

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Signifikansi Penelitian

Di Indonesia terdapat paling banyak temuan penyebaran berita hoaks di media sosial Facebook sebesar 84% (CIGI-IPSOS, 2019). Sebanyak 56,55% informasi hoaks ditemukan dari Whatsapp dan di Instagram sebanyak 29,48% (DailySocial & Jakpat Mobile Survey Platform, 2018). Berdasarkan data yang bersumber dari Tim AIS (Mesin Pengais Konten Negatif) ditemukan sebanyak 3.801 berita hoaks di sepanjang tahun 2019. Dengan jumlah kasus terbanyak di bulan April yaitu sebanyak 501 kasus (Kemkominfo, 2020). Sebesar 41% masyarakat Indonesia memeriksa dan mengklarifikasi pemberitaan hoaks yang ditemukan menggunakan situs berita *fact-checking*, yang berarti sebesar 59% lainnya tidak memeriksa kembali berita yang ditemukan dan dapat berpotensi hoaks (CIGI-IPSOS, 2019).

Staf Ahli Menteri Bidang Komunikasi dan Media Massa Kemkominfo, Henri Subiakto menyatakan bahwa selama rentang bulan Februari 2020 hingga April 2020 sudah didapati sebanyak 1.222 berita hoaks, hal ini karena didasari oleh kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai literasi digital. Sedangkan, Menkominfo Johnny G. Plate mengatakan bahwa di awal bulan Mei 2020 saja sudah terdapat 554 berita hoaks terkait dengan virus Covid-19 yang berasal dari berbagai macam platform di media sosial (Kemkominfo, 2020).

Tingkat persentase yang menyatakan bahwa masyarakat tidak selalu mengetahui apakah berita yang didapatkan oleh mereka termasuk hoaks atau bukan sebesar 56,4%. Sebanyak 55,8% masyarakat tidak memeriksa kembali tentang kebenaran suatu berita karena mengira sudah ada yang memeriksanya. Selain itu, sebesar 63,3% masyarakat mengira bahwa berita yang ditemukannya bukan termasuk berita hoaks karena mereka mendapatkan berita tersebut dari orang yang dipercaya. Selanjutnya, tingkat intensitas masyarakat dalam menerima berita hoaks per harinya

sebesar 34,6%. Maka dari itu, sebanyak 61,5% masyarakat merasa sangat terganggu dengan keberadaan berita hoaks di media sosial (Mastel, 2019).

Terdapat tiga kategori teratas mengenai tema dari isi berita hoaks yang sering diterima dan ditemukan oleh masyarakat antara lain, tema Sosial-Politik sebesar 93,2%, tema SARA sebesar 76,2%, dan tema Pemerintahan sebesar 61,7%. Sedangkan, tiga teratas ragam bentuk hoaks yang sering diterima dan ditemukan oleh masyarakat yaitu, hoaks berbentuk tulisan sebesar 70,7%, hoaks berbentuk berita, foto, atau video lama yang diposting kembali sebesar 69,2%, dan hoaks yang memasang foto dengan *caption* palsu sebesar 66,3%. Masyarakat sangat setuju bahwa berita hoaks juga dapat berdampak terhadap aspek sosial, sebanyak 81,9% menganggap hoaks dapat mengganggu kerukunan di masyarakat dan sebanyak 76,4% berpendapat bahwa hoaks dapat menghambat pembangunan. Oleh karena itu, sebesar 59,1% masyarakat menilai penanggulangan hoaks menjadi tanggung jawab dari pemerintah (Mastel, 2019).

Berita hoaks yang dibuat ditujukan untuk menysar berita yang ada di dalam negeri sebesar 52% sedangkan 48% lainnya menysar berita dari luar negeri. Dari kesemua berita tersebut sebanyak 33% merupakan informasi yang tidak benar-benar terjadi atau teridentifikasi berita palsu (Mafindo, 2020). Sebanyak 75% publik merasa khawatir akan maraknya berita hoaks di media sosial (LSI, 2018). Selain itu, sebesar 79% masyarakat Indonesia sepakat bahwa pemerintah menjadi pihak yang bertanggung jawab atas penyebaran berita hoaks yang terjadi (Global IPSOS-CIGI, 2019).

Dalam suatu studi, para psikolog bersepakat bahwa berita hoaks dapat berdampak buruk pada kesehatan mental, seperti kecemasan, stres, kekerasan, kepanikan, sampai PTSD (*Post Traumatic Stress Disorder*). Berita hoaks dapat menimbulkan perasaan marah bahkan depresi (Pozios, 2018). Hal tersebut karena berita hoaks bertujuan untuk memanipulasi opini dan mendistorsi pemikiran publik, sehingga dapat menimbulkan respon yang emosional dari masyarakat.

Menurut Ardi Sutedja, Ketua Indonesian Cyber Security Forum (ICSF), pemahaman pengguna internet di Indonesia masih terbilang rendah (Merdeka, 2020). Tingkat literasi digital di Indonesia masih belum dapat dikatakan tinggi, hal ini seiring

dengan kemampuan masyarakat dalam mengenali hoaks yang rendah. Indeks literasi digital nasional berada di angka 3,47 yang berarti sedikit di atas level “menengah” dan belum mencapai level “baik” (Katadata Insight Center, 2020).

Tahun 2020 laporan mengenai berita hoaks di DKI Jakarta tiap bulannya bervariasi jumlahnya, berkisar mulai dari 45 aduan berita hoaks sampai dengan yang paling banyak 320 aduan berita hoaks dengan tingkat klarifikasi 94% sampai 100%. Total persentase klarifikasi hoaks sebesar 100% artinya adalah semua laporan berita hoaks yang diajukan oleh masyarakat dapat berhasil diklarifikasikan faktanya atas kebenaran dari berita hoaks tersebut. Sedangkan, tingkat klarifikasi yang hanya mencapai sebesar 94% atau kurang dari 100% artinya adalah tidak semua laporan berita yang diajukan oleh masyarakat dapat berhasil diklarifikasi. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya kemungkinan aduan hoaks tersebut tidak memenuhi syarat atau masih dalam proses verifikasi. Sepanjang tahun 2020 sudah tercatat sebanyak 1.078 aduan kasus berita hoaks di DKI Jakarta yang dilaporkan oleh masyarakat (Jalahoaks, 2020).

Di Indonesia terdapat beberapa instansi/organisasi yang juga bertugas dalam menjalankan klarifikasi berita hoaks seperti misalnya, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo), Turn Back Hoax, dan Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo). Kemkominfo berupaya dengan proaktif dalam melakukan klarifikasi berita hoaks yang beredar di media sosial dengan cara mengidentifikasi dan menyusun klarifikasi atas berita hoaks yang tersebar di masyarakat serta menyebarkan informasi penyeimbang (Kemkominfo, 2020). Sedangkan, Turn Back Hoax melakukan klarifikasi hoaks dengan cara menelusuri melalui media sosial yang kemudian dianalisis serta dirangkum dan diarsipkan, lalu dipublikasikan temuan berita hoaks tersebut (Kemkominfo, 2017). Selain itu, Mafindo menjalankan klarifikasi hoaks melalui pemantauan di internet atas penyebaran disinformasi/misinformasi yang ada untuk diperiksa faktanya dan kemudian diunggah hasilnya di forum media sosial (Mafindo, 2021). Keunikan dan perbedaan yang dilakukan dan dimiliki oleh Jalahoaks dengan yang lainnya dalam klarifikasi berita hoaks adalah Jalahoaks melakukan klarifikasi dengan berdasarkan laporan aduan hoaks dari masyarakat sehingga

mengedepankan partisipasi yang aktif dari publik dalam melangsungkan kegiatan advokasi. Selain itu, Jalahoaks terbilang rutin menyebarkan informasi mengenai hasil dari berita hoaks yang sudah terklarifikasi faktanya di media sosial Instagram sehingga aktivitas advokasi yang dilakukan berlangsung secara intens kepada publik. Klarifikasi hoaks yang dilakukan oleh Jalahoaks dengan cara memantau dan menerima laporan, melaksanakan klarifikasi fakta, serta mengedukasi masyarakat melalui literasi digital.

Instagram @Jalahoaks (Jakarta Lawan Hoaks) merupakan media informasi dan klarifikasi fakta pemberitaan yang beredar di masyarakat melalui media sosial dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk melaksanakan pengelolaan informasi publik yang sehat dan positif. Tujuan dari adanya Instagram @Jalahoaks adalah untuk memantau dan menerima pengaduan informasi dan selanjutnya klarifikasi fakta terhadap laporan yang diterima kemudian disosialisasikan melalui media sosial atas kebenaran berita/informasi yang sesungguhnya. Dalam mengupayakan sosialisasi kepada masyarakat DKI Jakarta terkait dengan beredarnya pemberitaan hoaks di media sosial yang semakin banyak dan menjadi permasalahan sosial, masyarakat dapat memberikan pengaduan atas kevalidan berita atau informasi yang diterima dari media sosial.

Instagram merupakan *platform* media sosial yang paling aktif digunakan sebesar 79% (Hootsuite-We Are Social, 2020). Pengguna media sosial masyarakat DKI Jakarta sebesar 99%. Sebanyak 60,39% masyarakat di DKI Jakarta merupakan pengguna Instagram. Selain itu, tingkat pengetahuan masyarakat terhadap media sosial milik Pemprov DKI Jakarta sebesar 52,7%. Intensitas kunjungan masyarakat terhadap Instagram milik Pemprov DKI Jakarta sebanyak 43,75%. Dan, sebesar 77,06% masyarakat menilai bahwa media sosial milik Pemprov DKI Jakarta memberikan kemudahan dalam mengakses/mendapatkan informasi (Diskominfo, 2019).

Menurut Atika Nur Rahmania (Kepala Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Pemprov DKI Jakarta), kanal ini dibuat untuk memberikan literasi digital kepada khususnya masyarakat DKI Jakarta agar bersama-sama melawan hoaks dan selalu menyebarkan konten positif dan bermanfaat di media sosial. Selain itu juga

bertujuan untuk memerangi pencegahan informasi palsu yang beredar di masyarakat yang dapat berpotensi meresahkan masyarakat. Kanal Jalahoaks mulai beroperasi pada 19 Maret 2020 dan dikelola oleh Seksi Pelayanan Informasi Publik, di bawah naungan Bidang Informasi Publik, Diskominfo DKI Jakarta (Berita Jakarta, 2020).

Christanty (2020) meneliti tentang media sosial sebagai alat advokasi publik dan terdapat hasil kegiatan advokasi kebijakan publik melalui media sosial dapat menarik perhatian serta mempermudah masyarakat dalam menyampaikan aspirasi mengenai penetapan kebijakan yang dilakukan pemerintah. Sedangkan, Yanti dan Rusdi (2018) meneliti tentang pengaruh berita hoaks terhadap persepsi pembaca media *online* yang menjelaskan bahwa terpaan informasi hoaks di media *online* dapat memengaruhi persepsi pembaca dan membuat masyarakat menjadi lebih berhati-hati dengan pemberitaan hoaks yang ada. Siswoko (2017) meneliti kebijakan pemerintah dalam menangkal pemberitaan hoaks yang menunjukkan usaha pemerintah dalam memblokir website penyebar hoaks tidak terlalu efektif untuk membendung masifnya penyebaran berita hoaks, maka dari itu dibutuhkan pelibatan peran individu, masyarakat, organisasi, maupun lembaga nasional untuk membantu pencegahan penyebaran berita hoaks di media sosial. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini akan berfokus pada upaya komunikasi advokasi yang dilakukan pada media sosial Instagram mengenai maraknya pemberitaan hoaks yang ada di masyarakat.

Maraknya pemberitaan hoaks di masyarakat ditambah dengan tingkat literasi digital yang rendah dari masyarakat dalam menyaring informasi palsu dan upaya advokasi dari pemerintah masih menjadi masalah sosial yang harus diselesaikan. Maka dari itu dibuatkanlah penelitian mengenai **“Komunikasi Advokasi Klarifikasi Fakta Pemberitaan Hoaks Pada Instagram @Jalahoaks”**.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus untuk menganalisis komunikasi advokasi melalui media sosial Instagram @Jalahoaks yang dilakukan untuk klarifikasi fakta pada pemberitaan hoaks yang beredar di masyarakat.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian signifikansi penelitian di atas, maka dirumuskan pertanyaan penelitian yaitu, bagaimana proses komunikasi advokasi Instagram @Jalahoaks Diskominfo DKI Jakarta dalam klarifikasi fakta pemberitaan hoaks yang beredar di masyarakat ?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses komunikasi advokasi klarifikasi fakta pemberitaan hoaks pada Instagram @Jalahoaks.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Akademis :**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori komunikasi advokasi dalam proses komunikasi advokasi klarifikasi fakta pemberitaan hoaks pada Instagram @Jalahoaks.

### **2. Manfaat Praktis :**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran proses komunikasi advokasi yang dilakukan oleh Instagram @Jalahoaks Diskominfo DKI Jakarta dalam klarifikasi fakta pemberitaan hoaks yang beredar di masyarakat.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan membantu penulis untuk mengurutkan proses penelitian dan selanjutnya proses penulisan secara logis berurutan dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Adapun sistematika penulisan dalam proposal penelitian ini sebagai berikut :

## BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang signifikansi penelitian mengenai maraknya data kasus pemberitaan hoaks dan Instagram @Jalahoaks. Selain itu terdapat fokus penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan dilakukannya penelitian ini, manfaat penelitian dari segi akademis maupun praktis, dan sistematika dalam penulisan ini.

## BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu dari berbagai macam jurnal terkait, teori penelitian yang dipakai, yaitu komunikasi advokasi, konsep-konsep dalam penelitian, dan kerangka berpikir.

## BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan pendekatan, metode, dan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data, objek penelitian dan unit analisis, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta waktu, tempat, dan tahapan penelitian.

## BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan deskripsi objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk data berupa hasil wawancara dengan informan penelitian, dan pembahasan dari data yang diperoleh terkait penelitian komunikasi advokasi klarifikasi fakta pemberitaan hoaks serta observasi terhadap Instagram @Jalahoaks.

## BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian serta pembahasan dan saran terkait dengan penelitian komunikasi advokasi.

## DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi buku, jurnal, penelitian terdahulu dan sumber *online* yang digunakan dalam penyusunan penelitian untuk melengkapi pengumpulan data dalam proses pengerjaan penelitian.

## LAMPIRAN

Berisikan data pelengkap usulan peneliti