LANGKAH PEMERINTAH MENANGKAL DISEMINASI BERITA PALSU

GOVERNMENT STEPS TACKLING DISSEMINATION HOAX

Budi Prayitno[1]

Lembaga Administrasi Negara
Jl. Veteran No. 10 Jakarta Pusat 10110
Telp. (021) 386201-5; FAX (021) 3848792

(Diterima 12 September 2017; revisi 6 November 2017)

Abstract

The spread of hoaxes in social media has raised some concerns. Various efforts have been made by the government to minimize its distribution. However, a number of cases related to hoaxes that contain slander and hatred of the Ethnic, Religion, and Race increase over the past three years. This research seeks to find out what strategic and policy steps have been taken by the government. The results show that the government attempted to minimize the distribution of hoax by issuing a number of regulations and supporting infrastructure. That regulation is not optimal because there are some weaknesses contained in the regulation. The existing regulations only address a number of anticipatory steps that must be taken and do not address the root causes of the spread of hoax. On the other hand, the government is also not optimal in coordinating across agencies. And, the government is not optimal to provide media literacy to the community of social media users. Media Literacy is important to make media users have the ethic when interacting in cyberspace.

***Keywords** : government, hoax, social media*

Abstrak

Penyebaran *hoax* di media sosial telah menimbulkan keprihatinan sejumlah pihak. Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah untuk meminimalisasi persebarannya. Namun sejumlah kasus terkait hoax yang bernuansa fitnah dan kebencian terhadap Suku, Agama, dan Ras sepanjang tiga tahun terakhir terus mengalami peningkatan. Penelitian ini berupaya mengetahui langkah strategis dan kebijakan apa yang sudah dilakukan pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan pemerintah telah berupaya meminimalisasi persebaran *hoax* dengan menerbitkan sejumlah peraturan beserta infrastruktur pendukungnya. Hanya saja hal itu belum optimal karena ada kelemahan yang terdapat dalam peraturan tersebut. Peraturan yang ada hanya membahas sejumlah langkah antisipasi yang harus dilakukan dan tidak membahas akar persoalan penyebab penyebaran *hoax*. Di sisi lain, pemerintah juga belum optimal melakukan koordinasi secara lintas instansi dan memberikan literasi media kepada masyarakat pengguna media sosial agar beretika ketika berinteraksi di dunia maya.

Kata kunci: pemerintah, berita palsu, media sosial

[1] *prayitnobudi@lan.go.id*

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan informasi yang saat ini berkembang di hampir seluruh belahan dunia telah memberikan pengaruh signifikan pada kehidupan masyarakat. Ditunjang dengan kemajuan alat komunikasi yang kian canggih, inter-koneksi dan inter-relasi antar penduduk dunia sekarang saling berkait setiap detiknya. Apa yang saat ini terjadi sebenarnya sudah diprediksi oleh Marshall McLuhan pada tahun 60-an. Dalam pemikirannya, McLuhan menilai bahwa suatu saat nanti informasi akan sangat terbuka dan dapat diakses oleh semua orang. Pemikirannya pada tahun 1960-an kala itu dipandang sangat aneh ketika saluran TV masih terbatas jangkauannya, internet belum ada, dan radio masih terbatas antar daerah. Namun kini, pemikiran McLuhan seolah menemukan kebenarannya ketika konsepsinya tentang *Global Village* terbukti. Saat ini telah terjadi proses homogenisasi jagat sebagai akibat dari kesuksesan sistem komunikasi secara keseluruhan. Hal ini ditunjukan dengan semakin tereduksinya konsepsi ruang, jarak, dan waktu dengan adanya kemajuan teknologi. Persebaran informasi pun kini sangat cepat dan masif di masyarakat. Bahkan, sering kali informasi itu hadir dihadapan kita tanpa diminta (McLuhan, 1964).

Perkembangan ini tentu saja memberikan dampak positif bagi warga dunia. Dampak positif itu yakni saat ini kita selalu mendapatkan informasi terbaru mengenai apapun yang terjadi di muka bumi. Orang dapat mengetahui kabar yang terjadi di tempat lain, dapat berkomunikasi dan terhubung walau dalam jarak ribuan mil, serta mencari dan bertukar informasi. Sementara dampak negatifnya adalah ketergantungan orang terhadap internet, eksistensi yang lebih besar di dunia maya dibandingkan di dunia nyata, serta semakin berkurangnya relasi sosial dengan orang lain karena keasyikan terhadap eksistensinya di dunia maya.

Hal negatif lain yang kini cenderung mewabah dan berkembang di dunia maya adalah merebaknya berita palsu *(hoax)* yang kian mengganggu kehidupan sosial masyarakat. Inter-koneksi dan inter-relasi masyarakat sering terbelah ketika informasi yang disampaikan ternyata melenceng jauh dari fakta ketika sampai ke tangan penerima informasi. Apalagi, informasi itu disampaikan melalui saluran komunikasi berupa media sosial seperti *facebook, twitter, instagram*, *WhatsApp* serta kanal berita abal-abal tanpa disertai klarifikasi akan kebenaran berita tersebut. Kondisi ini pada akhirnya mengundang keprihatinan pemerintah. Terlebih banyak masyarakat kita yang tidak melakukan klarifikasi terhadap kebenaran berita yang beredar tetapi justru turut serta menyebarkan berita palsu *(hoax)* yang belum terverifikasi kebenarannya tersebut. Masyarakat kita yang budaya literasinya masih rendah akhirnya dengan mudah termakan berita palsu *(hoax)*. Perdebatan di dunia maya pun riuh rendah dengan pertarungan pendapat yang tidak berujung pangkal.

Munculnya berita palsu *(hoax)* yang menghiasi jagad dunia maya pada akhirnya terkuak bahwa hal itu di organisasi secara rapi oleh *buzzer* yang memang dipelihara oleh individu, politikus, ataupun kelompok kepentingan demi mengamankan kepentingan pribadi maupun kelompoknya. Bahkan tak jarang berita palsu *(hoax)* yang disebarkan mendiskreditkan pemerintah tanpa disertai data dan fakta yang teruji validitasnya. Indikasi adanya kelompok atau individu yang bermain dalam penyebaran berita palsu *(hoax)* adalah terungkapnya jaringan penyebar berita palsu *(hoax)* Saracen awal bulan Agustus 2017. Saracen diduga memproduksi konten–konten yang bermuatan SARA dan menebarkan ujaran kebencian yang dinilai dapat memantik konflik horizontal. Selain terorganisasi secara rapi, Saracen juga menerima pesanan politik dalam rangka pemenangan Pilkada.

Keberadaan Saracen ini sebenarnya tidak sendirian karena banyak sekali *buzzer* yang diorganisasi dengan tujuan untuk memprovokasi masyarakat. Bahkan, banyak kanal-kanal media yang seolah-olah merupakan kanal berita resmi dan terverifikasi, tapi ternyata adalah kanal berita abal-abal penyebar kabar palsu.

Terkait kanal berita abal-abal yang sering di *share netizen* di media sosial, Kementerian Kominfo sudah melakukan tindakan pemblokiran terhadap 11 situs yang dianggap mengandung konten negatif dan ujaran kebencian. Kesebelas situs yang dianggap mengandung konten negatif itu antara lain : voa-islam.com; nahimunkar.com; kiblat.net; bisyarah.com; dakwahtangerang.com; islampos.com; suaranews.com; izzamedia.com; gensyiah.com; muqawamah.com; abuzubair.net (Ihsanuddin, 2017).

Pemblokiran terhadap situs berita tersebut dimaksudkan pemerintah untuk meminimalisasi penyebaran berita palsu *(hoax)* dan memberikan informasi yang valid dan akurat yang diterima masyarakat. Meski demikian, hal ini belum sepenuhnya berhasil dan masih terus dilakukan oleh pemerintah.

Pemerintah saat ini tengah melakukan langkah-langkah konstruktif dan proaktif untuk menanggulangi penyebaran berita palsu *(hoax)* di media sosial. Penelitian ini berupaya untuk melihat sejauh mana langkah strategis yang dilakukan oleh pemerintah dan kebijakan apa yang diambil dalam rangka meminimalisasi persebaran berita palsu *(hoax)*?

2. TINJAUAN TEORI DAN PENELITIAN SEBELUMNYA

2.1. Berita Palsu atau *Hoax*

Sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Hoax* didefinisikan sebagai tidak benar; palsu (tentang berita, pesan dan sebagainya). *Hoax* juga diartikan sebagai informasi yang tidak sesuai dengan faktanya, dengan tujuan agar orang dapat mempercayai informasi tersebut. *Hoax* kerap muncul di media sosial karena pada media sosial tidak terdapat *gate keeper* seperti pada media masa. Sehingga ribuan informasi dapat menyebar langsung dengan cepat. *Hoax* sendiri berasal dari kata *hocus* yang artinya mengecoh atau menipu. Secara umum *hoax* berarti kabar burung atau kabar palsu – sebuah kabar atau cerita palsu yang sengaja dibuat atau difabrikasi seolah-olah kabar atau cerita itu benar adanya (Sebastian, 2016).

2.2. Media Sosial

Andreas Kaplan dan Michael Haenlen mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten. Menurut mereka, media sosial dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu : *Pertama,* proyek kolaborasi *website*, dimana *user*-nya diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, atau pun membuang konten-konten yang termuat di *website* tersebut. *Kedua,* blog dan *microblog*, dimana user mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti *Twitter*. *Ketiga*, konten atau isi, di mana para *user* di *website* ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti *e-book*, video, foto, gambar, dan lain-lain. *Keempat*, situs jejaring sosial, di mana *user* memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya *Facebook. Kelima*, *virtual game world*, di mana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud avatar-avatar sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud avatar juga layaknya di dunia nyata, seperti *online game*.

Keenam, *virtual social world,* merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain. *Virtual social world* ini tidak jauh berbeda dengan *virtual game world*, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *Second Life* (Kaplan & Haenlein, 2010).

Dengan muatan seperti itu, maka media sosial tidak jauh dari ciri-ciri berikut ini :

a. Medsos dalam perkembangan media telah mengambil bentuk yang menandingi media-media konvensional atau tradisional, seperti televisi, radio, atau media cetak. Keunggulan itu dapat terjadi karena medsos tidak membutuhkan tenaga kerja yang banyak, modal yang besar, dan tidak terikat oleh fasilitas infrastruktur produksi yang massif seperti kantor, gedung dan perangkat peliputan yang lain. Pengguna medsos bahkan bisa aktif, mengambil peran dan independen dalam menentukan konten-konten dalam medsos kapan pun dan di mana pun. *User* medsos bebas untuk mengedit seperti mengurangi dan menambahkan, menyebarkan, serta memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, maupun berbagai bentuk konten yang lain. Sebaliknya, medsos begitu mudah digunakan (*user friendly*), bahkan pengguna tanpa basis pengetahuan Teknologi Informasi (TI) pun dapat menggunakannya. Yang diperlukan hanya komputer, tablet, *smartphone,* ditambah koneksi internet.
b. Menciptakan hubungan lebih intens. Media-media konvensional hanya melakukan komunikasi satu arah. Untuk mengatasi keterbatasan itu, media konvensional mencoba membangun hubungan dengan model interaksi atau koneksi secara live melalui telepon, sms atau twitter. Sedangkan medsos memberikan kesempatan yang lebih luas kepada user untuk berinteraksi dengan mitra, pelanggan, dan relasi, serta membangun hubungan timbal balik secara langsung dengan mereka.
c. Jangkauan luas dan global. Media-media konvensional memiliki daya jangkau secara global, tetapi untuk menopang itu perlu biaya besar dan membutuhkan waktu lebih lama. Sedangkan melalui medsos, siapa pun bisa mengomunikasikan informasi secara cepat tanpa hambatan geografis. Pengguna medsos juga diberi peluang yang besar untuk mendesain konten, sesuai dengan target dan keinginan ke lebih banyak pengguna.
d. Kendali dan terukur. Dalam medsos dengan sistem *tracking* yang tersedia, pengguna dapat mengendalikan dan mengukur efektivitas informasi yang diberikan melalui respons balik serta reaksi yang muncul. Sedangkan pada media-media konvensional, masih membutuhkan waktu yang lama.

2.3. Komunikasi Pemerintahan melalui Media Sosial

Komunikasi pemerintahan adalah penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan bernegara. Pemerintah pada posisi ini diasumsikan sebagai komunikator dan masyarakat sebagai komunikan (Hasan, 2005). Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses pengoperan lambang-lambang yang mengandung arti dari satu pihak kepada pihak lain. Unsur-unsur yang terlibat sekaligus sebagai dimensi-dimensi proses komunikasi pemerintahan, meliputi:

1. Komunikator *(Communicator),* yakni orang yang menyampaikan atau mengatakan atau menyiarkan pesan.
2. Pesan *(message),* yaitu idea, informasi, opini dan sebagainya.
3. Saluran *(channel, media)* ialah alat yang dipergunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan.
4. Komunikan *(audience),* yaitu orang yang menerima pesan.
5. Efek, yakni pengaruh kegiatan komunikasi yang dilakukan komunikator kepada komunikan (Ndraha, 2003).

Perkembangan teknologi dan informasi yang kini melanda seluruh dunia secara tidak langsung turut memaksa pola komunikasi yang dijalankan pemerintah. Pola komunikasi yang dilakukan pemerintah saat ini pun dilakukan dengan memanfaatkan media sosial. Hal ini pun diwadahi dengan dikeluarkannya Permenpan No. 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah. Permenpan itu memuat sejumlah langkah komunikasi pemerintah melalui pengelolaan media sosial, antara lain :

1. Perencanaan
   Secara sederhana, perencanaan media sosial dilakukan dengan metode *People-Objectives-Strategy-Technique (POST)* yang merupakan empat tahapan yang sangat penting dalam strategi media sosial. Khalayak *(people)* adalah penetapan khalayak yang menjadi sasaran komunikasi instansi dan perilaku online khalayak yang didasarkan pada segmentasi teknografis sosial. Sedangkan sasaran *(objectives)* adalah penentuan sasaran khalayak dalam memperoleh masukan, menyosialisasikan informasi untuk membangun kesadaran, atau memberdayakan khalayak). Sementara Strategi adalah cara instansi menentukan hubungan dengan khalayak. Dan terakhir adalah pemanfaatan teknologi *(technology),* khususnya penentuan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan.
2. Kegiatan Media Sosial
   Kegiatan media sosial merupakan bagian terpadu dari kegiatan komunikasi instansi pemerintah secara menyeluruh. Oleh karena itu, kegiatan tersebut harus diselaraskan dengan kebijakan umum pemerintah. Kebijakan instansi pemerintah yang memiliki akun media sosial tersebut harus tercermin dalam isi media sosial. Untuk mengelola hubungan masyarakat dengan memanfaatkan media sosial digunakan akun resmi masing-masing instansi pemerintah dengan penanggung jawab *(administrator)* pimpinan dari instansi yang bersangkutan atas nama pemimpin instansi. Penanggung jawab berhak sepenuhnya untuk mengunggah informasi yang berkaitan dengan instansi serta menanggapi atau menjawab komentar, pendapat, masukan dan saran khalayak.
3. Strategi Media Sosial
   Strategi media sosial dilakukan dengan merancang pesan yang tepat untuk khalayak sasaran dan menyebarluaskannya pada media sosial yang tepat.
4. Pelaksanaan Media Sosial
   Langkah pelaksanaan media sosial dalam rangka mendukung komunikasi pemerintah dilakukan dengan *pertama,* menentukan khalayak sasaran yang tepat sesuai dengan segmentasi teknografis. *Kedua,* memilih dan membuat akun media sosial yang sesuai dengan khalayak sasaran. *Ketiga,* membuat dan mengunggah pesan dengan melakukan *tagging*. *Keempat,* memantau percakapan. *Kelima,* berinteraksi dengan khalayak, dan *keenam,* menganalisa dan menyarikan seluruh masukan khalayak sebagai umpan balik pembuat kebijakan. *Ketujuh,* memberikan rekomendasi tindak lanjut kegiatan, program, atau kebijakan sesuai dengan masuan dan aspirasi khalayak, dan terakhir adalah menyebarluaskan kebijakan dan tindak lanjut pelaksanaan program.
5. Pemantauan dan Evaluasi Media Sosial
   Pemanfaatan media sosial dikenal juga dengan istilah penyimakan sosial *(social listening).* Kegiatan ini merupakan proses identifikasi dan penilaian mengenai persepsi khalayak terhadap instansi dengan menyimak semua percakapan khalayak di berbagai media sosial. Pemantauan dilakukan untuk mengukur dan menganalisis kecenderungan persepsi, opini, dan sikap khalayak terhadap instansi. Pengukuran dan analisis tersebut dilakukan terus menerus dan sewaktu *(real time)* sehingga instansi pemerintah mampu

memantau pergerakan naik atau turunnya kecenderungan persepsi, opini, dan sikap khalayak terhadap instansi.

2.4. Penelitian Sebelumnya

Penelitian mengenai berita palsu *(hoax)* pernah dilakukan Juliswara dengan judul Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu *(Hoax)* di Media Sosial. Hasil penelitian menunjukkan upaya meminimalisasi persebaran berita palsu *(hoax)* dapat dilakukan dengan pendekatan kebhinekaan atau kewargaan *(digital citizenship)* melalui peningkatan kemampuan literasi media agar individu melek informasi dan bertanggung jawab terhadap kebebasan informasi yang ada. Individu juga dituntut untuk mapu mengidentifikasi pesan kebencian dan menangkal pesan kebencian (Juliswara, 2017).

Penelitian lain juga dilakukan Rahadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pengguna media sosial menjadi salah satu faktor yang mempermudah penyebaran informasi tanpa melalui proses verifikasi. Pengguna media sosial memahami informasi dan dampak *hoax* yang muncul setelah menyebarkan informasi. Alasan utama pengguna menyebarkan informasi *hoax* adalah untuk mempengaruhi pendapat/sikap orang lain. Mereka juga memahami bahwa informasi *hoax* dapat memecah belah bangsa. Untuk menghambat diseminasi informasi *hoax,* diperlukan peran pemerintah dan orang tua agar para pengguna media sosial memiliki etika yang bijak dalam menanggapi semua informasi yang diterima (Rahadi, 2017).

Penelitian lain tentang pengaruh *hoax* juga dilakukan Renata A. dengan judul *Hoax* Politik pada Media Sosial Instagram (Studi Etnografi Virtual tentang Keberadaan *Instagram* dan *Hoax* Politik). Penelitian ini mengidentifikasi sasaran dari *hoax* politik di media sosial *instagram* adalah politisi, pejabat publik, dan anggota dewan perwakilan rakyat. Selain digunakan untuk menyampaikan keberhasilan kinerjanya, media sosial *instagram* juga digunakan pihak lainnya untuk menjatuhkan reputasi, memperoleh dukungan pihak lain, menyerang, menyebarkan informasi tipuan *(hoax)* dan menyebarkan fitnah (Renata, Anisa, 2016).

Hasil penelitian ini menemukan ada lima tipe pengguna instagram dalam menanggapi *hoax* mengenai politik. Pertama, pengguna *instagram* yang memberikan komentar negatif pada *hoax* politik yang diunggah dengan mencela, menghina dan memfitnah. Kedua, pengguna *instagram* yang memberikan komentar positif pada *hoax* politik yang diunggah dengan memberikan dukungan dan menyetujui informasi tersebut. Ketiga, pengguna *instagram* yang memberikan komentar netral dengan menghimbau pengguna lainnya untuk melakukan pengecekan kembali dan tidak langsung mempercayai informasi tersebut. Keempat, pengguna *instagram* yang memberikan komentar yang tidak berkaitan dengan *hoax* politik yang diunggah. Kelima, pengguna *instagram* yang memberikan komentar dengan menyatakan ketidakpeduliannya terhadap informasi tersebut (Renata, Anisa, 2016).

Hal yang cukup menarik adalah ketika informasi yang diunggah adalah informasi positif, kerap tidak mendapatkan respon dari pengguna *instagram*, sementara jika informasi yang disampaikan negatif dan tidak jelas kebenarannya *(hoax)* kerap disukai dan direspon oleh pengguna *instagram* dengan memberikan komentar negatif. Hal menarik lainnya adalah beberapa pengguna *instagram* seringkali merespon dan berkomentar tidak berkaitan dengan informasi yang diunggah (Renata, Anisa, 2016).

Sementara itu solusi alternatif untuk meminimalisasi berita *hoax* bisa dilakukan dengan memanfaatkan sistem aplikasi. Hal ini sebagaimana diteliti oleh Firmansyah. Hasil penelitiannya memfokuskan perancangan web klarifikasi berita untuk pengendalian

penyebaran berita *hoax* yang diimplementasikan dengan bahasa pemrograman web PHP dan MySQL DBMS sebagai *Software Developing Tools* (Firmansyah, 2017).

3. METODE PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *participant observation.* Dalam observasi ini peneliti secara langsung terlibat dalam kegiatan sehari-hari untuk menangkal berita palsu *(hoax)*, yang dilakukan melalui grup komunikasi *WhatsApp* Iprahumas (Ikatan Pranata Humas) Kementerian/Lembaga, Tim Sinergi Media Sosial Aparatur Sipil Negara (SIMAN) Kementerian/Lembaga, serta Grup Humas Kementerian/Lembaga. Data lain yang dikumpulkan juga diperoleh dari berbagai diskusi dan forum tematik kehumasan yang diselenggarakan Kementerian/Lembaga yang selalu peneliti ikuti. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai media massa ataupun lembaga survei yang menyajikan informasi terkait trend penggunaan media sosial di Indonesia.

4. HASIL PENELITIAN

Penyebaran berita palsu *(hoax)* melalui media sosial saat ini sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Berita palsu *(hoax)* seringkali hadir tanpa diminta di lini massa media sosial yang kita miliki. Konten beritanya yang provokatif seringkali memantik rasa permusuhan, kebencian, perseteruan antar kelompok, serta mendiskreditkan para pihak yang dianggap lawan.

Di belahan dunia Barat, kondisi ini sekarang dikenal dengan istilah "*post-truth*" atau era pasca-kebenaran. Kamus Oxford mendefinisikan "*post truth*" sebagai "berkaitan dengan atau menunjukkan keadaan dimana fakta objektif kurang berpengaruh dalam membentuk opini publik daripada menarik perhatian emosi dan kepercayaan pribadi".

Pola penyebaran berita palsu *(hoax)* melalui media sosial yang diterima masyarakat umumnya beragam jenis dan informasinya. Hasil penelitian Mastel menunjukkan bahwa sebanyak 92,40 % berita *hoax* diterima masyarakat melalui sosial media seperti *facebook, twitter, instagram* serta *path.* Sementara sebanyak 62,80 % diterima melalui aplikasi *chatting* seperti *WhatsApp, Line, Telegram,* dan sebanyak 34,90 % melalui situs web. Sementara jika dilihat dari jenis informasinya, peringkat pertama jenis *hoax* yang diterima masyarakat terdiri dari sebanyak 91,80 % berupa *hoax* masalah sosial dan politik, baik itu terkait Pilkada ataupun Pemerintah. Kedua, adalah masalah SARA sebanyak 88,60 %, Kesehatan sebanyak 41,20 %, makanan dan minuman sebanyak 32,60 %, penipuan keuangan sebanyak 24,50 %, Iptek sebanyak 23,70 %, sisanya adalah jenis *hoax* seperti berita duka, candaan, bencana alam, serta lalu lintas ("Hasil Survey Mastel tentang Wabah Hoax Nasional," 2017).

Pola persebaran berita palsu *(hoax)* umumnya dilakukan dengan memanfaatkan meme berupa foto, video, dan tulisan. Meme yang diproduksi disebarkan dengan memanfaatkan jejaring media sosial dan mengandalkan jumlah pengikut dari setiap akun yang dimiliki para penyebar berita palsu *(hoax)*. Begitu berita palsu *(hoax)* di *up load*, biasanya para pengikutnya yang terkoneksi secara otomatis akan langsung bisa membaca meme tersebut. Para pengguna media sosial umumnya langsung merespon meme yang tampil di layar media sosial mereka dan memviralkannya tanpa melakukan verifikasi terlebih dahulu apakah meme itu benar atau tidak. Begitu meme itu menjadi viral, maka *netizen* yang masih dalam satu lingkaran pertemanan *(inner circle)* akan menelannya mentah-mentah dan menganggapnya sebagai kebenaran.

Meminjam analisis Merlyna Lim, pola persebaran berita palsu ini biasa disebut dengan kantong algoritmis. Kantong algoritmis adalah penentuan jenis informasi yang disajikan pada pengguna media sosial berdasarkan ketertarikan sang pengguna itu sendiri. Dalam hal ini, pengguna media sosial cenderung masuk ke *"filter bubble"*atau "gelembung penyaring" dimana mereka berinteraksi dengan informasi yang serupa dan menyekat mereka dari pandangan-pandangan yang beragam. Kantong informasi di Indonesia biasanya memiliki jaringan kontak yang besar dan beragam (kadang lebih dari 1.000 teman) yang membukakan mereka pada berbagai rupa diskusi (Lim, 2017).

Dinamika yang saat ini terjadi di media sosial melanggengkan pembentukan "kantong algoritmis" atau *"algorithmic enclave"*. Dalam analisisnya, Merlyna Lim menilai bahwa kantong-kantong algoritmis terbentuk ketika sekelompok individu, didorong oleh interaksi yang terus menerus dengan algoritme, berupaya membentuk identitas *online* bersama, untuk saling berbagi, membela keyakinan mereka, dan melindungi sumber daya mereka dari ancaman, baik yang hakiki maupun yang majasi. Algoritme itu sendiri tidaklah menentukan pembentukan kantong-kantong ini. Menurut Merlyna Lim, bukan informasi yang berfungsi membentuk dan mempertajam perbedaan antar kantong, melainkan bagaimana informasi tersebut dibagikan, didiskusikan, dan dibenturkan dengan opini dan keyakinan bersama secara rutin antar anggota dalam kantong (Lim, 2017).

Fenomena inilah yang selama ini mempengaruhi persebaran berita palsu *(hoax)* di Indonesia melalui media sosial. Sejauh ini belum ada filter ampuh yang mampu melakukan *blocking* terhadap berita palsu *(hoax)* yang berkembang di berbagai kanal media sosial. Karena begitu satu akun diblokir dan dibekukan, nantinya akan muncul akun-akun baru dengan domain dan *internel protocol address* baru dengan konten yang kurang lebih sama.

Ruang operasi penyebar berita palsu *(hoax)* tidak hanya di media sosial. Para penyebar berita palsu *(hoax)* atau biasa dikenal dengan *buzzer* juga membuat portal berita dengan mengadopsi gaya portal dan nama yang sepintas mirip dengan media *on line* resmi dan terverifikasi. Pembaca yang tidak jeli biasanya akan tertipu dengan berita-berita yang disajikan oleh portal berita abal-abal milik para penyebar berita palsu *(hoax).* Para pembaca umumnya menyangka bahwa berita yang mereka baca adalah berita asli yang sudah terverifikasi sesuai standar dan kaidah jurnalistik. Padahal apabila dicermati lebih jauh, narasi yang tersaji dari portal penyebar berita palsu *(hoax)* itu tidak bisa dipertanggungjawabkan keakuratannya, baik dari segi standar, etika serta kaidah jurnalistik.

Tabel 1. Berita Palsu (hoax) yang Disebar di Media Sosial

No.	Daftar Berita Palsu *(hoax)* yang Pernah Viral di Media Sosial
1.	Wapres Jusuf Kalla dikabarkan kritis dan diterbangkan ke Singapura *(Hoax)*
2.	Jokowi merupakan anak PKI *(Hoax)*
3.	Gerakan Rush Money *(Hoax)*
4.	10 Juta Tenaga Kerja China Masuk Indonesia *(Hoax)*
5.	Foto Jabat Tangan Ahok dan Habib Rizieq *(Hoax)*
6.	Penggunaan plastik pada Lontong (Disinformasi)
7.	Penculikan anak untuk jual organ tubuh *(Hoax)*
8.	Pembangunan disneyland di Boyolali, Jawa tengah, Indonesia *(Hoax)*
9.	Banjir di depan istana (Disinformasi)
10.	Bumbu masak mengandung babi *(Hoax)*

No.	Daftar Berita Palsu *(hoax)* yang Pernah Viral di Media Sosial
11.	Dan lain-lain.

Sumber : Diolah dari situs TurnBackHoax.id, 2017

4.1. Langkah Pemerintah Menanggulangi Berita Palsu *(Hoax)*

Dari hasil penelitian terkait langkah strategis dan kebijakan pemerintah dalam menanggulangi berita palsu *(hoax)* sebenarnya sudah ada beberapa langkah yang komprehensif, baik dari kesiapan sarana, regulasi maupun konsekuensi hukumnya. Langkah strategis dan kebijakan yang ditempuh pemerintah itu antara lain sebagai berikut.

4.1.1. UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Pemerintah menerbitkan UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang diperbarui dengan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Undang-Undang ITE diterbitkan pemerintah karena menyadari pemanfaatan teknologi informasi, media dan komunikasi telah mengubah perilaku masyarakat maupun peradaban manusia secara global. Kemajuan teknologi dan informasi yang saat ini terjadi ibarat pedang bermata dua. Selain memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan, kemajuan dan peradaban manusia, kemajuan teknologi informasi juga menjadi sarana efektif perbuatan melawan hukum. UU ITE dalam pasal-pasalnya mengatur rambu-rambu terkait aturan dan larangan apa saja yang harus dipatuhi masyarakat ketika mereka berinteraksi di dunia maya atau media sosial. Termasuk juga apa yang boleh diposting ataupun dilarang ditampilkan di dunia maya karena dikhawatirkan dapat mengganggu ketertiban umum.

Pasal 27, 28 dan 29 dalam UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE memberikan sanksi yang jelas bagi mereka yang melakukan pelanggaran sesuai dengan ketentuan yang termaktub dalam pasal-pasal tersebut diatas. Keberadaan UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik kini sudah direvisi mengingat semakin meningkatnya jumlah pelanggaran yang dilakukan *netizen* di dunia maya. Pemerintah pun mengeluarkan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Revisi ini dilakukan dalam koridor untuk memberikan jaminan atas pengakuan dan penghormatan terhadap hak dan kebebasan orang lain dan untuk memenuhi tuntutan yang adil sesuai dengan pertimbangan keamanan dan ketertiban dalam masyarakat yang demokratis. Hal lain yang mendorong dilakukannya revisi atas UU ITE adalah semakin meningkatnya jumlah *netizen* yang terjerat UU ITE karena berbagai sebab khususnya penyebaran konten-konten yang dianggap meresahkan dan bernuansa SARA. Berikut beberapa kasus terkait UU ITE yang menjerat *netizen* yang disarikan penulis dari berbagai media massa.

Tabel 2. Sejumlah Kasus terkait UU ITE No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

No.	Nama Tersangka	Kasus yang menjerat
1.	**Prita Mulyasari**	Kasus Prita Mulyasari bermula pada 15 Agustus 2008. Saat itu, Prita menuliskan surat elektronik *(e-mail)* berisi keluhan kepada teman-temannya terkait layanan RS Omni Internasional di Tangerang. Namun, isi *e-mail* untuk kalangan terbatas itu tersebar ke sejumlah *mailing list* di *internet*.Pihak RS Omni pun mengambil langkah hukum. Prita dijerat dengan pasal 310 dan 311 KUHP tentang pencemaran nama baik serta pasal 27 ayat (3) Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Ancaman hukumannya enam tahun penjara.Pengadilan Negeri (PN) Tangerang sempat memvonis bebas Prita, kemudian Majelis kasasi Mahkamah Agung (MA) mengganjarnya dengan pidana 6 bulan penjara dengan masa percobaan setahun. Prita akhirnya bebas setelah Peninjauan Kembali (PK) terhadap kasusnya dikabulkan oleh Mahkamah Agung (MA) pada 17 September 2012.
2.	**Florence Sihombing**	Mahasiswi kenotariatan Universitas Gajah Mada (UGM), Florence Sihombing sempat dijerat dengan Pasal 27 ayat 3 juncto Pasal 45 ayat 1, dan Pasal 28 ayat 2 juncto Pasal 45 ayat 2 Undang-Undang ITE. Penyebabnya adalah statusnya di jejaring sosial *Path* yang dinilai menghina warga Yogyakarta.
3.	**Buni Yani**	Buni Yani Didakwa melakukan pengeditan terhadap video pidato Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok pada saat kunjungan kerja di Kepulauan Seribu pada 27 September 2016. Postingan Buni Yani di akun f*acebook*-nya menyebabkan gelombang demonstrasi besar-besaran umat Muslim hingga berjilid-jilid yang menuntut Ahox di penjara karena dugaan penistaan agama. Buni Yani dijerat dengan dua dakwaan alternatif, yaitu Pasal 32 ayat 1 junto Pasal 48 ayat 1 UU RI nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Ia dinilai telah mengubah, merusak, dan menyembunyikan informasi elektronik milik orang lain ataupun publik berupa video pidato mantan Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok di Kepulauan Seribu pada 27 September 2016. Buni Yani juga dianggap melanggar Pasal 28 ayat 2 jo pasal 45 ayat 2 Undang-undang RI nomor 11/2008 tentang Informasi dan Transaksi Eletronik (ITE) jo pasal 45 huruf A ayat 2 Undang-undang RI nomor 19/2016 tentang perubahan atas UU RI nomor 11/2008.
4.	**Muhammad Arsyad**	Muhammad Arsyad ditangkap Bareskrim Polri karena diduga menghina Presiden Jokowi pada medio 2014 silam. Tukang sate itu ditangkap karena mem-*posting* sejumlah gambar yang dianggap melecehkan Jokowi di *Facebook*. Arsyad sempat ditahan pihak kepolisian. Dia dijerat dengan Pasal 27 Ayat (3) UU ITE. Kasus ini berhenti setelah Jokowi didesak banyak pihak. Jokowi kemudian memaafkan Arsyad dan memberinya modal untuk usaha.
5.	**Bambang Tri Mulyono**	Jokowi *Undercover,* begitu judul buku yang ditulis Bambang Tri Mulyono. Buku itu yang kemudian membuatnya bermasalah dengan hukum. Dalam bukunya, Bambang menulis tentang pemalsuan data oleh Jokowi saat mengajukan diri sebagai calon presiden dalam Pilpres 2014. Selain itu, Bambang juga di bab lainnya menggambarkan Desa Giriroto sebagai basis Partai Komunis Indonesia (PKI) terkuat di Indonesia. Bambang dijerat dengan Pasal 16 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2008 tentang

No.	Nama Tersangka	Kasus yang menjerat
		Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis. Bambang juga dijerat Pasal 28 ayat 2 UU ITE karena penyebaran ujaran kebencian.
6.	**Tamim Pardede**	Bareskrim Polri kembali menangkap orang yang diduga menyebarkan ujaran kebencian sebagaimana diatur dalam UU ITE. Kali ini orang dimaksud, yakni Muhammad Tamim Pardede. Tamim ditangkap, Juni 2017 karena mengunggah video berisi kebencian dan penghinaan terhadap Presiden Jokowi dan Kapolri Jenderal Tito Karnavian. Salah satu video yang diunggahnya, Tamim menyebut Presiden berpihak pada komunis. Ia juga menyeret nama Tito yang dikatakannya sebagai antek Jokowi dalam paham komunis. Dia kemudian ditangkap polisi usai sebelumnya menantang Korps Bhayangkara untuk menangkapnya. Oleh polisi, Tamim kemudian dijerat dengan dengan Pasal 28 Ayat 2 UU ITE.
7.	**Sri Rahayu**	Wanita 32 tahun itu ditangkap polisi dengan sangkaan UU ITE karena diduga menyebarkan berbagai konten yang menghina Presiden Joko Widodo, lambang negara, sejumlah partai politik, dan organisasi kemasyarakatan lewat media sosial *Facebook.* Dia mengunggahnya di akun *Facebook* miliknya, Sri Rahayu Ningsih (Ny Sasmita). Konten-konten yang diunggah Sri dalam akun *Facebook*-nya dinilai melanggar UU ITE. Sri dijerat dengan Pasal 45 ayat (2) juncto Pasal 28 ayat (2) UU ITE dan atau Pasal 16 juncto Pasal 4 (b)1 UU Nomor 40 Tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis.
8.	**Alfian Tanjung**	Alfian Tanjung merupakan tersangka kasus *hate speech* alias ujaran kebencian lantaran menghina kader PDI Perjuangan melalui akun *twitter*-nya. Dalam twitnya, Alfian mengatakan bahwa sebagian besar kader PDIP adalah kader PKI. Alfian dijerat Pasal 27 ayat 3 junto Pasal 45 ayat 3 dan/atau Pasal 28 ayat 2 junto Pasal 45a ayat 2 UU 19 tahun 2016 tentang Informasi Transaksi Elektronik (ITE) serta Pasal 310 dan 311 dan Pasal 156 KUHP.
9.	**Sandy Hartono**	Sandy Hartono diadili Pengadilan Negeri Pontianak tahun 2011. Berdasarkan Putusan Pengadilan Negeri Pontianak tanggal 20 September 2011 Nomor : 347/Pid.B/2011/PN.PTK. Dia terbukti membuat akun *facebook* palsu dan memasukkan gambar-gambar maupun kalimat yang berisikan penghinaan terhadap agama Islam. Ia di pidana penjara selama 6 (enam) tahun dan pidana denda sebesar Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) karena 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 antar golongan (SARA),
10.	**Alexander Aan**	Alexander Aan diadili di Pengadilan Muaro Sumatera barat tahun 2012, berdasarkan putusan No 45 /PID.B/2012/PN.MR dan di hukum dua tahun tiga bulan penjara serta denda Rp. 100 juta karena terbukti secara sah dan meyakinkan bersalah melakukan Tindak Pidana "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 Antar Golongan (SARA)." Berdasarkan putusan pengadilan, ia terbukti telah membuat di Akun *Facebook Group* Ateis Minang yang bernama Alex Aan, email indesgate@yahoo.co.id berupa tulisan yang menghina agama.
11.	**Muhamad Rokhisun**	Muhammad Rokhisun diadili di Pengadilan Negeri Pati tahun 2013. Berdasarkan Putusan Nomor: 10/Pid.Sus/2013/PN.Pt dan dipidana penjara selama: 5 (lima) bulan dan denda sebesar Rp. 10.000.000,- (sepuluh

No.	Nama Tersangka	Kasus yang menjerat
		juta rupiah) subsidair 6 (enam) bulan kurungan. Ia terbukti 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 antar golongan (SARA)" dengan cara membuat status atau kata-kata yang menyerang serta menista agama.
12.	**I Wayan Hery Christian**	I Wayan Heri Christian divonis penjara tujuh bulan karena terbukti bersalah dalam persidangan di Pengadilan Negeri Palu. Putusan menyatakan bahwa ia terbukti melakukan tindakan penistaan agama melalui sarana informasi teknologi sesuai pasal 28 ayat (2) juncto pasal 45 Ayat (2) UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi dan Elektronik (ITE). Ia membuat status yang melecehkan di media sosial karena merasa terganggu suara takbir menyambut Idul Adha. Ternyata status I Wayan Hery tersebut tersebar luas di masyarakat dan akhirnya dilaporkan warga ke polisi. Ia dan pihak keluarga juga telah meminta maaf kepada masyarakat luas atas perbuatannya.

Sumber : Diolah dari berbagai pemberitaan di media massa, 2017

Berlakunya UU ITE dan ancaman pidana yang menyertainya tampaknya belum mampu meminimalisasi persebaran berita palsu *(hoax)* yang dilakukan masyarakat. Sejumlah kasus sebagaimana tersaji pada tabel di atas menjadi penanda bahwa masyarakat cenderung mengabaikan etika dalam berkomunikasi di media sosial. Dari hasil penelitian yang dilakukan SAFE.net terhadap kasus ITE sepanjang Agustus 2008 – Desember 2016, setidaknya diperoleh rincian sebagai berikut : dari jenis kelamin, pria menempati angka terbesar sebagai terlapor dengan jumlah 81,5 % atau 144 orang. Sementara perempuan yang terlapor berada di angka 33 orang atau 18,4 % dari total laporan. Profesi pelapor yang tertinggi ditempati oleh pejabat publik seperti walikota, bupati, anggota DPRD, anggota DPR dengan jumlah 36,72 %. Disusul dengan profesi profesional lainnya seperti dokter, pengacara dan sejenisnya dengan angka 22 %. Dilihat dari media sosial yang digunakan, *facebook* menjadi media paling tinggi yang digunakan para terlapor. Jumlahnya mencapai 56,5 % disusul oleh media *twitter* sebanyak 12,4 %. Media lain yang lebih tertutup seperti sms, email, *WhatsApp, Line,* dan BBM (bahkan status BBM) juga menyumbang jumlah terlapor meski angkanya masing-masing dibawah 10 pelapor. Dari sisi pasal, jumlah tertinggi ditempati oleh pasal 27 ayat 3 tentang pencemaran nama baik. Pasal ini dipakai 141 kali untuk melaporkan atau berada di persentase 79,3 %. Di urutan kedua ada pasal 28 ayat 2 tentang ujaran kebencian yang dipakai sebanyak 23 kali atau 13 % dari total laporan yang tercatat. Jumlah laporan meningkat drastis sejak 2014. Bila tahun 2013 ada sebanyak 20 pelaporan, maka di tahun 2014 jumlahnya mengalami peningkatan menjadi 35 laporan dan meningkat tajam di tahun 2015 menjadi 63 laporan (29 terverifikasi dan 34 belum terverifikasi). Tahun 2016 terjadi peningkatan yang cukup tajam yakni sebanyak 225 laporan yang 177 di antaranya sudah terverifikasi ("Catatan Akhir Tahun tentang UU ITE," 2016).

Sejumlah kasus sebagaimana tersaji menunjukkan masyarakat cenderung mengabaikan etika dalam berkomunikasi di media sosial. Adanya sejumlah kasus yang terkait dengan berita palsu *(hoax)* menunjukkan bahwa keberadaan UU ITE yang diharapkan menjadi payung bagi masyarakat selaku pengguna media sosial untuk lebih berhati-hati dalam berinteraksi di dunia maya ternyata masih belum efektif. Indikasi itu terlihat dengan masih banyaknya kasus ujaran kebencian di luar kasus-kasus tersebut.

4.1.2. Inpres No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik

Langkah lain yang ditempuh pemerintah untuk menanggulangi persebaran berita palsu *(hoax)* dilakukan dengan mengeluarkan Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Instruksi pokok yang terkandung dalam Inpres itu antara lain : memberikan kewenangan kepada seluruh instansi pemerintah untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan sesuai tugas, fungsi dan kewenangan masing-masing dalam rangka menyerap aspirasi publik, dan mempercepat penyampaian informasi tentang kebijakan dan program pemerintah. Dalam pelaksanaannya, pengelolaan komunikasi publik atau dikenal dengan narasi tunggal ini berada dibawah koordinasi Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam prakteknya menyebarluaskan kepada publik narasi tunggal dan data pendukung yang diperlukan agar diketahui publik. Selain itu, narasi tunggal yang disampaikan baik itu kebijakan maupun program pemerintah secara lintas sektoral dan lintas daerah kepada publik harus disampaikan melalui saluran komunikasi kepada masyarakat secara tepat, cepat, obyektif, berkualitas baik, berwawasan nasional, dan mudah dimengerti terkait dengan kebijakan dan program pemerintah. Dalam instruksi tersebut juga disebutkan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat dibuat dalam bentuk iklan layanan masyarakat yang mampu menimbulkan respon positif masyarakat dan tidak menayangkan kepentingan pribadi dan golongan.

Keluarnya Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik selanjutnya ditindaklanjuti Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan mengeluarkan *widget Government Public Relation* (GPR). *Widget* GPR yang dikeluarkan Kominfo ini wajib dipasang di *website* setiap Kementerian/Lembaga/Pemda. Cara untuk mengakses *widget* ini dilakukan dengan memberikan *user name* kepada pengelola informasi di masing-masing Kementerian/Lembaga/Pemda agar mereka dapat mengakses informasi yang akan disampaikan ke publik melalui aplikasi ini. Apabila informasi yang disampaikan dipandang sudah memenuhi syarat untuk ditampilkan, pengelola *widget* GPR akan meneruskan informasi tersebut di aplikasi GPR dan langsung bisa diakses oleh masyarakat melalui *website* Kementerian/Lembaga/Pemda yang sudah memasang aplikasi ini.

Gambar 1. Contoh *Widget* GPR yang terpasang di *website* Lembaga Administrasi Negara

Secara umum pemasangan *widget* GPR ini sudah ditindaklanjuti oleh Kementerian/Lembaga di *website* resminya. Sementara *website* Pemerintah Daerah, baik itu di tingkat Provinsi, Kabupaten/Kota belum semua yang mengikuti Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Kondisi ini menandakan upaya yang dilakukan pemerintah pusat sebagai pengelola isu dan penentu agenda *(agenda setting)* untuk membangun kepercayaan publik terhadap pemerintah sebagai sumber informasi yang akurat dan dapat dipercaya belum sepenuhnya didukung oleh pemerintah di tingkat daerah. Padahal apa yang digagas oleh pemerintah itu bertujuan agar capaian kinerja pemerintah dapat tersampaikan dengan baik. Masyarakat pun memperoleh informasi yang dapat dipercaya.

Selain itu, dengan merujuk pada tata kelola media sosial sesuai dengan Permenpan No. 83 Tahun 2012 tentang Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah dan Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik belum banyak informasi yang telah diproduksi oleh Kementerian/Lembaga yang dibagikan secara langsung melalui media sosial. Informasi hanya bisa diakses apabila kita mengakses *website* Kementerian/Lembaga yang sudah terpasang *widget* GPR. Kondisi ini menyebabkan upaya yang dilakukan pemerintah dalam meng-*counter* keberhasilan kinerja pemerintah yang seringkali dihantam berita palsu *(hoax)* melalui media sosial cenderung tidak tersampaikan kepada publik.

4.1.3. Tenaga Humas Pemerintah *(Government Public Relation)*

Keluarnya Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik juga ditindaklanjuti Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan merekrut Tenaga Humas Pemerintah pada tahun 2015. Tenaga Humas Pemerintah ini direkrut dari kalangan profesional maupun PNS yang memiliki kompetensi dasar jurnalistik dan hubungan masyarakat. Hasil rekrutmen Tenaga Humas Pemerintah selanjutnya didistribusikan di setiap Kementerian/Lembaga yang dianggap membutuhkan. Dari hasil wawancara dengan tenaga humas pemerintah, dalam kesehariannya melakukan tugas berupa analisis konten media, menulis artikel, membuat siaran pers, dan melakukan pengelolaan terhadap media sosial resmi yang dimiliki Kementerian/Lembaga tersebut. Di samping mencermati isu yang berkembang setiap hari di media massa, para tenaga humas pemerintah juga melakukan pemetaan dan melakukan *counter* terhadap isu yang bersinggungan dengan Kementerian/Lembaga ditempatnya ditugaskan.

4.1.4. Membentuk Jejaring Komunikasi

Dalam rangka mengoptimalkan diseminasi informasi untuk menangkal berita palsu *(hoax)*, pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika juga membentuk jejaring komunikasi melalui aplikasi *WhatsApp*. Jejaring komunikasi ini berisi tenaga humas pemerintah baik di tingkat Kementerian/Lembaga/Pemda. Dengan adanya grup komunikasi ini setiap humas pemerintah yang tergabung dalam grup selalu memberikan *up date* informasi terkait berbagai informasi maupun opini yang berkembang di masyarakat. Anggota grup juga memberikan informasi yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di instansi masing-masing untuk diketahui oleh anggota grup dengan harapan disebarkan ke grup *WhatsApp* di instansi masing-masing anggota.

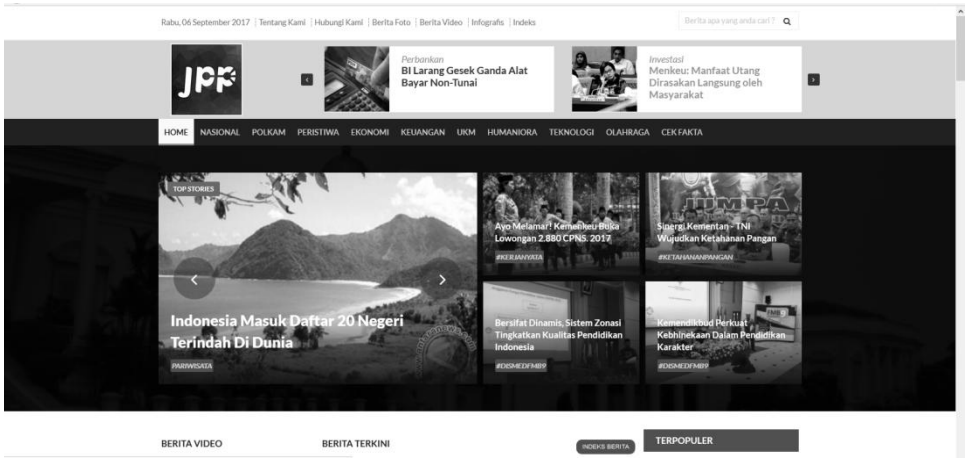
4.1.5. Pembangunan Portal Jaringan Pemberitaan Pemerintah

Kementerian Komunikasi dan Informatika juga membuat portal pemberitaan Jaringan Pemberitaan Pemerintah (JPP) yang bisa di akses melalui kanal : www.jpp.go.id. Portal berita ini dikelola oleh Kominfo dengan konten berita atau informasi yang diperoleh dari anggota jaringan komunikasi pemerintah yang sudah terbentuk. Dengan demikian, informasi yang ditampilkan di portal www.jpp.go.id berasal dari jaringan tenaga humas pemerintah di seluruh Indonesia. Siapapun yang memiliki informasi *up date* terkait kegiatan di instansinya dapat mengirimkan informasi ke pengelola Jaringan Pemberitaan Pemerintah. Portal berita jaringan pemberitaan pemerintah ini diharapkan membuat informasi yang beredar di masyarakat benar-benar terverifikasi dan menggunakan sudut pandang pemerintah sesuai dengan realitas yang sebenarnya. Termasuk untuk menghindari praktik pemelintiran berita oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

Dalam keterangan secara tertulis di portal Jaringan Pemberitaan Pemerintah, keberadaan portal berita ini dimaksudkan untuk meningkatkan ketersediaan narasi tunggal pemberitaan yang komprehensif tentang *government affairs* bagi publik. Jaringan Pemberitaan Pemerintah merupakan implementasi Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik.

Jaringan Pemberitaan Pemerintah berorientasi *newsroom* yang memproduksi berita yang mengangkat *government affairs,* baik berupa program ataupun kebijakan yang dilakukan pemerintah dan sangat berdampak bagi publik. Segala hal yang diurusi pemerintah tersebut selain sangat penting untuk diketahui publik, juga sangat penting bagi para *stakeholders* di lembaga negara, kementerian, pemerintah daerah/provinsi, sektor swasta ataupun masyarakat luar negeri, serta sejalan dengan perwujudan hak publik untuk memperoleh informasi. Yang membedakan dengan produksi berita pada umumnya, Jaringan Pemberitaan Pemerintah (JPP) memberikan ruang yang lebih banyak terhadap *government news* atau berita terkait apa yang dilakukan pemerintah.

Jaringan Pemberitaan Pemerintah adalah penyeimbang komunikasi dan informasi. Sebagai suatu berita, pemberitaan pemerintah dikonstruksi untuk memberikan gambaran yang utuh tentang apa yang dilakukan pemerintah, di tengah maraknya kecenderungan distorsi berita terkait pemberitaan pemerintah.



Gambar 2. *Website* Jaringan Pemberitaan Pemerintah (JPP) yang bisa diakses di : https://jpp.go.id

4.1.6. Portal Aduan Konten

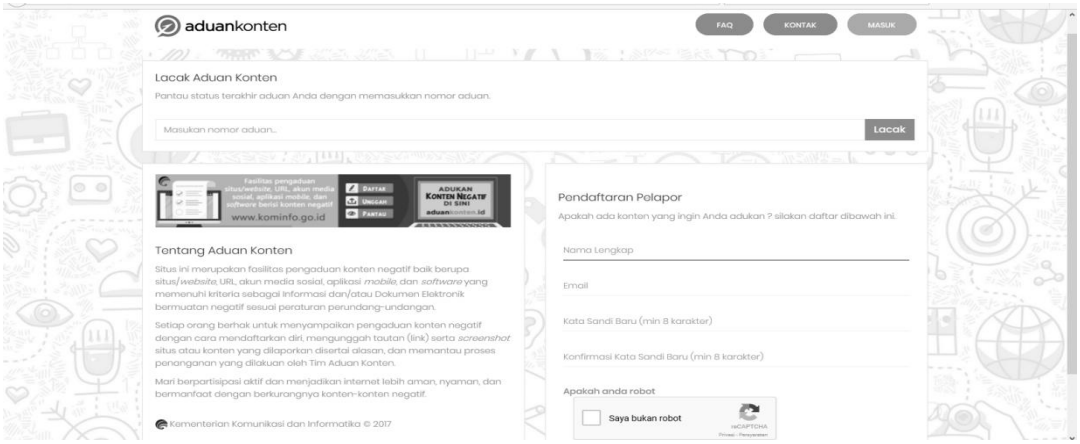
Dalam rangka meminimalisasi persebaran konten-konten berita palsu *(hoax)* di media sosial, Kementerian Komunikasi dan Informatika membuka situs aduan yang dapat diakses di laman : https://aduankonten.id. Situs ini merupakan fasilitas pengaduan konten negatif baik berupa situs/website, URL, akun media sosial, aplikasi *mobile,* dan *software* yang memenuhi kriteria sebagai informasi dan/atau Dokumen Elektronik bermuatan negatif sesuai peraturan perundang-undangan. Setiap orang yang merasa terganggu dengan konten yang terdapat di dunia maya berhak untuk menyampaikan pengaduan konten negatif tersebut dengan cara mendaftarkan diri, mengunggah tautan *(link)* serta *screenshot* situs atau konten yang dilaporkan disertai alasannya, dan memantau proses penanganan yang dilakukan oleh Tim Aduan Konten.

Dalam rangka menjamin proses aduan yang dilakukan masyarakat dapat terus berjalan, pelapor aduan konten dapat menelusuri sampai sejauh mana proses pelaporan yang dilakukannya telah ditindaklanjuti. Hal ini dikarenakan setiap aduan konten yang diterima diberikan nomor tiket. Dengan nomor tiket tersebut, maka pelapor dapat mengecek status aduannya melalui fasilitas yang tersedia.

Kementerian Komunikasi dan Informatika melalui Tim Aduan Konten memastikan bahwa setiap laporan aduan yang masuk dan memenuhi syarat (terdapat link/url, *screenshot*, dan alasannya) pasti akan diproses/ditindaklanjuti. Semua laporan pengaduan akan diverifikasi oleh Tim Aduan Konten. Proses verifikasi dilakukan untuk menguji apakah konten dalam situs atau media sosial itu menyalahi aturan perundangan. Jika ditemukan pelanggaran peraturan perundangan, maka Tim Aduan Konten akan meneruskan proses pemblokiran ke penyedia platform. Tim Aduan Konten menetapkan prioritas untuk pelaksanaan pemblokiran dengan dipantau oleh Tim Panel Ahli.

Kementerian Komunikasi dan Informatika juga mengklasifikasikan apa saja konten negatif itu. Konten negatif yang melanggar peraturan perundang-undangan itu antara lain :

a. Pornografi
b. Perjudian
c. Pemerasan
d. Penipuan
e. Kekerasan/Kekerasan Anak
f. Fitnah/Pencemaran Nama Baik
g. Pelanggaran Kekayaan Intelektual
h. Produk dengan Aturan Khusus
i. Provokasi SARA
j. Berita Palsu
k. Terorisme/Radikalisme
l. Informasi/Dokumen Elektronik yang Melanggar UU



Gambar 3. *Website* https://aduankonten.go.id yang bisa diakses masyarakat untuk melaporkan konten-konten yang negatif

Portal aduan konten ini juga sejalan dengan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 19 Tahun 2014 tentang Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif. Permenkominfo ini memuat aturan dasar mengenai tata cara pemblokiran situs internet bermuatan negatif dengan melibatkan peran serta masyarakat dan penyelenggara jasa akses internet dengan menyediakan daftar alamat situs yang bermuatan negatif yang disebut TRUST Positif.

4.1.7. Gerakan Bersama Anti *Hoax* dan portal *TurnBackHoax.id*

Upaya lain yang dilakukan oleh pemerintah dalam menangkal sebaran berita palsu *(hoax)* adalah menginisiasi Gerakan bersama Anti *Hoax* dengan komunitas masyarakat yang selama ini konsen dengan penangkalan penyebaran berita palsu *(hoax)*. Dalam acara yang digagas awal Januari 2017 secara serentak di tujuh kota di Indonesia, di antaranya : Jakarta, Bandung, Semarang, Solo, Wonosobo, Yogyakarta dan Surabaya, juga diluncurkan portal *TurnBackHoax.id*. Gerakan Bersama ini pada prinsipnya mengajak seluruh masyarakat untuk peduli dan secara bersama-sama memerangi persebaran informasi palsu (*hoax)* yang marak di media sosial. Kementerian Komunikasi dan Informatika juga melakukan sejumlah langkah konstruktif seperti merangkul tokoh-tokoh masyarakat untuk menjadi duta anti *hoax*, penandatanganan Piagam Masyarakat Indonesia Anti *Hoax*, membentuk relawan dan deklarasi relawan anti *hoax* di daerah. Selain itu juga berkolaborasi dengan sejumlah komunitas berjejaring maupun lembaga pemerintah seperti Kepolisian dalam rangka penegakan hukum. Kementerian Komunikasi dan Informatika bersama Komunitas Anti *Hoax* juga mnyiapkan *code of conduct* tentang tata cara berkomunikasi dengan cerdas di media sosial, termasuk mendorong gerakan literasi media ke masyarakat, *roadshow* ke institusi pendidikan, seperti kampus, sekolah, pesantren, ormas, ulama, pemuka agama, serta budayawan.

Sejumlah tokoh masyarakat saat ini telah bergabung dan menjadi Duta Anti *Hoax*, di antaranya, intelektual Muslim Prof. Dr. Azyumardi Azra, M.A. dan Prof. Dr. Komaruddin Hidayat, Sekretaris Jendral Keuskupan Agung Jakarta Rm V. Adi Prasodjo PR, sineas Nia Dinata, sastrawan Goenawan Mohamad, pegiat sosial Anita Wahid, tokoh anti korupsi Erry Riyana Hardjapamekas, Ekonom Destry Damayanti, Ketua Majelis Wali Amanat Institut Teknologi Bandung (ITB) Betti Alisjahbana, praktisi dan pemerhati

hukum pidana La Ode Ronald Firman, Nezar Patria dan juga Dewan Pers, serta para pegiat media sosial.

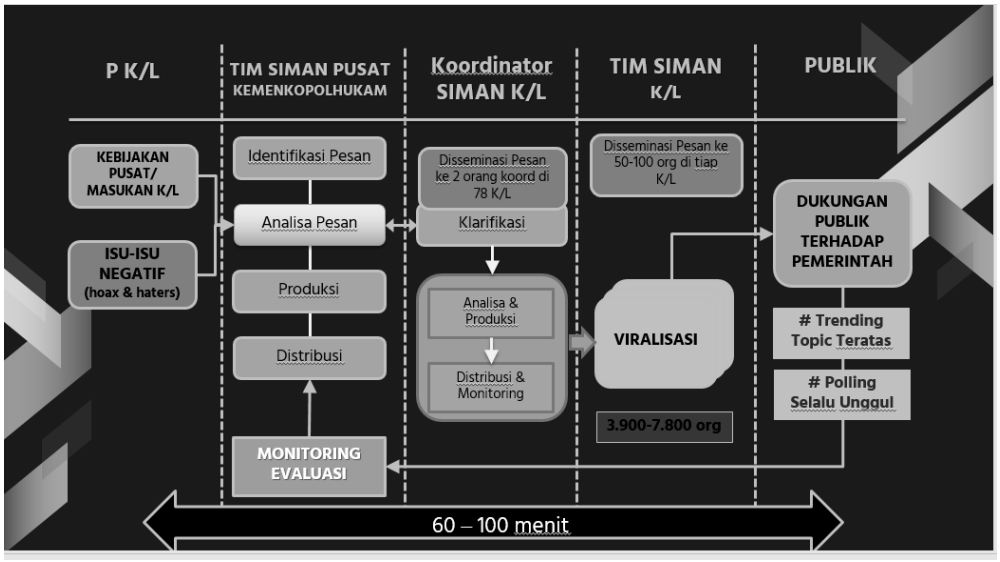
Dalam rangka menangkal persebaran berita palsu, Dewan Pers juga akan memberikan *barcode* untuk media-media yang sudah terverifikasi sehingga memudahkan masyarakat membedakannya dengan media "abal-abal" yang kerap menyebarkan berita palsu *(hoax)*. *Barcode* yang diberikan oleh Dewan Pers itu dimaksudkan untuk memudahkan masyarakat mengenali media yang terpercaya dan terverifikasi di Dewan Pers. *Barcode* tersebut nantinya akan ditempelkan pada media cetak dan *online* serta dapat dipindai dengan ponsel yang akan terhubung dengan data Dewan Pers. Dengan memindai *barcode* tersebut, pembaca bisa mengetahui informasi mengenai media yang bersangkutan, misalnya alamat redaksi maupun nama pemimpin redaksi. [2]

4.1.8. Sinergi Media Sosial Aparatur Sipil Negara

Berbagai upaya yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk meminimalisasi sebaran berita palsu di media sosial tampaknya belum dianggap optimal. Meski sudah dilakukan pemblokiran terhadap situs-situs berita palsu *(hoax)*, namun kemunculan berita palsu setiap hari kian *massive*. Hal ini kemudian mendorong pemerintah melalui Kementerian Koordinator Politik, Hukum, dan Keamanan bekerjasama dengan Kementerian Pertahanan menggagas pembentukan Tim Sinergi Media Sosial Aparatur Sipil Negara (SIMAN). Pembentukan SIMAN ini diawali dengan pelatihan *Training of Trainer* (ToT) terhadap minimal dua orang perwakilan seluruh Kementerian/Lembaga. Para peserta ToT ini diharapkan mampu memberikan pelatihan kepada minimal 50 orang pegawai dan maksimal 100 orang pegawai di instansi masing-masing. Seluruh pegawai yang dilatih ini nantinya akan menjadi tim penangkal berita palsu *(hoax)* dengan menyebarkan konten-konten yang telah dipersiapkan narasinya oleh pemerintah. Tim yang dibentuk dengan pola seperti ini diharapkan akan semakin banyak guna mendukung upaya pemerintah menanggulangi berita palsu *(hoax)*.

Dalam kalkulasinya, Tim SIMAN Pusat menghitung, jika dari 78 instansi ada sekitar 100 orang yang terlibat aktif di media sosial dan turut menyebarkan informasi yang akurat, setidaknya akan terdapat 7.800 aparatur sipil negara yang mampu melakukan kontra narasi. Ribuan jumlah aparatur sipil negara inilah yang saat ini sudah digerakkan oleh Tim SIMAN Pusat untuk memenangkan opini publik dan mampu membangun *trending* topik untuk memblok konten-konten negatif yang berkembang di media sosial. Alur kerja Tim SIMAN dapat disimak dari gambar berikut :

[2] Siaran pers Kementerian Komunikasi dan Informatika No. 02/HM/Kominfo/01/2017 Tentang Gerakan Bersama Anti HOAX dan Peluncuran TurnBackHoax.id



Gambar 4. Alur Kejar Tim Sinergi Media Sosial Aparatur Sipil Negara

Dari gambar alur di atas, dapat dijelaskan secara detail mekanisme kerja Tim SIMAN dalam menangkal berita palsu *(hoax)*. Tim SIMAN dari seluruh Kementerian/Lembaga yang sudah tergabung dalam grup komunikasi *WhatssApp* setiap hari selalu mendiskusikan postingan berita palsu *(hoax)* yang beredar di media sosial. Setiap postingan berita palsu *(hoax)* itu lantas di *counter* oleh seluruh anggota grup sesuai proporsinya. Apabila isu itu terkait dengan Kementerian/Lembaga yang bersangkutan, setiap koordinator dari Kementerian/Lembaga itu akan memberikan klarifikasi terhadap itu tersebut. Setelah di analisis, selanjutnya koordinator SIMAN di Kementerian/Lembaga akan melakukan produksi meme atau kontra narasi untuk kemudian didistribusikan melalui grup *WhatsApp* Tim SIMAN Pusat. Tim SIMAN Pusat lantas mendistribusikan meme atau kontra narasi yang sudah diproduksi itu ke anggota SIMAN di Kementerian/Lembaga masing-masing untuk kemudian di viralkan melalui akun media sosial masing-masing anggota. Dengan jumlah minimal sekitar 7.800 an, diharapkan meme atau kontra narasi itu akan menjadi viral dan mampu meng-*counter* berita palsu yang diproduksi oleh *buzzer-buzzer* atau akun-akun penebar kepalsuan.

Selain membentuk *buzzer* dari kalangan aparatur sipil negara, Tim SIMAN juga dibantu oleh Pasukan Siber *(Cyber Army)* yang bekerja dibawah Pusat Data dan Informasi Kementerian Pertahanan. Dengan didukung peralatan kontrol teknologi dan informasi yang mutakhir, Pasukan Siber ini bekerja penuh selama 24 jam untuk melakukan *counter* dan *mapping* terhadap isu-isu yang berkembang di dunia maya dan melakukan kontra narasi dalam memenangkan pertarungan di ranah dunia maya.

4.2. Menilai Efektifitas Langkah Pemerintah

Berbagai upaya pemerintah dalam memerangi berita palsu *(hoax)* sebenarnya cukup komprehensif. Hal ini dapat dilihat dari kerangka regulasi yang sudah disusun pemerintah termasuk infrastruktur pendukungnya, seperti portal, aplikasi aduan, jejaring komunikasi, serta pembentukan pasukan si*ber*. Dalam konteks regulasi, setidaknya ada empat regulasi yang dikeluarkan diantaranya, UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Permenkominfo No. 19 Tahun 2014 tentang Penanganan Situs

Internet Bermuatan Negatif, UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Permenpan No. 83 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Media Sosial Instansi Pemerintah, serta Inpres No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dikeluarkan pada masa pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono. Undang-Undang ini kemudian diperbarui lagi dengan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Kerangka regulasi tersebut sejauh ini masih cukup efektif untuk menjerat para pelaku ujaran kebencian di media sosial dan menjadi satu-satunya payung hukum yang digunakan penegak hukum c.q Kepolisian untuk memproses para pelaku ke meja pengadilan. Dasar hukum lain yang digunakan oleh pihak Kepolisian untuk memproses para pelaku ujaran kebencian adalah dikeluarkannya SE Nomor SE/06/X/2015 tentang Penanganan Ujaran Kebencian *(Hate Speech)*.

Upaya lain juga dilakukan pemerintahan Joko Widodo dalam rangka menangani ujaran kebencian dengan dikeluarkannya Inpres No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Inpres ini merupakan upaya pemerintah dalam menanggulangi berbagai berita yang selama ini mendiskreditkan kinerja pemerintah. Tindaklanjut nyata dari Inpres ini adalah dibuatnya *widget* GPR dalam rangka memberikan narasi tunggal informasi versi pemerintah kepada masyarakat.

Hanya saja, dalam pelaksanaannya, masih kurang ada sinergi dalam melakukan kontra narasi. Misalnya, aplikasi *(widget)* GPR dari Kementerian Komunikasi dan Informatika yang sudah terpasang di *website* Kementerian/Lembaga, belum mampu mendiseminasikan informasi yang sudah tersedia di aplikasi tersebut dengan baik ke masyarakat. Padahal, informasi yang disampaikan dalam bentuk infografis maupun videografis sudah cukup informatif dan mudah dicerna. Konten-konten yang diproduksi pun tidak pernah disebarkan di grup-grup komunikasi tenaga humas pemerintah. Pemerintah juga menggagas pembentukan jejaring komunikasi melalui aplikasi *chatting WhatsApp, Telegram, Line* di antara tenaga humas pemerintah, portal berita pemerintah melalui jpp.go.id, membuat aplikasi aduankonten.go.id, menginisiasi gerakan masyarakat anti *hoax*, dan yang terakhir membentuk Tim Siber Sinergi Media Sosial Aparatur Sipil Negara (SIMAN).

Peran serta aktif dalam melakukan *blocking* terhadap isu-isu yang akhir-akhir ini berkembang di media sosial justru lebih banyak diambil oleh Tim Sinergi Media Sosial Aparatur Sipil Negara (SIMAN) yang berada di bawah koordinasi Kementerian Politik, Hukum dan Keamanan. Dengan menggunakan akun non resmi lembaga, anggota Tim SIMAN selalu memantau perkembangan isu terbaru di media sosial, khususnya yang mendiskreditkan pemerintah. Sejumlah isu yang muncul selalu di*counter* balik dengan narasi yang sudah disiapkan oleh masing-masing anggota Tim SIMAN instansi. Hanya saja pembentukan Tim SIMAN ini masih terbatas pada Kementerian/Lembaga di tingkat pusat dan belum menjangkau ke instansi pemerintah di daerah baik itu, Provinsi, Kabupaten ataupun Kota. Di tingkat Kementerian/Lembaga juga belum semua instansi yang membentuk Tim SIMAN di intansinya dalam rangka turut serta meminimalisasi penyebaran berita bohong. Sementara itu, Kominfo sendiri yang seharusnya menjadi corong pemerintah jarang mengambil peran dalam menghadapi berbagai isu yang berkembang di media sosial, seperti misalnya melakukan konferensi pers di hadapan media massa untuk memberikan penjelasan kepada masyarakat tentang kesimpang siuran informasi yang beredar. Padahal sebagai sumber informasi pemerintah, peran itu bisa diambil oleh Kominfo. Hal lain yang cukup menjadi perhatian adalah tidak adanya koordinasi yang dilakukan Kominfo dengan Tim SIMAN. Hal ini menimbulkan penilaian

bahwa Tim SIMAN terkesan beroperasi dalam ruang yang berbeda dengan apa yang dilakukan oleh Kominfo. Padahal apa yang dilakukan sama-sama untuk melakukan kontra narasi terhadap persebaran berita palsu *(hoax).*

Hal lain yang juga patut mendapat perhatian terkait bermunculannya portal berita palsu *(hoax)* adalah tidak adanya regulasi yang mengatur pendaftaran nama domain. Padahal pemerintah melalui Kominfo bisa melakukan pengaturan terhadap ijin pemasangan domain dengan melakukan verifikasi secara ketat terhadap muatan konten yang akan diunggah di ruang publik. Apabila belum mendapatkan persetujuan dari Kominfo, domain tidak boleh diunggah. Cara ini sebenarnya akan sangat efektif untuk meminimalisasi munculnya konten-konten portal berita palsu *(hoax)* di situs internet yang selama ini meresahkan. Langkah Kominfo yang melakukan pemblokiran terhadap situs setelah mendapat laporan masyarakat dengan bersandar pada Permenkominfo No. 19 Tahun 2014 tentang Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif tidak akan menyelesaikan masalah karena terkesan parsial dan bergerak ketika ada laporan. Apalagi situs yang harus dimonitor jumlahnya ribuan. Kominfo sejauh ini baru menerbitkan Surat Edaran Menteri Komunikasi No. 3 Tahun 2016 tentang Penyediaan Layanan Apalikasi dan/atau Konten Melalui Internet *(Over The Top).* Surat Edaran ini mengatur mengenai layanan *Over The Top* yang didalamnya berisi ketentuan mengenai hak dan kewajiban penyelenggara layanan serta pengaturan konten. Meski demikian, Surat Edaran ini tidak mengatur secara jelas sanksi dan konsekuensi yang dihadapi para penyedia jasa layanan ketika mereka melakukan pelanggaran. Surat Edaran ini sudah saatnya ditingkatkan menjadi Peraturan Menteri karena *legal standing*-nya akan sangat berbeda dibandingkan dengan Surat Edaran.

5. PENUTUP

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap kebijakan dan strategi yang diambil pemerintah dalam rangka meminimalisasi berita palsu *(hoax)* secara umum sudah menunjukkan langkah yang cukup strategis dengan melihat sejumlah perangkat regulasi dan teknis yang telah disiapkan. Namun Kominfo selaku regulator belum banyak mengeluarkan peraturan yang secara tegas mengatur bagaimana tata kelola konten di media maya dan media sosial. Baik itu dari sudut penyedia maupun pengguna layanan. Kominfo selaku instansi lini yang seharusnya mengambil peran aktif dalam meminimalisasi berita palsu *(hoax)* juga terkesan gagap dalam menyikapi perkembangan dunia digital yang kian cepat dan cenderung menjadi 'pemadam kebakaran' ketika masalah sudah muncul dan menyebar luas.

Dalam rangka meminimalisasi penyebaran berita palsu *(hoax),* pemerintah melalui Kominfo harus lebih aktif membangun komunikasi dengan instansi di semua tingkatan, baik pusat maupun daerah agar ada kesamaan cara pandang dan penyelesaian dalam menyikapi berita palsu *(hoax)* yang beredar di masyarakat. Di samping itu, perlu ada koordinasi dengan Tim Sinergi Media Sosial Aparatur Sipil Negara (SIMAN) dalam membangun narasi tunggal tentang apa yang akan disampaikan ke publik. Langkah proaktif dan produktif yang dilakukan Tim SIMAN dengan memproduksi konten infografis dan videografis tentang keberhasilan kinerja pemerintah untuk didiseminasikan di dunia maya dan media sosial pada jam-jam efektif ketika masyarakat mengakses media sosial merupakan langkah yang cukup efektif untuk menangkal berita palsu *(hoax)* yang beredar di lini massa media sosial.

Sementara itu, dalam rangka meminimalisasi berita palsu *(hoax)* yang beredar di media sosial, Kominfo harus segera mempercepat langkah koordinasi dengan penyedia platform, baik itu *facebook, twitter, instagram, path,* dan berbagai platform lainnya dalam rangka menangkal persebaran berita palsu *(hoax)*. Pertemuan dengan sejumlah penyedia platform yang sudah dilakukan Kominfo merupakan langkah positif yang harus segera dieksekusi berupa kesepakatan tertulis sebagai dasar hukum dalam memberikan sanksi bagi penyedia *platform* apabila mengingkari kesepakatan yang sudah disepakati. Kominfo sebagai representasi otoritas negara harus berani secara tegas mengatur bagaimana idealnya media sosial beroperasi di Indonesia.

Langkah lain yang perlu ditempuh pemerintah adalah memberikan literasi kepada masyarakat tentang pentingnya etika saat berinteraksi di dunia maya dan media sosial serta menyusun *code of conduct* di dunia maya atau media sosial. Dalam memberikan literasi ini, pemerintah bisa bekerjasama dengan media arus utama untuk memberikan informasi yang tepat kepada masyarakat. Masyarakat harus dilatih untuk belajar kepada jurnalisme fakta yang selalu melakukan disiplin verifikasi dan berangkat dari pemikiran kritis terhadap segala informasi yang beredar. Hal yang lain yang tak kalah penting adalah melakukan klarifikasi secepatnya ketika ada berita palsu dengan membangun kontra narasi untuk disebarkan kepada publik.

DAFTAR PUSTAKA

Catatan Akhir Tahun tentang UU ITE. (2016). Retrieved November 1, 2017, from http://daenggassing.com/internet/catatan-akhir-tahun-tentang-uu-ite/

Firmansyah, R. (2017). Web Klarifikasi Berita untuk Meminimalisir Penyebaran Berita Hoax. *Jurnal Informatika*, *4*(2), 230–235.

Hasan, E. (2005). *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: PT. Refika Adhitama.

Hasil Survey Mastel tentang Wabah Hoax Nasional. (2017). Retrieved from http://mastel.id/infografis-hasil-survey-mastel-tentang-wabah-hoax-nasional/

Ihsanuddin. (2017). Ini Dia 11 Situs yang Terbaru Diblokir Pemerintah. *Kompas Online*. Retrieved from http://tekno.kompas.com/read/2017/01/04/10150067/ini.dia.11.situs.yang.terbaru.diblokir.pemerintah

Juliswara, V. (2017). Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, *4*(2), 1–23.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of The world, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, *53*(1), 59–68.

Lim, M. (2017). Bukan Sekedar Berita Palsu: Media Sosial dan Kampanye Sosial yang Disetir Pasar. Retrieved from https://theconversation.com/bukan-sekadar-berita-palsu-media-sosial-dan-kampanye-politik-yang-disetir-pasar-81755

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media The Extention of Man*. (W. T. Gordon, Ed.) (1st ed). New York: McGraw Hill.

Ndraha, T. (2003). *Kybernology Ilmu Pemerintahan* (Jilid I). Jakarta: PT.Rineka Cipta.

Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *5*(1), 58–70.

Renata, Anisa, R. (2016). Hoax Politik pada Media Sosial Instagram (Studi Etnografi Virtual tentang Keberadaan Instagram dan Hoax Politik). In *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi* (pp. 1–7). Sumedang.

Sebastian, L. (2016). Awas Hoax! Kabar Tipuan yang Mematikan. *Detik*. Retrieved from https://inet.detik.com/cyberlife/d-3122471/awas-hoax-kabar-tipuan-yang-mematikan

Peraturan Perundang undangan

UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik.

Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (PAN) No. 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah.

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 19 Tahun 2014 tentang Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif.