Analisis Penggunaan Media Sosial dan Penyebaran Hoax Di Kota Medan

Analysis of Social Media Use and Hoax Phenomenon in Medan

Munzaimah M.* & Fatma Wardy Lubis

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sumatera Utara, Indonesia

Diterima: 30 September 2019; Disetujui: 18 April 2020; Dipublish: 27 April 2020

*Corresponding Author, Email: munzaimah.m@usu.ac.id

Abstrak

Tumbuh suburnya *Hoax* melalui media sosial saat ini memang harus diakui penyebabnya karena rendahnya kesadaran pengguna media sosial dalam proses seleksi informasi yang tersebar. Hal ini terjadi karena sifat dari media sosial merupakan medium yang masih bersifat *private* dengan adanya penggunaan *password*, sehingga dengan semakin banyaknya masyarakat menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter* membuat proses validasi informasi semakin terabaikan. Penelitian ini merupakan kajian kualitatif dengan menggunakan wawancara dan Diskusi Kelompok Terpusat (FGD) sebagai metode pengumpulan datanya. Hasil dari penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana fenomena *Hoax* di Kota Medan dan menunjukkan pentingnya kerjasama antar pemangku kepentingan dalam mengatasi persoalan *Hoax*.

Kata Kunci: Media Sosial, Fenomena Hoax, Pola Antisipasi

Abstract

The growing of Hoaxes through social media at this time has recognized due to the lack of awareness from social media users in the selection process for diffuse information. Ignoring the validation process of the information often happens because the nature of social media is a medium that is still private with the use of passwords, so that with the increasing number of people using social media such as Facebook, Instagram, and Twitter. This is a qualitative research that using interviews and Focuss Group Discussions (FGD) as a method for collecting data. The results of this study explain how the Hoax phenomenon in Medan and show the importance of collaboration between stakeholders to resolving the Hoax phenomenon.

Keywords: Social Media, Hoax Phenomenon, Anticipation Pattern

How to Cite: Masril, M. Lubis, F. W. (2020). Analisis Interaksi Media Sosial dan Penyebaran Hoax di Kota Medan. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 6(1): 11-22

PENDAHULUAN

Pada era ini, internet berperan menyediakan ruang bagi banyak orang untuk berkumpul terkait minat dan narasi yang sama melalui media sosial (Mossey dkk, 2019). Media sosial memungkinkan penyebaran konten dengan cepat ke seluruh jaringan hingga viral. Tidak hanya itu, media sosial juga menyediakan cara cepat untuk menyampaikan informasi atau pendapat sepihak tanpa kemampuan untuk memverifikasi keasliannya berita yang tersampaikan (Siddiqui & Singh, 2016).

Tingginya angka pengguna media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* hingga *WhatsApp* membuat proses validasi informasi semakin terabaikan. Apalagi tren minat pemberitaan yang dibaca oleh pengguna media sosial hanya disesuaikan dengan selera masing-masing individu membuat kebenaran informasi yang dikonsumsi masyarakat semakin menyesatkan. Fenomena ini dibuktikan dengan banyak beredarnya berita-berita palsu (*Hoax*) di masyarakat yang tersebar melalui media sosial.

Secara substansi tersebarnya berita palsu (*Hoax*) tidak terikat oleh dimensi ruang dan waktu. Dimensi ruang dalam artian sebaran jejaring sosial sifatnya lokal yang berdampak pada wilayah-wilayah tertentu saja, tapi memungkinkan diterima juga di daerah lain. Sementara dimensi waktu merujuk pada pemberitaan lama yang disebar kembali dengan judul berbeda untuk satu kepentingan (Nasrullah, 2017).

Tidak hanya itu, fenomena *Hoax* yang tersebar dalam beberapa waktu terakhir bahkan sengaja diciptakan untuk berbagai kepentingan, seperti kampanye hitam (*black campaign*) untuk menjatuhkan

nama baik individu, kelompok organisasi, hingga perusahaan karena persaingan bisnis. Hal yang paling jelas terlihat penyebaran *Hoax* digunakan untuk kampanye hitam (*black campaign*) dalam kepentingan politik (Shabir dkk, 2014).

Berdasarkan data yang dirilis pada portal resmi Kementrian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), sepanjang tahun 2018 setidaknya ada 800.000 situs internet penyebar *Hoax* dengan berbagai motif dan tujuan (kominfo.go.id). Data juga menyebutkan bahwa jenis *Hoax* yang paling populer adalah *Hoax* tentang gempa susulan di Palu, *Hoax* penculikan anak, *Hoax* konspirasi Imunisasi dan Vaksin, *Hoax* Rekaman *Black Box* pesawat Lion Air JT610 hingga *Hoax* tentang Ratna Sarumpaet (detiknews.com).

Tumbuh suburnya *Hoax*, khususnya pada kota-kota besar di Indonesia tidak lepas dari semakin tingginya pengguna internet di Indonesia. Merujuk pada data survei Asosiasi Pengguna dan Perilaku Internet (APJII) tahun 2018, jumlah pengguna internet di Indonesia adalah 171,17 juta jiwa atau setara dengan 64.8% jumlah penduduk Indonesia yang jumlahnya mencapai 264,16 juta orang.

Data statistik hasil survei APJII juga menunjukkan penetrasi tinggi pengguna internet ditentukan oleh kualitas infrastuktur terutama wilayah-wilayah yang perusahaan *provider* telekomunikasi berinvestasi. *Smartphone* menjadi perangkat yang paling banyak digunakan pengguna internet mencapai 96.9%, sementara pengguna internet dengan perangkat komputer (baik komputer *desktop* atau *laptop*) sebesar 50.7%, dengan sebaran penggunaan internet per wilayah sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah pengguna Internet per Wilayah di Indonesia tahun 2018

Wilayah	Persentase (%)
Sumatera	21.6
Jawa	55.7
Bali & Nusa Tenggara	5.2
Kalimantan	6.6
Sulawesi – Maluku – Papua	10.9
Jumlah	100

Sumber: apjii.or.id (2019)

Hasil survei APJII juga menunjukkan Sumatera Utara menjadi wilayah terbesar keempat yang berkontribusi sebanyak 6.3% untuk persentase pengguna internetnya mencapai 75.3% di Indonesia, setelah Jawa Barat (16.7%), Jawa Tengah (14.3%), dan Jawa Timur (13.5%) (apjii.or.id).

Medan sebagai ibukota provinsi Sumatera Utara, menjadi kota nomor 4 (empat) terbesar di Indonesia dengan jumlah penduduk 2,2 juta orang, dimana jumlah pengguna internetnya sebanyak 994.000 orang (medanbisnisdaily.com).

Menjadi kota terbesar dan penduduk terbanyak menggunakan internet, permasalahan *Hoax* tentu menjadi persoalan utama di kota Medan. Menurut data Subdit II/Cyber Crime Direktorat Kriminal Khusus (Ditreskrimsus), Polda Sumatera Utara telah menangani 8 (delapan) kasus ujaran kebencian dan *Hoax* pada kurun waktu Juli 2017 sampai Februari 2018 (sumutpos.co).

Salah satu penelitian yang berkaitan dengan interaksi kelompok di media sosial menyimpulkan, bahwa meskipun forum online memperkenalkan keterbatasan interaksi, utas diskusi memang dapat dipandang sebagai komunikasi kelompok. Komunikasi kelompok menyiratkan interaksi tiga atau lebih individu untuk menyelesaikan tugas tertentu dan secara umum dirasakan bahwa orang dapat

mencapai lebih banyak dengan bekerja dalam kelompok dengan orang lain dari pada mereka bisa dengan bekerja sendiri. Di era digital, interaksi kelompok lebih banyak dilakukan secara online dan mengambil bentuk komunikasi komputasi grup berkolaborasi melalui email, wiki, dan web 2.0 (Gritsenko, 2015).

Penelitian lain yang menjadi rujukan terkait *Hoax* ialah penelitian yang mengeksplorasi peran *Hoax* di Indonesia selama masa Pilkada di Jakarta tahun 2017 yang menggunakan pendekatan praktik memetika. Hasilnya menjelaskan *Hoax* sebagai meme mengubah item aslinya menjadi bentuk artefak baru, dengan pesan baru yang selaras dengan kepercayaan yang ada di masyarakat yang berakibat terciptanya budaya berdasarkan kepercayaan bersama di antara masyarakat. Selain itu di era meningkatnya polarisasi, *Hoax* memiliki potensi untuk menjadi sarana keberpihakan politik, namun dengan kecenderungan untuk mengalahkan kebenaran, dan membuat orang menjauh dari fakta-fakta yang diyakini (Utami, 2018).

METODE PENELITIAN

Sebuah penelitian memerlukan satu sudut pandang yang menjadi acuan, agar penelitian tersebut diharapkan tidak akan melahirkan sebuah kesalahan dari setiap aspek yang diteliti. Paradigma menjadi salah satu acuan dalam menjelaskan sebuah kompleksitas yang terjadi dalam dunia nyata. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini ialah paradigma konstruktivis, yang memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan

menciptakan dan memelihara/mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003).

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dimana hanya akan menggambarkan tipe orang dalam komunitas ataupun aktivitas sosial. Penelitian deskriptif fokus pada pertanyaan “bagaimana” dan “siapa”. Penelitian dalam dimensi ini menggunakan teknik pengumpulan data, survei ataupun penelitian lapangan (Neuman, 2019).

Pada penelitian kualitatif, data dari sumber primer dapat diperoleh melalui observasi dan *depth interview*. Sedangkan data dari sumber sekunder, dapat diperoleh melalui dokumentasi (pribadi ataupun resmi milik partisipan), data *online* dari *website* resmi maupun sumber-sumber kedua yang membantu proses pengumpulan data dalam penelitian. Para peneliti kualitatif dalam mengumpulkan data mengandalkan metode observasi langsung dan berstruktur, wawancara mendalam, dan *document review* (Sugiyono, 2007).

Penelitian ini dalam pengumpulan data menggunakan observasi pasif sebagai langkah awal, dimana peneliti hanya mengamati setiap kegiatan objek penelitian untuk mencari informasi yang bermanfaat dan sesuai dengan subjek penelitian. Observasi dilakukan dengan bantuan panca indera dengan memenuhi beberapa kriteria dalam melakukan metode ini. Proses pengumpulan data menggunakan metode observasi ini dapat berkembang menjadi observasi lengkap, apabila peneliti mampu membangun komunikasi yang baik dengan objek penelitiannya.

Penentuan informan sebagai sumber data dalam penelitian ini ditentukan pada subjek penelitian yang mempunyai

pengetahuan dan pengalaman yang dibutuhkan peneliti sesuai dengan permasalahan penelitian, mampu mengemukakan pengetahuan dan pengalamannya dan mempunyai waktu untuk diwawancarai untuk keperluan penelitian. Informan penelitian ini terdiri dari pemangku kepentingan (*stakeholders*) dari Dinas Komunikasi dan Informasi kota Medan, Aktivis media social, akademisi, dan pengguna media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu *platform* yang muncul di media siber. Karena itu, melihat media sosial yang tidak jauh berbeda dengan karakteristik yang dimiliki oleh media siber. Gane dan Beer (2008) secara khusus memberikan konsep-konsep kunci untuk memahami lebih jelas apa itu media siber (*cybermedia*) dan bagaimana karakteristiknya. Selanjutnya ketika berbicara mengenai karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) antar pengguna itu saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Jordi Paniagua dan Juan Sapena di Catholic University of Valencia tahun 2014 yang menulis tentang; “*Business performance and social media: love or hate?*” menjelaskan terkait peran media sosial yang telah menjadi tempat umum untuk komunikasi, jejaring dan berbagi konten. Banyak perusahaan mencari peluang pemasaran dan bisnis di *platform* ini. Namun tautan antara sumber daya yang dihasilkan di situs dan kinerja bisnis ini sebagian besar tetap tidak tereksplorasi.

Paniagua dan Sapena (2014) mengkonseptualisasikan empat saluran dimana media sosial memengaruhi keuangan, kinerja sosial nasional dan perusahaan: modal sosial, pelanggan terungkap preferensi, pemasaran sosial dan jejaring perusahaan sosial. Sebuah percobaan empiris kerangka kerja peneliti menunjukkan bahwa pengikut (*follower*) dan suka (*like*) berpengaruh positif nilai saham perusahaan, tetapi hanya setelah massa pengikut yang kritis tercapai. Peneliti menunjukkan bahwa *Twitter* adalah alat yang lebih kuat untuk meningkatkan bisnis kinerja dari pada *Facebook*.

Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar maupun tidak akan memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat sebagaimana ciri masyarakat dalam teori-teori sosial. Di *Facebook* misalnya, pengguna tidak bisa seenaknya saja mempublikasikan sebuah pandangan dalam status atau komentar. Ada nilai-nilai yang melekat meskipun tidak tertulis dan mengatur bagaimana komunikasi terjadi di antara anggota *Facebook* sebagaimana masyarakat umum.

Walaupun jaringan sosial di media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, internet tidak sekadar alat (*tools*). Internet juga memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial di internet, nilai-nilai dalam masyarakat virtual, sampai pada struktur sosial secara *online*.

Masyarakat modern di era saat ini hampir tidak mungkin tidak terkena dampak dari media sosial. Lebih jauh lagi, disadari atau tidak, media sosial dengan segala kontennya hadir menjadi bagian hidup yang tidak terpisahkan dari aktivitas kehidupan manusia. Hal ini menjadi penting, karena dalam perkembangan jaman yang semakin virtual ini

kehadiran media sosial semakin beragam dan berkembang di masyarakat.

Artinya, kemunculan dan perkembangan media sosial membawa cara komunikasi baru di masyarakat yang benar-benar baru dan belum pernah terjadi sebelumnya. Media sosial juga hadir dalam konsep baru sehingga merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini yang sebelumnya searah menjadi banyak arah (Adhianto dkk, 2017).

Menurut Kabid Informasi dan Komunikasi Publik kota Medan, perkembangan media digital berkorelasi lurus dengan perkembangan jumlah pengguna media sosial di sebuah wilayah, seperti di kota Medan.

"Perkembangan ini seperti pisau bermata dua, disatu sisi bisa digunakan untuk hal positif dalam menunjang perekonomian pada sisi negatif bisa berdampak buruk terhadap penyebaran konten Hoax, konten porno dan informasi liar."

Lebih lanjut, perkembangan media sosial yang membuat komunikasi antar masyarakat membuat tak terbatas jarak, ruang, dan waktu. Kemudian bisa dilakukan dimanapun, kapanpun, dan tanpa harus bertemu secara fisik dan bertatap muka. Media sosial mampu meniadakan status sosial yang sering kali menjadi penghambat komunikasi antar individu dan kelompok masyarakat. Melalui media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, *Google+*, *WhatsApp* dan sejenisnya, masyarakat dapat berkomunikasi tanpa harus bertemu, jarak dan waktu tentu saja bukan sebuah masalah dalam berkomunikasi secara aktif dan intens.

Pada pemahaman yang lebih kompleks, media sosial telah banyak merubah dunia. Memutarbalikkan banyak pemikiran dan teori yang dimiliki. Tingkatan atau level komunikasi melebur dalam satu wadah yang disebut

jejaring sosial/media sosial. Artinya media sosial memberikan kemerdekaan seluas-luasnya bagi para pengguna untuk mengekspresikan dirinya, sikapnya, pandangan hidupnya, pendapatnya, atau mungkin sekadar menumpahkan unek-uneknya. Termasuk memberikan kebebasan apakah media sosial akan digunakan secara positif atau negatif.

Pada banyak situasi, terdapat beberapa pelanggaran dalam menggunakan media sosial. Umumnya berkaitan dengan penggunaan secara positif atau penggunaan secara negatif untuk kepentingan tertentu atau berdasarkan minimnya informasi. Situasi seperti ini menjadi pelajaran yang sangat penting, utamanya berkaitan potensi yang menguntungkan bila bijak menggunakannya, namun di sisi lain dapat menjadi sebuah ancaman atau setidaknya malah memberikan dampak negatif yang mengarah pada perpecahan dalam sebuah kelompok masyarakat akibat kesahihan sebuah pemberitaan tidak dapat secara langsung dibuktikan.

Terdapat beberapa kasus yang terjadi di Indonesia, akhir-akhir ini terkait penyebaran berita palsu (*Hoax*), ujaran kebencian, atau bentuk intoleransi yang sedang marak menghiasi jagad media sosial kita. Hal ini berlangsung khususnya pada momentum politik, seperti pemilihan presiden, pemilihan legislatif, dan pemilihan kepala daerah yang menjadikan media sosial sebagai pintu masuknya penyebaran berita bohong.

Lebih lanjut Kabid Informasi dan Komunikasi Publik kota Medan, Saipul Amri mengatakan masyarakat pengguna media sosial sebagai konsumen informasi secara empirik belum mampu membedakan informasi yang beredar di tengah masyarakat.

"Beberapa faktor mempengaruhi terjadinya hal ini diantaranya yaitu

ketidaktahuan masyarakat dalam menggunakan media sosial secara bijak dan atas dasar kepentingan individu atau kelompok dalam menggunakan media sosial".

Argumen utamanya tentu berkaitan dengan kebebasan berpendapat. Kebebasan para pengguna internet dan media sosial khususnya, menjadikan banyak netizen yang merasa mempunyai hak penuh terhadap akun pribadi miliknya dalam memproduksi atau menyebarkan informasi. Para pengguna media sosial merasa sah-sah saja untuk mengunggah tulisan, foto, atau video apapun ke dalam akunnya sesuai dengan keinginan pribadi masing-masing. Meskipun terkadang mereka tidak sadar bahwa apa yang mereka unggah tersebut bisa saja melanggar etika berkomunikasi dalam media sosial atau tidak.

Dampaknya tentu tidak sepele, sebab situasi seperti ini berdampak pada kegaduhan yang dapat merambat ke dunia nyata yang berpotensi melahirkan konflik. Kegaduhan yang terjadi di media sosial semacam itu sering sekali menggunakan sentimen identitas yang bermuara pada hujatan dan kebencian yang dapat melunturkan semangat kemajemukan yang menjadi landasan masyarakat dalam berbangsa.

Berdasarkan data yang dikutip dari global web index 2018, Orang Indonesia menghabiskan waktu untuk berselancar di media sosial setiap hari mencapai 3 jam 22 menit, berada di peringkat ketiga setelah penduduk Filipina dan Brasil. Sedangkan pengguna media sosial sendiri di Indonesia mencapai 150 juta jiwa berdasarkan hasil riset yang dirilis pada Januari 2019 oleh Wearesosial Hootsuite (katadata.co.id).

Terkait penyebaran berita palsu (*Hoax*) di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan berdasarkan rekapitulasi laporan yang diterima oleh Kementrian Kominfo sejak tahun 2016. Pada tahun 2018, aduan terkait

konten berita palsu (*Hoax*) yang diterima mencapai 733 laporan. Lebih lanjut disebutkan bahwa ada sekitar 800.000 situs di Indonesia yang telah terindikasi sebagai penyebar informasi palsu yang penyebarannya dilakukan melalui media sosial (kominfo.go.id).

Hal ini tentu menjadi indikasi penting yang harus diperhatikan mengingat, penyalahgunaan penggunaan media sosial dimanfaatkan oknum tertentu untuk keuntungan pribadi dan kelompoknya dengan cara menyebarkan konten-konten negatif yang menimbulkan keresahan dan saling mencurigai di masyarakat.

Hasil survei lapangan yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 8 Maret – 14 April 2019 yang melibatkan 5.900 sampel dengan margin of error $\pm 1.28\%$ selama periode Maret hingga 14 April 2019 menunjukkan, dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 264 juta orang, sebanyak 171 juta jiwa atau sekitar 64.8% merupakan pengguna Internet. Angka ini menunjukkan terjadi peningkatan penetrasi pengguna Internet dari tahun 2017 sebesar 9.94% atau sebesar 54.68%.

Penerapan UU ITE No. 11 Tahun 2018

Salah satu bentuk perkembangan sains dan teknologi yang tengah melaju dengan sangat pesat adalah perkembangan di bidang teknologi informasi dengan kelahiran internet dengan jalan ruang-maya (*cyberspace*). Dimensi kedaulatan negara pun meluas: tidak lagi terdiri dari wilayah daratan, lautan, dan ruang-udara, melainkan juga ruang maya. Ruang maya yang tercipta dari internet telah menciptakan suatu rezim hukum baru yang dikenal dengan hukum internet (*the law of the internet*), hukum ruang-maya (*cyberspace law*), atau hukum telematika (Atmaja, 2014).

Dampaknya pertukaran informasi berlangsung dengan lebih cepat dan semakin pesat. Internet dan perangkat teknologi pendukungnya seolah-olah hendak dan telah menjadikan dunia menjadi tanpa tapal batas (*borderless*). Perdebatannya saat ini internet telah menjadi ketakutan bagi sejumlah negara dengan jalan membatasi akses internet warga negaranya.

Kekuasaan media terpusat karena internet menawarkan ruang diskusi yang unik di tengah banyaknya pembatasan yang dilakukan oleh otoritas penguasa. Internet menyajikan ruang berbagi informasi dan melalui internetlah kritik dan protes kepada penguasa dapat tersalurkan. Di banyak negara otoriter, internet telah menjadi sarana efektif bagi para pegiat demokrasi dan hak asasi manusia untuk memobilisasi kegiatannya.

Di Indonesia, internet memiliki pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat. Meski dari segi persentase sebaran dan penetrasi populasi internet masih rendah, Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbesar di Asia Tenggara. Perkembangan sains dan teknologi telah menyebabkan pelbagai perubahan di bidang politik, ekonomi, sosial, dan budaya.

Salah satu perkembangan sains dan teknologi yang tengah melaju dengan sangat pesat adalah perkembangan di bidang teknologi informasi. Situasi ini telah menempatkan Indonesia sebagai bagian masyarakat informasi tanpa batas dalam pengertian global. Sehingga dalam prosesnya secara nyata mengharuskan dibentuknya regulasi tentang informasi dan transaksi elektronik. Dimana Kehadiran Undang-Undang No.19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 tahun 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah dalam proses mengatasi permasalahan *Hoax*,

perilaku tidak menyenangkan dan pencemaran nama baik di Indonesia.

Secara empirik, korban pertama UU ITE adalah Prita Mulyasari dengan pasal pencemaran nama baik. Pada tanggal 15 Agustus 2008, Prita Mulyasari mengeluhkan pelayanan dari RS Omni Internasional melalui e-mail kepada teman-temannya, dan kemudian tersebar atau viral ke sejumlah mailing list di internet. Pihak Rumah Sakit mengambil langkah hukum dengan menjejerat Prita Mulyasari dengan pasal 310 dan 311 KUHP tentang pencemaran nama baik serta pasal 27 ayat (3) Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik dengan ancaman hukuman selama enam tahun penjara. Prita Mulyasari terjerat pasal 27 ayat 3 UU ITE sebagai bukti adanya unsur informasi elektronik, dan diperkuat 310 dan 311 KUHP.

Lebih lanjut, Menurut monitoring jaringan sukarela pembela kebebasan berekspresi dan hak di digital di Asia Tenggara, *Southeast Asia Freedom of Expression Network* (SAFE-net) terdapat 245 laporan kasus UU ITE di Indonesia sejak 2008. SAFE-net juga mencatat hampir setengah kasus UU ITE menggunakan pasal pencemaran nama baik sebagai dasar pelaporan. Peluang terlepas dari jeratan UU ITE sangat kecil apabila kasusnya sudah masuk dalam proses pengadilan.

Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas kasus UU ITE yang menjerat masyarakat berawal dari unggahan konten di media sosial. Platform Facebook menempati urutan teratas dengan jumlah sebesar 54.69%, sebagai media internet dalam kasus UU ITE. Kemudian, Twitter yang mencapai 11.84%, dan Youtube sebesar 4.90%. Lalu, media yang bukan bersifat publik, seperti seperti SMS (pesan singkat) (3.27%), WhatsApp (2.45%) dan BBM (0.82%) (www.tirto.id).

Lebih lanjut, UU ITE yang menjerat para pelaku pencemaran nama baik di media sosial juga terkait dengan pelaku *Hoax* di Indonesia. Fenomena *Hoax* menimbulkan beragam masalah di masyarakat. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika April 2019. Tercatat, 1.308 *Hoax* sepanjang Agustus 2018-April 2019.

Tabel 2. Jumlah kasus *Hoax* di Indonesia Agustus 2018-April 2019

Kategori <i>Hoax</i>	Jumlah
Politik	620 kasus
Pemerintahan	210 kasus
Kesehatan	200 kasus
Fitnah	159 kasus
Kejahatan	113 kasus
Lain-lain	6 kasus
Jumlah	1.308 kasus

Sumber: kominform.go.id (2019)

Fenomena kasus *Hoax* terjadi diakibatkan beberapa hal utamanya terkait kepentingan dan minimnya penyaringan informasi berita di media sosial *online* dari pihak yang berwenang semakin memudahkan para pembuat dan penyebar *Hoax* dalam melakukan pekerjaannya.

Secara substansi, hadirnya Undang-Undang No.19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik ini tidak bisa dihindarkan dari gerakan protes pengguna media sosial di seluruh Indonesia. Terutamanya pada pasal pencemaran nama baik banyak memunculkan reaksi keras masyarakat yang merasa kebebasan berpendapatnya di media sosial terbatas.

Fenomena *Hoax* di Kota Medan

Pemahaman *Hoax* dalam jurnalistik bisa dipahami sebagai berita bohong atau tidak benar. Sehingga arahnya menjurus pada kasus pencemaran nama baik pada berbagai aspek yang terjadi di media sosial karena penyebarannya paling banyak terjadi di media sosial. Media sosial menjadi pemicu beragam

masalah seperti maraknya penyebaran *Hoax*, ujaran kebencian, hasutan, caci maki, adu domba dan lainnya yang bisa mengakibatkan perpecahan bangsa (Juliswara, 2017).

Kemudian harus diakui bahwa berita-berita bernuansa propokatif di media sosial banyak menarik perhatian masyarakat. Pemanfaatan media sosial menjadi tempat masyarakat menyampaikan opini publik yang bersifat kemanusiaan atau human interest terhadap isu-isu yang berkembang dimasyarakat. Dengan adanya internet masyarakat bisa beropini lewat media sosial baik *Twitter*, *Facebook*, *Path*, *Line*, *Wechat*, *Website*, *Blog*, *E-mail* dan lain sebagainya. Dengan adanya media yang berbasis internet khususnya *website* memungkinkan orang untuk melihat postingan atau unggahan berita dari media yang tentunya mengundang banyak komentar dan juga persepsi atau opini di masyarakat.

Penyajian berita dan konstruksi dari realitas yang ada mulai dibuat dengan melihat aspek-aspek yang ditonjolkan media untuk mempermudah khalayak untuk mengingat hal-hal tertentu yang disajikan menonjol oleh media. Menurut Kabid Informasi dan Komunikasi Publik kota Medan, merebaknya *Hoax* di kota Medan, tidak lepas dari infrastuktur kota Medan dalam bidang teknologi dan informasi yang lebih baik di antara wilayah lain di Sumatera Utara, selain jumlah penduduknya. Kemudian, dengan demografi yang beragam membuat persoalan *Hoax* sering terjadi karena adanya perbedaan pandangan politik.

Lebih lanjut, di kota Medan dari jangka waktu sepanjang Mei 2018-Mei 2019 setidaknya ada 13 kasus *Hoax* yang ditangani oleh Polda Sumatera Utara. Kasus *Hoax* paling besar di Kota Medan terkait politik, utamanya menjelang pemilihan umum dan kericuhan pasca pilpres. Pada bulan Mei 2018 dosen

Universitas Sumatera Utara (USU) menyebarkan *Hoax* "Bom Surabaya pengalihan isu #2019GantiPresiden" melalui status di akun *Facebook*-nya yang mengomentari kasus bom Surabaya.

Gambar 1. Pemberitaan kasus *Hoax* Dosen Universitas Sumatera Utara
Sumber: tribunmedan dan detiknews (2019)

Akibat dari status *Facebook*, dosen tersebut terbukti bersalah karena melakukan tindak pidana dengan dasar 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) sebagaimana dalam dakwaan Pertama melanggar Pasal 28 ayat (2) jo Pasal 45 A ayat (2) UU RI No 19 Tahun 2016 perubahan atas UU RI No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

Kemudian, *Hoax* terkait *people power* di Sumatera Utara terjadi diakibatkan karena postingan seorang warga kota Medan yang menyebarkan video berita *Hoax* unjuk rasa "*people power*" yang telah mulai berlangsung di kota Medan pada 16 Mei 2019 lalu sebagai protes hasil pilpres.

Gambar 2. Pemberitaan kasus *Hoax* terkait isu politik di kota Medan
Sumber: detiknews (2019)

Pada kenyataannya tidak ada pemberitahuan kepada pihak kepolisian mengenai unjuk rasa di Kota Medan dan unjuk rasa tersebut tidak ada sama sekali. Kemudian, Viral *Hoax* video singkat dengan keterangan bahwa ada surat suara telah tercoblos nomor urut 01 di kota Medan beredar di media sosial. Namun keterangan video tersebut ditepis KPU Sumatera Utara (Sumut). Video itu sebenarnya terjadi pada 2018 pada saat Pilkada Kabupaten Tapanuli Utara. Saat itu menurut Yulhasni ada massa yang tidak puas dengan hasil rekapitulasi dan mendatangi KPU Tapanuli Utara. Dalam video yang beredar tersebut tampak sekumpulan orang mendatangi suatu lokasi. Kemudian terlihat orang mengacungkan amplop serta memprotes KPU. Sedangkan dalam *caption* atau keterangan video yang beredar di media sosial disebutkan bila peristiwa dalam video itu terjadi di KPU kota Medan disertai keterangan bila surat suara telah tercoblos untuk nomor urut 01.

Gambar 3. Pemberitaan kasus *Hoax* Politisi PDI Perjuangan Djarot Saiful Hidayat
Sumber: Kompas dan Tribunmedan (2019)

Gambar 3 menampilkan pemberitaan kasus *Hoax* terbaru yang disidangkan di Pengadilan Negeri kota Medan pada 27 Agustus 2019, yang dilakukan akun *Facebook* Dewi Budiati Teruna yang menulis tentang *Hoax* pengumpulan kepala desa oleh Calon Gubernur Sumatera Utara Djarot Saiful Hidayat pada saat kampanye Pemilihan Gubernur Sumatera Utara 2018. Tindakan pemilik akun *Facebook* tersebut melanggar Pasal 27 ayat (3) jo Pasal 45 ayat (3) Undang-Undang RI Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

SIMPULAN

Media sosial telah banyak mengubah perspektif dunia yang sebelumnya beraktivitas di dunia nyata bergeser ke dunia maya, kondisi ini memutarbalikkan konsep, pemikiran, dan teori yang dimiliki hingga melahirkan perdebatan di tengah masyarakat. Interaksi tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu, yang berdampak pada merebaknya berita palsu, seperti misalnya di kota Medan pada tahun 2018, dengan pengguna media sosial mencapai 994.000 orang, setidaknya dari periode Mei 2018-Agustus 2019, sudah ada 13 kasus *Hoax* yang di proses oleh kepolisian dan pengadilan karena terbukti melanggar UU ITE. Secara empirik, kehadiran Undang-Undang No.19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah dalam mengatasi permasalahan *Hoax*, perilaku tidak menyenangkan, dan pencemaran nama baik di Indonesia. Masih tingginya angka kasus yang ditangani menunjukkan kehadiran UU ini belum memberikan efek

jera bagi masyarakat terkait bahaya penyebaran berita palsu. Kolaborasi antar pemangku kepentingan (*stakeholders*) antara pemerintah pusat melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, pemerintah daerah melalui Komunikasi dan Informatika Kota Medan, akademisi, penggiat media sosial dan masyarakat sangat penting dalam mengatasi persoalan *Hoax* di kota Medan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti berterima kasih kepada Universitas Sumatera Utara atas pendanaan penelitian ini yang diberikan melalui seleksi Talenta 2019 oleh Lembaga Penelitian USU. Terima kasih pula kepada reviewer yang telah memberikan saran berkaitan dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiarso, D. S., Utari, P. & Slamet, Y. (2017). Pemberitaan *Hoax* di Media Online Ditinjau dari Konstruksi Berita dan Respon Netizen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 15 (3): 215-225.
- APJII. (2019). *Laporan Survei Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Diunduh di <https://www.apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018> tanggal 25 Januari 2019
- Atmaja, APE. (2014). Kedaulatan Negara di Ruang Maya: Kritik UU ITE. *Jurnal Opinio Juris*. 16: 48-91.
- Detikcom. (2018). *Kominfo Rilis 10 Hoax Paling Berdampak di 2018, Ratna Sarumpaet Nomor 1*. Diunduh di <https://news.detik.com/berita/4350509/kominfo-rilis-10-Hoax-paling-berdampak-di-2018-ratna-sarumpaet-nomor-1> tanggal 25 Januari 2019.
- Gane, N. & Beer, D. (2008). *New Media: The Key Concepts*. United Kingdom: Berg Publisher.
- Gerintya, S. (2018). *Jerat UU ITE Banyak Dipakai oleh Pejabat Negara*. Diunduh di <https://tirto.id/jerat-uu-ite-banyak-dipakai-oleh-pejabat-negara-c7sk> tanggal 13 Juni 2019.
- Gritsenko, V. (2015). Interaction on *online* forums and group communication: a case study of an IT support community, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 236: 14 – 24.
- Harja, R. (2018). *Pengguna Internet di Medan 994.000, Medan Potensi Pasar Industri Digital*. Diunduh di http://www.medanbisnisdaily.com/news/online/read/2018/05/03/35186/pengguna_internet_di_medan_994_ribu_medan_potensi_pasar_industri_digital/ tanggal 25 Januari 2019.
- Hidayat, D. N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Juliswara, V. (2017). Mengembangkan Model Lititerasi Media yang Berkebhinekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (*Hoax*) di Media Sosial. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*. 4(2): 142-164.
- Mossey, S., Bromberg, D. & Manoharan, A.P. (2019). Harnessing the power of mobile technology to bridge the digital divide: a look at U.S. cities' mobile government capability, *Journal of Information Technology & Politics*, 16:1, 52-65.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosisma Rekatama Media.
- Neuman, W.L. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT. Indeks.
- Paniagua, J. & Sapena, J. (2014). Business Performance and Social Media: Love or Hate? *Business Horizons, Elsevier*, 57(6): 719-728.
- Redaksi, T. (2019). *Orang Indonesia Peringkat 3 Dunia yang Paling Sering Bermedsos*. Diunduh di <https://katadata.co.id/grafik/2019/05/02/orang-indonesia-peringkat-3-yang-paling-sering-bermedsos-di-dunia> tanggal 16 September 2019.
- Setu, F. (2019). *Tahun 2018, Kominfo Terima 733 Aduan Konten Hoax yang disebar Via WhatsApp*. Diunduh di https://kominfo.go.id/content/detail/16003/siaran-pers-no-17hmkominfo012019-tentang-tahun-2018-kominfo-terima-733-aduan-konten-Hoax-yang-disebar-via-WhatsApp/0/siaran_pers tanggal 16 September 2019.
- Siddiqu, S. & Singh, T. (2016). Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects, *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, 5(2): 71 – 75.

- Shabir, G., Hameed, Y.M.Y., Safdar, G. & Gilani, S.M.F.S. (2014). The Impact of Social Media on Youth: A Case Study of Bahawalpur City, *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*, 3(4): 132-151.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan 11. Bandung: Alfabeta.
- Sumutpos. (2018). *Polda Sumut Tangani 8 Kasus Ujaran Kebencian dan Hoax*. Diunduh di <https://sumutpos.co/2018/07/05/polda-sumut-tangani-8-kasus-ujaran-kebencian-dan-Hoax/> tanggal 25 Januari 2019.
- Utami, P. (2018). *Hoax* in Modern Politics: The Meaning of *Hoax* in Indonesian Politics and Democracy, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 22 (2): 85-97.
- Yuliani, A. (2017). *Ada 800.000 Situs Penyebar Hoax di Indonesia*. Diunduh di https://kominfo.go.id/content/detail/12008/ada-800000-situs-penyebar-Hoax-di-indonesia/0/sorotan_media tanggal 25 Januari 2019.