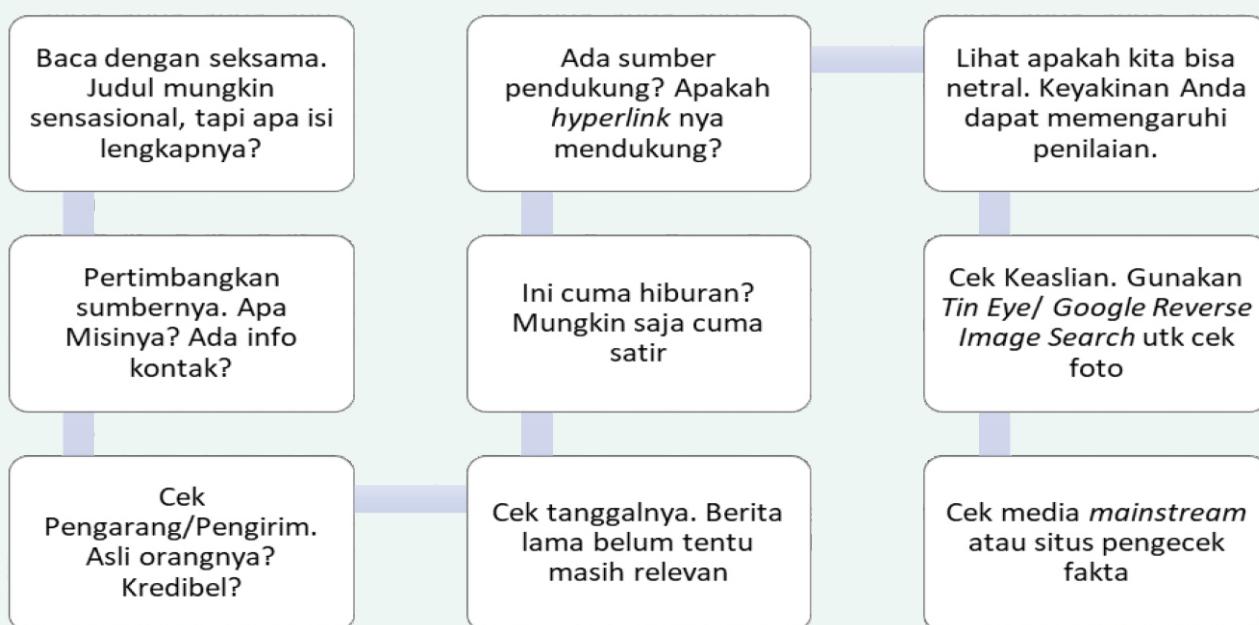
¹⁴. <http://socialmediasun.com/social-media-rumors/> diakses pada tanggal 14 Juni 2016 pukul 21.24 WIB

¹⁵. <https://news.okezone.com/read/2019/03/28/337/2036157/panglima-tni-jangan-mudah-terprovokasi-berita-Hoax> diakses pada tanggal 14 Juni 2019 Pukul 21.35 WIB

Tidak dapat dipungkiri segregasi publik terhadap etnis dan kepercayaan yang berbeda sudah terjadi secara masif karena diseminasi *hoax* yang tidak terawasi, sehingga publik dipenetrasikan isu-isu yang rentan berisi kebencian terhadap ras, etnis dan kepercayaan tertentu. Diseminasi *hoax* sendiri tidak terbantahkan dilakukan oleh media demi keuntungan secara finansial dan menarik perhatian publik karena memanfaatkan ketidaktahuan serta ketidakpedulian publik untuk memeriksa akurasi berita, sehingga kondisi ini secara tidak langsung mengarah kepada disintegrasi yang pada awal tidak disadari namun sejalan dengan waktu, ancaman

disintegrasi menjadi terpapar dengan jelas.

Dalam usaha memerangi dan menangkal berita *hoax*, diperlukan strategi berupa program yang membangun pendidikan agar masyarakat lebih berpikir kritis dalam mencerna informasi yang diterima salah satunya melalui pendidikan literasi. Hal ini sangat penting agar masyarakat mampu menyaring berbagai berita *Hoax*. Diharapkan, melalui pendidikan literasi digital, masyarakat mampu mengidentifikasi suatu berita apakah berita itu nyata atau *hoax*. Berikut adalah alur pikir identifikasi sebuah berita.



Gambar 2 Alur Pikir Identifikasi Berita

Saat berita diterima, langkah awal yang harus dilakukan adalah membaca dengan seksama dan secara utuh. Judul yang dibuat mungkin sensasional, akan tetapi penerima informasi wajib mengetahui isi lengkap dan dari berita tersebut. Kemudian, langkah selanjutnya adalah pengecekan sumber dan referensi yang dicantumkan. Penerima wajib mengetahui apa misi dari sumber tersebut dan sebisa mungkin mengecek info kontak bila tersedia. Selanjutnya, pengecekan dilaksanakan kepada kredibilitas pengirim dan atau pengarang berita. Tanggal berita dan tanggal pembuatan juga wajib diperhatikan, karena dengan kejadian yang sama, di saat yang berbeda, belum tentu berita tersebut akan tetap relevan. Pengecekan juga dilakukan kepada gaya bahasa, apakah informasi tersebut benar atau hanya satir dan parodi. Periksa juga *link* yang disertakan, apakah sesuai dengan berita dan tetap mewaspada *link* tersebut yang bisa saja jebakan *social engineering*.

Dalam memahami dan memastikan kebenaran berita, sikap yang harus dijaga adalah netralitas dan tidak terbawa emosi karena keyakinan kita akan membawa pengaruh kepada penilaian terhadap berita yang akan dinilai. Kemudian apabila berita tersebut mencantumkan foto, perlu dilakukan *reverse engineering* atau melihat keaslian foto tersebut melalui *Google* atau *Tin Eye*. Dan langkah terakhir adalah

melakukan cek ulang dengan media *mainstream* atau media anti *hoax* guna mendapatkan perimbangan atau perkuatan berita.

Selain itu, melihat rentannya persatuan di Indonesia karena diseminasi *Hoax* yang berkaitan dengan isu keberagaman, maka diperlukan sinergi kuat antara media, pemerintah dan publik dalam menyaring diseminasi *hoax* dalam ruang publik, terutama di media sosial. Pemerintah sekarang sudah memiliki payung UU ITE serta payung hukum pidana mengenai penyebaran informasi yang berhubungan dengan kebencian dan provokasi publik, sementara media sendiri memiliki tanggung jawab untuk mempublikasikan kerja media yang dapat diakurasi kebenarannya melalui investigasi data lebih lanjut serta menjadi “*goal keeper*” atau penjaga gawang untuk melakukan verifikasi atas publikasi informasi alih-alih menjadi fasilitator diseminasi *hoax*, sementara publik memang harus mendalami proses literasi dan edukasi oleh pihak pemerintah dan media sehingga mereka dapat memahami resiko rentannya persatuan dan keberagaman hanya karena diseminasi dan akses terbuka terhadap *hoax* tanpa berpikir kritis serta cara berpikir eksklusif yang jauh lebih mendukung kelompok ras, etnis dan kepercayaan tertentu. Inklusivitas cara berpikir harus diperkenalkan kepada publik demi menjaga

keberagaman di negara ini secara berkelanjutan sehingga hal ini membantu penyaringan diseminasi *hoax* yang berkaitan dengan isu keberagaman di ruang publik dan media yang beragam.

PENUTUP

Sebagai kesimpulan, media sosial sebagai dampak perubahan pola komunikasi yang terjadi dalam masyarakat telah memberikan dampak menguntungkan dan merugikan. Salah satu dampak negatif media sosial adalah keleluasaan dalam penyebaran berita ujaran kebencian, bentuk-bentuk intoleransi, provokasi, fitnah, anti Pancasila dan informasi palsu (*hoax*). Beberapa faktor mempengaruhi terjadinya *hoax* diantaranya yaitu ketidaktahuan masyarakat dalam menggunakan media sosial secara bijaksana dan tidak melanggar etika berkomunikasi, kebiasaan sebagian besar masyarakat yang ingin cepat berbagi informasi tanpa melakukan pengecekan terhadap kebenarannya, serta penyampaian aspirasi yang kebablasan tanpa

memperhatikan etika dan norma dalam berpendapat.

Hoax sebagai salah satu ancaman siber dapat dilakukan oleh perorangan, kelompok, golongan, atau organisasi tertentu. Dalam usaha memerangi dan menangkal berita *hoax*, diperlukan program pendidikan masyarakat untuk dapat berpikir kritis dalam mencerna informasi melalui pendidikan literasi. Selain itu, diperlukan sinergi kuat antara media, pemerintah, dan publik dalam menyaring diseminasi *hoax* di media sosial.

Saran yang dapat penulis sampaikan dalam essay ini adalah perlunya kegiatan kampanye internet sehat dan positif untuk seluruh prajurit TNI guna meningkatkan pertahanan dan ketahanan siber dalam tubuh TNI. Selain itu, diharapkan adanya kegiatan pembangunan citra TNI secara masif dan dilaksanakan seluruh anggota TNI melalui media sosial sehingga pandangan positif dan kecintaan rakyat terhadap TNI semakin mengalami peningkatan ke depan.

DAFTAR PUSTAKA

APJII, *Laporan Survei Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia*, Jakarta, 2019

Christiany Juditha, *Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation*, Puslitbang Kominfo, 6 Feb 2018

Gordon Pennycook and David Rand, *Why Do People Fall for Fake News? Are they blinded by their political passions? Or are they just intellectually lazy?* The New York Times, 19 Jan 2019

Hoax Distribution Through Digital Platforms in Indonesia 2018, DailySocial

<http://socialmediasun.com/social-media-rumors/> diakses pada tanggal 14 Juni 2016 pukul 21.24 WIB

<https://news.okezone.com/read/2019/03/28/337/2036157/panglima-tni-jangan-mudah-terprovokasi-berita-Hoax> diakses pada tanggal 14 Juni 2019 Pukul 21.35 WIB

Journalism, 'Fake News' & Disinformation, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, France, 2018

Juliswara, V., *Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial*. Jurnal Pemikiran Sosiologi, 4 No. 2, 2017

Keputusan Panglima TNI Nomor Kep/1355/XII/2018 Tanggal 18 Desember 2018 tentang Doktrin Siber TNI

MASTEL, *Hasil Survey MASTEL tentang Wabah Hoax Nasional*, Jakarta, 2017

Michael N. Schmitt, *Tallin Manual on the International Law Applicable to Cyber Warfare*, Cambridge University Press, UK, 2013

Michael N. Schmitt, *Tallin Manual on the International Law Applicable to Cyber Operations*, Cambridge University Press, UK, 2017

Siaran Pers Kominfo No. 17/HM/KOMINFO/01/2019 Tentang Tahun 2018, Kominfo Terima 733 Aduan Konten Hoaks yang disebar Via WhatsApp

Siaran Pers Kementerian Komunikasi dan Informasi No. 105/HM/KOMINFO/05/2019 tentang Imbauan Tak Sebar Konten Aksi Kekerasan dan Ujaran Kebencian

Vibriza Juliswara, *Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial*, STISIP Kartika Bangsa Yogyakarta, 2017

BIODATA



Brigjen TNI (Mar) Markos, tempat tanggal lahir di Pagaralam, 15 Maret 1966. Penulis merupakan alumni Akademi Angkatan Laut tahun 1989, Seskoad tahun 2003 dan Sesko TNI tahun 2014. Penulis pernah menjadi Komandan Grup B Paspampres pada tahun 2009. Setelah menjalankan tugas sebagai Asintel Kormar, pada tanggal 25 April 2017, penulis menjabat sebagai Komandan Satuan Siber TNI sampai sekarang.