BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitiani ini dan dapat dijadikan sebagai sumber rujukan antara lain sebagai berikut:

Tabel 2 Literatur Review

No	Judul Penelitian dan Nama Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Upaya Pemerintah Dalam Mengatasi Penyebaran Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial (Studi Kasus Dinas Kominfo Kota Manado) (Nurlatun, Nayoan, and Pangemanan 2021)	Upaya pemerintah dalam memerangi berita bohong (hoax) dimedia sosial adalah dengan melakukan pendekatan kepada masyarakat melalui grup-grup yang ada dimedia sosial, kemudian mensosialisasikan tentang tindak pidana apabila menyebarkan berita bohong yang sudah dijelaskan dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas UndangUndang Nomor 11 Tahun 2008 mengenai penyebaran berita bohong (hoax) di Media Sosial.
2.	Pola Penyebaran Hoax Melalui Media Sosial (Studi Kasus Penyebaran Informasi Wabah Covid-19 di Kota Ambon) (Masi, Lestaluhu, and Bandjar 2022)	Pola penyebaran informasi Hoax melalui media sosial di Kota Ambon diketahui memiliki pola user generated content atau pengirimnya dari pengguna media sosial itu sendiri yang secara sengaja menyebarkan

		pada orang lain dengan tujuan memberitahukan informasi yang baru dan benar. Adapun peran aktor penyebaran informasi hoax dalam penelitian ini cenderung berperan sebagai liassions, starr, dan bridge sebaliknya yang berperan sebagai isolated cenderung sedikit. Hal ini sangat mempengaruhi proses penyebaran informasi hoax yang terjadi di Kota Ambon.
3.	Penyebaran Berita Bohong (HOAX) Pada Masa Pandemi Covid-19 dan Upaya Penanggulangannya di Provinsi Maluku (Latupeirissa et al. 2021)	Penyebaran berita bohong (hoax) saat ini merupakan salah satu perbuatan yang sangat meresahkan masyarakat, teristimewa dilakukan dengan menggunakan media sosial. Terhadap hal demikian, maka pemerintah teristimewa apparat Kepolisian Negara Republik Indonesia dan apparat hukum lainnya perlu melakukan patroli cyber dan mengejar para pelaku penyebar berita bohong (hoax) ini, mengingat telah ada UU ITE yang dapat menjerat para pelaku.
4.	Upaya Dinas Komunikasi Dan Informatika (Diskominfo) Dalam Mengurangi Penyebaran Berita Bohong (Hoax) Pada Media Online Di Samarinda	Upaya yang dilakukan oleh diskominfo Kalimantan Timur dalam mengurangi penyebaran berita bohong (hoax) pada media online di Samarinda cukup optimal, yaitu melalui Sosialisasi anti hoax berupa dialog publik ke TVRI dan RRI,

	(Devi 2019)	sosialisasi ke sekolah MTs Negeri Samarinda dan melakukan sosialisasi dengan menghadirkan pelajar dan masyarakat yang bertempat di Gor Segiri, serta melakukan sosialisasi di Kantor Gubernur Kaltim. Selain itu pula Diskominfo berupaya mengurangi hoax melalui Penggagasan Deklarasi Anti Hoax yang telah dilaksanakan di Gor Sempaja Samarinda , dan upaya lainnya dari Diskominfo adalah Pembentukan Forum Anti Hoax yang dimotori oleh Jurnalis anti hoax untuk membuka forum diskusi antara masyarakat dengan Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kaltim.
5.	Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Dan Informatika Jawa Timur Dalam Mencegah Penyebaran Berita Hoax Di Media Sosial (Rurky 2017)	Strategi komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Timur dalam mencegah penyebaran berita hoax di media social adalah dengan menerima informasi dari pemberitaan media massa melalui sumber-sumber terpercaya dan melalui liputan dari reporter dari kominfo Jatim sendiri. dan juga melalukan koordinasi dengan pihak luar kominfo Jatim untuk saling bekerjasama dalam penerimaan informasi. Proses Seleksi, evaluasi dan analisis informasi yang dilakukan Kominfo jatim sebelum

		melakukan publikasi informasi melalui media sosial akan dilakukakan penyeleksian ulang terkait kriteria informasi yang sesuai dengan kebijakan informasi dari kominfo jatim. Proses Penyimpanan Informasi, semua informasi hoax yang telah dikumpulkan oleh kominfo jatim pada website yang dimilikinya akan distribusikan / dipublikasikan kepada masyarakat melalui media sosial kominfo jatim setelah proses penerimaan informasi dan proses penyeleksian informasi
6.	Upaya Dan Strategi Pemerintah Dalam Menanggulangi Berita Bohong (Hoax) Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif (Studi Pada Dinas Komunikasi Informatika Dan Statistik Provinsi Lampung) (Silvia 2021)	Upaya yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung ada 2 upaya yang dilakukan yaitu upaya preventif (pencegahan) seperti melakukan edukasi, sosialisasi kepada masyarakat tentang bahaya hoax dan upaya represif (penindakan) yaitu melakukan cek dan ricek untuk mengetahui kebenaran suatu informasi, melakukan penegakan hukum dengan pemberian hukuman sesuai hukum yang berlaku, melakukan klarifikasi terhadap informasi yang tidak benar. Strategi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung menyampaikan

		informasi positif sehingga meminimalisir munculnya informasi yang menyesatkan, melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat dan Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung juga ada call center untuk menanyakan kebenaran informasi dan melaporkan informasi yang diindikasi hoax.
7.	Upaya Pemerintah Indonesia Mengendalikan Berita Palsu (Arwendria and Oktavia 2019)	Hasil menunjukkan bahwa yang diperlukan untuk mengendalikan berita palsu yakni dengan membuat masyarakat bersikap sehat di dunia maya. Pemerintah harus berkerja sama dengan berbagai organisasi untuk melakukan sosialisasi dan edukasi pemanfaatan konten informasi di dunia maya. Selain itu, pemerintah juga perlu membentuk lembaga khusus yang bertugas mengawasi peredaran berita di internet dan menguji kebenarannya.
8.	Pencegahan Berita Hoax di Masyarakat Pedesaan Dengan Menggunakan Metode Edukasi (Rizki, Akmelia et al. 2021)	Perkembangan gadget dan media massa dalam arus penyebaran informasi tentu merubah gaya hidup masyarakat dalam cara berinteraksi. Hadirnya berita hoax serta penyebarannya yang bergitu ersam tentu dapat membuat kegaduhan serta tingkat solidaritas dan kerukunan antar

		masyarakat semakin terkikis karena kurangnya pemahaman terkait pencegahan hal tersebut. Oleh karena itu pemberian edukasi tentang pencegahan berita hoax baik itu berbentuk media, seminar dan dalam bentuk lainnya sangat diperlukan guna memberikan pemahaman terhadap masyarakat khususnya mereka yang masih awam dan tinggal di lingkungan terpencil.
9.	Pencegahan Penyebaran Hoax Melalui Media Sosial Pada Masyarakat Desa (Setyawan and Sulistyawati 2020)	Kearifan ersa masyarakat naga kisar yang digunakan untuk Mencegah dan menyelesaikan permasalahan penyebaran berita bohong ini adalah dengan cara Musyawarah / rembugan, berdasarkan wawancara dengan bapak kepala desa peristiwa ini diselesaikan ersama dengan cara bermusyawarah/rembugan dimana masyarakat dan warga yang difitnah melakukan perbuatan sesat begu ganjang serta warga yang dianggap menyebarkan fitnah/ berita bohong di kumpulkan oleh kepala desa, babinsa dan polisi di kantor kepala desa. Dimana musyawarah ini di pimpin langsung oleh Kepala Desa
10.	Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemerintah Indonesia Dalam	Pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam

	Penanggulangan Hoax (Studi Kualitatif Deskriptif Laman Aduankonten.Id Kementerian Komunikasi Dan Informatika (Nugraha 2019)	melakukan penanggulangan hoax di Indonesia yaitu dengan membuat pondasi utama penanggulangan hoax melalui undang-undang no 19 tahun 2016 perubahan undang-undang Informasi Transaksi Elektronik (ITE) mengenai larangan dalam menyebarkan informasi hoax dengan tujuan agar bagi siapapun yang menyebarkan hoax dapat dikenai pidana. Membentuk tim digital forensic di bawah naungan Dirjen Aplikasi Informatika yang bertugas untuk mengawasi, menganalisa dan menindak semua jenis informasi hoax dan konten negatif yang terdapat di media sosial maupun di laman internet yang bekerja selama 24 jam. Melakukan sosialisasi menggunakan media sosial dan terjun langsung kepada masyarakat untuk melakukan himbauan dalam mengantisipasi informasi hoax dengan cara melakukan self censorship pada diri sendiri dan mengajak masyarakat untuk ikut serta melaporkan ke laman aduankonten.id apabila menemukan informasi hoax tersebut.

2.2. Tinjauan Umum Tentang Komunikasi Publik

Komunikasi publik merupakan penyampaian informasi atau pesan berupa ajakan, ide dan gagasan kepada khalayak (masyarakat ramai) yang tidak bisa dikenali satu persatu oleh komunikan. Komunikasi publik menurut (A. Devito 1997), yaitu komunikasi yang ditujukan kepada semua orang yang menonton dan membacanya atau informasi yang ditujukan kepada khalayak ramai menggunakan pemancar-pemancar audio maupun visual.

Menurut Moke dalam (Srisadono 2018) komunikasi publik merupakan strategi atau kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menyediakan informasi serta untuk meninngkatkan kepeduliaan dan mempengaruhi sikap kepada khalayak ramai. Menurut (Muhammad 2011) mengartikan komunikasi publik sebagai pertukaran informasi berupa ide atau ajakan dengan sejumlah orang di dalam organisasi maupun di luar organisasi, menggunakan komunikasi verbal maupun non-verbal contohnya secara bertatap muka atau melalui media. Serta terkadang, informasi tersebut berupa virtual. Beberapa pendapat tentang komunikasi pub lik yang sudah disampaikan bisa ditarik kesimpulan bahwa komunikasi publik merupakan salah satu diantaranya suatu tipe komunikasi yang membuktikan dimana suatu proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan di depan khalayak ramai, dalam suatu kondisi bertatap muka maupun virtual.

Menurut Paisley dalam (Fadhal 2020) menyebutkan Komunikasi publik memiliki pengertian sebagai berikut: (1) tujuan komunikasi mengubah kepercayaan seseorang dan control social; (2) Metode yang digunakan menggunakan media massa, iklan, online dan sebagainya; (3) Perubahan untuk lebih baik. Platform yang digunakan menggunakan media sosial yang sedang popular agar informasi tersebut dapat berkembang dan memiliki dampak yang besar. Tujuan dari komunikasi publik yaitu untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas baik menggunakan media sosial maupun secara langsung atau beberapa orang serta dapat memberikan pengetahuan baru. Serta sangat penting menjaga hubungan baik antara perusahaan atau

organisasi tertentu dengan publik internal maupun eksternal, supaya tidak terjadi rintangan psikologis maupun rintangan lainnya.

Serta di dalam komunikasi publik ada yang namanya komunikasi publik internal dan komunikasi publik eskternal. (1) Komunikasi Publik Internal menurut (Sulistiani and Wijaya 2021) merupakan jembatan antara perusahaan dengan publik eksternal, publik yang ada dalam perusahaan seperti karyawan dan manajemen. Dengan manjalin komunikasi yang baik dengan pihak publik tujuan perusahaan menjadi lebih mudah terwujud. (2) Komunikasi Publik Eksternal Menurut (Sulistiani and Wijaya 2021), komunikasi keluar dengan stakeholder, komunikasi publik eksternal mempunyai pengaruh yang sangat kuat, karena pengaruh tersebut diperlihatkan mellaui penilaian atau opini yang berkembang.

Komunikasi publik dapat bertujuan untuk penggerak orang lain untuk mengerjakan sesuatu misalnya sosialisasi berskala besar dan menurut (Alkatiri, Nadiah, and Nasution 2020) yaitu untuk memberikan informasi kepada sejumlah orang yang besar atau bisa dikatakan kepada organisasi mengenai aktivitas-aktivitas organisasi dan hasil dari produksi organisasi tersebut. Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 9/2015 dalam (Fadhal 2020) memaparkan tujuan dari komunikasi publik pemerintah yaitu: menyebarluaskan informasi kepada publik secara cepat dan tepat serta dapat menyerap aspirasi publik.

2.3. Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut; strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya (Effendy 2003) Demikianlah pula strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktik harus dilakukan.

Dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung situasi dan kondisi seperti halnya dengan kondisi (Effendy 2003).

Strategi Diskominfo dalam menangani berita hoax sendiri dengan cara sosialisasi pada masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk mengajak masyarakat Kota Batu dan seluruh komponen masyarakat untuk memerangi berita hoax atau kabar bohong yang sering terjadi di kalangan masyarakat. Acara ini bekerja sama dengan kepolisian karena peran serta Polri dalam memerangi hoax sangat dibutuhkan, sesuai dengan teori, koordinasi dan kolaborasi. Dalam kegiatan ini Kapolres AKBP Budi Hermanto mengungkapkan penyebaran berita hoax merupakan kejahatan dengan tujuan tertentu dan merugikan banyak pihak, harap kepada seluruh peserta agar menyampaikan hasil yang didapat dari kegiatan ini kepada seluruh pihak sehingga dapat bermanfaat bagi Kota Wisata Batu.

Menurut (Effendy 2003), strategi adalah perencanaan atau planning dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang hanya dapat dicapai melalui taktik operasional. Sebuah strategi komunikasi hendaknya mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran. Strategi komunikasi mendefinisikan khalayak sasaran, berbagai tindakan yang akan dilakukan, mengatakan bagaimana khalayak sasaran akan memperoleh manfaat berdasarkan sudut pandangnya, dan bagaimana khalayak sasaran yang lebih besar dapat dijangkau secara lebih efektif.

Dalam strategi komunikasi perlu mempertimbangkan berbagai komponen dalam komunikasi karena komponen-komponen itulah yang mendukung jalannya proses komunikasi yang sangat rumit. Lima komponen utama komunikasi yang menjadi pusat kajian dalam strategi komunikasi yaitu:

1. Komunikator

   Komunikator merupakan pihak yang menjalankan proses strategi komunikasi. Untuk menjadi komunikator yang baik dan dapat dipercaya oleh komunikator atau khalayak sasaran, maka komunikator harus memiliki daya tarik serta kredibilitas.

2. Pesan Komunikasi

Pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada khalayak sasaran dalam strategi komunikasi pastinya memiliki tujuan tertentu. Tujuan inilah yang menentukan teknik komunikasi yang akan dipilih dan digunakan dalam strategi komunikasi. Dalam strategi komunikasi, perumusan pesan yang baik dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi khalayak sangatlah penting. Pesan yang dirumuskan oleh komunikator hendaknya tepat mengenai khalayak sasaran.

3. Media Komunikasi

Kita telah mengetahui dan memahami berbagai pengertian media menurut para ahli, pengertian media massa menurut para ahli, serta pengertian media sosial menurut para ahli. Kesimpulan dari semua pengertian terkait media adalah bahwa media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi. Media komunikasi kini tidak lagi terbatas pada media massa yang memiliki beberapa karakteristik media massa masing-masing. Kehadiran internet sebagai media komunikasi telah melahirkan berbagai media komunikasi modern baru. Dalam strategi komunikasi, kita perlu mempertimbangkan pemilihan media komunikasi yang tepat dan dapat menjangkau khalayak sasaran dengan tepat dan cepat. Pemilihan media komunikasi dalam strategi komunikasi disesuaikan dengan tujuan yang hendak dicapai, pesan yang akan disampaikan, serta teknik komunikasi yang digunakan.

4. Khalayak Sasaran

Dalam strategi komunikasi, melakukan identifikasi khalayak sasaran adalah hal penting yang harus dilakukan oleh komunikator. Identifikasi khalayak sasaran disesuaikan dengan tujuan komunikasi.

5. Efek/Pengaruh

Efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang. Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau

penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

2.4. Tinjauan Umum tentang Hoax

Menurut pendapat Werme dalam (Nurlatun, Nayoan, and Pangemanan 2021) mendefinisikan pengertian hoax sebagai suatu berita palsu yang mengandung berbagai informasi yang memang sengaja untuk menyesatkan orang-orang dan juga memiliki agenda politik. Menurut (Silverman 2015), hoaks merupakan sebagai rangkaina informasi yang memang sengaja disesatkan tetapi "dijual" sebagai kebenaran. Menurut Ireton, Posetti dan UNESCO 2018 mendefinsikan fake news sebagai berita palsu yang mengandung informasi yang sengaja menyesatkan orang dan memiliki agenda politik tertentu. Hoax bukan sekedar minsleding alias menyesatkan informasi dalam fake news juga tidak memiliki landasan factual tetapi disajikan seolah-olah sebagai serangkaian fakta.

Menurut (Walsh 2006) dalam buku sins against Science; *The Scientific Media Hoaxes Of The Peo*, Twain dan others, merupakan istialah dalam bahasa inggris yang masuk sejak era industri diperkirakan kali pertama muncul pada tahun 1808.

Asal kata "hoax" sendiri diduga telah ada sejak ratusan tahun lalu sebelumnya, yakni "hacus" dari mantra "hocus posus". Berasal dari bahasa latin "hoc estorpus" yang artinya "ini adalah tubuh" frasa ini kerap disebut oleh pesulap serupa, "sim salabim". Kata hocus digunakan penyihir guna mengklaim kebenaran padahal sebetulnya mereka sedang menipu.

Hoax adalah suatu istilah yang digunakan untuk menunjukkan informasi palsu atau kejahatan yang menggunakan berita palsu dan mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu yang mereka tunjukkan dalam media sosial seperti facebook, twitter, whatsapp, instagram, dll

Dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 28 ayat (1) dan ayat (2) mengenai perbuatan menyebarkan berita hoax pada media sosial, antara lain;

1. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik
2. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulakna rasa kebencian atau permusuhan individu dan/kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, ras, agama dan antar golongan (SARA).

Bentuk-Bentuk Hoax:

1. Tulisan

Perkembangan teknologi saat ini telah dimanfaatkan oleh beberapa pihak yang tidak bertanggung jawab. Mudahnya masyarakat dalam mengakses informasi membuat para pelaku mudah untuk membuat kejahatan. Dalam beberapa kasus pelaku kejahatan ini menggunakan media sosial untuk membuat tulisan berita hoaks agar viral di masyarakat melalui Facecook, instagram, whatsaap. Berdasarkan survey bahwa ada tiga bentuk hoaks yang sering ditemukan di berbagai media sosial berbentuk tulisan, foto dan caption palsu dan berita foto, video lama yang diposting ulang. Dapat dilihat bahwa konten hoaks pun wujudnya sudah dalam berbagai macam media, mengahadapi segala bentuk informasi terkadang banyak dari kita yang kesulitan membedakan berita baik, berita buruk atau berita hoaks

2. Gambar

Bentuk lain dari penyeberan hoak yang digunakan adalah dengan menggunakan gambar yang tidak jelas berasal dari mana abhkan gambar yang asli sangat berbeda dengan gambar aslinya, atau foto yang telah dimanupulasi penyebar hoaks ini menggunakan media sosial atau media mainstream. Menurut penelitian dari (Astrini 2017) dalam jurnal Transformasi No 32 Tahun 2007 “Hoaks dan Banalitas Kejahatan” yang mengungkapkan bahwa penyebaran berita hoaks di media sosial tidak terjadi begitu saja tanpa kepentingan yang melatarbelakangi. Ada kepentingan dibaliknya politik, kekuasaan dan ekonomi (industi dan bisnis hoaks), ideologis, sentiment pribadi dan iseng. Bentuk konten hoak

berupa gambar 37% hal ini diakibatkan masyarakat menyukai hal-hal yang menghebohkan pada dasarnya sangat berbahaya.

3. Video

Penipuan informasi di media sosial bukan lagi hal baru yang terjadi, masih banyaknya kabar bohong yang tidak sesuai dengan fakta. Ada pula upaya pengeditan video, dipotong-potong beberapa bagian hanya untuk mendapatkan tujuan yang hendak dicapai seperti viral atau agar banyak penonton, kasus ini banyak terjadi di platform video online Youtube, Facebook dan Instagram. Perkembangan jurnalisme media tentu rentang dengan penyebaran berita hoaks. Hal ini disebebakan mudahnya informasi untuk disebarkan dengan berbagai bentuk tulisan, foto atau video yang belum jelas sumbernya. Umumnya berita hoaks menyebar di aplikasi chatinng seperti Whatsaap, Facebook dan aplikasi chating lain.

Hoax merupakan Suatu berita atau pernyataan yang memiliki informasi tidak valid atau berita palsu yang tidak memiliki kepastian yang sengaja disebarluaskan untuk membuat keadaan menjadi lebih heboh dan menimbulkan ketakutan. Adanya berita Hoaks itu sendiri menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat apalagi yang berhubungan dengan politik. Dampak yang dapat ditimbulkan yaitu:

1. Hoaks Membuat Waktu Tidak Berjalan dengan EFektif

Seperti yang dikutip dari cmsconnect.com, menyatakan bahwa dengan melihat hoaks di sosial media mengakibatkan kerugian bagi individu maupun kelompok. Misalnya saja saat berada di tempat kerja satu orang yang sudah mengetahui kabar berita yang belum tentu kebenarannya hoaks menyebarkan pada teman kerjanya kemudian mereka berbicara mengenai kabar berita tersebut padahal di waktu itu seharusnya mereka bekerja bukannya malah membicarakan berita yang belum jelas kebenarannya. Disitu bisa dilihat kerugiaan apa saja yang ditimbulkan oleh kabar hoaks tersebut. Kerugiaan yang ditimbulkan yaitu mereka kehilangan waktu yang seharusnya digunakan untuk bekerja malah digunakan untuk membicarakan hal yang tidak penting dan itu

juga mempengaruhi hasil produktivitas. Dengan penurunan produktivitas maka yang dihasilkan semakin berkurang sedikit demi sedikit atau bahkan dengan jumlah yang besar.

Sebuah Studi Universitas Stanford menunjukkan anak muda terutama remaja atau mahasiswa minilai kebenaran berita dari detail konten seperti jumlah besarnya foto, panjang artikel, dan lain lain. Penelitian ini dilakukan kepada 7.840 siswa dari berbagai latar belakang. Responden diminta untuk memberikan evaluasi terhadap konten berita yang ditujukan. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa anak muda lebih memperiotaskan isi artikel daripada sumber berita. Hal ini menjadi alasan kenapa anak muda sangat rentang sekali dengan berita hoaks.

2. Hoaks Sebagai Pengalihan Isu

Di media sosial ataupun internet dimanfaatkan sebagai pelancar aksi kejahatan mereka. Apalagi saat musim pemilihan gubernur, presiden, bupati pasti akan sangat banyak isu-isu yang beredar dari isu yang benar sampai isu yang tidak benar karna hanya ingin menjatuhkan kandidat lain, kemudian isu tersebut bercampur aduk. Sebagai contohnya isu yang menerpa presiden kita Joko Widodo, hoaks yang menerpa Joko Widodo tidak hanya sekali tetapi sudah berkali-kali bahkan sering. Namun beliau menanggapi isu tersebut dengan santai tanpa amarah sedikitpun. Seperti yang dikutip dihalaman detik news presiden Joko Widodo mengatakan

"saya udah 4 tahun urusan begitu. Saya biasa-biasa saja, tapi apakah itu pendidikan yang baik? Mencela dan memfitnah. Sejak 2014, presiden Joko Widodo PKI, coba. PKI itu dibubarkan tahun 65, 66 saya lahir tahun 61. Masa umur baru 4 sudah aktifis PK masa ada PKI balita," ujarnya.

3. Penipuan Publik

Biasanya penipuan ini bertujuan untuk menarik simpati masyarakat yang percaya dengan hoaks tersebut. Misalnya, kasus yang terjadi beberapa waktu lalu yaitu sebuah pesan yang beredar lewat aplikasi chat whatsapp berisi pesan pembukaan pendaftaran CPNS nasional. Setelah berita hoaks tersebut Viral tersebar, akhirnya pemerintah memberikan

klarifikasi bahwa pemerintah tidak membuka pendaftaran CPNS pada waktu itu.

4. Pemicu Kepanikan Publik

Hoaks yang satu ini memuat berita yang merangsang kepanikan khalayak publik. Salah satu contohnya adalah hoax tentang kecelakaan hilangnya pesawa Garuda Indonesia dengan tujuan Jakarta-Palu. Hingga pada akhirnya media online maupun media massa harus mengklarifikasi berita tersebut agar masyarakat tidak panik maupun percaya dengan hoaks tersebut.

5. Pemicu Perpecahan

Berita sering bermuatan isu tindakan yang mengatasnamakan identitas golongan tertentu seperti suku, ras, agama. Kelompok Saracen juga bermain di tema ini. Mereka bisa menyebarkan konten-konten bernada SARA. Alhasil, masyarakat akan terpecah belah karenanya. Masyarakat tidak bisa membedakan isu mana yang benar dan hoaks. Menteri Agama Lukman Hakim Saifuddin pernah mengatakan bahwa persatuan Indonesia tidak goyah hanya karena provokasi dan hasutan.

2.5. Tinjauan Umum tentang Kebijakan Penanganan Hoax di Indonesia

Perkembangan teknologi informasi saat ini sangat pesat, hal ini menjadi pendorong utama kecepatan penyebaran informasi di Indonesia khususnya. Teknologi merupakan peralatan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai sosial yang memungkinkan individu untuk mengumpulkan, memproses, dan saling tukar menukar informasi. Teknologi komunikasi dan informasi merupakan sebuah penemuan baru dalam aspek kehidupan dimana setia individu dapat menggunakan, mengakses dan memberikan segala informasi kepada orang lain secara universal. Hal ini tentunya memudahkan masyarakat untuk mengaskses informasi mengenai berbagai macam hal. Namun sering kali informasi maupun berita yang berada di media sosial merupakan suatu kebohongan atau apa yang sering disebut dengan hoax.

Hoax adalah suatu pemberitaan yang tidak benar yang bertujuan untuk keuntungan ekonomi dan keuntungan politik, bagi orang yang

menyebarkannya. Peberitaan berita hoax ditujukan juga untuk menipu orang lain yang menjadi konsumen dari informasi tersebut. Hoax berasal dari istilah dalam bahasa Inggris yang masuk sejak era industry yaitu kisaran tahun 1808. Kata hoax berasal dari istilah "hocus pocus" yang aslinya merupakan bahasa latin "hoc est corpus" frasa ini sering digunakan oleh penyihir untuk mengklaim bahwa sesuatu benar-benar terjadi, padahal hal tersebut tidak dapat dibuktikan kebenarannya. Pemberitaan berita hoax dialarang secara tegas di dalam peraturan di Indoensia yaitu diatur dalam Pasal 28 ayat 1 UU ITE yang berbunyi sebagai berikut:

"Setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik".

UU ITE tidak memberikan penjelasan mengenai terminologi "berita bohong dan menyesatkan" Frasa "menyebarkan berita bohong" memiliki ketentuan yang sama dengan ketentuan dalam Pasal 390 Kitab Undang Undang Hukum Pidana (KUHP).

Hoax telah menjadi fenomena di Indonesia yang sengaja disebarkan secara masif dengaan tujuan untuk supaya seolah benar. Masyarakat Indonesia yang memiliki tingkat penggunaan media sosialnya tinggi, menjadikan masyarakat Indonesia sangat mudah untuk menyebarkan dan mendapatkan informasi. Pemerintah yang berwenang untuk membuat kebijakan harus lebih serius dalam mencari dan menemukan solusi untuk mengatasi permasalahan penyebaran berita hoax tersebut. Saat ini bukti bahwa pemerintah serius dalam mengatasi permasalahan penyebaran hoax yaitu dengan membuat peraturan perundangan menegenai penyebaran berita hoax yang sengaja disebarkan sehingga menimbulkan kerugian bagi pihak yang telah membaca dan percaya terhadap berita tersebut. Dalam "Cambridge dictionary, kata hoax berarti suatu tipuan dan lelucon. Kegiatan menipu, rencana menipu, trik menipu disebut dengan hoax". Pada situs hoaxes.org dalam konteks budaya mengarah pada pengertian hoax sebagai aktifitas menipu: Ketika sebuah surat kabar dengan sengaja mencetak cerita palsu, kami menyebutkan tipuan. Sistem pemerintah demokrasi adalah "sistem yang kita pilih dengan mengedepankan kebebaskan sebagai wujud kebebasan

berekspresi, dengan pilihan sistem ini kita telah memilih pers yang bebas, masyarakat yang melek media dan aktif dalam berpendapat serta kita harus menerima segala bentuk pengabaian fakta yang seakan dianggap remeh".

Saat ini pemanfaatan media sosial di Indonesia mengalami perkembangan yang luar biasa penggunanya pun terus berkembang pesat, Barry Welman mengungkap salah satu alasannya adalah bahwa dalam suatu jejaring sosial (sosial media) tidak ada batasan hierarki dalam berkomunikasi yang terjadi di dalamnya. Masyarakat dan jejaring sosial (social network society) tumbuh karena kebutuhan untuk mengekspresikan ide-ide dan pemikiran manusia yang berkaitan dengan situasi politik, ekonomi, sosial dan budaya yang disebabkan oleh penyebaran jaringan dan teknologi digital. Atas nama kebebasan, warganet seringkali lupa diri. Media sosial saat ini dipenihi dengan beragam Hoax, isu isu SARA, ujaran kebencian (hate speech), provokasi, fitnah, sikap intoleren, anti Pancasila dan keadaan cukup memprihatinkan, dimana akhir-akhir ini penyebaran hoax, ujaran kebencian, isu Sara, dan bentuk-bentuk intoleransi lainnya begitu luas tersebar di jejaring media sosial, bahkan mulai mengancam keutuhan bangsa.

Selain media sosial, tidak sedikit pula media mainstream (cetak dan digital) yang terjebak dalam Hoax, bahkan ada yang menebarkan berita dan informasi palsu sebagai tujuan politik. Misalnya satu media mengatakan ekonomi Indonesia membaik, sementara media lain mengatakan ekonomi terpuruk, meskipun wartawan dari kedua media itu melakukan peliputan peristiwa dan fakta yang serupa. Kondisi tersebut membuat tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap media mainstream mengalami penurunan sebagai akibat dari pemberitaan yang berbeda-beda dan cenderung mengikuti selera dan pesanan pemiliknya. Alhasil, turunnya tingkat kepercayaan masyarakat dan adanya keinginan masyarakat untuk mencari berita- berita alternatif, berhasil dimanfaatkan oleh segelintir pihak dengan membuat Hoax untuk mendapatkan keuntungan ekonomi.

Media sosial menjadi sangat kondusif bagi berita palsu (Hoax). Pertama, di media sosial, biaya untuk memasuki pasar dan memproduksi konten sangat kecil. Strategi jangka pendek ini sering diadopsi oleh produsen

berita palsu tentu saja dengan mengabaikan kualitas. Kedua, format media sosial yang dapat menyulitkan untuk menilai kebenaran artikel atau informasi. Ketiga, faktor ideologis. bahwa dalam jaringan pertemanan seperti Facebook orang-orang jauh lebih mungkin untuk membaca dan berbagi artikel berita yang selaras dengan posisi ideologi mereka. Faktor lain yang mempengaruhi maraknya Hoax adalah faktor literasi media masyarakat sebagai pengguna aktif media sosial. Derasnya gelombang Hoax disebabkan oleh rendahnya tingkat literasi pengguna media sosial dan media daring di Indonesia. Masyarakat Indonesia sebagai pengguna aktif media sosial dan media daring merupakan salah satu masyarakat yang perkembangan tanpa melewati tahapan literasi.

Di dunia maya banyak tersebar berita hoax atau berita sampah euphoria dalam facebook dan twitter serta jejaring lainnya memberikan runag untuk ajang saling menuding dan saling fitnah yang tidak disertai oleh fakta, fitnah telah menjadi hal biasa di kalangan yang telah terbiasa dengan hal tersebut dengan mengutamakan tujuan-tujuan mereka. Selain itu, berita dengan nilai nol akan ada ataupun berita-berita palsu yang disebarkan melalui jejaring sosial akan mudah tersebar dalam reupload diteruskan oleh pengguna media. Penyebaran berita palsu sudah sangat mengkhawatirkan sehingga pemerintah berulangkali mengingatkan dampak negative dan bahaya dari fenomena tersebut. Saat ini pemanfaat media sosial di Indonesia mengalami perkemabnagan yang amat luar biasa, penggunanya pun tersu berkembang pesat, Barry Welman mengungkap salah satu alasannya adalah bahwa dal suatu jejaring sosial (media sosial) tidak ada batasan hierarki dalam berkomunikasi yang terjadi dibidangnya. Masyarakat jejaring sosial (*social network society*) tumbuh karena kebutuhan untuk mengepresikan ide-ide dan pemikiran manusia yang berkaitan dengan situasi politik, ekonomi, sosial dan budaya yang disebabkan oleh penyebaran jaringan dan teknologi digital.

Atas nama kebebasan, netizen, seringkali lupa diri. Media sosial saat ini dipenuhi dengan beragam Hoax, isu-isu SARA, ujaran kebencian (*hate speech*), provokasi, fitnah, sikap, inteloran, anti Pancasila dan keadaan cukup memprihatinkan, dimana akhir-akhir ini penyebaran Hoax, ujaran kebencian,

isu SARA, dan bentuk-bentuk intoleransi lainnya begitu luas tersebar di jejaring media sosial, bahkan mulai mengncam keutuhan bangsa. Selain media sosial, tidak sedikit pula media mainstream (cetak dan digital yang terjebak dalam Hoax, Bahkan ada yang menebarkan berita dan informasi palsu sebagai tujuan politik.

Berdasarkan data Kementrian Komunikasi dan Informatika sebagaimana dilansir di media media, terdapat sekitar 800 ribu situs yang memproduksi Hoax di internet. Subdirektorat Cyber Crime Polda Metrojaya menyebut sekita 300 konten media sosial menyebarkan Hoax, yang kebanyakan diproduksi para buzzer politik yang tidak jarang menggunakan nama menyerupai media yang terverivikasi. Kondisi tersebut membuat tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap media mainstream mengalami penurunan sebagai akibat dari pemberitaan yang berbeda-beda dan cenderung mengikuti selera dan pesanan pemiliknya. Sehingga, terjadi penurunan tingkat kepercayaan masyarakat dan adanya keinginan masyarakat untuk mencari berita-berita alternatif, berhasil dimanfaatkan oleh segelintir pihak dengan membuat Hoax untuk mendapatkan keuntungan ekonomi.

Hunt Allcot dan Matthew Genzkow 14menyebut beberapa alas an mengapa platform media sosial menjadi sangat kondusif bagi berita palsu (Hoax). Pertama, di media sosial, biaya untuk memasuki pasar dan memproduksi konten sangat kecil. Strategi jangka pendek ini sering diadopsi oleh produsen berita palsu tentu saja dengan mengabaikan kualitas. Kedua, format media sosial yang dapat menyulitkan untuk menilai kebenaran artikel/informasi. Ketiga, faktor ideologis. bahwa dalam jaringan pertemanan seperti Facebook orang-orang jauh lebih mungkin untuk membaca dan berbagi artikel berita yang selaras dengan posisi ideologi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa orang-orang yang mendapatkan berita dari Facebook (atau media sosial lainnya) cenderung tidak akan menerima bukti tentang keadaan sebenarnya.

Apabila ditelusuri dalam peraturan perundang- undangan yang ada, maka tidak ada satu pun yang menyebutkan kata Hoax. Hoax adalah istilah yang diambil dari Bahasa Inggris yang dikenal setelah ramai-ramai

masyarakat memperbincangkan berbagai berita informasi palsu/tidak benar di media sosial". Dalam hal ini siapa yang berwenang menilai bahwa informasi atau peristiwa tertentu itu adalah Hoax, apalagi jika perbuatan penyebaran terhadap permasalahan atau peristiwa tersebut dilakukan di media, baik itu cetak maupun digital, menggunakan komputer dan internet, tentunya hal tersebut semakin menambah pemahaman kita bahwa perbuatan penyebaran informasi atau peristiwa yang tidak benar tersebut, tidak lagi menjadi sesederhana seperti halnya jika perbuatan tersebut dilakukan secara verbal.

Seandainya saja kemudian Hoax itu dikategorikan sebagai berita bohong/kabar tidak pasti/kabar yang berkelebihan/kabar yang tidak lengkap maka dalam sistem hukum Indonesia, terdapat beberapa peraturan perundang-undangan yang saat ini menjadi rujukan untuk mengatur mengenai permasalahan Hoax ini yang justru memiliki kualifikasi perbuatan yang berbeda,dengan pertanggungjawaban hukum yang berbeda pula, yaitu Undang-undang No. 1 Tahun 1946 Tentang Peraturan Hukum Pidana, dan Undang-undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Selanjutnya disebut UU ITE). Selain undang-undang, juga terdapat Peraturan Menteri yang terkait dengan penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif yaitu Permen Komunikasi dan Informatika No. 19 tahun 2014. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 1946 mengatur tentang perbuatan Hoax atau yang memiliki kualifikasi Hoax pada Pasal 14 dan Pasal 15. Pasal 14 (1) Barang siapa, dengan menyiarkan berita atau pemberitahuan bohong, dengan sengaja menerbitkan keonaran dikalangan rakyat, dihukum dengan hukuman penjara setinggi- tingginya sepuluh tahun. Pasal 14 (2) berbunyi:

"Barangsiapa menyiarkan suatu berita atau mengeluarkan pemberitahuan yang dapat menerbitkan keonaran dikalangan rakyat, sedangkan ia patut dapat menyangka bahwa berita atau pemberitahuan itu adalah bohong, dihukum dengan penjara setinggi- tingginya tiga tahun".

Pasal 15 menyatakan:

"Barangsiapa menyiarkan kabar yang tidak pasti atau kabar yang berkelebihan atau yang tidak lengkap, sedangkan ia mengerti setidak-tidaknya patut dapat menduga bahwa kabar demikian akan atau sudah dapat menerbitkan keonaran dikalangan rakyat, dihukum dengan hukuman penjara setinggi-tingginya dua tahun".

UU ITE mengatur perbuatan Hoax atau yang dikualifikasikan Hoax pada Pasal 28. Pasal 28 ayat (1) setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik. Pasal 28 ayat (2) setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA). Pada Pasal 45A disebutkan bahwa:

"(1) Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). (2) Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)".

UU ITE belum memberikan penjelasan yang komperhensif mengenai terminologi berita hoax dan menyesatkan tersebut. Justru jika dikaji lebih jauh, mengenai "berita hoax" juga memiliki pengertian yang berbeda-beda anatar seorang dengan yang lainnya dalam konteks tertentu, maksudnya adalah bagaimana jika seseorang tidak mengetahui bahwa berita yang disebarnya merupakan berita bohong dan ia tidak secara sadar mengetahui bahwa hal tersebut adalah berita hoax. Di lain sisi ruang lingkup dari kalimat "menyesatkan" sangatlah luas, tidak dijelaskan sejauh apa efek dan dampak menyesatkan itu. Hal-hal inilah yang akan menimbulkan multi tafsir yang pada muaranya yaitu terjadi kekaburan hukum atau kekaburan norma. Dalam perspektif Hukum Positif, hoaks merupakan informasi yang tidak bertanggung tidak bias dipertanggung jawabkan, yang dengan sengaja dan tanpa hak disebarkan oleh pelakunya yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA), Hukumannya adalah penjara setingg-tingginya sepuluh tahun.