



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Warga India sempat dihebohkan dengan adanya runtutan kasus orang tewas diamuk massa. Terhitung sejak Mei 2018, disebutkan bahwa 20 orang tewas akibat kejadian memilukan tersebut. Hal ini terjadi karena masyarakat resah dan khawatir setelah tersebarnya hoaks penculikan anak yang beredar di WhatsApp (Hardoko, 2018, para 8).

Kasus serupa juga pernah terjadi di Indonesia. Tempo melaporkan pada Maret 2018 silam setidaknya ada tujuh kasus korban dikeroyok massa karena tepengaruh hoaks isu penculikan anak. Para korban hoaks yang tertuduh merupakan orang asing, gelandangan, serta mengalami gangguan jiwa yang dicurigai warga sebagai modus penyamaran untuk menculik anak (Hoax Penculik Anak, Gelandangan Dikeroyok di Pantura, 2018, para. 3).

Penyebaran hoaks penculikan anak di Indonesia juga sempat memakan korban hingga hilang nyawa. Salah satunya menimpa pria paruh baya bernama Maman Budiman yang dituduh sebagai pelaku penculikan anak. Niat bertemu cucu dan anaknya di desa Amawang justru berujung maut setelah warga mencurigainya sebagai pelaku penculikan anak. Tentu aksi anarkis warga disulut

saat ramainya momen isu penculikan anak beredar di media sosial (Nurdin, 2017, para. 7-10).

Sama seperti Maman, seorang gelandangan yang tidak diketahui identitasnya dihakimi massa hingga babak belur. Warga desa di Ciwandan, Cilegon mencurigai gelandangan tersebut sebagai kedoknya untuk menculik anak. Meski sempat diselamatkan dan dibawa ke rumah sakit daerah, gelandangan tersebut dilaporkan meninggal dunia (Harahap, 2017, para. 8-12).

Pria bernama Ahmad Fauzi juga mengalami hal yang sama. Ahmad yang mengalami gangguan jiwa dianggap berpura-pura sebagai penculik anak. Warga desa Weleri di Kendal yang tidak percaya kemudian menghajarnya dengan kayu dan batu. Walaupun sudah diamankan dan mendapat perawatan di rumah sakit, Ahmad meninggal dunia tiga hari kemudian (Prayitno, 2018. para 2).

Kasus di atas merupakan suatu contoh bahwa hoaks bisa menjadi ancaman serius dalam masyarakat. Tidak hanya isu penculikan anak, hoaks mampu memperkeruh suasana politik dan memelintirkan opini publik. Salah satu kasus yang cukup menggemparkan yakni ketika berlangsung pemilu Brazil pada September 2018.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Keberhasilan Jair Bolsonaro dalam putaran pilpres Brazil menyita perhatian publik setelah berembus kabar bahwa kemenangannya didapat dengan berjulan isu hoaks. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat oleh David Nemer dari School of Information Science, menyebutkan dalam empat bulan masa kampanye, para pendukung Bolsonaro membagikan kurang lebih 1000 pesan berisi hoaks hingga foto manipulasi terhadap paslon pesaing mereka. Para pendukung Bolsonaro menganggap konten yang mereka gencar bagikan merupakan reaksi atas ketidakpercayaan terhadap media *mainstream*. Dalih tersebut dapat dianggap sebagai modus penggunaan hoaks untuk kampanye pemilu. Terlebih lagi, para pendukung Bolsonaro menjadikan jejaring sosial Whatsapp dianggap sebagai tempat terbaik bagi 200 juta lebih masyarakat Brazil untuk mengenal Bolsonaro (Hasan, 2018, para. 22 – 26).

Melihat kasus pilpres di Brazil, hal ini terasa familiar dengan situasi di Indonesia apalagi saat momen menjelang pemilu. Isu-isu dari hoaks politik yang disebarakan pada masyarakat tak jarang menjadi kontroversi, kekacauan, hingga membelah kelompok masyarakat.

Dari situ dapat dilihat bahwa hoaks merupakan kabar bohong yang telah direncanakan oleh penyebarannya. Bisa dibilang Hoaks merupakan bentuk manipulasi suatu berita yang dibuat secara sengaja dengan tujuan memberikan pemahaman yang salah hingga mengarahkan orang ke arah yang tidak benar.

Tidak hanya menarik perhatian, dalam berita hoaks juga ada penyelewengan fakta (Indriani, 2017, para. 1-5).

Pihak BIN pernah menyatakan bahwa informasi hoaks telah mencakup angka hingga 60 persen dari konten sosial di Indonesia (Kemala, 2018, para. 2). Disusul dengan kabar tersebut, Kementerian Komunikasi dan Informatika serta Kepolisian RI juga melaporkan dalam setahun ada 800 ribu konten hoaks. Penyebaran hoaks ini dianggap tinggi sering dengan meningkatnya angka penggunaan media sosial di Indonesia (Juliawanti, 2018, para. 2).

Konten politik diketahui paling mendominasi penyebaran hoaks di Indonesia. Di tahun 2017, angka hoaks bermuatan politik jauh lebih tinggi mencapai 91,8 persen berdasarkan hasil data yang dimuat Masyarakat Telematika (Mastel) (Fauzi, 2018, para. 1). Selain itu hasil temuan dari Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) menyebutkan setidaknya ada hoaks 230 terverifikasi selama periode Juli - September 2018. Disusul penemuan hoaks bermuatan politik berada pada urutan paling tinggi dengan angka mencapai 58,7 persen (Siddiq, 2018, para. 3).

Sebelum fenomena pilpres 2019 berlangsung, kabar hoaks mengenai kinerja pemerintahan Jokowi telah tersebar luas di jejaring sosial. Tenaga Ahli Kedeputan Bidang Komunikasi Politik dari Kantor Staf Presiden, Alois Wisnuhardana mengungkapkan ada tiga isu hoaks yang sering kali menimpa

Jokowi, meliputi isu anti islam, pro komunis, dan pro cina (Arrazy, 2017, para .2). Hal ini sempat membuat Jokowi gerah selalu dibayangi berita fitnah dan hoaks selama empat tahun masa pemerintahannya.

Ditambah lagi memasuki periode pilpres 2019, Jumlah hoaks politik ini semakin meningkat menjelang bulan April. Tirto mengumpulkan berbagai macam laporan sampai akhirnya terangkum bahwa terdapat 453 hoaks sampai dengan Maret 2019. Jumlah hoaks ini termasuk dalam kabar politik yang melibatkan kedua capres pada pilpres 2019. Hoaks mengenai Jokowi berjumlah 50, sedangkan Prabowo mendapat berita hoaks berjumlah 26 (Debora, 2019, para. 4).

Bahkan sebelum memasuki 2019, Mafindo melaporkan bahwa pihak Jokowi sebagai petahana telah diserang 36 hoaks sepanjang September 2018. Berita hoaks yang menyerang Jokowi - Ma'ruf ini diketahui jumlahnya mencapai dua kali lipat lebih banyak dari lawan capres mereka. Selain itu, dampak dari hoaks tidak hanya merugikan, merusak citra dan reputasi dari pihak yang disebutkan pada berita, melainkan juga dapat berimbas pada disintegrasi bangsa, menurut Anita Wahid selaku pemimpin dari Mafindo (*Mafindo: Sepanjang September 2018 Jokowi - Ma'ruf Diserang 36 Hoax dan Prabowo-Sandi Diserang 16 Hoax*, 2018, para 1-4). Tidak hanya menyebarkan fitnah, Hoaks juga dikenal memiliki beragam dampak negatif lainnya. Tingkat kepercayaan

masyarakat terhadap berita hoaks membuat fakta tidak lagi bisa dipercaya (Marhadikengrat, 2017, para 2-13).

Untuk memahami bagaimana berita hoaks diinterpretasikan oleh pembacanya, peneliti menggunakan *reception analysis* atau analisis pemahaman merupakan salah satu standar mengukur khalayak media. Analisis ini mencoba memberikan sebuah makna atas pemahaman teks media (cetak, elektronik, internet) dengan memahami bagaimana karakter teks media dibaca oleh khalayak (Hadi, 2008, p. 2).

Namun untuk penelitian ini, peneliti mengerucutkan fokus pemaknaan khalayak berita hoaks Jokowi jelang Pilpres 2019. Tujuan penelitian ini untuk melihat lebih jauh bagaimana khalayak memaknai sosok Jokowi dari berita hoaks yang telah mereka baca.

Selain fokus penelitian, informan dalam penelitian ini juga perlu dipertimbangkan. Sesuai pada beberapa laporan yang dimuat, Kementerian Komunikasi dan Informatika pernah melaporkan bahwa kalangan yang kebanyakan menyebarkan hoaks merupakan generasi *baby boomers* atau generasi para orangtua yang berkisar pada usia 45 ke atas (Pahlevi, 2018, para. 9).

Di sisi lain, kalangan ibu rumah tangga juga dianggap paling gencar menyebarkan berita hoaks. Data ini tercermin dari kasus hoaks penculikan anak-anak didominasi penyebarannya oleh kalangan ibu rumah tangga (Mufarida, 2018, para. 2). Selain empati, motif kalangan ibu rumah tangga kerap termakan hoaks karena mereka lebih mudah panik dan memiliki *emotional thinking* serta implusifitas yang lebih tinggi dibandingkan kalangan bapak-bapak yang umumnya lebih logis dan tenang (Sukmasari, 2017, para. 4-5).

Terlebih lagi, salah satu sindikat penyebar hoaks Saracen yang sempat heboh Agustus 2017 lalu, yakni Sri Rahayu dianggap sebagai anggota yang terbilang sukses memberikan pengaruh besar pada ibu rumah tangga lainnya. Dari situ ada kaitan bahwa sesama ibu rumah tangga bisa saling mempengaruhi sesamanya secara kuat (Alia, 2018, para. 2-3).

Hasil studi dari Mafindo juga mendukung bahwa ibu rumah tangga merupakan kalangan yang paling banyak dilaporkan menyebarkan hoaks melalui jejaring sosial Whatsapp. Penyebaran paling gencar terjadi pada grup-grup media Whatsapp yang sebenarnya punya peran efektif untuk menyentuh kanal pribadi dan privat individu. (*Hoaks Jelang Pilpres Meningkat, Penebarannya 'Kebanyakan Kaum Ibu'*, 2019, para. 18 – 20). Dari data-data di atas menjadi rujukan peneliti untuk memilih perempuan terutama kaum ibu rumah tangga di usia 30 hingga 55 tahun ke atas sebagai informan penelitian.

Ditambah lagi di *era post-truth* saat ini dianggap sebagai kondisi dimana orang tak memandang penting fakta yang sebenarnya saat membentuk opini. *Post-truth* dalam kamus Oxford dijelaskan sebagai fenomena ketika fakta tak lagi berpengaruh untuk membentuk opini atau debat publik dan justru opini terbentuk sesuai dengan perasaan atau emosi dan keyakinan personal. Pada situasi yang bersamaan, kondisi era *post-truth* turut memperkeruh momen politik dengan sentimen dari artikel hoaks yang dianggap punya pengaruh lebih besar ketimbang fakta yang sebenarnya (Utomo, 2017, para. 1).

Masalah hoaks di era *post-truth* ini menjadi penting untuk diperdalam supaya melihat bagaimana masyarakat merespon dan memaknai berita hoaks yang telah mereka baca. Melihat dampak yang besar dari hoaks dalam kehidupan masyarakat, peneliti akan menggali dari sejumlah perspektif bagaimana partisipan penelitian menginterpretasikan informasi yang diduga hoaks tentang Jokowi jelang Pilpres 2019 berlangsung.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini meliputi; mencari tahu pemaknaan dari pembuat artikel hoaks dalam mengkonstruksikan dan membingkai sosok Jokowi menjelang pilpres 2019. Selain itu, mencari tahu sejauh mana posisi pemaknaan sosok Jokowi pada kalangan ibu rumah tangga terhadap artikel hoaks Jokowi di era *post-truth*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

- Bagaimana sosok Jokowi dibingkai dalam artikel hoaks yang beredar di jejaring sosial WhatsApp?
- Di mana posisi resepsi kalangan ibu rumah tangga terhadap artikel hoaks Jokowi dalam jejaring sosial WhatsApp?
- Faktor apa saja yang mempengaruhi kalangan ibu rumah tangga dalam memaknai artikel hoaks Jokowi dalam jejaring sosial WhatsApp?

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.4 Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui pemaknaan yang telah dibentuk dari pembaca kalangan ibu rumah tangga setelah membaca artikel hoaks Jokowi.
- Untuk mencari posisi resepsi dari para pembaca atau informan penelitian yakni kalangan ibu rumah tangga mengenai artikel hoaks Jokowi.
- Untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi kalangan ibu rumah tangga dalam memaknai sosok Jokowi pada artikel hoaks di WhatsApp.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Manfaat dari penelitian ini peneliti diharapkan dapat menambah kontribusi pemikiran terutama pada jurusan jurnalistik mengenai penelitian tentang pemaknaan khalayak serta kaitannya dengan hoaks dan disinformasi.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat menjadi salah satu rujukan untuk mengambil keputusan ataupun kebijakan kepada pihak berwenang meliputi pemerintah, pihak aplikasi di jejaring sosial khususnya mengenai penyebaran berita hoaks serta dampaknya kepada lapisan masyarakat. Terlebih lagi pemerintah dan masyarakat juga perlu menjalin

kerja sama untuk memberantas penyebaran berita hoaks yang meresahkan masyarakat.

Selain itu, kepada pemerintah peneliti berharap agar penelitian ini dapat meningkatkan informasi tentang kemampuan masyarakat dalam menanggapi artikel hoaks. Terutama kalangan ibu rumah tangga dan kaitannya dengan hoaks, pemerintah dirasa perlu menyoroti kedua hal tersebut dengan meningkatkan pengetahuan serta literasi digital atau literasi media secara efektif.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Kemudian peneliti juga berharap dengan adanya penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai penyebaran dan penerimaan dari hoaks yang mengandung kebohongan, fitnah, serta hasutan untuk memecah belah masyarakat, memanipulasi serta mempengaruhi pola pikir masyarakat.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A