

DINAMIKA KOMUNIKASI HUMAS KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DALAM MEMBERANTAS *HOAX* DAN UJARAN KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL

¹⁾Helen Olivia, ²⁾Winda Leonita

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Satya Negara Indonesia
Email: ¹⁾helenolivia.fisip@gmail.com

ABSTRACT

This research discusses how the dynamics of public relations communication of the Ministry of Communication and informatics in eradicating hoaxes and speech on social media. The research objective was to determine the dynamics of communication, steps and obstacles in eradicating hoaxes and hate speech. This research uses Computer Mediated Communication (CMC) theory and action theory. The paradigm used is constructivism with a qualitative research approach. The method used is a case study. Research subjects in the study consisted of key informants and informants. Data collection techniques using interviews, observation and documentation. The results of this study indicate that the dynamics of communication are carried out through face-to-face (direct) communication and media (indirect) communication. The steps taken in eradicating hoaxes and hate speech are by providing direction to the public through open seminars and on their way being hampered by time and location constraints. Obstacles found in the process of blocking websites or social media, Kominfo cannot directly block them but must wait for recommendations from other parties that are in accordance with their respective sectors.

Keywords: *Communication Dynamics; PR; Hoaxes and Hate Speech*

I. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, kehidupan masyarakat sangat bergantung dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat tersebut masyarakat bisa mengetahui berbagai macam informasi-informasi yang ada di berbagai tempat dengan cepat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi bergerak begitu cepat dan sulit diprediksikan sehingga hampir seluruh kehidupan masyarakat tidak dapat dipisahkan dari teknologi informasi dan komunikasi ini. Salah satu perkembangan dari teknologi informasi dan komunikasi tersebut adalah dengan adanya media sosial.

Keberadaan media sosial sangat berpengaruh bagi kehidupan masyarakat. Mulai dari kalangan orang tua, remaja, hingga anak-anak menggunakan media sosial. Media sosial memberikan berbagai kemudahan yang dirasakan bagi para penggunanya, dimana dengan adanya media sosial kita dapat dimudahkan untuk berkomunikasi dan mencari informasi tanpa memandang jarak dan waktu, bahkan manfaat dari jejaring sosial sekarang ini bisa menjadi tempat untuk berbisnis dan lain-lain. Namun disisi lain, dengan adanya berbagai kemudahan yang diberikan oleh media sosial, ada kalanya pula media sosial dapat memberikan dampak negatif bagi masyarakat. Media sosial memberikan kebebasan kepada para penggunanya tersebut maka dari kelebihan ini yang kadang disalah gunakan oleh para pengguna media sosial yang kurang bertanggung jawab memberikan informasi yang tidak jelas sumbernya.

Informasi yang tidak jelas tersebut untuk menjatuhkan orang lain, penyebaran berita bohong atau *hoax* dan ujaran kebencian sehingga menimbulkan adanya perpecahan. Penyebabnya bermacam-macam mulai dari kepentingan politik, persaingan bisnis, kebencian terhadap suatu kelompok dan bahkan sampai ada yang hanya ingin mencari sensasi. Sehingga tidak jarang ditemukan adanya ujaran kebencian terhadap kelompok tertentu karena berawal dari berita bohong atau *hoax* yang berkembang di dalam masyarakat tersebut. Menurut Prasetyo selaku Ketua Dewan Pers yang membentuk *Turn Back Hoax* menyatakan bahwa berita bohong tersebut memprovokasi masyarakat sehingga membenci atau membuat ujaran kebencian terhadap suatu

kelompok baik itu politik, agama dan lain-lain. Pada umumnya, ujaran kebencian berisikan hal-hal yang berkaitan dengan aspek ras, warna kulit, etnis, gender, golongan, agama dan lain-lain. Ujaran kebencian digunakan untuk merendahkan, menindas, memprovokasi masyarakat untuk menjatuhkan seseorang atau golongan di mata publik.

Sesuai dengan latar belakang di atas, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah tentang dinamika komunikasi humas Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam memberantas *hoax* dan ujaran kebencian di media sosial. Tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui dinamika komunikasi yang digunakan humas Kementerian Komunikasi dan Informatika kepada masyarakat dalam memberantas *hoax* dan ujaran kebencian di media sosial.

1.1. Teori CMC (*Computer Mediated Communication*)

Nasrullah (2016: 79) bahwa CMC merupakan proses komunikasi dalam konteks tertentu, di mana proses itu memanfaatkan media untuk tujuan tertentu. *Computer Mediated Communication* (CMC) mempelajari bagaimana perilaku manusia dibentuk atau diubah melalui pertukaran informasi menggunakan komputer. Dalam hal komunikasi dimediasi oleh teknologi, teknologi yang dimaksud di sini tidaklah seperti pengertian teknologi pada umumnya. Sebab sejak lama komunikasi yang terjadi antar manusia itu sudah dimediasi oleh teknologi seperti televisi, telepon, komputer dan sebagainya. Menurut Nasrullah (2016: 79) hal yang dimaksud di sini bukanlah bagaimana dua mesin atau lebih dapat saling berinteraksi, namun bagaimana dua orang atau lebih dapat berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut. Dengan ini dapat diketahui bahwa yang diperlukan partisipan CMC dalam menjalankan komunikasi dengan komunikannya harus melibatkan dua komponen, yaitu komputer dan jaringan internet.

1.2. Teori Tindakan

Menurut Hutagalung (2015: 59) teori ini dikembangkan oleh John Greene dan menitikberatkan pada penjelasan mengenai bagaimana individu mengorganisasikan suatu pengetahuan dan menggunakannya dalam berkomunikasi. Berdasarkan teori ini pengetahuan dibagi dua yaitu *content knowledge* dan *procedural knowledge*. Individu mengetahui tentang sesuatu dan tahu bagaimana melakukannya. Menurut Hutagalung (2015: 59) dalam *action assembly theory*, *procedural knowledge* merupakan hal yang utama. Maksudnya adalah kapan pun individu akan bertindak, maka yang bersangkutan menyusun suatu prosedur atau perilaku yang tepat untuk situasi tertentu untuk mendapatkan respons yang diharapkan. Ketika pemilihan rangkaian tindakan dilakukan, tercermin betapa rumitnya proses kognitif yang ada dalam alam pikiran manusia. Adapun setiap tindakan yang dilakukan untuk memandu, memantau, menyesuaikan dan mengubah perilaku disebut dengan *executive process*, yang akan menjadi panduan tindakan, identifikasi tujuan, dan melakukan suatu tindakan terpola.

1.3. Strategi Komunikasi

Menurut Effendy (2008: 28) strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif. Strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan. Untuk itu, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan cara berkomunikasi secara taktis dalam arti pendekatan (*approach*) dapat berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

1.4 *Hoax*

Menurut Curtis D. MacDougall dalam Mahardika (2017: 28) "*hoax is a deliberately concocted untruth made to masquerade as truth*" yang artinya *hoax* adalah sebuah kebohongan atau informasi sesat yang disengaja disamarkan agar terlihat besar.

1.5. Ujaran Kebencian (*Hate Speech*)

Menurut Syahdeini (2009: 38) Arti dari pada ujaran kebencian (*Hate Speech*) sendiri adalah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan, ataupun

hinaan kepada individu atau kelompok yang lain, dalam hal berbagai aspek seperti ras, warna kulit, gender, cacat, kewarganegaraan, agama dan lain-lain.

1.6. Media Sosial

Menurut Liliweri (2015: 288-289) oleh Michelle Chmielewski menyebutkan bahwa media sosial adalah media yang berbicara tentang apa yang orang lakukan dan katakan bersama-sama tentang suatu dunia dan dipertukarkan ke seluruh dunia, atau media yang dapat mengkomunikasikan sesuatu pada saat yang sama ke segala arah karena dukungan teknologi digital. Menurut Sally Falkow, media sosial adalah media yang mengubah pasar media dari komunikasi monologis menjadi dialogis, ini terjadi karena di media sosial menyediakan *platform online* bagi pengguna untuk berpartisipasi secara aktif dan interaktif. Misalnya seseorang dapat terhubung dengan individu, kelompok, atau organisasi lain yang mempunyai pengetahuan tertentu. Melalui media sosial para pengguna dapat berpartisipasi aktif dan interaktif secara terbuka dalam menyampaikan, menerima dan mendiskusikan ide-ide baru sebagai dasar keputusan bisnis yang lebih baik;

II. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme. Kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati (Soewadji, 2012:51). Dengan melakukan pengamatan langsung dan terperinci pelaku sosial dalam keseharian sehingga dapat memahami dan menafsirkan dengan jelas dari para *key informan* dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data dengan observasi kemudian melakukan wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara. Dalam penelitian ini untuk menguji keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber yang membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Patton dalam Moleong, 2009:1787).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam temuan di lapangan dari pihak Kominfo bahwa humas di Kementerian Komunikasi dan Informatika memiliki tugas yaitu mengkomunikasikan segala sesuatu seperti program, kebijakan, melakukan publikasi dan komunikasi ke masyarakat, melakukan analisis berita dan pengelolaan opini publik serta penyiapan dan penyelenggaraan liputan pers, jumpa pers, wawancara, dan kunjungan pers, serta melakukan pemantauan opini publik mengenai Kementerian Kominfo dan kecenderungan perilaku publik, sehingga humas Kementerian Kominfo dapat memberikan masukan tentang kebijakan yang berhubungan dengan isu yang berkembang.

Pada era digital saat ini, masyarakat sangat bergantung dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi salah satunya adalah media sosial, dimana masyarakat dapat dengan cepat mengetahui informasi-informasi yang ada melalui media sosial tersebut. Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat tidak jarang ada saja oknum-oknum yang kurang bertanggung jawab dalam memberikan informasi-informasi yang tidak benar dan tidak jelas sumbernya kemudian informasi tersebut dibuat-buat sehingga menyebabkan ujaran kebencian. Menurut Noor Iza sebagai Kepala Biro Humas di Kementerian Komunikasi dan Informatika bahwa *hoax* adalah berita bohong yang belum tentu benar dan sumbernya belum jelas, sedangkan ujaran kebencian adalah berupa kata-kata seperti penghinaan, pencemaran nama baik sampai provokasi atau hasutan agar orang percaya biasanya provokasi tersebut bisa menimbulkan suatu perpecahan. Berita *hoax* dan ujaran kebencian yang ditemukan di media sosial meliputi beberapa sektor yaitu Biasanya *hoax* yang ditangani oleh Kementerian Kominfo meliputi sektor kesehatan, seputar makanan dan minuman, agama, terorisme, penipuan investasi, dan masih banyak lagi. Kalau ujaran kebencian berupa SARA yaitu suku, agama, ras dan antar golongan.

Menurut Effendy (2008: 7) ada dua macam proses komunikasi yaitu proses komunikasi tatap muka dan yang kedua ada Komunikasi bermedia Pengertian tersebut sesuai dengan apa yang ditemukan berdasarkan dengan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, maka humas Kementerian Kominfo melakukan komunikasi kepada masyarakat dengan bertatap muka secara langsung contohnya melalui seminar-seminar terbuka, membuka kunjungan kerja bagi pelajar dan mahasiswa, mengadakan acara pameran yang nantinya masyarakat bisa bertanya-tanya langsung mengenai program-program atau kinerja Kominfo dan juga dalam pameran

tersebut humas Kominfo memberikan arahan-arahan atau edukasi untuk masyarakat, serta merangkul komunitas-komunitas yang memerangi *hoax* dan ujaran kebencian. Sedangkan menggunakan komunikasi bermedia atau komunikasi tidak langsung melalui jumpa pers dan iklan layanan masyarakat.

Dalam melakukan sebuah komunikasi seorang humas harus menggunakan strategi komunikasi. Menurut Effendy (2008: 28) strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif. Strategi komunikasi mempunyai dua fungsi ganda yaitu: (1) Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal. Berdasarkan dengan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, maka humas Kementerian Kominfo melakukan penyebar luasan pesan yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif melalui *website* resmi kominfo www.kominfo.go.id kemudian juga humas Kementerian Kominfo membuat iklan layanan masyarakat terkait stop *hoax* yang disebar di media sosial serta bekerja sama dengan para awak media untuk menyebar luaskan informasi terkait bahaya *hoax* dan ujaran kebencian. (2) Menjembatani *cultural gap* akibat kemudahan diperolehnya dan dioperasionalkannya media massa yang sangat ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya. Untuk menjembatani *cultural gap* atau kesenjangan budaya yang menjadi dampak *hoax* dan ujaran kebencian dan dapat merusak nilai-nilai budaya bahkan sampai membuat perpecahan adalah dengan melakukan seminar-seminar, acara *talkshow*, kunjungan kerja bagi pelajar dimana nanti akan diberikan edukasi tentang bagaimana cara berinternet sehat dan menggunakan media sosial dengan baik dan bijak, serta tidak mudah percaya akan informasi-informasi yang beredar di media sosial tanpa melakukan *check and re-check* terlebih dahulu sumber beritanya.

Berdasarkan dengan hasil penelitian maka hambatan-hambatan dalam hal komunikasi yang dilakukan oleh humas Kementerian Kominfo adalah masalah jarak dan waktu. Biasanya humas Kementerian Kominfo melakukan komunikasi secara bertatap langsung, seperti mengadakan acara seminar, *talkshow*, kunjungan kerja dan masih banyak lagi tidak dilakukan setiap hari akan tetapi hanya beberapa waktu tertentu karena tugas dan tanggung jawab Kominfo dalam hal komunikasi dan informatika sangat banyak. Di kota-kota besar humas Kominfo sangat mudah menjangkau dan memberikan pengarahan edukasi seputar bahaya *hoax* dan ujaran kebencian kepada masyarakat, tetapi kalau di daerah-daerah tertentu yang belum diberikan edukasi atau pengarahan secara langsung.

Dalam memberantas *hoax* dan ujaran kebencian di media sosial, selain melakukan komunikasi dan memberikan pengarahan kepada masyarakat melalui seminar-seminar terbuka itu tadi untuk umum agar masyarakat lebih melek akan informasi jadi masyarakat tidak mudah percaya akan informasi yang beredar di media sosial. Kemudian Kominfo juga mempunyai program-program seperti Anti *Hoax* di Instagram, meluncurkan gerakan Masyarakat Anti *Hoax*, Humas kominfo menggunakan strategi yaitu mendorong literasi, edukasi dan sosialisasi untuk masyarakat karena hal ini dinilai akan lebih efektif untuk meredam *hoax*.

Kementerian Kominfo juga melakukan pemblokiran melalui sistem *crawling* yang akan membantu dan mempercepat kinerja Kementerian Kominfo dalam memblokir konten negatif. Cara kerja sistem *crawling* adalah pertama-tama harus memasukkan kata kunci atau *keyword* tertentu misalnya untuk SARA nanti akan muncul situs-situs yang terindikasi adanya ujaran kebencian (SARA) ada jutaan situs dan konten media sosial hanya lewat satu kunci tersebut. Dan waktu kecepatan pengumpulan datanya sekitar 5 sampai 10 menit. Nantinya situs dan konten di media sosial yang ditemukan lalu dilempar ke mesin pendamping yang tugasnya untuk memilah mana situs dan konten media sosial yang relevan terhadap kata kunci.

Teori *Computer Mediated Communication* dijelaskan sebagai komunikasi termediasi komputer. Terminologi ini dijelaskan oleh John December (1997) dalam Nasrullah (2016: 79) bahwa CMC merupakan proses komunikasi dalam konteks tertentu, di mana proses itu memanfaatkan media untuk tujuan tertentu. *Computer Mediated Communication* (CMC) mempelajari bagaimana perilaku manusia dibentuk atau diubah melalui pertukaran informasi menggunakan komputer. Dalam teori *Computer Mediated Communication*, *hoax* dan ujaran kebencian di media sosial dapat tercipta karena adanya interaksi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih sehingga dapat berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut. *Hoax* dan ujaran kebencian kemudian berkembang di media sosial, sehingga perilaku manusia dapat dibentuk atau diubah karena adanya informasi *hoax* yang berkembang hingga menimbulkan ujaran kebencian dan perpecahan.

Dalam teori tindakan juga menitikberatkan pada penjelasan mengenai bagaimana individu mengorganisasikan suatu pengetahuan dan menggunakannya dalam berkomunikasi. Maksudnya adalah kapan pun individu akan bertindak, maka yang bersangkutan menyusun suatu prosedur atau perilaku yang tepat untuk situasi tertentu untuk mendapatkan respons yang diharapkan. Adapun setiap tindakan yang dilakukan untuk memandu, memantau, menyesuaikan dan mengubah perilaku disebut dengan *executive process*, yang akan menjadi panduan tindakan, identifikasi tujuan, dan melakukan suatu tindakan terpola.

Proses dinamika komunikasi humas kominfo dalam memberantas *hoax* dan ujaran kebencian di media sosial melakukan tindakan-tindakan tertentu. Tindakan-tindakan yang dilakukan oleh humas Kementerian Kominfo adalah dengan memberikan pengarahan kepada masyarakat melalui seminar-seminar terbuka itu tadi untuk umum agar masyarakat lebih melek akan informasi jadi masyarakat tidak mudah percaya akan informasi yang beredar di media sosial, membuat iklan layanan masyarakat, kemudian kominfo juga mempunyai program-program seperti Anti *Hoax* di Instagram, meluncurkan gerakan Masyarakat Anti *Hoax*, Humas kominfo menggunakan strategi yaitu mendorong literasi, edukasi dan sosialisasi untuk masyarakat karena hal ini dinilai akan lebih efektif untuk meredam *hoax*. Bahkan sampai melakukan sebuah pemblokiran apalagi kominfo sekarang mempunyai mesin *crawling* sehingga kita bisa dengan cepat dan mempersingkat waktu dalam mencari situs-situs negatif di media sosial.

IV. PENUTUP

Berdasarkan Hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan, maka dapat disimpulkan, yaitu: Dinamika komunikasi yang dilakukan oleh Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam memberantas *hoax* dan ujaran kebencian di media sosial dilakukan secara terus menerus dan terencana serta berjalan dengan baik. Proses komunikasi dilakukan melalui komunikasi tatap muka (langsung) dan komunikasi bermedia (tidak langsung). Komunikasi yang dilakukan oleh Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika yaitu dengan cara melakukan komunikasi kepada masyarakat dengan bertatap muka secara langsung contohnya melalui seminar-seminar terbuka, membuka kunjungan kerja bagi pelajar dan mahasiswa, serta merangkul komunitas-komunitas yang memerangi *hoax* dan ujaran kebencian. Sedangkan menggunakan komunikasi bermedia atau komunikasi tidak langsung melalui jumpa pers dan iklan layanan masyarakat. Langkah-langkah yang dilakukan oleh Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam memberantas *hoax* dan ujaran kebencian adalah dengan cara memberikan pengarahan kepada masyarakat melalui seminar-seminar terbuka untuk umum agar masyarakat lebih melek akan informasi jadi masyarakat tidak mudah percaya akan informasi yang beredar di media sosial, membuat iklan layanan masyarakat, kemudian kominfo mempunyai program-program seperti Anti *Hoax* di Instagram, meluncurkan gerakan Masyarakat Anti *Hoax*. Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika menggunakan strategi yaitu mendorong literasi, edukasi dan sosialisasi untuk masyarakat karena hal ini dinilai akan lebih efektif untuk meredam *hoax*. Bahkan sampai melakukan sebuah pemblokiran apalagi kominfo sekarang mempunyai mesin *crawling* sehingga kita bisa dengan cepat dan mempersingkat waktu dalam mencari situs-situs negatif di media sosial. Dalam memberantas *hoax* dan ujaran kebencian, ada saja hambatan-hambatan yang ditemukan oleh Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika yaitu dalam hal berkomunikasi dengan masyarakat yang menjadi hambatannya pertama adalah waktu, karena tidak setiap hari humas kominfo melakukan pengarahan tentang bahaya *hoax* dan ujaran kebencian melalui seminar, jumpa pers, atau kunjungan kerja tetapi sudah ada jadwal-jadwal tertentu. Kedua masalah lokasi, karena masih banyak masyarakat yang berada di daerah-daerah tertentu yang belum kita berikan edukasi atau pengarahan secara langsung. Hambatan-hambatan yang ditemukan dalam proses pemblokiran situs-situs atau pun media sosial yang ditemukan konten negatif seperti *hoax* dan ujaran kebencian adalah apabila ada *hoax* dan ujaran kebencian di media sosial yang bukan termasuk tugas kominfo yang sesuai dengan regulatornya kominfo seperti UU ITE, UU Komunikasi, UU Keterbukaan Informasi Publik, kominfo tidak bisa melakukan pemblokiran secara langsung tetapi harus menunggu rekomendasi dari pihak-pihak lain yang sesuai dengan sektornya masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Hutagalung, Inge, 2015. *Teori-Teori Komunikasi Dalam Pengaruh Psikologi*. Jakarta: Indeks
- Liliweri, Alo, 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Cetakan Ke-1*. Jakarta: Kencana

Moleong, Lexy, 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Nasrullah, Rulli, 2016. *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Cetakan Ke-2. Jakarta: Kencana

Soewadji, Jusuf, 201. *2 Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media

Syahdeini, Sutan Remy, 2009. *Kejahatan Dan Tindak Pidana Komputer*. Jakarta: Grafiti, 2009

Mahardika, Yeha Regina Citra, 2017. 'Perilaku Mahasiswa Dalam Menyikapi Pemberitaan Hoax Di Media Sosial Facebook.'. <<http://eprints.umm.ac.id>>