

Peranan Saluran Komunikasi Massa dalam Upaya Menekan Peredaran Berita Hoaks di Masyarakat

Ahmad Husein¹, Masrona Harahap², Khoirunnas Adlani³ Syarief Mulia Siregar⁴ Siti
Fadilah⁵ Winda Kustiawan⁶

¹ *Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera
Utara*

ahmadhsn.id@gmail.com

Abstract: This study aims to describe how mass communication channels can play a role in suppressing the circulation of hoaxes in society. The scope of this research covers the mass communication channels that exist in Indonesia, starting from the mass media and their types, to how they are used in tackling the rise of hoaxes. The research method used is a literature study of writings in books, journals, scientific articles, and previous research reports. The results obtained from this study, the mass media can suppress the circulation of hoaxes in society with various advantages and capacities of the mass media. In conclusion, mass communication channels play an important role in determining the information received and trusted by the public.

Keywords: Mass Communication Channels, Hoax, Mass Media

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana saluran komunikasi massa dapat mengambil peran dalam menekan peredaran hoaks di tengah masyarakat. Ruang lingkup penelitian ini mencakup tentang saluran komunikasi massa yang ada di Indonesia, mulai dari media massa dan jenis-jenisnya, sampai kepada bagaimana pemanfaatannya dalam menanggulangi maraknya hoaks. Metode penelitian yang digunakan adalah study literature tulisan-tulisan yang ada di buku, ejournal, artikel ilmiah, dan laporan-laporan penelitian terdahulu. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini, media massa dapat menekan peredaran hoaks di masyarakat dengan berbagai keunggulan dan kapasitas yang dimiliki media massa. Kesimpulannya, saluran komunikasi massa berperan penting dalam menentukan informasi yang diterima dan dipercayai oleh masyarakat.

Kata kunci: Saluran Komunikasi Massa, Hoaks, Media Massa

PENDAHULUAN

Pada era society 5.0 peredaran informasi di kalangan masyarakat terjadi sangat cepat. Beragam kabar dan informasi setiap harinya berseliweran ditelinga kita tanpa tau apakah itu benar atau hanya kabar bohong ataupun Hoaks. Penyebar informasi atau kabar, tentu memiliki latar belakang tertentu pula yang membuat dia menyebarkannya. Misalnya saja untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang hal atau isu-isu tertentu, sehingga masyarakat dapat

mengetahuinya untuk kebaikan masyarakat itu sendiri. Namun, ada juga yang menyebarkan informasi bohong guna memperoleh keuntungan untuk dirinya sendiri (Siagian, 2015).

Kabar bohong dinyatakan sebagai informasi berbahaya karena menyesatkan anggapan atau pemahaman manusia dengan mengatasnamakan kabar bohong sebagai kebenaran (Batoebara, Suyani, & Nurafiah, 2020).

Informasi palsu dapat menimbulkan dampak buruk bagi penerimanya, sebut saja Hoaks yang membuat masyarakat menjadi takut dan tertekan setelah mengetahuinya. Contohnya pada saat awal peredaran virus Covid-19. Banyak sekali informasi-informasi palsu yang beredar di masyarakat yang membuat masyarakat menjadi was-was dan takut. Seperti dampak setelah seseorang terpapar covid yang membuat dia bahkan keluarganya dikucilkan oleh masyarakat di sekitar tempat tinggalnya. Akibat dampak buruk tersebutlah, hoaks perlu diberantas peredarannya di masyarakat. Sehingga masyarakat tidak akan salah-salah dalam mengambil tindakan atas informasi yang didapat (Sunandar, 2020).

Hoaks atau berita bohong saat ini telah menjadi masalah besar. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menunjukkan ada lebih dari 800.000 situs yang terindikasi menyebarkan berita dan informasi palsu. Sementara itu, Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) mengungkapkan, ada peningkatan distribusi hoaks secara drastis, dari rata-rata 10 hoaks per bulan pada 2015 menjadi 94 hoaks per bulan atau sekitar tiga hoaks per hari.

Dalam upaya menekan peredaran hoaks di masyarakat media massa merupakan salah satu opsi yang tepat untuk digunakan. Melalui media massa pemerintah ataupun pihak-pihak lain dapat menyampaikan atau menjelaskan informasi yang seharusnya (informasi yang benar) sehingga informasi hoaks itu dapat dihilangkan dari tengah masyarakat (Sekaran et al., 2018).

Media adalah alat atau perantara yang digunakan manusia untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada manusia lainnya dengan jumlah yang sangat banyak namun penyampaian pesan tersebut dapat dilakukan dengan efisien (Makhshun & Khalilurrahman, 2018).

Media massa memiliki peran yang sangat penting dalam penyampaian informasi kepada massa atau orang banyak. Melalui saluran media massa, informasi dapat disampaikan kepada khalayak dengan lebih efektif dan efisien. Baik dari segi waktu, kecepatan informasi dan juga dari segi biaya (E. N. Sari, Hermayanti, Rachman, & Faizi, 2021).

Media massa sendiri terdiri dari media cetak dan noncetak. Koran, majalah, tabloid, bulletin, Koran, surat kabar merupakan contoh dari media massa berbentuk cetak. Sementara yang noncetak ada televisi, radio, dan internet (Abdullah & Puspitasari, 2018).

METODE

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah study literature. Studi Literatur salah satu jenis penelitian yang biasa digunakan dengan cara melakukan penelusuran bahan-bahan atau kajian yang berbentuk tulisan dan sudah pernah dimuat sebelumnya di media cetak maupun media online. Baik itu, di buku, jurnal, artikel, laporan penelitian dan lain-lain. Selain itu kajian literature juga sering disebut dengan kajian pustaka (Sultan & Tirtayasa, 2019). Tidak semua tulisan layak dijadikan sumber kajian, ada kriteria tertentu yang harus dipenuhi. Contohnya jurnal tentu harus sudah rekrreditasi, baik akreditasi internasional maupun nasional. Setelah data-data yang dicari terkumpul, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif untuk menggambarkan hasil penelitian yang didapatkan (Yuliani, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Saluran Komunikasi Massa

a. Pengertian komunikasi massa

Komunikasi massa dapat diartikan dengan memusatkan perhatian pada aspek-aspek yang terlibat dalam tindakan komunikasi dan mengaitkannya dengan operasional media massa. Aspek yang dimaksud adalah sumber, khalayak, pesan, proses, dan konteks. Untuk menyusun dan memproduksi pesan dalam komunikasi massa, membutuhkan biaya yang sangat tidak sedikit karena bekerja dalam institusi yang besar dan tergolong rumit serta melibatkan banyak orang. Dalam komunikasi massa unsur sumber berasal dari organisasi yang dikelola secara profesional sebagaimana perusahaan-perusahaan lainnya yang mengedepankan keuntungan (Siagian, 2015).

Komunikasi massa dapat dilihat dari dua sudut pandang, yakni bagaimana seseorang memproduksi pesan atau kabar dan menyebarkannya melalui media di satu pihak, dan bagaimana orang lain mencari serta mempergunakan pesan-pesan tersebut di pihak lainnya. Sederhananya, komunikasi massa dapat disimpulkan sebagai sebuah proses komunikasi melalui media perantara, yaitu media massa (D. I. Sari, Rejekiingsih, & Muchtarom, 2020).

Dalam komunikasi massa, media massa menjadi salah satu faktor yang dominan. Komunikasi massa banyak dipengaruhi oleh khalayak yang menjadi pengguna media massa. Selain itu, penggunaan komunikasi massa secara umum selain untuk menjalankan fungsi utamanya untuk menyampaikan informasi dan hiburan, komunikasi massa juga dimanfaatkan untuk kepentingan-kepentingan khusus, misalnya sebagai media dakwah. Media massa memiliki keunggulan tersendiri dalam penggunaannya sebagai media dakwah. Dewasa ini, penggunaan media massa sebagai sarana dakwah sangat bervariasi dari segi pengemasan dan substansinya, serta menunjukkan perkembangan positif dari hari ke hari (Suhanti, Puspitasari, & Noorrizki, 2018).

Khalayak komunikasi massa adalah sasaran penyebaran pesan-pesan media massa. Khalayak media massa terdiri atas berbagai ragam individu dan kelompok yang berbeda-beda dan tersebar luas. Khalayak media massa sangat besar dan beragam kondisi dan kepentingan. Media massa biasanya menargetkan khalayak bagi produk yang dihasilkannya (pesan) dengan segmentasi khalayak tertentu. Khalayak media massa dapat mengkonsumsi pesan-pesan media secara serempak dan terbuka (Fatimah, 2018).

Pesan-pesan komunikasi massa mengalir dari sumber ke penerima. Dalam sistem komunikasi massa, proses pengiriman pesan bersifat satu arah. Meskipun dapat dilakukan umpan balik oleh khalayak, namun porsi dan kesempatan yang diberikan sangatlah sedikit jika dibandingkan dengan umpan balik pada sistem komunikasi lainnya, seperti komunikasi antarpribadi. Komunikasi massa berlangsung dalam suatu konteks sosial tertentu. Hal ini menimbulkan terjadinya hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi antara media massa dan masyarakat. Media massa dipandang membawa pengaruh tertentu bagi masyarakatnya, seperti membawa kesadaran dan ide-ide baru, mengajarkan keterampilan, demikian pula masyarakat membawa pengaruh bagi media (Abyan, 2020).

b. Ciri-ciri komunikasi massa

Menurut Wright, komunikasi massa memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Diarahkan pada khalayak yang relatif lebih besar, heterogen, dan anonim.
2. Pesan-pesannya mewakili usaha banyak orang yang berbeda dan disampaikan secara terbuka.

3. Sering dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekaligus.
4. Komunikatornya cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks, yang melibatkan biaya besar dan bekerja lewat suatu organisasi yang rumit (Makhshun & Khalilurrahman, 2018).

c. Peranan komunikasi massa

Komunikasi massa berperan penting dalam fenomena popularitas individu, organisasi, atau lembaga tertentu. Nama-nama populer di masyarakat seperti dari kalangan politik, ekonomi, intelektual, sosial, hiburan, olah raga, dan sebagainya tidak terlepas dari peran pemberitaan media massa. Media massa menampilkan kepandaian, bakat, dan prestasi-prestasi tertentu dari individu sehingga memperoleh perhatian dan apresiasi dari khalayak. Para politisi, pejabat publik, dan petinggi militer, dikenal luas di kalangan masyarakat karena bantuan media massa. Para pekerja seni seperti bintang film, penyanyi, atau presenter lahir dari peran serta media massa dalam meliput dan menampilkannya. Demikian pula dalam profesi atau ajang yang menunjukkan talenta individu lainnya, seperti olahraga, seni, intelektualitas, dan seterusnya (Fatimah, 2018).

Peranan komunikasi massa itu sendiri sebagai cara yang mudah untuk menyampaikan informasi dari pihak satu ke pihak lainnya baik itu untuk individu atau kelompok karena komunikasi massa ini disampaikan secara meluas dan terbuka kepada masyarakat yang jangkauannya tak terhingga intinya peranan komunikasi massa ini sebagai komunikasi bagi masyarakat luas (Siagian, 2015).

d. Fungsi Komunikasi Massa

Di bawah ini terdapat beberapa fungsi dari komunikasi massa (Rahmawan, Wibowo, & Maryani, 2018):

1. Pengawasan

Fungsi pertama komunikasi massa adalah menjadi mata dan telinga bagi mereka yang mencari informasi tentang dunia. Internet, televisi, dan surat kabar adalah sumber utama untuk mengetahui apa yang terjadi di sekitar Anda. Masyarakat mengandalkan komunikasi massa untuk berita dan informasi tentang kehidupan sehari-hari kita, melaporkan cuaca, isu terkini, gosip selebriti terbaru dan bahkan waktu mulai untuk permainan. Apakah Anda ingat Pemboman Marathon Boston yang terjadi pada tahun 2013? Bagaimana Anda mendengarnya? Berkat internet dan ponsel pintar, akses cepat ke informasi ada di ujung jari pengguna. Aplikasi berita telah membuat pengawasan komunikasi massal dapat diakses secara instan dengan mengirimkan pemberitahuan ke ponsel cerdas dengan berita terbaru.

2. Korelasi

Korelasi membahas bagaimana media menyajikan fakta yang kita gunakan untuk bergerak ke seluruh dunia. Informasi yang diterima melalui komunikasi massa tidak obyektif dan tanpa bias. Ironisnya, orang-orang menyatakan "itu pasti benar jika ada di internet". Namun, kami tidak berpikir bahwa dalam generasi yang lalu orang pasti telah tanpa ragu menyatakannya "harus benar" karena sudah ada di radio. Pernyataan ini menimbulkan pertanyaan, seberapa kredibel media tersebut? Bisakah kita mengonsumsi media tanpa mempertanyakan motif dan agenda? Seseorang memilih, mengatur, menafsirkan, mengedit, dan mengkritik informasi yang digunakan di media. Jika Anda bertanya kepada siapa pun yang

bekerja untuk acara TV realitas utama apakah yang kami lihat merupakan representasi yang adil dari apa yang sebenarnya terjadi, orang tersebut mungkin akan menjawab “tidak”.

3. Mobilisasi

Fungsi komunikasi massa untuk memobilisasi orang selama masa krisis (McQuail, 1994). Pikirkan kembali Pemboman Marathon Boston. Terlepas dari hubungan Anda dengan insiden tersebut, orang Amerika merasakan serangan itu sebagai sebuah bangsa dan orang-orang mengikuti berita tersebut sampai mereka menemukan pelakunya. Dengan akses instan ke media dan informasi, kita dapat secara kolektif menyaksikan peristiwa yang sama terjadi secara real time di tempat lain, sehingga memobilisasi banyak orang di sekitar peristiwa tertentu. Komunitas online Reddit.com adalah contoh utama dari proaktif internet. Saat FBI sedang menyelidiki pemboman tersebut, komunitas Reddit memposting foto saksi dan mencoba membantu mengidentifikasi pelakunya. Orang-orang merasa mereka membuat perbedaan.

4. Validasi

Fungsi komunikasi massa untuk memvalidasi status dan norma individu, gerakan, organisasi, atau produk tertentu. Validasi orang atau kelompok tertentu berfungsi untuk menegakkan norma sosial (Lazarsfeld & Merton). Jika Anda berpikir tentang kebanyakan drama televisi dan komedi situasi, siapa tokoh utamanya? Jenis kelamin dan etnis apa yang menjadi mayoritas dari para bintang? Jenis kelamin dan etnis apa yang berperan sebagai penjahat atau yang dianggap tidak normal? Media memvalidasi norma budaya tertentu sambil menghilangkan perbedaan dan variasi dari norma tersebut. Banyak kritik yang berfokus pada bagaimana kelompok tertentu dipromosikan, dan yang lain terpinggirkan oleh bagaimana mereka digambarkan di media massa.

B. Media Massa

a. Pengertian media massa

Media massa (mass media) terdiri dari dua kata yaitu “media” dan “massa”. Kata media dekat dengan pengertian “medium”, “moderta” yang berarti tengah, sedang, penengah atau penghubung. Atau secara sosial-politis, “media” merupakan tempat, wahana, forum, atau lebih tepat lembaga penengah. Sedang “massa” adalah sesuatu yang tidak pribadi, sesuatu yang tidak personal, melainkan sesuatu yang berhubungan dengan orang banyak. Dengan demikian media massa adalah suatu lembaga netral yang berhubungan dengan orang banyak atau lembaga yang netral bagi semua kalangan atau masyarakat banyak (Munawwarah Ridwan, Muhammad Aminullah, Jamaluddin, Elihami, 2020).

Dalam hal media massa kita mengenal istilah media cetak (pers) dan media penyiaran. Pengertian media cetak merupakan meliputi seluruh barang cetakan termasuk buku, namun dalam perkembangannya pengertian media cetak mengerucut menjadi surat kabar/ majalah/ tabloid. Sedang media penyiaran meliputi radio dan televisi (Munawwarah Ridwan, Muhammad Aminullah, Jamaluddin, Elihami, 2020).

Sebagaimana dikemukakan diatas, media massa pada hakikatnya adalah sekedar alat atau sarana dalam komunikasi massa yang bertugas membawa pesan yang harus disampaikan kepada massa. Namun pesan itu harus memiliki unsur-unsur tertentu agar dapat diterima dengan baik oleh massa. Unsur-unsur tersebut adalah: 1. Baru (faktor waktu). Hal inilah yang membedakan antara media massa dengan media sosial lainnya misalnya forum ilmiah, rapat politik atau ceramah agama. Pesan atau informasi dalam media massa merupakan pesan yang baru. 2. Menarik. Media massa

akan memuat pesan atau informasi yang dianggap menarik oleh khalayak. Pengertian menarik ini memiliki arti yang luas. Menarik bisa dalam arti fisik, juga bisa berarti di dalam pesan tersebut terdapat aspek-aspek yang menjadi daya tarik khalayak. Misal: adanya konflik, kekerasan, human interest, sex dan sebagainya. 3. Penting. Misalnya: masalah kebijakan politik yang berdampak luas kepada masyarakat, bencana alam yang menyangkut keselamatan orang banyak, dan sebagainya (Munawwarah Ridwan, Muhammad Aminullah, Jamaluddin, Elihami, 2020).

b. Peran Media Massa

Media massa dinilai sangat berperan dalam membentuk jiwa dan keterampilan kepemimpinan melalui informasi-informasi politik yang disampaikannya. Para politisi dapat dicitrakan demikian positif, sehingga melambungkan namanya dan mendapat simpati serta dukungan dari publik. Namun media massa juga dapat menghancurkan karier politik seseorang atau profesi lainnya melalui citra negatif yang diakibatkan pemberitaannya. Melalui komunikasi massa, individu mengetahui berbagai informasi dan informasi tersebut kerap dijadikan rujukan atau referensi utama khalayak dalam memahami, mengapresiasi, dan membenarkan tindakan-tindakan tertentu (Sri Wening, 2012).

McQuail (1987) mengidentifikasi peran media massa seperti berikut:

1. Jendela pengalaman yang meluaskan pandangan dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar kita, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap memihak.
2. Juru bahasa yang menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa atau hal yang terpisah dan kurang jelas.
3. Pembawa atau penghantar informasi dan pendapat.
4. Jaringan interaktif yang menghubungkan pengirim dengan penerima melalui berbagai macam umpan balik
5. Penunjuk jalan yang secara aktif menunjukkan arah, memberikan bimbingan atau instruksi.
6. Penyaring yang memilih bagian pengalaman yang perlu diberi perhatian khusus dan menyisihkan aspek pengalaman lainnya, baik secara sadar dan sistematis atau tidak.
7. Cermin yang memantulkan citra masyarakat terhadap masyarakat itu sendiri. Biasanya pantulan citra itu mengalami perubahan (distorsi) karena adanya penonjolan terhadap segi yang ingin dilihat anggota masyarakat, atau sering segi yang ingin mereka hakimi atau cela.
8. Tirai atau penutup yang menutupi kebenaran demi mencapai tujuan propaganda atau pelarian dari suatu kenyataan (escapism).

Dengan demikian, secara umum, peranan media massa dapat dilihat pada dari dua sisi yang berbeda. Media massa dapat berperan positif dalam berbagai aspek kehidupan manusia, tetapi juga dapat berperan negatif dalam kehidupan manusia. Media menjalankan peranannya dalam kehidupan sosial dengan melakukan hal-hal berikut:

1. Penyebar informasi yang obyektif dan edukatif.
2. Melakukan kontrol sosial yang konstruktif.
3. Menyalurkan aspirasi rakyat dan memperluas komunikasi dan partisipasi masyarakat.

c. Fungsi media massa

Media massa telah memborong sejumlah fungsi yang dulu dilakukan oleh lembaga sosial lainnya. Beberapa fungsi media tersebut antara lain adalah (Kurniawan & Anwar, 2020):

1. Fungsi informasi

Media telah menjadi alat untuk mencari informasi bagi masyarakat. Dari media-lah berita lokal, nasional, dan manca Negara dapat diterima. Contoh: untuk mengetahui apakah jalan yang akan dilalui menuju tempat kerja macet atau tidak, untuk mengetahui keadaan sanak keluarga yang terkena musibah bencana alam, dan lain sebagainya.

2. Fungsi agenda

Melalui media, agenda manusia ditentukan. Orang akan mengerjakan apa hari ini banyak dipengaruhi oleh media. Contoh: banyak orang yang memiliki kebiasaan “sarapan” dengan membaca surat kabar atau menonton berita di televisi, banyak orang yang kini beralih sarapan pagi dengan mie instant daripada dengan nasi, anak-anak memilih komik berdasarkan film yang ditayangkan di televisi.

3. Fungsi penghubung orang

Tidak dapat dipungkiri bahwa media memiliki fungsi untuk menghubungkan manusia satu dengan manusia yang lain. Contoh: kasus bencana alam di aceh 2004, karena komunikasi antara aceh dan dunia luar terputus.

4. Pendidikan

Media massa sedikit banyak memberikan pesan tentang pendidikan. Contoh: bagaimana cara menjaga kesehatan, bagaimana menggunakan hak pilih, bagaimana mengatasi banjir dan sebagainya.

C. Hoaks

- a. Pengertian hoaks

Menurut Kurniawan (2020), hoaks merupakan sebagai rangkaian informasi yang memang sengaja disesatkan, tetapi “dijual” sebagai kebenaran. Hoaks bukan sekadar *misleading* alias menyesatkan, informasi dalam *fake news* juga tidak memiliki landasan faktual, tetapi disajikan seolah-olah sebagai serangkaian fakta. Hoaks dipesan oleh sekelompok orang dengan beragam kepentingan didalamnya. Hoaks diproduksi oleh orang-orang yang tidak bermoral dan beretikat buruk terhadap sesama.

Arti hoax adalah kabar, informasi, berita palsu atau bohong. Dalam KBBI disebutkan bahwa arti hoax adalah berita bohong. Hoax merupakan informasi yang direayasa untuk menutupi informasi sebenarnya. Dengan kata lain, arti hoax juga bisa didefinisikan sebagai upaya pemutarbalikan fakta menggunakan informasi yang seolah-olah meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya. Hoax merupakan eksek negatif kebebasan berbicara dan berpendapat di internet. Khususnya media sosial dan blog. Sedangkan menurut wikipedia, arti hoax adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu. Padahal pencipta berita tersebut tahu bahwa berita yang ia berikan adalah berita palsu (E. N. Sari et al., 2021)

- b. Jenis-jenis hoaks

Terdapat beberapa jenis hoaks yang tersebar di masyarakat, di antaranya sebagai berikut:

1. Satire atau Parodi

Satire atau parodi, dibuat dengan tidak berniat untuk merugikan, tetapi berpotensi untuk mengelabui. Satire tidak termasuk konten yang membahayakan.

Akan tetapi, sebagian masyarakat masih banyak yang menanggapi informasi dalam konten tersebut sebagai sesuatu yang serius dan menganggapnya sebagai kebenaran.

2. Konten menyesatkan

Konten yang menyesatkan atau misleading content, di dalamnya biasanya ada penggunaan informasi yang sesat untuk membingkai sebuah isu atau individu. Misleading content dibentuk dengan cara memanfaatkan informasi asli, seperti gambar, pernyataan resmi, atau statistik, akan tetapi diedit sedemikian rupa sehingga tidak memiliki hubungan dengan konteks aslinya.

3. Konten tiruan

Konten tiruan atau Imposter content adalah ketika sebuah sumber asli ditiru atau diubah untuk mengaburkan fakta sebenarnya. Konten palsu ini juga bisa berbentuk konten tiruan dengan cara mendompleng ketenaran suatu pihak atau lembaga.

4. Konten Palsu

Konten palsu berupa konten baru yang 100% salah dan secara sengaja dibuat, didesain untuk menipu serta merugikan.

5. Konten yang Salah

Konten yang Salah atau False context, ketika konten yang asli dipadankan atau dikait-kaitkan dengan konteks informasi yang salah.

6. Konten yang Dimanipulasi

Konten yang Dimanipulasi atau Manipulated content ketika informasi atau gambar yang asli sengaja dimanipulasi untuk menipu. Secara sederhana, konten jenis ini dibentuk dengan cara mengedit konten yang sudah ada dengan tujuan untuk mengecoh publik (Basit, Kholil, & Sazali, 2022).

c. Penyebab orang percaya berita bohong

Menurut dr. Gina Inindyajati, SP.Kj setidaknya ada tiga faktor yang menyebabkan orang mudah mempercayai berita hoax di antaranya:

1. Penyangkalan atas apa yang terjadi, biasa sang penerima berita bohong akan menerima begitu saja karena seakan berlawanan dengan fakta yang ada;
2. Teori Konspirasi, teori yang biasa menjadi awal dari berita bohong menyebar ini merupakan teori yang sama sekali belum teruji dan tidak bisa terukur. Penyebab ini yang biasa sangat berdampak, karena sang penerima langsung mempercayai ini sebagai kebenaran dan menyebarkan ulang.
3. Keterikatan penerima secara ideologis/politik/aliran terhadap penyebar, biasa faktor ini terjadi saat ada kompetisi politik atau saat ada ketegangan antar kelompok (Devina, Iswari, Goni, & Lirungan, 2021).

d. Dampak berita hoax

Hoax meresahkan dan membuat panik masyarakat. Hal ini karena isi berita yang tidak dapat dipertanggungjawabkan baik secara logika maupun data. Kabar miring yang muncul akan menimbulkan kepanikan mengingat karakter dan latar belakang pendidikan setiap orang tidak sama (Hidayat, Basith, & Faqih, 2019).

e. Tujuan hoax

Hoax bertujuan membuat opini publik, menggiring opini, membentuk persepsi, juga untuk bersenang-senang yang menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna internet dan media sosial. Tujuan penyebaran hoax ada beragam, tapi pada umumnya

hoax disebarikan sebagai bahan lelucon atau sekedar iseng, menjatuhkan pesaing (black campaign), promosi dengan penipuan, ataupun ajakan untuk berbuat amalan-amalan baik yang sebenarnya belum ada dalil yang jelas di dalamnya. Banyak penerima hoax terpancing untuk segera menyebarkan berita tersebut kepada rekan sejawatnya, sehingga akhirnya hoax dengan cepat tersebar luas. Orang lebih cenderung percaya hoax jika informasinya sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki (Hidayat et al., 2019)..

f. Ciri-ciri berita hoax

Berikut ini adalah beberapa ciri-ciri berita hoax:

1. Didistribusikan via email atau media sosial karena efeknya lebih besar.
2. Berisi pesan yang membuat cemas, panik para pembacanya.
3. Diakhiri dengan imbauan agar si pembaca segera memforwardkan warning tersebut ke forum yang lebih luas. Hoax memanfaatkan iktikad baik si pembaca, sehingga pembaca email ini tanpa meneliti terlebih dahulu kebenaran beritanya, langsung segera menyebarkannya ke forum yang lebih luas. Akibatnya lalu lintas peredaran data di internet makin padat dengan berita yang tidak benar.
4. Biasanya pengirim awal hoax ini tidak diketahui identitasnya (Hidayat et al., 2019).

D. Peranan Saluran Komunikasi Massa dalam Upaya Menekan Peredaran Berita Hoaks di Masyarakat

Saluran komunikasi massa yang pada saat ini banyak digandrungi oleh masyarakat dalam hal sumber informasi terpercaya diharapkan mampu untuk melawan hoaks. Dengan berbagai pendekatan yang dilakukan berita-berita bohong yang beredar di masyarakat dapat ditekan intensitasnya, bahkan bila perlu dibasmi sampai ke akar-akarnya. Namun, untuk melakukan hal tersebut bukanlah hal yang mudah, dan sederhana karena diperlukan pendekatan profesionalisme dan penajaman standar jurnalistik oleh media arus utama (mainstream) sendiri (E. N. Sari et al., 2021).

Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudiantara, pada momen Hari Pers Nasional ke-69 di Ambon, Maluku, Rabu (8/2) mengatakan bahwa hoaks telah menjadi isu global bukan, tidak hanya di Indonesia. Rudiantara bahkan mengatakan hoaks tak dapat dihindari karena selalu ada. Rudiantara menjelaskan peran media massa sangat diperlukan untuk menyajikan informasi dan berita yang benar kepada khalayak yang sesuai dengan fakta yang sebenarnya.

Selain itu, peneliti Pusat Studi Keamanan dan Perdamaian UGM, Muhadi Sugiono juga menegaskan bahwa media massa mainstream harus jelas dan tegas menjunjung profesionalisme pers. Tidak takluk kepada pemilik modal media tersebut dan mempublikasikan informasi yang mengedukasi masyarakat. Media arus utama harus mampu menyajikan berita yang akurat, berimbang bukan berat sebelah kepada satu pihak tertentu, dan memihak kebenaran guna membendung hoax yang masif diproduksi dan beredar luas di media sosial (medsos). Kuncinya, media harus mampu mengedukasi publik dengan berita yang akurat, berimbang dan memihak kebenaran.

Kehadiran media sosial yang sangat beragam macamnya seperti situasi saat ini turut menjadi penyumbang hoaks terbesar dalam masyarakat. Perkembangan teknologi yang semakin canggih turut diiringi juga dengan ragam macam pola pikir manusia yang selalu ingin mencoba hal-hal baru. Dan di sinilah awal mula terbentuknya sebuah hoaks yang pada mulanya hanyalah sebuah percobaan saja untuk melihat reaksi atau respon orang lain menanggapi hoaks tersebut sebelum ia mengetahui bahwa itu hanyalah kabar bohong. Selain itu ada juga yang menganggap menyebarkan hoaks itu adalah sesuatu

yang lucu dan lelucon, bagaimana orang lain akan percaya dan terjebak dengan kebohongan yang dia buat (Batoebara et al., 2020).

Dirjen Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika, juga menegaskan untuk menangkal hoaks yang beredar di kalangan masyarakat, diperlukan peranan media massa untuk menyajikan informasi sesuai fakta yang sebenarnya, sebab hoaks yang beredar akan menimbulkan gejolak sosial dan bentrok horizontal di masyarakat. Menteri Koordinator Bidang Politik Hukum dan Keamanan juga turut meminta media massa punya peran penting untuk mencegah penyebaran hoaks. Hal itu disampaikan dalam diskusi Dewan Pers dengan Pemimpin Redaksi Media dan Pimpinan Asosiasi Pers 2022.

Berikut langkah-langkah yang dapat diambil oleh media massa dalam menekan peredaran hoaks di masyarakat:

1. Membuat berita yang sesuai dengan fakta
Media massa seperti televisi bisa mengedukasi masyarakat dengan informasi-informasi yang benar tentang bagaimana cara membedakan informasi yang benar dengan hoaks.
2. Aktual mengenai satu topik atau isu hangat yang beredar di masyarakat
Contohnya pada masa pandemi banyak informasi hoaks yang beredar, media bisa mengambil peran merilis informasi yang sama dengan isu tersebut, namun bukan menguatkan berita bohong itu. Akan tetapi meluruskan atau membantah informasi tersebut. Dengan begitu, rasa khawatir dan gelisah masyarakat bisa dihilangkan setelah mengetahui informasi yang sebenarnya.
3. Melakukan multiverifikasi sebelum menyebarkan informasi atau berita
Saluran komunikasi massa yang ada dapat melakukan multiverifikasi, maksudnya adalah verifikasi berulang tentang kebenaran dari berita yang akan disebarluaskan. Sehingga berita tersebut tidak akan menyesatkan pembacanya nanti.
4. Segera mentakedown berita yang sudah diketahui itu hoaks
Jika media sudah mengetahui bahwa informasi yang disebarkan sebelumnya ternyata adalah hoaks maka media tersebut dapat menarik kembali pemberitaan tersebut, sehingga tidak akan menyesatkan pembaca dalam menerima informasi.
5. Merilis informasi terbaru yang benar
Untuk meluruskan pemberitaan yang salah sebelumnya, media dapat merilis ulang berita dengan topik yang sama, namun kali ini informasi yang disebarkan telah diubah sesuai dengan yang sebenarnya.
6. Tidak membuat judul yang sensasional
Judul berita yang sensasional dapat menyesatkan pembaca ketika baru melihat judulnya, pembaca bisa salah paham tentang informasi yang ada di dalam berita tersebut sebelum membaca keseluruhan isi dari tulisan tersebut. Padahal terkadang media-media massa menulis judul pemberitaan tidak terlalu ada kaitannya dengan isi beritanya.
7. Cek fakta dan verifikasi hoaks
Media massa dapat melakukan cek fakta dan verifikasi hoaks terhadap isu yang beredar di masyarakat dan kemudian meluruskannya dengan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Cek fakta sendiri dapat dilakukan dengan melihat gambar-gambar atau video-video yang digunakan untuk menyebarkan hoaks, dapat dilihat kapan sebenarnya kejadian dalam gambar atau video tersebut, di mana kejadian sebenarnya, kapan pertama kali diunggah di media mass. Terkadang pihak tidak bertanggung jawab menyebarkan ulang video-video lama untuk membuat kepanikan di masa sekarang (Hidayat et al., 2019).

SIMPULAN

Keberadaan hoaks di tengah masyarakat sangatlah membahayakan karena dapat menyesatkan masyarakat dalam menerima informasi yang kemudian dari informasi tersebutlah yang menjadi patokan masyarakat dalam mengambil tindakan untuk kehidupannya. Maka dari itu hoaks sangat penting untuk ditekan keberadaannya di masyarakat, meski memberantas hoaks itu bukanlah hal sederhana yang mudah dilakukan. Fungsi dan peran media sebagai pencerdas kehidupan bangsa merupakan syarat mutlak yang wajib dimiliki semua media massa di tanah air, baik media cetak, siar maupun media online. Untuk itu, segala informasi yang diproduksi harus valid dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, sesuai dengan kaidah jurnalistik sehingga media dapat menjadi patokan yang benar untuk masyarakat terhindar dari hoaks.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media Televisi Di Era Internet. *ProTVF*, 2(1), 101. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.19880>
- Abyan, G. S. (2020). Strategi Literasi Media Mahasantri Gontor 2 Media Literacy Strategies of Mahasantri Gontor 2 in Preventing the Issue of Hoax. *Journal of Islamic Communication*, 2(2), 156–165.
- Basit, L., Kholil, S., & Sazali, H. (2022). *Perspektif Media Massa Terhadap Politisi Perempuan Dalam Tiap Rezim Negara Dalam Perspektif Pendidikan Islam*. 975–1006. <https://doi.org/10.30868/ei.v11i01.2320>
- Batoebara, M. U., Suyani, E., & Nuraflah, C. A. (2020). Literasi Media dalam Menanggulangi Berita Hoaks (Studi Pada Siswa SMKN 5 Medan). *Jurnal Warta Edisi* 63, 14(1), 34–41. Retrieved from <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/download/541/530>
- Devina, C. B., Iswari, D. C., Goni, G. C. B., & Lirungan, D. K. (2021). Tinjauan Hukum Kriminalisasi Berita Hoax: Menjaga Persatuan vs. Kebebasan Berpendapat. *Kosmik Hukum*, 21(1), 44. <https://doi.org/10.30595/kosmikhukum.v21i1.8874>
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5–16. <https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>
- Hidayat, D. R., Basith, A. A., & Faqih, M. Z. Al. (2019). *Hoax (Synonyms: Paractical Joke, Joke, Jest, Prank, Trick)*.
- Kurniawan, F., & Anwar, K. (2020). Strategi Dakwah Islam Melalui Media Massa (Televisi) Di Indonesia. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(1), 34–43. Retrieved from <https://ejournal.iaiskjmalang.ac.id/index.php/ittishol/article/view/113>.
- Makhshun, T., & Khalilurrahman, K. (2018). Pengaruh Media Massa Dalam Kebijakan Pendidikan. *TA'DIBUNA: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 57. <https://doi.org/10.30659/jpai.1.1.57-68>
- Munawwarah Ridwan, M., Muhammad Aminullah, A., Jamaluddin, N., Elihami, E., & Perpustakaan, P. (2020). Analisis Penerapan Komunikasi Interpersonal Dalam Melayani Pemustaka Di Perpustakaan UIN Alauddin Makassar. *Journal of Education, Psychology and Counseling*, 3(1), 95–106.
- Penelitian, M., Kualitatif, D., Perspektif, D., & Konseling, B. D. A. N. (2018). *No Title*. 2(2), 83–91. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>
- Rahmawan, D., Wibowo, K. A., & Maryani, E. (2018). Pelatihan Literasi Media Sosial Terkait Penanggulangan Hoaks Bagi Siswa Sma Di Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 2–5. Retrieved from <http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/20404>
- Sari, D. I., Rejekiingsih, T., & Muchtarom, M. (2020). Students' digital ethics profile in the era of disruption: An overview from the internet use at risk in Surakarta City, Indonesia. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(3), 82–94.

<https://doi.org/10.3991/ijim.v14i03.12207>

- Sari, E. N., Hermayanti, A., Rachman, N. D., & Faizi, F. (2021). Peran Literasi Digital Dalam Menangkal Hoax Di Masa Pandemi (Literature Review). *Madani Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 13(03), 225–241. Retrieved from <http://www.e-jurnal.unisda.ac.id/index.php/MADANI/article/view/2799>
- Siagian, H. F. (2015). Pengaruh dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik. *Al-Khitabah*, 11, 17–26.
- Sri Wening. (2012). The nation's Character Building Through Value Education. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 1(2), 55–66.
- Suhanti, I. Y., Puspitasari, D. N., & Noorizki, R. D. (2018). Keterampilan Komunikasi Interpersonal Mahasiswa UM. *Prosiding Seminar Nasional Psikologi Klinis*, (April), 32.
- Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2019). *STUDI LITERATUR : PERAN TEKNOLOG PENDIDIKAN*. 2(1).
- Sunandar, D. (2020). *Globalisasi dan Isu-isu PAI*. 2(1), 260–279.

https://www.kominfo.go.id/content/detail/9222/media-arus-utama-melawan-hoax/0/sorotan_media

https://kominfo.go.id/content/detail/8949/ini-cara-mengatasi-berita-hoax-di-dunia-maya/0/sorotan_media

<https://diskominfo.pasruankab.go.id/berita-670-perangi-hoax-media-wajib-jadi-referensi.html>