

EDUKASI ANTI-*HOAX* DALAM PEMILU MELALUI METODE DEBUNKING

Caroline Paskarina^{1*}, Rina Hermawati², Nuraeni³

¹Pusat Studi Desentralisasi dan Pembangunan Partisipatif FISIP Universitas Padjadjaran

²Departemen Antropologi FISIP Universitas Padjadjaran

³Departemen Hubungan Internasional FISIP Universitas Padjadjaran

*Korespondensi: caroline.paskarina@unpad.ac.id

ABSTRAK,

Hoax atau misinformasi menjadi salahsatu penyebab timbulnya kegelisahan publik, terutama menjelang dan saat penyelenggaraan pemilihan umum. Penyebaran *hoax* dalam pemilu menjadi strategi untuk memperoleh dukungan publik dengan cara menjelek-jelekan pihak lawan, bahkan dengan menurunkan kepercayaan publik terhadap legitimasi pihak otoritas. Dampak negatif dari penyebaran *hoax* yang dapat memicu fragmentasi sosial perlu diantisipasi dengan membangun kemampuan publik untuk melawan *hoax*. Sejumlah metode edukasi anti-*hoax* telah dikembangkan, salahsatunya adalah metode debunking yang berfokus pada pengungkapan fakta dari suatu informasi, sehingga pembaca memiliki alternatif untuk menentukan keabsahan informasi yang diterima. Penerapan metode debunking ini diujiterapkan pada komunitas ibu-ibu penggerak PKK Desa Cisempur Kecamatan Jatimangor karena sebagai kelompok pemilih dengan jumlah terbesar di Jawa Barat, kaum perempuan juga berperan strategis sebagai agen sosialisasi politik dalam keluarga. Kegiatan uji terap ini menunjukkan bahwa metode debunking akan berdampak efektif dalam melawan *hoax* di tingkat *grass root* ketika diimbangi dengan tersedianya pusat-pusat informasi yang berperan untuk memverifikasi keabsahan informasi yang beredar. Karena itu, pengetahuan tentang keberadaan situs-situs anti-*hoax* menjadi penting agar publik dapat langsung menguji kebenaran berita yang diterima terlebih dahulu, sebelum menyebarkannya.

Kata kunci: *hoax*; edukasi; metode debunking

ABSTRACT,

Hoax or misinformation are one of the causes of public unrest, especially before and during the general elections. The spread of hoaxes in elections is a strategy for gaining public support by disparaging opponents, even by reducing public trust in the legitimacy of the authorities. The negative impact of the spread of hoaxes that can trigger social fragmentation needs to be anticipated by building public capacity to fight hoaxes. A number of anti-hoax education methods have been developed, one of which is the debunking method that focuses on disclosing facts from an information, so that the audience has an alternative to determine the validity of the information received. The application of this debunking method was applied to the women community of the PKK activists in Cisempur Village, Jatimangor because as the largest number of voters in West Java, women also played a strategic role as agents of political socialization in the family. This simulation shows that the debunking method will have an effective impact against hoaxes at the grass root level when balanced with the availability of information centers whose role is to verify the validity of the information circulating. Therefore, knowledge of the existence of anti-hoax sites is important so that the public can directly test the truth of the news received first, before disseminating it.

Key words: *hoax*; education; debunking method

PENDAHULUAN

Pemilihan umum telah menjadi *event* politik yang sangat populer saat ini. Di era demokratisasi, pemilihan umum (pemilu) sungguh-sungguh menjadi 'pesta demokrasi', dimana setiap wargamasyarakat dapat berpartisipasi dengan bebas dalam mengekspresikan aspirasinya, baik mendukung salahsatu kandidat, mengkritik kandidat yang lain, bahkan menyatakan ketidaksukaan terhadap salahsatu atau keseluruhan kandidat. Model kampanye pun menjadi semakin beragam, seiring dengan meluasnya penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang membuat penyampaian pesan menjadi lebih mudah, lebih luas, dan nyaris tanpa mengenal batas-batas teritorial. Pada sisi yang lain, kemudahan-kemudahan tersebut juga berdampak pada reliabilitas dari pesan-pesan yang beredar. Komunikasi yang beredar melalui media internet juga memberi ruang bagi anonimitas komunikator, yang justru menjadikan komunikasi ini rentan dengan manipulasi dan

konflik kepentingan. *Hoax* adalah produk sampingan yang lahir dari pola komunikasi kontemporer tersebut.

Hoax atau misinformasi dilatarbelakangi berbagai kepentingan, yang melahirkan beragam bentuk, mulai dari misinformasi hingga disinformasi (Wardle, 2017). Misinformasi yakni penyebaran informasi yang keliru tanpa unsur kesengajaan, sedangkan dalam disinformasi, ada unsur kesengajaan untuk membuat dan menyebarkan informasi yang diketahuinya tidak benar (Wardle, 2017). Pelaku disinformasi umumnya mengubah sumber-sumber informasi yang sebenarnya asli dengan cara mengedit ulang, menggabungkan dengan sumber lain yang tidak relevan, bahkan pada taraf yang lebih ekstrem, pelaku membuat informasi baru yang sepenuhnya palsu. Di antara berbagai kepentingan yang melatarbelakangi produksi *hoax*, propaganda adalah yang paling berpotensi menciptakan dampak terburuk karena propaganda menggunakan penyalahgunaan konten, penciptaan konteks yang keliru, memalsukan konten, memanipulasi

konten, bahkan dengan sengaja membuat konten yang tidak benar dalam rangka mencapai tujuannya. Inti persoalannya bukan pada pesan yang disebar, melainkan pada tujuan dari penyebaran pesan tersebut. Bagi para pelaku propaganda, pesan adalah alat untuk menciptakan keraguan dalam pikiran publik, sehingga publik mulai mempertanyakan kredibilitas, legitimasi, bahkan obyektivitas dari sumber otoritas.

Penyebaran *hoax* semakin marak selama dan menjelang pemilu, terutama menghadapi pemilu presiden 2019 mendatang. Hal ini tidak terlepas dari penggunaan media *online*, khususnya media sosial, dalam kampanye. Setiap orang dapat dengan mudah mengakses media sosial dan menemukan beragam informasi tentang pemilu. Dalam Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018, tercatat jumlah pemilih sebanyak 29.078.117 orang, dengan proporsi pemilih laki-laki dan perempuan relatif berimbang. Jumlah pemilih laki-laki sebanyak 14,5 juta dan pemilih perempuan 14,4 juta (jabar.kpu.go.id). Jumlah ini tidak akan berubah signifikan menjelang pemilihan legislatif dan pemilihan presiden 2019 mendatang. Jumlah tersebut sekaligus mengindikasikan tingginya kompetisi elektoral yang akan berlangsung di Jawa Barat, khususnya dalam kedua *event* pemilu di tahun 2019.

Selain memiliki jumlah pemilih yang besar, jumlah pengguna internet di Jawa Barat juga terus menunjukkan kecenderungan meningkat. Dalam Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018, setidaknya sebanyak 32,5% dari pemilih secara aktif menggunakan media sosial untuk mengakses informasi dan kampanye terkait pemilihan gubernur (<https://beritagar.id/artikel/berita/hampir-sepertiga-calon-pemilih-pilkada-pengguna-media-sosial>, diakses 1 Desember 2018). Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran informasi melalui media sosial untuk kepentingan kampanye maupun kepentingan politik lainnya relatif dinilai efektif karena setidaknya dapat menjangkau 30% lebih calon pemilih potensial.

Kampanye melalui media sosial selain digunakan untuk mensosialisasikan program dan gagasan dari para kandidat, juga digunakan untuk membangun citra diri para figur yang saling berkompetisi. Kecenderungan untuk memilih berdasarkan popularitas kandidat akan mereduksi pemilu menjadi pertarungan popularitas, bukan arena seleksi calon pemimpin yang *capable*. Pemanfaatan media sosial secara masif untuk kepentingan kampanye dalam konteks kompetisi politik berbasis figur, sangat rentan dengan penyebaran *hoax* yang memuat *negative campaign* dan *black campaign*. Karena itu, pemilih perlu memiliki kemampuan untuk memilah informasi yang beredar sehingga tidak terjebak turut menyebarkan *hoax*.

Kesalahpahaman umum tentang penanganan *hoax* adalah gagasan bahwa menghilangkan pengaruhnya semudah mengemas lebih banyak informasi ke dalam kepala orang. Pendekatan ini mengasumsikan bahwa persepsi publik yang salah disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan bahwa solusinya adalah lebih banyak

informasi. Tetapi model itu salah, orang tidak memroses informasi secara mekanistik. Upaya menangani *hoax* berkaitan dengan proses kognitif yang kompleks (Cook & Lewandowsky, 2011). Agar berhasil memberikan pengetahuan, komunikator perlu memahami bagaimana orang memroses informasi, bagaimana mereka mengubah pengetahuan mereka yang ada dan bagaimana pandangan dunia mempengaruhi kemampuan mereka untuk berpikir secara rasional. Metode debunking menawarkan alternatif memerangi *hoax* dengan mengedepankan fakta dari informasi yang disampaikan. Melalui metode ini, diharapkan pemilih mampu untuk mengkritisi informasi yang disampaikan dengan membuktikan apakah informasi tersebut sesuai fakta. Edukasi anti-*hoax* dengan metode debunking ini akan diselenggarakan bagi komunitas perempuan di ranah *grass root*, dengan pertimbangan bahwa mereka adalah kelompok pemilih dengan jumlah besar, berada dalam posisi sebagai massa mengambang, sekaligus berperan strategis sebagai agen sosialisasi di dalam keluarga. Melalui metode debunking ini, diharapkan komunitas perempuan di ranah *grass root* dapat menjadi pemilih cerdas dalam pemilu mendatang.

METODE

Edukasi anti-*hoax* bagi komunitas perempuan dilakukan dengan menggunakan metode debunking. Metode ini dibangun atas asumsi bahwa upaya melawan *hoax* tidak dapat semata-mata dilakukan dengan memberikan informasi lebih banyak kepada khalayak. Alih-alih menghilangkan pengaruh *hoax*, 'banjir' informasi justru menyebabkan khalayak lebih mengingat mitos atau misinformasi yang diterima ketimbang kebenaran yang disampaikan (Cook & Lewandowsky, 2011; Lazer et al., 2017). Karena itu, metode ini menawarkan 3 (tiga) langkah yang perlu dilakukan agar perlawanan terhadap *hoax* menjadi efektif. Ketiga langkah tersebut adalah: pertama, sanggahan harus fokus pada fakta inti, ketimbang pada misinformasi untuk menghindari agar kesalahan informasi tidak menjadi lebih mudah diingat oleh khalayak. Kedua, dalam kondisi di mana penyebutan ulang *hoax* harus dilakukan, maka perlu didahului dengan pernyataan eksplisit untuk memberi tahu khalayak bahwa informasi yang akan disampaikan adalah informasi yang salah. Ketiga, sanggahan harus mencakup penjelasan alternatif yang memperhitungkan elemen-elemen krusial dalam *hoax* yang aslinya (Cook & Lewandowsky, 2011).

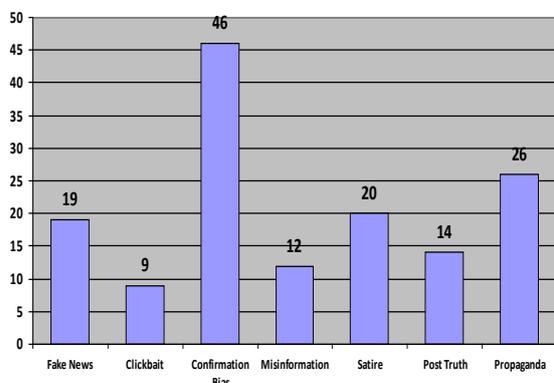
Khalayak sasaran dalam kegiatan edukasi ini adalah komunitas perempuan di Desa Cisempur Kecamatan Jatiningor yang tergabung dalam organisasi PKK Desa Cisempur. Komunitas ini beranggotakan para perempuan warga Desa Cisempur, yang bergerak di bidang pemberdayaan dan kesejahteraan keluarga, yang diketuai oleh Ibu Tati. Aktivitas yang dilakukan berkisar pada kegiatan-kegiatan sehari-hari, seperti olahraga, kerja bakti, dan arisan. Kegiatan-kegiatan ini dilakukan secara rutin di

lingkungannya dengan melibatkan kaum perempuan dan pemuda di Desa Cisempur. Komunitas ini dipilih karena memiliki cakupan anggota yang luas dan peran penting kaum perempuan sebagai agen sosialisasi politik dalam keluarga. Selain itu, anggota komunitas warga adalah juga mereka yang menjadi pemilih dalam Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2019, sehingga mereka memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan isu yang menjadi inti dari kegiatan pendidikan politik ini.

Pelaksanaan kegiatan ini didahului dengan pemetaan isu-isu *hoax* yang beredar di ranah *grass root* selama Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018 dan menjelang Pemilu 2019. Pemetaan ini digunakan untuk mengidentifikasi kecenderungan misinformasi yang beredar di ranah *grass root*, terutama dari sisi bentuk *hoax* yang beredar. Hasil pemetaan ini menjadi data awal untuk menyusun materi edukasi anti-*hoax*, yang selanjutnya diujiterapkan dalam kegiatan diskusi kelompok yang diselenggarakan di Desa Cisempur. Dalam kegiatan diskusi ini, peserta terlebih dahulu diberi materi tentang definisi, bentuk-bentuk *hoax*, dampak yang ditimbulkan, dan langkah-langkah melawan *hoax* dengan menggunakan metode debunking. Selanjutnya, peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok dan diberi 1 (satu) contoh kasus informasi *hoax* untuk didiskusikan bagaimana cara mengatasinya dengan menggunakan 3 (tiga) langkah metode debunking. Pada sesi akhir, setiap kelompok diminta untuk memaparkan hasil diskusinya. Pemaparan ini menjadi bentuk evaluasi untuk mengetahui apakah peserta memahami tentang metode debunking dan mampu menerapkannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Materi edukasi anti-*hoax* disusun dengan berpatokan pada hasil pemetaan informasi-informasi *hoax* yang beredar. Pengumpulan data dilakukan melalui data sekunder dari media sosial selama periode penyelenggaraan Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018. Hasil pemetaan menunjukkan sebagai berikut:



Gambar 1. Bentuk Penyebaran *Hoax* dalam Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018

Sumber: Hasil Pengumpulan Data, diolah, 2018

Berdasarkan data tersebut, *hoax* paling banyak beredar dalam bentuk *confirmation bias*, yakni berupa penyebaran informasi tentang suatu peristiwa berdasarkan interpretasi subjektif (Rahadi, 2017). Selain itu, *hoax* juga banyak beredar dalam bentuk propaganda (penyebaran informasi, argumen, gosip, bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini masyarakat) dan satire (tulisan yang menggunakan ironi ataupun humor untuk mengomentari peristiwa tertentu) (Rahadi, 2017). Ketiga bentuk *hoax* yang paling banyak beredar melalui media sosial tersebut menunjukkan kecenderungan kuatnya manipulasi informasi secara subjektif dengan menambahkan interpretasi tanpa dukungan fakta yang reliabel. Karena itu, metode debunking menjadi relevan digunakan untuk mengembangkan kemampuan pemilih dalam melawan *hoax*.

Untuk melatih kemampuan peserta edukasi anti-*hoax*, tim pelaksana kegiatan telah menyiapkan contoh informasi *hoax* untuk kemudian didiskusikan oleh peserta dengan menerapkan 3 (tiga) langkah metode debunking. Berikut ini adalah salahsatu hasil diskusi peserta dalam merespon contoh kasus yang diberikan.



Gambar 2. Penerapan Metode Debunking dalam Merespon *Hoax*

Ilustrasi Kasus:

Pengumuman hari terakhir pengecekan daftar pemilih presiden yang beredar di media sosial (sumber ilustrasi: <https://turnbackhoax.id/>)

Hasil diskusi peserta:

Langkah 1: Identifikasi Fakta dari Peristiwa

Informasi tentang batas akhir pengecekan daftar pemilih. Peserta berupaya mencari tahun jadwal resmi penyelenggaraan Pilpres 2019, dengan cara membuka situs kpu.go.id

Langkah 2: Menunjukkan misinformasi dari hoax

Peserta membandingkan antara pernyataan dalam media sosial dengan jadwal resmi dari KPU, untuk memeriksa ketepatan informasi.

Peserta juga memeriksa identitas penyebar informasi, dengan membuka profil 'Risa' dan berbagai postingan yang pernah diunggahnya.

Peserta mendiskusikan apakah profil 'Risa' dapat dianggap akuntabel sebagai penyampai pengumuman.

Langkah 3: Membuktikan kekeliruan dari informasi yang disampaikan dalam media sosial

Peserta membuat argumen mengapa informasi tersebut merupakan hoax, yakni:

- a. Setelah mengecek di situs kpu.go.id, ternyata pengecekan daftar pemilih bisa dilakukan lewat situs <https://sidalih3.kpu.go.id> hingga hari pencoblosan (17 April 2019).
- b. Sesuai jadwal penyelenggaraan pemilu, KPU belum menetapkan Daftar Pemilih Tetap (DPT)

Sumber: Hasil Pelaksanaan Kegiatan, diolah, 2018

Kertas kerja yang dipaparkan peserta sebagaimana tercantum di atas menunjukkan bahwa peserta dapat menerapkan 3 (tiga) langkah metode debunking dengan baik. Tetapi, penerapan metode tersebut perlu diimbangi dengan pengetahuan tentang sumber informasi resmi yang dapat diakses serta teknik-teknik untuk memeriksa keabsahan sumber informasi. Diskusi antaranggota kelompok juga membantu peserta di dalam menyikapi informasi yang diterima, termasuk saling berbagi pengetahuan tentang situs-situs resmi yang dapat diakses untuk memeriksa kebenaran pesan yang beredar di media sosial. Hal ini berarti bahwa metode debunking akan menjadi lebih efektif di dalam memerangi *hoax* jika diimbangi dengan sosialisasi kepada masyarakat mengenai situs-situs resmi yang dapat diakses atau dilaporkan ketika masyarakat menemukan informasi yang mencurigakan. Peran serta dari sesama rekan (*peer group*) juga sangat penting untuk membantu peserta menyaring informasi yang diterima, sehingga tidak reaktif dengan menyebarkan langsung informasi yang diperoleh.

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan edukasi anti-*hoax* dengan menggunakan metode debunking dapat meningkatkan penge-

tahuan dan keterampilan peserta dalam menanggapi informasi *hoax* dengan lebih obyektif dan tidak emosional. Metode debunking merupakan metode yang relatif sederhana dan dapat dipakai oleh berbagai kalangan, dengan menerapkan 3 (tiga) langkah dalam memeriksa informasi yang beredar di media sosial maupun secara *off line*. Ketiga langkah ini terutama berfokus pada pencarian fakta untuk melawan misinformasi, dengan cara mengidentifikasi isi pesan yang keliru dan kemudian membangun argumentasi untuk menunjukkan kekeliruan tersebut. Dengan menggunakan metode ini, peserta maupun masyarakat secara umum, dilatih untuk bersikap kritis terhadap beragam informasi yang di terima, sehingga tidak mudah percaya dan reaktif dengan menyebarkan kembali informasi-informasi yang belum pasti kebenarannya. Agar metode ini lebih efektif, perlu diimbangi dengan mensosialisasikan situs-situs resmi yang dapat diakses atau dilaporkan ketika masyarakat menemukan informasi yang mencurigakan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Padjadjaran yang telah mendanai pelaksanaan kegiatan edukasi anti-*hoax* ini melalui skema pendanaan Hibah Internal Unpad Pengabdian kepada Masyarakat terintegrasi Riset dan Kuliah Kerja Nyata Mahasiswa tahun 2018. Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada Kepala Desa dan seluruh anggota komunitas ibu-ibu PKK Desa Cisempur Kecamatan Jatinangor atas partisipasinya dalam kegiatan edukasi anti-*hoax* dengan menggunakan metode debunking.

DAFTAR PUSTAKA

- Cook, J., & Lewandowsky, S. (2011). *The Debunking Handbook* (Vol. 91). St. Lucia, Australia: University of Queensland.
- Lazer, D., Baum, M., Grinberg, N., Friedland, L., Joseph, K., Hobbs, W., ... Watts, D. (2017). *Combating Fake News: An Agenda for Research and Action*. Filippo Menczer. Diunduh dari <https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/05/Combating-Fake-News-Agenda-for-Research-1.pdf>
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>
- Wardle, C. (2017). Fake news . It's complicated. *Medium, First Draft*, hal. 1–6. Diunduh dari <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>
- <https://beritagar.id/artikel/berita/hampir-sepertiga-calon-pemilih-pilkada-pengguna-media-sosial, diakses 1 Desember 2018>