**“PENGARUH PENYEBARAN INFORMASI PALSU (HOAX) DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT”**

Oleh :

Aisyah Audira Ilmi

071911633017

Kelas A / 17

**Informasi**

Menurut Ladjamudin (2008 : 8), Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya. Dapat dikatakan bahwa data adalah bahan mentah, sedangkan informasi adalah bahan jadi atau bahan yang siap digunakan. Jadi, sumber dari informasi adalah data. Maka dapat disumpulkan bahwa informasi adalah data yang telah diproses menjadi bentuk yang bernilai bagi penerimanya dan bermanfaat dalam setiap pengambilan keputusan. Banyak sekali jenis informasi, namun ada informasi yang sifatnya palsu atau yang biasa disebut dengan hoax. Informasi ini berisi berita yang tidak akurat atau berita yang asal disebarkan saja tanpa tau isi dan tidak mencari kebenarannya.

**Informasi Hoax**

Hoax merupakan informasi yang direkayasa untuk menutupi informasi sebenarnya. Dengan kata lain, hoax juga bisa diartikan sebagai upaya memutarbalikan fakta menggunakan informasi yang seolah-olah meyakinkan tetapi tidak dapat di verifikasi kebenarannya. Hoax bertujuan untuk membuat opini publik, menggiring opini publik, membentuk persepsi juga untuk having fun yang menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna internet dan media sosial. Tujuan penyebaran hoax beragam tetapi pada umumnya hoax disebarkan sebagai bahan lelucon atau sekedar iseng, menjatuhkan pesaing (black campaign), promosi dengan penipuan, ataupun ajakan untuk berbuat amalan-amalan baik yang sebenarnya belum ada dalil yang jelas di dalamnya. Namun, ini menyebabkan banyak penerima hoax terpancing untuk segera menyebarkan kepada rekan sejawatnya sehingga hoax ini dengan cepat tersebar luas.

**Macam-macam Informasi Hoax**

Macam hoax yang berada di kalangan masyarakat. Pertama yaitu hoax pesan berantai, hoax ini biasanya dikirim melalui media massa seperti WhatsApp, Line, BBM tentang melanjutkan pesan ke beberapa teman lain dengan alasan modus. Mulai dari mendapatkan hadiah tertentu atau justru mengalami hal buruk bila tidak menyebarkanya. Kedua yaitu hoax virus, hoax ini jauh lebih canggih karena dikembangkan oleh hacker yang tersebar melalui emai atau aplikasi chatting. Biasanya berisi peringatan akan adanya virus bahaya di komputer atau smartphone padahal sebenernya tidak terinfeksi. Ketiga yaitu hoax hadiah gratis, hoax ini mirip seperti penipuan online. Biasanya penipu mengirimkan pesan lewat SMS yang berisi pengumuman pemberian hadiah gratis. Keempat yaitu hoax pencemaran nama, hoax lebih berbahaya sebab sepenggal kabar palsu bisa dengan mudah tersebar di dunia maya dan mampu menghancurkan hidup atau karier seseorang dalam sekejap.

**Jenis-jenis Informasi Hoax**

1. Fake news : ‘berita bohong’. Berita yang berusaha menggantikan berita yang asli. Berita ini bertujuan untuk memalsukan atau memasukkan ketidakbenaran dalam suatu berita. Penulis berita bohong biasanya menambahkan hal-hal yang tidak benar dan tidak penting.
2. Clickbait : ‘tautan jebakan’. Tautan yang diletakkan secara strategis di dalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik orang masuk ke situs lainnya. Konten di dalam tautan ini sesuai fakta namun judulnya dibuat berlebihan agar menarik untuk memancing pembaca.
3. Confirmation bias : ‘bias konformasi’. Kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebaik bukti dari kepercayaan yang sudah ada.
4. Misinformation : Informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu.
5. Satire : Sebuah tulisan yang menggunakan humor, ironi, hal ini dibesar-besarkan untuk mengkomentari kejadian yang sedang hangat. Biasanya berita satir dapat dijumpai di pertunjukan televisi.
6. Post-truth : ‘pasca-kebenaran’. Kejadian di mana emosi lebih berperan daripada fakta untuk membentuk opini publik.
7. Propaganda : Aktifitas menyebar luaskan informasi, fakta, argument, gossip, setengah-kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik.

**Kebijakan Informasi**

Kebijakan informasi didefinisikan secara umum sebagai kombinasi dari undang-undang, prosedur, pedoman yang mengatur produksi, manajemen dan penggunaan informasi yang membentuk peran informasi dlam masyarakat. Kebijakan informasi merupakan seperangkat aturan yang mengikat dan mengatur atas perilaku manusia yang berubah atas teknologi informasi. Tujuan kebijakan informasi untuk mengatur perubahan yang ada. Kebijakan informasi terdiri dari undang-undang, peraturan dan berbagai doktrin serta keputusan lain dan prakteknya dalam masyarakat melibatkan penciptaan informasi, pengolahan, arus, aspek dan penggunanya. Kebjakan informasi harus memiliki profil yang lebih tinggi daripada sebelumnya karena merupakan pusat dari kebutuhan pemerintah meningkatkan efisiensi dalam cara operasinya, menunjukkan bahwa layak untuk dipercaya melalui data transparan dan terbuka inisiatif dan mendapatkan manfaat dari data yang dikumpulkan.

Pendekatan yang digunakan untuk mengembangankan kebijakan informasi di negara ini tidak mengikuti praktik biasa, seperti yang dilakukan oleh negara maju. Pengembangan kebijakan informasi di negara maju didasarkan pada informasi kebutuhan perpustakaan sebagai pemain utama. Teknologi informasi dan komunikasi hanyalah alat yang melayani sebagai katalis untuk penggunaan informasi yang menonjol.

**Perubahan Sosial Budaya**

Perubahan sosial budaya terjadi karena adanya dorongan dari berbagai faktor, baik berasal dari dalam masyarakat itu sendiri maupun berasal dari luar masyarakat. Menurut Murdock (1960) faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya perubahan sosial budaya yaitu pertambahan atau pengurangan penduduk, perubahan lingkungan geografis, perpindahan ke lingkungan baru, kontak antar kebudayaan, malapetaka alam dan sosial, kelahiran atau kematian seorang pemimpin, dan penemuan (inovasi). Penyebab terjadiya perubahan sosial budaya menurut Spindler (1975) mengemukakan bahwa terdapat 4 komponen yang berinteraksi, yaitu : individu, interaksi sosial, lingkungan dan kebudayaan itu sendiri.

Perubahan sosial budaya bukan hanya perubahan pola pikir namun serangkaian perilaku yang mengalami pergeseran pola perilaku terhadap interaksi sosial. Perubahan sosial budaya menyebabkan perilaku sosial sangat berubah, modal sosial yang tinggi dan juga rendah, struktur berubah dalam segala aspek kebiasaan dan akan luntur jika adanya budaya baru.

**Dampak Informasi terhadap Perubahan Sosial Budaya**

Informasi berkembang menuju peran “strategis” dengan potensi tidak hanya untuk mendukung strategi yang dipilih, namun membentuk strategi baru untuk menunjukkan seberapa pentingnya informasi itu bahwa mereka yang menggunakan informasi mendapatkan manfaat besar karena ini mengurangi ketidakpastian pengguna. Informasi tergantung pada yang mana karakterisasi masyarakat informasi, dibahas di bawah, digunakan. Dalam informasi di mana teknologi adalah karakteristik, informasi dalam istilah probabilitas kemunculan simbol dan kuantitasnya akan diukur.

Informasi palsu (hoax) sering disebarluaskan dan bersumber dari kabar bohong dan dibuat dalam satu jaringan sosial untuk menjaga kepentingan pribadi maupun kelompok. Seringkali secara sadar pengguna media sosial menyebarkan kebohongan untuk membantu agenda yang direncanakan. Penyebar Hoax bisa dari kalangan personal, komunitas, korporasi, lembaga negara, dan militer kerap membuat propaganda kebohongan agar kepentingan mereka bisa terjaga. Informasi Hoax dibuat agar khalayak ramai tak lagi fokus pada masalah sebenarnya dan selanjutnya akan terjebak pada hal-hal bombastis yang bukan jadi permasalahan pokok. Posisi penyebar informasi Hoax yang dianggap kredibel menjadikan pengguna merasa yakin bahwa informasi itu benar dan menjadikan itu suatu kebenaran dan dapat disebarluaskan tanpa diperiksa kembali.

Tentu banyak dampak informasi terhadap perubahan sosial budaya, salah satunya yaitu dampak adanya informasi palsu (hoax) dalam kehidupan masyarakat. Masyarakat menjadi lebih mudah percaya dengan adanya berita hoax (informasi palsu), dengan hanya membaca judul yang menarik untuk dibaca sehingga masyarakat mudah percaya tanpa melihat kebenarannya. Kemudian masyarakat tersebut akan menyebarluaskan beri hoax tersebut ke kerabat dekatnya lalu kerabat dekatnya akan menyebarkannya sehingga informasi palsu tersebut akan membuat orang lain percaya akan adanya berita itu.

**Opini terhadap adanya informasi palsu (hoax)**

Informasi palsu (hoax) dapat cepat tersebar luas karena yang menyebarluaskan biasanya dari kerabat sendiri sehingga orang mengira bahwa informasi itu benar adanya tanpa harus mencari kebenaran dari informasi tersebut. Jika seseorang mendapatkan informasi, seharusnya memeriksa kebenarannya terlebih dahulu agar tidak menyebarkan informasi palsu tersebut dengan menambah atau meebih-lebihkan kata agar orang tertarik untuk membacanya dan jangan mudah percaya jika mendapatkan informasi dari kerabat sendiri. Jika ingin mencari informasi melalui internet juga harus mencari informasi yang akurat dan jelas kebenarannya agar tidak termakan oleh informasi palsu (hoax).

Pengecekan informasi menjadi hal mendasar yang diterapkan ke peserta, beberapa langkah yang bisa dijadikan cara untuk mengecek kebenaran yang dibahas dalam pelatihan ini antara lain : (a). Mengecek nama domain, (b). Mengecek penanggung jawa (redaksi) dan alamat media, (c). Mengecek data domain melalui Whois domain, (d). Mengecek Tanggal Sumber berita, (e). Membandingkan dengan berita dari media yang lain, (f). Jangan membuka kembali media yang mengirimkan hoax.

Dalam paparan lainnya, juga disampaikan contoh-contoh berita hoax baik berupa berita tulis maupun gambar, contoh kasus berkaitan dengan penyebaran berita hoax serta data mengenai orang-orang yang dikenai aspek hukum karena menyebarkan berita palsu.

**Kesimpulan**

Informasi palsu (hoax) sengaja dibuat untuk mempengaruhi public dan kian marak lantaran faktor stimulan seperti isu sosial politik dan SARA, namun penerima hoax cukup kritis karena mereka telah terbiasa untuk memeriksa kebenaran berita. Ini artinya sudah bagus, tinggal bagaimana mencegah kelompok *silent majority* berpindah ke *haters*.

Pencegahan kuatnya arus informasi hoax dapat dilakukan dengan meningkatkan literasi masyarakat melalui peran aktif pemerintah, pemuka masyarakat dan komunitas, menyediakan akses yang mudah kepada sumber informasi yang benar atas setiap isu hoax, melakukan edukasi yang sistematis dan berkesinambungan serta tidakan hukum yang efektif bagi penyebarnya.

Sebaiknya dilakukan pembekalan kepada masyarakat mengenai pengetahuan akan internet sehat dengan literasi media sehingga dapat mengenali ciri-ciri berita hoax, dan penerima berita dapat mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dalam mengambil makna dari suatu berita.

**DAFTAR PUSTAKA**

Basri, Mokmin, Zawiyah M. Yusof, dan Nor Azan M. Zin. 2012. Information Policy: The Diminishing Role of Library. Information Policy, 2(19): 317-327.

K Nath, Hiranya. 2017. The Information Society. Information Society, 4(3): 19-28.

Moore, Nick. 1998. Policies For An Information Society. Information Society, 50(1): 20-24

Braman, Sandra. 2011. Defining Information Policy. Information Policy, 1: 1-5.

Rahadi, Dedi Rianto. 2017. Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. Informasi Hoax, 5(1): 58-70

Hermawan, Wawan. Pengaruh Media Massa Terhadap Perubahan Sosial Budaya Dan Modernisasi Dalam Pembangunan. Perubahan Sosial dan Budaya, : 83-96.

Gumilar, Gumgum, Justito Adiprasetio dan Nunik Maharani. 2017. Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoax) Oleh Siswa SMA. Literasi Terhadap Informasi Hoax, 1(1): 35-40.

Juliswara, Vibriza. 2017. Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial. Literasi Terhadap Informasi Hoax, 4(2): 142-164.

Andalia, Fanny, Eko Budi Setiawan. 2015. Pengembangan Sistem Informasi Pengolahan Data Pencari Kerja Pada Dinas Sosial dan Tenaga Kerja Kota Padang. Pengertian Informasi, 4(2): 93-98.

Hermawan, Rudi, Arief Hidayat, dan Victor Gayuh Utomo. 2016. Sistem Informasi Penjadwalan Kegiatan Belajar Mengajar Berbasis Web (Studi Kasus : Yayasan Ganesha Operation Semarang). Pengertian Informasi, 2(1): 31-38.

Juditha, Christiany. 2018. Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya Hoax Communication Interactivity In Social Media And Anticipation. Informasi Hoax, 3(1): 31-44.