

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penyebaran berita bohong (hoaks) pada media sosial, kini tersebar begitu pesat. Penyebaran berita bohong dapat terjadi karena tingkat penetrasi dan perilaku pengguna internet di Indonesia yang tinggi, dengan perolehan data mencapai seratus sembilan puluh enam koma tujuh puluh satu juta jiwa pengguna internet, dari total populasi dua ratus enam puluh enam koma sembilan puluh satu juta jiwa berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2019-2020¹. Teknologi yang berkembang pesat saat ini membuat berita bohong semakin mudah disebar, dan masyarakat belum dapat menelaah terlebih dahulu berita atau informasi yang diterimanya.

Setiap saat atau bahkan pada waktu yang sama, seseorang mungkin dapat membaca informasi atau konten pada internet dan dapat pula menciptakan sebuah konten. Akibat kecepatan akses informasi dari hadirnya media sosial, telah menimbulkan isu-isu penting yang terkait dengan kebebasan berpendapat dan berekspresi. Tidak ada kontrol yang tersedia secara khusus yang diciptakan dalam mengendalikan akses informasi yang beredar di masyarakat. Kebebasan untuk menerima dan memproduksi konten menimbulkan penyalahgunaan yang dapat digunakan untuk membuat konten bohong dengan tujuan untuk menipu.

Internet hanya memberi jangkauan penyebaran informasi yang lebih luas. Sangat sedikit yang dapat dilakukan oleh pemerintah untuk mengendalikan penyalahgunaan ini, solusi hukum sudah ada dalam bentuk undang-undang tentang pemfitnahan dan hukuman bagi penipuan. Namun tidak ada satupun pihak yang

¹ Dikutip dari laman <https://apjii.or.id/survei2019x/kirimlink>, diakses pada tanggal 01/02/2021 pukul 15.30 WIB

dapat menghilangkan akses informasi berita bohong. Berita bohong dideskripsikan oleh Mauludi sebagai berikut:

“Berita bohong (hoaks) adalah suatu kata yang digunakan untuk menunjukkan pemberitaan palsu atau usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu yang biasanya digunakan dalam media sosial, misalnya: *Facebook, Tweeter, WhatsApp, Blog, Instagram, dll*” (2018:22).

Berita bohong merupakan manipulasi berita atau berita palsu, yang sama sekali tidak dilandaskan oleh fakta atau kenyataan. Berita bohong kini menjadi suatu hal yang polemik dikalangan masyarakat, dikarenakan penyebaran berita yang kian pesat melalui jejaring internet.

Berdasarkan data yang dimiliki Dinas Komunikasi dan Informasi Provinsi Jawa Barat, terdapat beberapa bentuk dan saluran penyebaran berita hoaks yang sering diterima oleh masyarakat. Terdapat tujuh saluran penyebaran berita bohong yaitu diantaranya Radio, *E-mail*, Media Cetak, Televisi, Situs *Web*, Aplikasi *Chatting*, dan terakhir Media Sosial dengan penyebaran berita bohong terbesar mencapai 92.40%. Bentuk berita bohong yang paling sering diterima yaitu diantaranya tulisan 62.10%, gambar 37.50%, dan video 0.40%². Secara garis besar media sosial saat ini, telah menyumbang penyebaran berita bohong paling banyak dibandingkan media lainnya.

Di Indonesia, tingkat pengguna media sosial di Jawa Barat berdasarkan hasil survei APJII merupakan pengguna internet tertinggi mencapai dua puluh empat juta pengguna. Hal tersebut memungkinkan masyarakat Jawa Barat dapat menerima informasi berita bohong dan dapat menyebar luaskan berita tersebut. Menyadari maraknya penyebaran berita bohong di Jawa Barat dan perlunya pencegahan penyebarluasan, Pemerintahan Provinsi Jawa Barat membuat sebuah Tim yang memiliki tujuan mencegah peredaran informasi berita bohong khususnya bagi masyarakat Jawa Barat. Tim tersebut dinaungi oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Pemerintahan Provinsi Jawa Barat (DISKOMINFO Pemprov Jabar),

² Dikutip dari laman <https://diskominfo.jabarprov.go.id/blog/244-Infografis-HOAKS>, diakses pada tanggal 10/03/2020 pukul 14.26 WIB

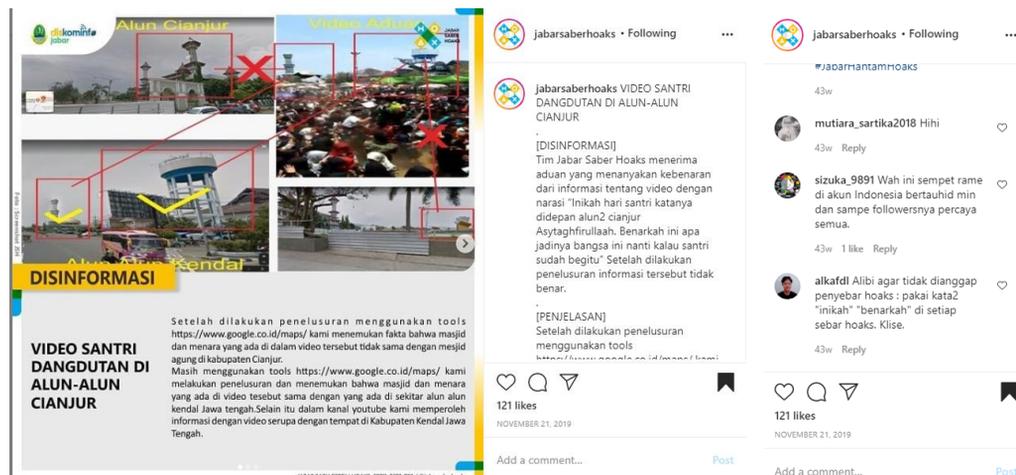
dengan mengusung nama yaitu Tim Jawa Barat Sapu Bersih Hoaks (Jabar Saber Hoaks).

Jabar Saber Hoaks merupakan kanal yang digagas oleh Gubernur Jawa Barat yaitu Ridwan Kamil yang berperan untuk menjaga kondisi Jawa Barat tetap kondusif dari isu hoaks. Selain itu, Jabar Saber Hoaks memiliki tugas khusus yaitu melakukan penelusuran fakta terkait aduan yang masuk dari masyarakat. Selain melakukan cek fakta, Jabar Saber Hoaks bertugas memberikan edukasi kepada masyarakat untuk tetap kritis serta tidak mudah percaya dengan adanya isu hoaks. Secara garis besar Jabar Saber Hoaks merupakan unit kerja khusus yang berperan dan bertanggung jawab untuk memberikan informasi terkini dan terakurat pada masyarakat Jawa Barat khususnya perihal misinformasi, disinformasi dan hoaks.

Dalam Tim Jabar Saber Hoaks terdapat divisi Media Sosial & Pemeriksa Fakta, yang bertugas secara khusus untuk mencari kebenaran pada sebuah informasi atau berita. Selain itu, divisi Media Sosial & Pemeriksa Fakta turut mengelola media sosial sebagai sarana publikasi berita yang telah diklarifikasi.

Salah satu berita bohong yang sempat menjadi perbincangan oleh masyarakat Jawa Barat di media sosial, yaitu sebuah video yang memperlihatkan beberapa santri sedang melakukan perayaan Hari Santri pada tanggal 22 Oktober 2019³. Pada video tersebut memperlihatkan para santri sedang berjoget menggunakan iringan musik lagu dangdut. Video tersebut sempat diunggah pada salah satu akun *Instagram* @indonesiabertauhid, dengan menyertakan keterangan pada kolom *caption* bahwa santri tengah merayakan Hari Santri dengan berjoget ria yang berlokasi di alun-alun Cianjur, Jawa Barat. Berita tersebut sontak mengagetkan masyarakat Cianjur serta beberapa masyarakat lainnya, karena berita tersebut telah menggiring opini bahwa santri Cianjur merayakan dengan hal yang tak sewajarnya.

³ Hasil observasi pada *Instagram* @jabarsaberhoaks, diakses pada tanggal 12/09/2020 pukul 22.30 WIB



Gambar 1.1

Klarifikasi Video Santri oleh Tim Jabar Saber Hoaks

Sumber : www.instagram.com/p/B5HGArAnS2g/?igshid=1t8f0mlx8tjd2, 2020

Ditengah kehebohan berita tersebut, Jabar Saber Hoaks telah mengklarifikasi bahwa berita tersebut tidak benar. Penelusuran berita tersebut dilakukan oleh Tim Jabar Saber Hoaks dengan menggunakan *tools* <https://www.google.co.id/maps/>, ditemukan fakta bahwa masjid dan menara yang ada didalam video tersebut tidak sama dengan mesjid agung di Kabupaten Cianjur melainkan video tersebut dilaksanakan di alun-alun Kendal Jawa Tengah.

Dalam melakukan publikasi klarifikasi berita bohong, Tim Jabar Saber Hoaks memanfaatkan media sosial sebagai sarana klarifikasi berita atau isu yang dapat diakses oleh masyarakat seperti *Facebook*, *Twitter*, *Line* serta *Instagram*. Selain itu, terdapat pula akun media sosial yang dikhususkan sebagai sarana pelaporan berita bohong melalui *WhatsApp*.

Dari beberapa media sosial yang digunakan sebagai sarana klarifikasi, *Instagram* @jabarsaberhoaks yang tercatat aktif dengan aktivitas unggahan satu sampai tujuh kali dalam satu hari. Total unggahan pada akun *Instagram* @jabarsaberhoaks sebanyak tiga ribu lima ratus empat puluh dua unggahan, dengan total pengikut sebanyak lima puluh delapan ribu koma lima pengguna

hingga bulan Februari 2021⁴. Hal tersebut menjadi dasar bahwa begitu tingginya antusias masyarakat akan kehadiran media sosial *Instagram* @jabarsaberhoaks.



Gambar 1.2
Media Sosial *Instagram* @jabarsaberhoaks
Sumber: www.instagram.com/jabarsaberhoaks/, 2021

Pada awal tahun 2020, tercatat pada 26-31 Januari 2020 Jabar Saber Hoaks berhasil mengklarifikasi sembilan puluh tiga aduan dari total sembilan puluh lima aduan yang masuk dan pantauan hoaks di media sosial. Pada bulan yang sama, semua media sosial Jabar Saber Hoaks memperoleh *reach* (jumlah total akun unik yang telah melihat pos, cerita atau konten) mencapai enam ratus delapan puluh enam koma lima puluh sembilan⁵.

Aktivitas pada *Instagram* @jabarsaberhoaks, terdapat lima kategori berita teratas yang telah diklarifikasi dari aduan yang masuk. Salah satu berita teratas adalah berita disinformasi mengenai mayat orang China bergelimpangan di Kota Wuhan, mendapatkan respon *warga net* berupa *like* yang diberikan melalui simbol “love” pada unggahan mencapai sembilan ratus lima puluh empat *likes*, serta kolom komentar yang diisi oleh *warga net* mencapai lima puluh satu, dan *reach* sebanyak tiga puluh enam koma delapan ratus lima puluh. Lebih jelas dapat dilihat pada gambar 1.3 dibawah.

⁴ Hasil observasi pada *Instagram* @jabarsaberhoaks, diakses pada tanggal 02/02/2021 pukul 21.03 WIB

⁵ Hasil observasi pada *Instagram* @jabarsaberhoaks, diakses pada tanggal 14/08/2020 pukul 17.59 WIB



Gambar 1.3
Top 5 Klarifikasi Aduan Masuk
 Sumber: www.instagram.com/jabarsaberhoaks/, 2019

Instagram @jabarsaberhoaks memuat berita atau isu yang tengah perbincangan masyarakat atau lebih dikenal dengan *viral*. Pada setiap unggah terdapat konten berupa klasifikasi berita, serta penjelasan berisikan mengenai teknik verifikasi berita dan rujukan referensi sumber terpercaya.

Beberapa konten yang diunggah diklasifikasikan menjadi empat yaitu Disinformasi, Misinformasi, Klarifikasi atau fakta, dan Berita. Pembahasan pada setiap unggahan *Instagram* @jabarsaberhoaks berisi muatan klarifikasi, mengenai pembenaran atau pemberitahuan berita tersebut apakah benar atau tidak. Konten lainnya, terdapat edukasi *infografis* literasi digital mengenai hoaks dan edukasi bertemakan *rebo nyunda*. Hal ini selaras dengan tujuan pembentukan Jabar Saber Hoaks yaitu untuk melaksanakan pengelolaan informasi dan komunikasi publik yang sehat, bermartabat dan untuk mampu memanfaatkan teknologi informasi secara positif dan produktif khususnya di Jawa Barat.

Di awal kehadirannya Tim Jabar Saber Hoaks mendapat respon baik dan antusiasme yang tinggi dari masyarakat. Hal tersebut dilihat dari awal peluncuran Tim Jabar Saber Hoaks pada tanggal 7 Desember 2018 hingga 16 Desember 2019, telah mendapat pesan masuk melalui berbagai media sosial sebanyak dua ratus tujuh puluh tiga pesan, dan sebanyak tujuh puluh dua laporan pengaduan berita yang dinilai masyarakat perlu diklarifikasi kebenarannya.

Pada 10 hari kerja pertama Tim Jabar Saber Hoaks telah membuktikan keterampilannya dalam mencari dan melakukan validasi data, sebanyak sebelas laporan pengaduan telah diklarifikasi dan menerbitkan melalui media sosial Jabar Saber Hoaks. Lebih jelas dapat dilihat pada gambar 1.4 berikut ini.



Gambar 1.4
Pengaduan yang masuk per tanggal 07-16 Desember 2018
 Sumber: www.instagram.com/jabarsaberhoaks/, 2019

Tim Jabar Saber Hoaks bertugas untuk melakukan klarifikasi, dengan cara verifikasi segala bentuk informasi yang meresahkan masyarakat khususnya di ranah digital. Pembentukan tersebut bertujuan untuk meningkatkan edukasi, serta menumbuhkan sikap kritis masyarakat untuk turut dalam melawan berita bohong. Tim Jabar Saber Hoaks memiliki peranan untuk memantau informasi lokal diberbagai daerah khususnya di Jawa Barat, lalu dilakukan pengkajian, verifikasi data, dan terakhir melakukan klarifikasi berita sekaligus memberikan edukasi kepada masyarakat.

Tim Jabar Saber Hoaks yang dinaungi DISKOMINFO Pemprov Jabar ini pun menarik perhatian peneliti, karena hal tersebut merupakan inovasi pertama layanan publik tingkat pemerintah di Indonesia yang serius menangani penyebaran berita bohong. Tim Jabar Saber Hoaks dibentuk secara khusus di Jawa Barat dikarenakan tingkat hoaks di Provinsi Jawa Barat termasuk yang paling tinggi di Indonesia, karena berbanding lurus dengan jumlah penduduk Jawa Barat yang merupakan provinsi dengan jumlah penduduk terpadat sekitar empat puluh sembilan juta jiwa.

Selain itu, dari segi infrastruktur di Provinsi Jawa Barat sudah maju sehingga tingkat pengguna internet tinggi dibandingkan dengan provinsi lainnya⁶.

Tim Jabar Saber Hoaks bertugas melakukan klarifikasi informasi yang beredar di masyarakat, serta serius dalam memberikan edukasi literasi digital bagi masyarakat⁷. Hingga saat ini, belum ada pemerintahan daerah lain membuat lembaga yang berfokus untuk mengurangi serta mengedukasi mengenai bahaya hoaks. Secara tidak langsung Tim Jabar Saber Hoaks merupakan lembaga pertama dan satu-satunya di tingkat pemerintahan daerah maupun nasional.

Sedangkan pada tingkat Organisasi Masyarakat Sipil (OMS) terdapat satu organisasi yang bergerak pada bidang yang sama dengan Tim Jabar Saber Hoaks. Walaupun terdapat persamaan mengenai program yang dijalankan, peneliti menemukan perbedaan yang berbeda antara Tim Jabar Saber Hoaks dengan OMS tersebut. Perbedaan yang pertama yaitu kecepatan dalam klarifikasi, Tim Jabar Saber Hoaks lebih unggul dalam klarifikasi berita bohong. Sesuai dengan konsep Tim Jabar Saber Hoaks yaitu Independen, Akurat, dan Cepat, Tim Jabar Saber Hoaks yang berada dinaungan pemerintah dapat lebih unggul dari kecepatan dan keakuratan dalam melakukan klarifikasi berita.

Perbedaan selanjutnya dilihat dari segi keaktifan media sosial *Instagram* yang dikelola, Tim Jabar Saber Hoaks dapat dikatakan aktif karena melakukan unggahan satu sampai tujuh kali postingan per hari. Sedangkan OMS melakukan satu sampai tiga kali unggahan, dalam rentang waktu dua sampai tiga hari. Perbedaan terakhir dilihat dari segi konten yang disampaikan, OMS tidak memuat konten edukasi literasi digital dan hoaks. Hal tersebut berbeda dengan Tim Jabar Saber Hoaks yang tidak hanya konten klarifikasi, namun memiliki konten yang beredukasi bagi masyarakat.

⁶ Hasil observasi wawancara Alfianto Yustinova staf Tim Jabar Saber Hoaks, pada tanggal 25/09/2020 pukul 14.32 WIB

⁷ Hasil observasi wawancara Tommy Sutami staf Tim Jabar Saber Hoaks, pada tanggal 04/12/2019 pukul 10.45 WIB

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil model *The Circular Model of SoMe for Social Communication* yang selaras dengan arah penelitian yang hendak dituju. Model tersebut merupakan model perencanaan komunikasi yang dapat diterapkan melalui pemanfaatan media sosial.

"Social media through social network help people connect with others who share similar interest, passions, and beliefs. Organizations that use spesific networking strategies wherein their consumers are participating in conversations are able to socialize online together with their targeted populations. Within each of these networking sites a degree of trust is formed between users. These are the users that can become consumer influencers." (Luttrell, 2019:87).

Media sosial melalui jejaring sosial membantu orang terhubung dengan orang lain yang memiliki minat, hasrat, dan keyakinan yang sama. Dengan menggunakan strategi media sosial yang lebih spesifik untuk mengetahui publik sasarannya, perusahaan dapat membentuk alur komunikasi dua arah antara perusahaan dengan publik sasaran mereka yang ikut berpartisipasi dalam sebuah percakapan di media sosial, dan dari kedekatan itulah kepercayaan mulai terbentuk. Model ini dibagi menjadi empat bagian, yaitu: *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*.

Keunikan yang muncul dalam penelitian, peneliti menerapkan desain penelitian studi kasus. Seperti yang dijelaskan Mulyana bahwa "Studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seseorang individu, suatu kelompok masyarakat" (2004:201). Pandangan peneliti, studi kasus dirasa tepat untuk menggambarkan bagaimana media sosial di manfaatkan terutama oleh instansi pemerintahan. Media sosial dijadikan sebagai ruang aduan mengenai berita bohong dan penyebaran informasi mengenai berita bohong. Hal ini menjadi ciri khas atau keunikan tersendiri, dikarenakan untuk pertama kalinya media sosial dijadikan sebagai tempat untuk klarifikasi aduan berita bohong atau hoaks pada tingkat instansi pemerintahan.

Hal yang menjadi perhatian peneliti pada penelitian ini yaitu, bagaimana proses yang dilakukan oleh Tim Jabar Saber Hoaks dalam mengelola dan

memanfaatkan media sosial, sebagai sarana klarifikasi mengenai berita atau isu yang beredar. Serta bagaimana proses mulai dari perencanaan, penerimaan aduan, pelaksanaan hingga evaluasi yang dilakukan. Selain itu peneliti ingin mengetahui bagaimana keberhasilan program ini, dilihat dari respon serta tanggapan dari berbagai pihak mengenai pemanfaatan media sosial *Instagram* @jabarsaberhoaks.

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan rumusan kebutuhan dan gambaran pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai sarana klarifikasi mengenai berita bohong, kemudian penelitian ini akan menguraikan bentuk komunikasi instansi melalui media sosial kepada pengikut yang kemudian membangun pengetahuan baru serta sikap kritis terhadap pemberitaan di media sosial.

Peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai sarana klarifikasi mengenai berita bohong, serta bagaimana tanggapan dari pengikut, dan bagaimana keahlian Tim Jabar Saber Hoaks dalam melakukan klarifikasi pemberitaan. Dari uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, selanjutnya peneliti tertarik untuk menuangkannya dalam judul: Media Sosial @jabarsaberhoaks Sebagai Sarana Klarifikasi Berita Bohong (Studi Kasus Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* yang dilakukan Tim Jawa Barat Sapu Bersih Hoaks (Jabar Saber Hoaks)).

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat fokus dan pertanyaan penelitian yang akan dipaparkan oleh peneliti sebagai berikut:

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang dikemukakan diatas, maka fokus dari penelitian ini yaitu, bagaimana pemanfaatan media sosial *Instagram* @jabarsaberhoaks sebagai sarana klarifikasi mengenai berita bohong yang dilakukan Tim Jabar Saber Hoaks?

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, terdapat beberapa pertanyaan mengenai penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana proses kerja divisi Media Sosial & Pemeriksa Fakta dalam melakukan klarifikasi mengenai berita bohong?
2. Mengapa akun media sosial *Instagram* @jabarsaberhoaks muncul sebagai sarana klarifikasi berita bohong?
3. Bagaimana tanggapan pengikut akun media sosial *Instagram* @jabarsaberhoaks mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana klarifikasi berita bohong?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan acuan pertanyaan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui proses kerja divisi Media Sosial & Pemeriksa Fakta dalam melakukan klarifikasi mengenai berita bohong.
2. Untuk mengetahui tujuan akun media sosial *Instagram* @jabarsaberhoaks muncul sebagai sarana klarifikasi berita bohong.
3. Untuk mengetahui tanggapan pengikut akun media sosial *Instagram* @jabarsaberhoaks mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana klarifikasi berita bohong.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini tentu diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat, baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Apabila hasil penelitian ini terbukti, diharapkan penelitian ini akan bermanfaat secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi khazanah keilmuan dan penelitian dilakukan oleh peneliti secara umum dapat bermanfaat untuk pengembangan Ilmu Komunikasi dengan fokus pada kajian Media Baru.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis digolongkan kembali menjadi tiga kategori sebagai berikut:

1.4.2.1 Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mampu menambah wawasan serta dapat mengaplikasikan teori media baru dan media sosial di era *modern* seperti saat ini dengan berfokus pada *The Circular Model of SoMe for Social Communication*.

1.4.2.2 Bagi Akademik

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan menambah khazanah atau sumber referensi mengenai aktivitas media sosial sebagai sarana klarifikasi, yang dapat digunakan sumber referensi atau bahan kepustakaan yang berguna bagi peneliti yang ingin membahas atau mengkaji penelitian dengan topik yang sama dengan yang peneliti teliti namun dengan sudut pandang yang berbeda, khususnya mahasiswa Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia yang berfokus pada disiplin Ilmu Komunikasi kajian Media Baru.

1.4.2.3 Bagi Tim Jabar Saber Hoaks

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Tim Jabar Saber Hoaks guna meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk turut serta melawan berita bohong, serta meyakinkan masyarakat akan pentingnya program yang sedang dijalankan oleh instansi terkait.