



Volume 10 No. 2 Desember 2019

## HOAX, MEDIA BARU DAN DAYA LITERASI KITA

### *HOAX, NEW MEDIA AND OUR LITERATION POWER*

**Masrudi**

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung,  
e-mail: [mas.rudi@live.com](mailto:mas.rudi@live.com)

#### ABSTRAK

Penyebaran hoax disebabkan kurangnya pengetahuan akan sumber situs informasi tersebut dan adanya konsep anonimitas yang terkandung di dalamnya. Penyebaran berita hoax membentuk pola komunikasi di masyarakat cyber yaitu 10:90, yang berarti 10% warga internet membuat berita hoax dan sebanyak 90% sisanya menyebarkan informasi tersebut secara sukarela melalui media sosial. Biasanya penyebaran berita palsu tersebut merupakan topik-topik yang sedang viral di media sosial dan kemudian dijadikan rujukan utama. Dengan adanya fenomena diatas, dapat disimpulkan bahwa para pengguna media sosial menggunakan teknologi internet tanpa memiliki sikap dan budaya kritis akan persoalan yang akan dihadapinya. Secara psikologis, hoax terjadi karena informasi yang diterima dianggap sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki, dan karena terbatasnya pengetahuan.

Kata Kunci: hoax, media baru, media sosial.

#### ABSTRACT

*The hoax spreading is caused by lack of information about the source and the concept of anonymity that consists in it. The spreading of hoaxed news forms 10:90 communication pattern among cyber society that means 10% of the netizens producing hoaxed news and the last 90% spreading it voluntarily on the social media. The hoaxed news which is spreaded is mostly about national popular topics such as politics and public policies then set the hoaxed popular issues as main source. Such phenomenon concludes that the social media users take the internet technology without critical thought on the consequence of their manners. The hoaxed news is caused, psicologically, by the reason that the information is suitable to self's opinion and unconfirmed informations.*

*Keywords: hoax, the new media, the social media*

## 1. Pendahuluan

Kebebasan berpendapat telah lama diatur dalam perundang-undangan baik yang tertuang pada hukum internasional Pasal 29 Deklarasi Universal Hak-Hak Asasi Manusia maupun Undang-undang Dasar 1945 pasal 28. Kebebasan mengeluarkan pendapat ini merupakan hak asasi manusia yang paling mendasar. Hak berpendapat mencakup kebebasan berpendapat secara lisan maupun tulisan. Sebelumnya kebebasan ini hanya terbatas melalui media massa seperti televisi, radio dan koran, ataupun melalui demonstrasi dan sebagainya. Namun saat ini, dengan berkembangnya teknologi dan makin maraknya media sosial yang bermunculan di internet, maka ruang untuk berpendapat makin terbuka luas.

Tercatat melalui *website* Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, pengguna internet di Indonesia hingga kini berjumlah 132,7 juta atau 52% dari jumlah penduduk Indonesia. Dari jumlah tersebut, sebanyak 129,2 juta memiliki akun media sosial yang aktif. Rata-rata mereka menghabiskan waktu lebih dari 3 jam sehari untuk mengakses internet melalui telepon pintar (Dewangga, 2017).

Pesatnya media sosial mendorong adanya perubahan dalam pola identitas masyarakat cyber dan pola pendistribusian informasi yang selama ini telah terkotak-kotakkan dalam media tradisional. Pola identitas yang terjadi di media siber telah berubah dari anonimitas menjadi lebih personal. Pengguna didorong untuk

memublikasikan konten yang sifatnya pribadi seperti data diri mulai dari tanggal lahir, gender, keyakinan, penyertaan foto diri dan seterusnya hingga penyediaan ruang untuk berinteraksi di jejaring tersebut. Netizen memperlakukan akun dalam sosial media sebagai ruang privat mereka. Pola pendistribusian informasi tidak lagi berlangsung secara pasif seperti yang selama ini terjadi pada media tradisional seperti koran, televisi, dan radio. Masyarakat dipandang sebagai konsumen dan media sebagai produsen dan distributor informasi. Dalam dunia cyber, pengguna berperan aktif dalam produksi, distribusi dan melakukan pembahasan selayaknya media massa (Rulli Nasrullah, 2014, hal. 39).

Pergeseran fungsi dan peran tersebut, netizen memegang kontrol terhadap produksi dan distribusi informasi. Mereka dapat memilih informasi apa yang akan diperolehnya dan darimana sumber informasi tersebut. Dengan adanya kebebasan ini, warga cyber dapat membuat informasi dan mendistribusikan informasi yang dianggapnya penting kepada semua khalayak. Fenomena kebebasan pembuatan dan pendistribusian informasi di dalam media sosial menyebabkan bebasnya kontrol akan konten informasi yang tersebar di kalangan netizen. Hal tersebut memicu timbulnya berita palsu atau sering disebut sebagai hoax. Data yang dikumpulkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebut ada sebanyak 800 ribu situs di Indonesia yang terindikasi sebagai penyebar berita palsu (Pratama, 2016).

Kasus penyebaran hoax yang terjadi banyak mengangkat isu sensitif bagi masyarakat. Dua hal terbanyak yaitu isu politik sebanyak 91,8% dan isu SARA yang mencapai 88,6%. Masyarakat banyak mendapatkan isu tersebut melalui media sosial sebanyak 92,4%, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan sebagainya. Hal ini sangat signifikan bila dibandingkan melalui situs sebanyak 34,9%, televisi 8,7%, media cetak 5%, email 3,1%, dan radio 1,2% (Jordan, 2017).

*Hoax, apa itu?*

Kata hoax dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengandung arti tidak benar; bohong. Sehingga dapat diartikan bahwa hoax adalah sebuah pemberitaan palsu yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya (Jordan, 2017).

Sebuah organisasi kemasyarakatan yang fokus terhadap telekomunikasi Indonesia mengadakan survey mengenai wabah hoax nasional. Menurut survey tersebut, hoax yang paling sering diterima berupa tulisan sebesar 62,10%, gambar 37,50%, dan video sebanyak 0,40%. Oleh karena itu media online berperan penting dalam penyebaran berita palsu yang berkembang dalam masyarakat. Dampak negatif yang sering kali terjadi dengan adanya penyebaran berita palsu dan ini cukup meresahkan. Mulai dari mendapatkan rasa malu, pemberian sanksi sosial baik dari netizen maupun masyarakat secara umum, kehilangan reputasi, hingga mengancam nyawa. Internet dianggap sebagai saluran yang menawarkan kebebasan demokrasi yang hampir tak terbatas untuk melacak informasi,

untuk berkorespondensi dengan ribuan individu lain, dan secara spontan membentuk komunitas virtual yang tidak mungkin dibentuk dengan jalan lain secara tradisional (Holmes, 2012, hal. 18). Karena itulah masyarakat menganggap dunia maya (dalam hal ini sosial media) menjadi wadah terbaik dalam menyuarakan pendapat dan ekspresi terhadap permasalahan yang dihadapi.

## **2. Hasil dan Pembahasan**

### **Pola Penyebaran Hoax**

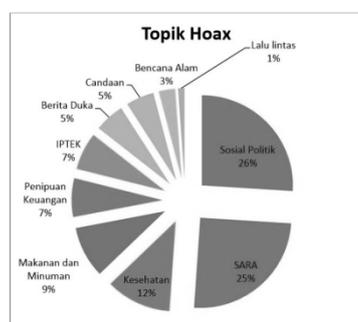
Masifnya penyebaran hoax pada di media sosial didasari oleh kurang pengetahuan dan adanya kesamaan pemikiran dengan isi dari informasi yang disebarkan. Menurut Laras Sekarasih, dosen Psikologi Media dari Universitas Indonesia, penyebaran hoax disebabkan kurangnya pengetahuan akan sumber situs informasi tersebut dan adanya konsep anonimitas yang terkandung di dalamnya. Aktivitas meng-copy paste suatu tulisan dianggap legal dan lumrah terjadi di dunia cyber. Kemudian, hoax yang berisikan kesamaan informasi dengan opini maupun sikap yang diambil akan lebih dipercaya oleh warga internet. Pada saat mereka mendapatkan informasi yang disukai maka pengecekan akan kebenaran informasi tersebut berkurang. Penetapan positif (afirmasi) akan informasi tersebut yang mendorong mereka meneruskan hoax itu ke pihak lain dengan mudahnya (Respati, 2017).

Sebuah organisasi kemasyarakatan yang fokus terhadap telekomunikasi Indonesia mengadakan survey mengenai wabah hoax nasional. Temuan yang didapat antara lain

beberapa alasan warga internet menyalurkan hoax adalah didapat dari orang yang dipercaya sebesar 47,10%, mengira bermanfaat 31,90%, mengira info tersebut benar 18%, dan ingin jadi pertama yang tahu sebanyak 3% (Mastel, 2017).

Melihat siklus ini, penyebaran berita hoax membentuk pola komunikasi di masyarakat cyber yaitu 10 dari 90, yang berarti 10% warga internet membuat berita hoax dan sebanyak 90% sisanya menyebarkan informasi tersebut secara sukarela melalui media sosial. Biasanya penyebaran berita palsu tersebut merupakan topik-topik yang sedang viral di media sosial dan kemudian dijadikan rujukan utama (Nursyamsi, 2017).

Dengan adanya fenomena di atas, dapat disimpulkan bahwa para pengguna media sosial menggunakan teknologi internet tanpa memiliki sikap dan budaya kritis akan persoalan yang akan dihadapinya. Persoalan yang dimaksud merupakan permasalahan yang dihadapi dalam keseharian masyarakat pada umumnya, seperti kesehatan, sosial politik, SARA, dan lain sebagainya.



**Gambar 1.** Sebaran topik hoax

Mengacu pada tabel diatas, hoax sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari sehingga masyarakat lebih mudah

menerimanya. Ditambah lagi terpaan informasi palsu ini sangat gencar dan masif. Warga net diterpa berita hoax 44,30% setiap hari dan mendapatkan lebih dari satu kali dalam sehari sebesar 17,20% (Mastel, 2017).

Dapat dikatakan bahwa hampir selama 12 jam dalam sehari, masyarakat diterpa hoax dengan sangat masif sehingga mereka dengan sangat mudah mempercayai informasi tersebut. Secara tidak langsung, hal itu membentuk pola pikir para pembacanya.

Penerimaan masyarakat akan informasi tersebut dimungkinkan karena beberapa alasan, yaitu sebesar 40,60% mereka menganggap hoax dapat memengaruhi opini publik, sebesar 28,90% masyarakat merasa senang akan berita heboh, sebesar 22,90% masyarakat beranggapan bahwa belum adanya tindakan hukum terhadap penyebaran hoax, dan sebesar 7,60% masyarakat melihat hoax dapat dimanfaatkan sebagai bisnis (Mastel, 2017).

### **Media Baru, Alternatif Baru**

Media konvensional telah lama dikritisi karena kecenderungan bias pemberitaannya yang bertolak-belakang dengan peran media sebagai institusi sosial. Alasan lain adalah kentalnya orientasi kepentingan ekonomi dan keterkungkungan pada prinsip objektivitas dalam memberitakan isu-isu politik. Di negara-negara demokratis, tren ini terus berulang. Deregulasi sebagai konsekuensi dari liberalisasi ekonomi dan politik, makin menegaskan kecenderungan media untuk mengabdikan pada kepentingan kapital. Sebaliknya, di negara-negara otoriter/ totaliter,

media mengalami represi dan sensor yang ketat. Media menjadi bagian dari alat propaganda penguasa otoriter.

Sementara itu, demokrasi membutuhkan warga negara yang well informed. Warga negara yang punya kesadaran politik merupakan kekuatan demokrasi, karena dalam demokrasi warga negaralah yang menentukan siapa yang layak menjadi pemimpin. Pilihan politik warga negara menentukan kualitas kepemimpinan. Pilihan politik yang rasional dan kritis hanya dapat terbentuk jika tersedia sumber informasi yang substantif dan berkaitan dengan kepentingan mereka. Sehingga, peran media dalam menyediakan informasi yang berkualitas, substantif, terkait kepentingan rakyat, dan memberi evaluasi atas jalannya pemerintahan merupakan modal mendasar untuk membentuk sikap politik yang kritis.

Selanjutnya, media dalam demokrasi juga berperan sebagai ruang publik. Ruang publik adalah wahana di mana warga negara dapat saling mengutarakan pendapat untuk mencapai kesepahaman bersama mengenai kepentingan mereka. Lewat ruang publik yang demokratis, akan terbentuk opini publik sebagai modal politik dalam mengarahkan jalannya pemerintahan. Ruang publik yang ideal hendaknya memberi kesempatan yang sama bagi tiap warga negara untuk terlibat dalam deliberasi publik tanpa adanya tekanan dari pihak manapun.

Namun, media konvensional khususnya televisi sudah jauh dari cita-cita ruang publik ini. Televisi lebih condong memperjuangkan kepentingan kalangan elit.

Orang-orang yang terlibat dalam diskusi politik hanyalah para elit penguasa, pejabat publik, dan para petinggi partai politik. Deliberasi di ruang publik pun menjadi sangat elitis dan jauh dari kesulitan hidup sehari-hari masyarakat, sebab lebih cenderung sebagai perebutan kekuasaan antar elit. Untuk keseluruhan fenomena ini, Habermas (1989: 142) mengatakan bahwa ruang publik, sebagaimana masyarakat itu sendiri, telah mengalami refeodalisasi.

Krisis ruang publik dan komunikasi politik yang ditampilkan media konvensional, membuat teknologi media baru makin menampakkan karakter transformatifnya. Artinya media baru menjadi jawaban tepat untuk merevitalisasi kembali ruang publik dan komunikasi politik yang sudah terkolonialisasi oleh kepentingan modal.

Peran internet sebagai media baru sudah ditunjukkan lewat peran mailing-list group "apa kabar" yang dimoderatori oleh John A. MacDougall dalam "perjuangan" menumbangkan Orde Baru tahun 1997. Fakta lain yang tak lebih optimistik adalah kesuksesan Presiden Amerika Serikat Barack Obama untuk memenangkan pemilihan presiden terakhir berkat mobilisasi berbagai bentuk media baru untuk menggalang dana, dukungan, sukarelawan, dan simpatisan. Selain itu, dua kasus terakhir di Indonesia yang menggalang kekuatan netizen mendukung Prita Mulyasari dan Wakil Ketua KPK, Bibit Slamet Riyanto dan Chandra Hamzah perlu untuk dibahas.

Media baru, khususnya internet dan world wide web, merupakan hasil revolusi

teknologi komunikasi dan informasi. Media baru ini dapat diaplikasikan dalam berbagai bidang termasuk bidang ekonomi, pendidikan, budaya, bahkan politik. Walaupun masih baru, tetapi harapan besar ditujukan pada media ini untuk berbagai segi kehidupan karena karakter memampukan (*enabling*) yang dimilikinya.

Karakter	Media Konvensional	Media Baru	
1	Isi	Cenderung terbatas, adanya sensor, pembatasan oleh space, unsur lokalitas	Tidak terbatas, transparan, prinsip global, bebas, publikasi isi cepat
2	Orientasi fungsi	Kelas elit, mengabaikan universalitas publikasi	Semua kalangan, akses universal
3	Institusi	Terpusat, dikendalikan oleh pemilik, adanya konsentrasi kepemilikan, membutuhkan modal besar	Terdesentralisasi, fleksibel, anonimitas, pengguna sebagai pemilik, hanya untuk modal akses
4	Akses publik	Rendah, satu arah	Sangat luas, multi-arrah, interaktif, kebebasan, kesetaraan ( <i>equality</i> )

**Gambar 2.** Karakteristik media

Tabel di atas memperlihatkan, secara struktural, media baru sangat jauh berbeda dengan media konvensional baik dalam hal isi, fungsi, institusi, maupun akses publik. Kekuatan media baru ini diyakini akan menguatkan demokrasi. Asumsi ini didasarkan pada kesesuaian antara karakter media baru dan karakter demokrasi.

Demokrasi mencerminkan kesetaraan, pengakuan atas perbedaan, kebebasan, partisipasi, dan perlindungan atas hak-hak dasar manusia.. Dalam media baru nilai-nilai demokrasi tersebut terealisasi. Media baru membuka ruang yang bebas (bahkan cenderung tak terbatas), ditopang oleh prinsip kesetaraan (*equality*), dan kebebasan (*freedom*), serta setiap orang punya peran sebagai pencipta (*produser*) yang independen. Kekuatan lain media baru terletak pada kemampuan partisipatifnya. Partisipasi sesungguhnya adalah prinsip dasar demokrasi. Benjamin Barber (1990:8) mengatakan bahwa partisipasi pada akhirnya memperluas

(*enhances*) kekuatan masyarakat, dan mewujudkannya dalam sebuah kekuatan moral. Sesuatu yang dalam sistem politik non-partisipatif tidak terjadi.

Pada akhirnya media konvensional (khususnya televisi) yang awalnya diharapkan dapat berperan sebagai ujung tombak sarana komunikasi politik dan ruang, malah tergerus oleh kepentingan pemilik modal. Media konvensional pada hakekatnya merupakan lembaga bisnis. Walaupun eksistensinya pada awalnya ditentukan oleh faktor politik dan teknologi, namun dalam keberlangsungan hidupnya lebih ditentukan oleh faktor ekonomi. Di tengah ironi media dalam demokrasi inilah muncul kekuatan baru berkat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi.

### Daya Literasi Kita

Penelitian Perpustakaan Nasional tahun 2017 mengungkapkan hasil yang cukup mencengangkan, bahwa masyarakat Indonesia rata-rata hanya membaca buku 3-4 kali per minggu, dengan durasi waktu membaca per hari rata-rata 30-59 menit. Sedangkan, jumlah buku yang ditamatkan per tahun rata-rata hanya 5-9 buku saja.

Sementara riset Programme for International Student Assessment (PISA) menyebut, budaya literasi masyarakat Indonesia pada 2012 terburuk kedua dari 65 negara yang diteliti di dunia, dimana Indonesia hanya menempati urutan ke 64 dari 65 negara tersebut. Sementara Vietnam sebagai sesama negara ASEAN justru menempati urutan ke-20 besar. Pada penelitian yang sama, PISA juga

menempatkan posisi membaca siswa Indonesia di urutan ke 57 dari 65 negara yang diteliti.

Data statistik UNESCO 2012 yang menyebutkan indeks minat baca di Indonesia baru mencapai 0,001. Artinya, setiap 1.000 penduduk, hanya satu orang saja yang memiliki minat baca. Angka UNDP juga mengejutkan bahwa angka melek huruf orang dewasa di Indonesia hanya 65,5 persen saja. Sedangkan Malaysia sudah 86,4 persen.

John W. Miller dan Michael C. McKenna dalam bukunya *World Literacy: How Countries Rank and Why It Matters* yang diterbitkan oleh Routledge (2016) menerangkan bahwa minat baca Indonesia ada di urutan ke-60 dunia dari 61 negara yang diteliti. Minat baca penduduk Indonesia terletak di bawah Thailand dan hanya setingkat diatas negara Bostwana.

Data tambahan yang dihimpun oleh Litbang Kompas juga sangat memprihatinkan. Minat baca masyarakat Indonesia baru sebesar 0.001 persen dan rata-rata masyarakat Indonesia hanya membaca 27 halaman buku dalam setahun.

Libang Kompas juga menunjukkan grafik yang memperlihatkan hasil penelitian UNESCO tahun 2012 yang menemukan bahwa minat baca masyarakat Indonesia baru 0,001 persen. Artinya, diantara 1000 orang Indonesia hanya 1 (satu) orang yang memiliki minat baca.



**Gambar 3.** Tingkat literasi orang Indonesia

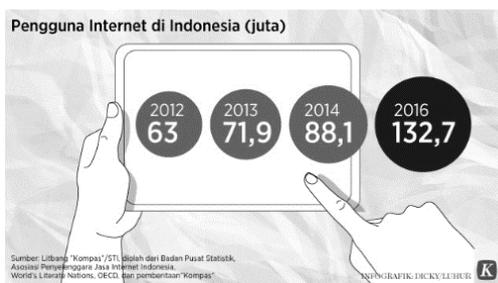
Kemudian pada tahun 2014, UNESCO juga merilis hasil penelitian yang membuktikan bahwa anak-anak Indonesia rata-rata hanya membaca 27 halaman buku dalam setahun.



**Gambar 4.** Literasi dalam setahun

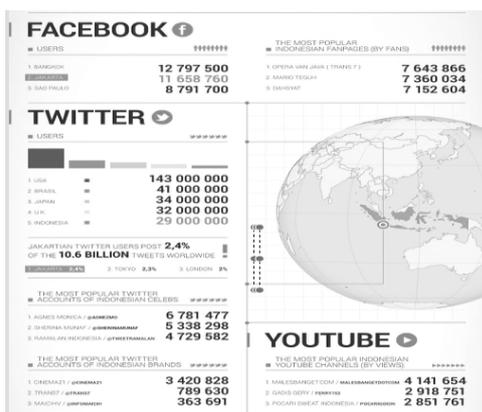
Menurut UNESCO, literasi tidak terbatas pada kemampuan baca-tulis, tapi juga kemampuan memaknai teks, seperti huruf, angka, dan simbol kultural-seperti gambar dan simbol-secara kritis.

Namun kemampuan literasi yang tergolong sangat rendah tersebut berbanding terbalik dengan pertumbuhan jumlah pengguna internet di Indonesia. Data yang dihimpun Litbang Kompas berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2012 sebanyak 63 juta. Kemudian pada 2013 meningkat menjadi 71,9 juta pengguna, dan terus meningkat di tahun 2014 menjadi 88,1 juta, hingga membengkak menjadi 132,7 juta di tahun 2016.



Gambar 5. Pengguna internet di Indonesia

Orang Indonesia tergolong aktif sekali menggunakan jejaring sosial, mulai dari Facebook, Youtube, Twitter, maupun LinkedIn. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Michal Sadowski (Founder Brand24) untuk Socialmemos, Indonesia merupakan pengguna Twitter urutan ke-5 di dunia dan Jakarta merupakan kota dengan jumlah pengguna Facebook urutan ke-2 di dunia.



Gambar 6. Pengguna Twitter dan Facebook

Kompas juga menyebutkan fakta yang lain tentang aktifnya masyarakat Indonesia menggunakan internet sebagai media baru, yaitu:

- Terdapat 1.3 juta pengguna LinkedIn di Indonesia.
- Lebih dari 11 juta pengguna Facebook merupakan warga Jakarta.
- Ada 29 juta warga Indonesia yang memiliki akun Twitter.

- Warga Jakarta memposting 2.4% dari 10.6 miliar tweet di seluruh dunia.

Berdasarkan paparan data di atas, pertumbuhan jumlah pengguna internet yang terbilang sangat pesat di Indonesia tidak dibarengi dengan kemampuan literasi yang memadai. Lautan informasi yang tersebar di jagat maya internet tidak diimbangi dengan pasokan pengetahuan yang cukup hasil membaca literatur untuk menimbang dan memilah lautan informasi tersebut. Bisa dibayangkan, rata-rata orang Indonesia bisa berkicau di Twitter sebanyak 32 kali tweet setiap hari, sedangkan daya literasi rata-rata hanya 27 halaman buku dalam setahun, netizen Indonesia bisa dikategorikan sebagai masyarakat yang banyak bicaranya.

Kemampuan banyak bicara netizen Indonesia tersebut tidak ditopang kemampuan membaca literatur yang memadai. Akibatnya, masyarakat internet Indonesia tergolong mudah menyerap lautan bah informasi dunia maya nyaris tanpa filter dan mudah menyebarkan informasi dan berita yang mereka temukan tanpa klarifikasi. Informasi tersebut kemudian menyebar dengan masif dan instan melalui pilihan like dan share pada jejaring media sosial mereka. Maka kemudian, terciptalah hoax.

Informasi yang bersifat hoax menyebar dengan cepat baik melalui saluran media sosial seperti Facebook, Instagram dan Twitter, maupun grup percakapan semisal WhatsApp, Telegram, BlackBerry Messenger, dan masih banyak lagi. Pertanyaan paling menelisik ialah, mengapa masyarakat internet Indonesia mudah percaya dengan informasi-

informasi hoax dan mengapa pula penyebarannya begitu masif meski kebenarannya belum dapat dipastikan?

Secara psikologis, menurut Laras Sekarasih dosen Psikologi Media dari Universitas Indonesia, ada dua faktor yang dapat menyebabkan seseorang cenderung mudah percaya pada hoax. Faktor pertama ialah jika informasi yang diterima dianggap sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki. Misal seseorang memang sudah tidak setuju terhadap kelompok tertentu, produk, atau kebijakan tertentu. Ketika ada informasi yang dapat mengafirmasi opini dan sikapnya tersebut, maka ia mudah percaya. Hal tersebut juga berlaku pada kondisi sebaliknya. Seseorang yang terlalu suka terhadap kelompok, produk, dan kebijakan tertentu, jika menerima informasi yang sesuai dengan apa yang ia percayai, maka keinginan untuk melakukan pengecekan kebenaran terlebih dahulu menjadi berkurang. Secara natural, perasaan positif akan timbul di dalam diri seseorang ketika ada yang mengafirmasi apa yang dipercayai. Perasaan terafirmasi tersebut juga menjadi pemicu seseorang dengan mudahnya meneruskan informasi hoax ke pihak lain.

Faktor kedua yang menyebabkan seseorang mudah percaya pada hoax ialah disebabkan terbatasnya pengetahuan. Paparan tentang rendahnya daya literasi masyarakat Indonesia di atas menjadi jawaban terbaik atas pertanyaan mengapa hoax amat mudah tersebar dan menjadi persoalan nasional serius dewasa ini. Pengetahuan yang rendah menyebabkan filter untuk menyaring informasi

yang datang dari media-khususnya media baru, media sosial melalui jaringan internet-tidak cukup kuat untuk menyaring dan mengonfirmasi berita.

### 3. Simpulan

Media baru membuka ruang yang bebas atas dasar prinsip kesetaraan, kebebasan, dan partisipatif. Karakter media baru ini membuat siapa pun yang aktif terlibat di dalamnya memilih independensi untuk menyebarkan informasi yang ia terima. Pilihan anonimitas yang disediakan media sosial ber-*platform* internet juga menjamin privasi netizen.

Tingkat literasi rata-rata orang Indonesia tergolong sangat rendah. Satu penelitian menyebutkan, orang Indonesia hanya mampu membaca 27 halaman buku dalam setahun. Di sisi lain, orang Indonesia terlibat sangat aktif dalam berinteraksi melalui media sosial.

Keterlibatan aktif dalam media sosial-menulis status Facebook, berkicau lewat Twitter, atau beropini melalui akun Instagram pribadi-tidak diimbangi dengan kekayaan literatur yang dimiliki sebagai akibat kurangnya membaca menyebabkan seseorang mudah menerima sekaligus dalam waktu yang sama menyebarkan informasi tersebut tanpa konfirmasi dan filter. Dari situlah hoax kemudian terbentuk dan menyebar.

Dua faktor psikologis yang mendorong seseorang menyebarkan informasi hoax, yaitu: *pertama*, jika informasi yang diterima dianggap sesuai dengan opini atau sikap yang

dimiliki; dan *kedua*, karena terbatasnya pengetahuan.

### Daftar Pustaka

#### Buku

Holmes, David. 2012. *Teori Komunikasi Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Nasrullah, Rulli M. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Supriadi, Yadi. 2017. *Relasi Ruang Publik Dan Pers Menurut Habermas*, pdf file, Kajian Jurnalisme Volume I Nomor 1.

#### Internet

Dewangga, T.A. 2017. *Media Sosial, Hoax dan Runtuhnya Trust*, <http://setkab.go.id/media-sosial-hoax-dan-runtuhnya-trust/>. Jakarta: Sekretariat Kabinet Republik Indonesia.

Jordan, R. 2012. *Hoax, Hate Speech, dan Badan Cyber Nasional*. <http://hmip.fisip.ui.ac.id/hoax-hate-speech-dan-badan-cybernasional/> Jakarta: HMIP FISIP UI.

Mastel, *Infografis Hasil Survey Mastel Tentang Wabah Hoax Nasional*. <http://mastel.id/press-release-infografis-hasil-survey-mastel-tentang-wabah-hoax-nasional/>

Nadlir, Moh, *Per Hari Rata-rata Orang Indonesia Hanya Baca Buku Kurang dari Sejam*, <https://nasional.kompas.com/read/2018/03/26/14432641/per-hari-rata-rata-orang-indonesia-hanya-baca-buku-kurang-dari-sejam>

Nursyamsi, A. 2107. *Tangkal Berita Hoax Dengan Literasi Media*. Jakarta: LPM Institut UIN Syarif Hidayatullah.

Pratama, A.B, *Ada 800 Ribu Situs Penyebar Hoax di Indonesia*, CNN Indonesia: <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161229170130185-182956/ada->

800-ribu-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/

Respati, Sheila. 2017. *Mengapa Banyak Orang Mudah Percaya Berita "Hoax"?* Kompas.com, <http://nasional.kompas.com/read/2017/01/23/18181951/mengapa.banyak.orang.mudah.percaya.berita.hoax>.

Sukoco, Manik, *Netizen Indonesia, Angka Literasi dan Maraknya Hoax*, <https://www.kompasiana.com/maniksukoco/589bcacf18d7e61450ecd4cbc/netizen-indonesia-angka-literasi-dan-maraknya-hoax>

Yulaningsih, *Literasi Indonesia Sangat Rendah*, [https://www.republika.co.id/amp\\_version/ngm3g840](https://www.republika.co.id/amp_version/ngm3g840)