

## Penyebaran Hoax Politik Pada Media Sosial

<sup>1</sup> Doddy Suryadi, <sup>2</sup> Fajar Nugraha

<sup>1,2</sup> Komunikasi & Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Tazkia  
Correspondence author: [doddysuryadi@tazkia.ac.id](mailto:doddysuryadi@tazkia.ac.id)

**Abstrak.** Perkembangan era digital membawa warna baru dalam dunia politik. Kehadiran media sosial telah mengubah perilaku dan kultur masyarakat dalam berkomunikasi dan mengonsumsi berita. Permasalahan dari pengguna media sosial saat ini adalah banyaknya hoax yang menyebar luas, termasuk dalam dunia politik. Penelitian ini membahas bagaimana informasi hoax dimainkan dalam kampanye politik di era media sosial dan bagaimana bentuk informasi hoax politik yang beredar di media sosial selama masa kampanye pemilihan umum 2019. Metode yang digunakan kualitatif dengan pendekatan analisis konten memetika dari Shifman, dengan paradigma konstruktivistik. Penelitian ini menganalisis konten hoax di media sosial pada periode Agustus 2018 sampai dengan Januari 2019. Database hoax diperoleh dari rilis yang dikeluarkan Kemenkominfo yang dikonfirmasi sebagai hoax melalui web [turnbackhoax.id](http://turnbackhoax.id). Gagasan yang dibangun dalam hoax politik pada pemilu 2019 adalah kebencian kepada lawan politik. *fitnah-fitnah* yang ditujukan kepada lawan politik menjadi konten utama untuk menebar kebencian. Dalam hal bentuk, hoax yang disebarkan dalam gambar yang diedit dan dimanipulasi, foto tidak sesuai konteksnya, bersifat provokatif, judul baru lebih menjatuhkan seseorang, dan komentar buruk dari pengguna. Sementara sudut pandang gambar dan pesan yang diunggah menyarankan untuk tidak memilih salah satu kandidat, ajakan untuk para fans tokoh untuk mendukung salah satu kandidat, menyarankan untuk membenci salah satu kandidat serta tidak memilihnya dalam pemilu 2019.

**Kata kunci:** Hoax, Media Sosial, Komunikasi Politik

### PENDAHULUAN

Tahun 2019 merupakan tahun politik, untuk pertama kalinya Indonesia akan menggelar pemilihan legislatif dan pemilihan presiden secara serentak. Perkembangan era digital membawa warna baru dalam dunia politik. Kehadiran media sosial telah mengubah perilaku dan kultur masyarakat dalam berkomunikasi dan mengonsumsi berita. Sejak pemilu 2014 media sosial dipandang menjadi alat berkampanye, beradu gagasan, termasuk menjatuhkan lawan yang bersebrangan.

Media sosial sebagai sumber informasi baru menjadi antitesis media *mainstream*, yang dianggap menjadi media yang sangat kental dengan kepentingan pemiliknya. Sehingga pilihan media sosial sebagai sumber informasi baru dianggap tidak memiliki kepentingan. Platform media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram memiliki struktur yang sangat berbeda dari teknologi media *mainstream*. Konten di media sosial dapat disampaikan antara pengguna tanpa penyaringan pihak ketiga, pemeriksaan fakta, atau penilaian editorial.

Sebelum era media sosial, informasi yang beredar ke publik melewati mekanisme penyaringan berdasarkan nilai berita, dan akurasi. Editor berita bertanggung jawab untuk menyaring informasi untuk menentukan validitas dan

kebenarannya, sebagai upaya untuk mempertahankan reputasi jurnalis. Dengan berkembangnya media sosial peran editor menjadi hilang. Karena individu dapat terhubung dengan teman dan keluarga, membaca berita dan mengonsumsi konten dari seluruh dunia, dan kemudian berbagi informasi apa yang dianggap mereka paling bermakna.

Perkembangan media sosial sangat ditunjang dengan perkembangan perangkat teknologi komunikasi, seperti perangkat dan jaringan telekomunikasi, *gadget, mobile phone* yang dapat menciptakan isi (*content*) media. Ganley, dalam (Wahid, 2016) menyatakan bahwa media sosial memungkinkan individu memainkan peranan yang lebih aktif sebagai warga negara sekaligus sebagai konsumen, karena meningkatkan akses dari warga negara yang biasa, menjadi lebih terinformasi secara politis yang memungkinkan peningkatan demokrasi. Fenomena ini kemudian dikenal dengan nama *citizen journalism*.

Kemunculan teknologi memberikan peranan penting dalam proses komunikasi pada masa kini. Peranannya semakin menonjol ditengah masyarakat industri yang sedang mengalami transformasi menjadi masyarakat Informasi. Hadirnya media sosial sebagai produk dari perkembangan teknologi menjadi fenomena baru pada era globalisasi ini. Pemanfaatan internet menjadi aktifitas yang tidak dapat dilepaskan ditengah kehidupan manusia. Komunikasi berbasis internet sudah menjadi bagian yang integral dalam kehidupan manusia di segala sektor, termasuk politik.

Timbul permasalahan dari pengguna media sosial saat ini adalah banyaknya hoax yang menyebar luas, termasuk dalam dunia politik. Hoax bertujuan untuk membuat opini publik, menggiring opini publik, membentuk persepsi juga untuk *having fun* yang menguji kecerdasan pengguna internet dan media sosial. Dalam politik hoax digunakan untuk melakukan penyerangan terhadap lawan politik.

Menurut *Cambridge Dictionary*, Hoax adalah rencana yang digunakan untuk mengelabui seseorang. Sedangkan menurut *Urban Dictionary*, hoax adalah rekayasa kebohongan yang dibuat sengaja untuk menyamakannya dengan kebenaran. Maka, hoax merupakan informasi bohong yang bertujuan untuk mengelabui seseorang.

Menurut Robert Feldman (2009) menyebutkan bahwa, seseorang akan dengan mudah berbohong ketika kepercayaan dirinya terancam. Dalam risetnya setidaknya 60% orang berbohong ketika pertama kali bertemu dengan orang lain. Feldman juga menyebutkan bahwa manusia kerap secara repleks berbohong ketika berbicara, kebohongan ada karena keinginan orang untuk diterima dimasyarakat dan membuat orang lain terkesan pada diri kita, agar diterima atau membuat orang lain menjadi suka. Fieldman juga percaya bahwa manusia pada dasarnya diprogram untuk berbohong sekaligus untuk mempercayai kebohongan itu sendiri. Perilaku ini bisa dilihat dalam politik pencitraan yang dilakukan oleh politisi. Mereka pura-pura merakyat dengan memakai simbol-simbol yang sering dilakukan oleh rakyat kecil. Bahkan menurut Fieldman seseorang kerap mengelabui diri sendiri untuk bertahan.

Pendapat lain juga diutarakan oleh filusuf German Friedrich Nietzsche dalam penelitiannya *On Truth and Lies In a Nonmoral Sense* mengatakan bahwa, manusia itu akan percaya apapun tanpa konsekuensi logis asalkan hal itu diulang-ulang lebih dari sekali. Kebohongan apabila dikatakan berulang ulang

akan menjadi kebenaran (Miller, 2006). Hal inilah yang terjadi dalam politik. Mereka mengulang-ngulang informasi, sehingga khalayak akan mempercayainya dan menjadi suatu kebenaran.

Kementrian Komunikasi dan Informatika mencatat selama Agustus-Desember 2018 terdapat 62 konten hoax yang terkait pemilu 2019. Pada Agustus 2018 ada 11 konten hoax, September 2018 terdapat 8 konten hoax, Oktober 2018 teridentifikasi 12 konten hoax. Sementara itu, 13 konten hoax teridentifikasi pada November 2018. Konten hoax paling banyak teridentifikasi pada Desember 2018, yaitu 18 konten hoax (kominfo.go.id).

DailySocial (2018) melakukan penelitian bahwa, distribusi hoax malalui media sosial banyak terjadi di Facebook yaitu 81,25%, melalui WhatsApp 56,55% dan Instagram 29,48%. Dari survei tersebut, 77,76% responden jika menerima informasi mereka terkadang meneruskan informasi tersebut ke temannya. Artinya, ketika informasi itu berisi hoax, maka cenderung informasi itu akan menjadi viral.

Penelitian ini membahas bagaimana informasi hoax dimainkan dalam kampanye politik di era media sosial. Selain itu, penelitian ini juga akan meneliti bagaimana bentuk informasi hoax politik yang beredar di media sosial selama masa kampanye pemilihan umum 2019. Penelitian ini membahas salah satu peristiwa politik terbaru di Indonesia. Sebagai studi kasus, pemilu serentak 2019 yang mencerminkan dinamika demokrasi di Indonesia. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk informasi hoax politik yang beredar di media sosial selama masa kampanye pemilu 2019. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada studi komunikasi politik dan budaya politik masyarakat di era media sosial.

## METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode, dalam menelaah masalah-masalah penelitiannya. Penggunaan metode ini sering disebut dengan triangulasi yang dimaksudkan agar peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti (Mulyana, 2018). Lebih lanjut, Mulyana menambahkan, penelitian kualitatif lazim menelaah hal-hal yang berada dalam lingkungan alamiahnya, berusaha memahami, atau menafsirkan, fenomena berdasarkan makna-makna yang orang berikan kepada hal-hal tersebut, secara konvensional metodologi kualitatif cenderung diasosiasikan dengan keinginan peneliti untuk menelaah makna, konteks, dan suatu pendekatan holistik terhadap fenomena.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis konten memetika dari shifman. Shifman (Shifman, 2013) dalam artikel ilmiahnya *Memes in Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker* mengemukakan dimensi dan manifestasi dari meme yang kemudian dapat digunakan untuk menganalisis meme. Pertama, *content* (konten) yang merupakan ide dan keyakinan yang disampaikan atau dikomunikasikan melalui teks secara spesifik. Kedua, *form* (bentuk) merupakan bentuk fisik dari suatu pesan yang dirasakan oleh indera kita.

Ketiga, *stance* (sudut pandang) adalah informasi tentang posisi audiens dan relasinya antara pesan, konteks dan potensi lainnya. Tiga dimensi ini akan membantu dalam mengidentifikasi ide atau konstruksi teks dan bentuk hoax yang disebarkan selama masa kampanye Pemilu 2019.

Peneliti memandang bahwa penyebaran informasi hoax politik melalui media sosial merupakan fenomena yang diciptakan. Sehingga paradigma yang digunakan peneliti adalah paradigma konstruktivistik. Richard West (West, 2017) memandang pendekatan konstruktivistik sebagai suatu kebenaran subjektif dan turut diciptakan oleh para peserta, dengan salah satu peneliti yang jelas dari peserta. Paradigma konstruktivistik berpandangan bahwa objektivitas tidak dapat dicapai dalam dunia fisik tetapi hanya melalui pemikiran manusia.

Penelitian ini menganalisis penyebaran konten hoax yang berkaitan dengan konten pemilu 2019 dalam jaringan media sosial pada periode Agustus 2018 sampai dengan Januari 2019. Bulan ini dipilih karena momentum masa kampanye pemilu 2019. Disamping itu pada bulan ini suhu politik semakin memanas menjelang pencoblosan pada April 2019 mendatang. Database hoax diperoleh dari rilis yang dikeluarkan oleh Kementrian Kominfo mengenai konten yang terindikasi hoax melalui portal kominfo.go.id dan stophoax.id yang dikonfirmasi sebagai hoax oleh turnbackhoax.id, sebuah situs yang dikelola oleh MAFINDO, komunitas anti-hoax yang didirikan pada November 2016.

Kategori hoax yang dianalisis dalam penelitian ini adalah i) Informasi yang berkaitan dengan Pemilu 2019 yang terindikasi hoax menurut kominfo, ii) Informasi dikonfirmasi sebagai hoax melalui situs turnbackhoax.id, iii) Informasi disebarkan melalui platform media sosial.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam hasil penelitian tentang karakteristik penyebaran hoax. Sebagian besar informasi hoax melibatkan pengeditan gambar, memposting pernyataan dan foto yang tidak terkait atau salah tafsir, dan melakukan posting naratif pencemaran nama baik dengan klaim didukung oleh tokoh berpengaruh melalui gambar yang di edit. Sehingga proses ini menimbulkan makna baru dari Informasi aslinya.

Selama periode Agustus 2018 sampai dengan Januari 2019, peneliti menemukan 10 sampel hoax yang berkaitan dengan pemilu 2019. Rincian hoax yang diperoleh dapat dilihat pada tabel dibawah

**Tabel 1. Sample konten Hoax Pemilu 2019**

No	Waktu	Judul
1.	12 Agustus 2018	Banser Resmi Dukung Prabowo Sandi
2.	21 Agustus 2018	Pernyataan Sandiaga tidak yakin Indonesia raih juara di Asian Games 2018
3.	8 Agustus 2018	Megawati Setuju PKI bangkit
4.	19 September 2018	Prabowo berhutang 17 Triliun rupiah
5.	23 September 2018	Akhirnya Najwa Shihab dukung Prabowo-Sandi
6.	4 Oktober 2018	Poster Anis Matta Dukung Jokowi Dalam Pilpres 2019
7.	6 Desember 2018	Ma'ruf Amin sakit parah karena terjatuh
8.	24 Desember 2018	Simulasi orang gila dibawa ke TPS saat Pemilu nanti

9.	20 Januari 2019	Pria Bule yang Hadir pada Debat Pilpres Perdana ialah konsultan Politik Prabowo-Sandi
10.	30 Januari 2019	Poster Habib Rizieq Shihab tarik dukungan terhadap Prabowo

Sumber : Data Penelitian 2019

Berdasarkan sample hoax selama masa kampanye Pemilu 2019, informasi berisi yang mendeskreditkan para kandidat atau peserta pemilu 2019. Informasi fitnah dapat berupa tuduhan bahwa tokoh yang berpengaruh memberikan dukungan maupun menarik dukungan kepada salah satu kandidat peserta pemilu 2019. Selain itu, mendeskreditkan kandidat bahwa, lawan politiknya memiliki cacat atau kejelekan. Gagasan yang disampaikan adalah kandidat tersebut tidak layak untuk dipilih.

Dari temuan informasi hoax tersebut, terlihat bahwa informasi yang disebarakan melalui media sosial bermaksud untuk membuat informasi yang salah menjadi benar. Informasi tersebut diulang-ulang lebih dari sekali. Kebohongan apabila dikatakan berulang ulang akan menjadi kebenaran. Sebagaimana dikatakan filusuf German Friedrich Nietzsche, manusia itu akan percaya apapun tanpa konsekuensi logis asalkan hal itu diulang-ulang lebih dari sekali. Hal inilah yang terjadi dalam Hoax politik. Mereka mengulang-ngulang informasi, sehingga khalayak akan mempercayainya dan menjadi suatu kebenaran.

Dimensi memetika digunakan untuk menganalisis informasi hoax dari aspek konten yang berkaitan dengan teks yang di komunikasikan secara spesifik, bentuk yang berkaitan dengan bentuk fisik dari suatu Informasi dan sudut pandang berkaitan dengan tujuan orang memproduksi atau menyebarkan Informasi hoax. Dimensi memetika ini bisa dilihat di Tabel 2 yang menggambarkan konten, bentuk dan sudut pandang Informasi hoax.

Tabel 2. Dimensi Memetika Hoax selama masa Kampanye Pemilu 2019

No	Sample	Deskripsi	Dimensi Memetika
1.		<p>Di media sosial Facebook seseorang memposting gambar dengan komentar "Sebut saja banser garis lurus dukung prabowo share tembus 7jt".</p> <p>Foto tersebut diambil ketika tahun 2014 penganugerahan gelar kehormatan oleh PW GP Ansor Jawa Timur, akan tetapi dibantah oleh PP GP Ansor bahwa pemberian gelar itu ilegal</p>	<p><b>Konten</b> : Banser garis lurus dukung prabowo  <b>Bentuk</b> : Foto tidak sesuai konteksnya, bersifat profokatif  <b>Sudut Pandang</b> : Foto yang tidak sesuai konteksnya menyarankan GP Ansor garis lurus untuk mendukung Prabowo</p>

<p>2.</p>		<p>Di media sosial Facebook seseorang memposting gambar berita “sandiaga Atlet Pribumi kita fisiknya lemah, IQ-nya rendah, Indonesia gak bakal juara Asian Games 2018” narasi yang dibangun “Jangan Pilih orang pesimis ini menjadi seorang pemimpin orang pesimis ini menghina bangsanya sendiri” Padahal judul yang benar melalui liputan6.com berjudul “Sandiaga tak yakin Indonesia raih juara di Asian Games 2018”</p>	<p><b>Konten :</b> Jangan memilih pemimpin pesimis dan menghina bangsanya.  <b>Bentuk :</b> Gambar yang diedit dan dimanipulasi, judul baru lebih menjatuhkan seseorang, komentar buruk dari pengguna  <b>Sudut Pandang:</b> Gambar yang diedit menyarankan kebencian kepada Sandiaga dan jangan dipilih</p>
<p>3.</p>		<p>Di Media sosial Facebook seseorang memposting berita dari web tentang Megawati : Saya lebih setuju PKI bangkit daripada Ormas radikal. Foto diambil dari Tribun 7/12/2005 “Mega kritik pemerintah Jokowi-JK: Mengatur Olahraga saja tidak benar”. Konten yang asli dipadankan dengan konteks informasi yang salah</p>	<p><b>Konten:</b> Megawati setuju PKI bangkit  <b>Bentuk:</b> Gambar diedit, Judul provokatif, komentar buruk dari pengguna  <b>Sudut pandang:</b> Gambar yang diedit menyarankan untuk tidak memilih PDIP dan capresnya</p>
<p>4.</p>		<p>Di media sosial Twitter seseorang memposting berita terkait vonis PT Kertas Nusantara. Narasi yang dibangun adalah “Prabowo berhutang 17 Triliun rupiah. Mengurus perusahaannya saja dia ngak sanggup, apa lagi mengurus negara. Berita tersebut merupakan berita tahun 2012 yang sudah di konfirmasi melalui Republika pada tahun 2014 bahwa masalah pembayaran utang sudah diselesaikan di pengadilan niaga dengan restrukturisasi utang.</p>	<p><b>Konten:</b> Prabowo berhutang 17 Triliun  <b>Bentuk:</b> Video tidak sesuai dengan konteksnya, bersifat profokatif  <b>Sudut Pandang:</b> Video yang diunggah menyarankan untuk tidak memilih prabowo karena engga akan sanggup mengurus negara</p>

<p>5.</p>		<p>Di media sosial Facebook seseorang memposting dengan Narasi “Akhirnya Najwa Shihab Dukung Prabowo-Sandi. Alhamdulillah kekuatan makin kuat” Foto yang digunakan oleh post sumber dibuat di 2016, jauh sebelum pasangan capres dan cawapres mendapatkan nomor urut. Foto tersebut diedarkan untuk membangun premis bahwa Najwa mendukung pasangan nomor 2.</p>	<p><b>Konten:</b> Najwa Shihab mendukung Prabowo-Sandi  <b>Bentuk:</b> Foto tidak sesuai konteksnya, Foto lama digunakan hari ini  <b>Sudut Pandang:</b> Ajakan untuk fans Najwa Shihab bisa ikut mendukung Prabowo-Sandi</p>
<p>6.</p>		<p>Poster yang menyebar di Media sosial Twitter dan Whatsapp Anis Matta bersama ormas Garbi bersama Jokowi. Salah satu relawan Garbi, Mahfudz Siddiq, membantah Anis Matta dan ormasnya mendukung Jokowi. Gambar tersebut sengaja dibuat untuk membunuh karakter Anis Matta dan Garbi.</p>	<p><b>Konten:</b> Anis Matta mendukung Jokowi  <b>Bentuk:</b> Gambar di edit, komentar buruk dari netizen  <b>Sudut Pandang:</b> Ajakan untuk pendukung Anis Matta untuk memilih Jokowi dalam Pilpres 2019</p>
<p>7.</p>		<p>Melalui akun Facebook menyebar informasi Ma’ruf Amin sakit parah karena terjatuh. Dengan Narasi “Bagaimana seandainya Jokowi &amp; Bu Mega menggantikan beliau di Ganti Ahok sbg Cawapres? Dilansir dari detik.com, cnnindonesia.com, sindonews.com, dan kompas.com, Ma’ruf Amin menegaskan bahwa dirinya tidak mengalami sakit yang parah dan hanya mengalami kaki terkilir saat beraktivitas.</p>	<p><b>Konten:</b> Ma’ruf amin sakit parah karena terjatuh  <b>Bentuk:</b> Konten bersifat profokatif, komentar buruk dari pengguna  <b>Sudut Pandang:</b> pengguna menyarankan kebencian terhadap jokowi, Ma’ruf amin akan digantikan oleh Ahok sebagai cawapres</p>
<p>8.</p>		<p>Melalui akun facebook orang menggunakan foto pengamanan penderita gangguan jiwa oleh polisi. Narasi yang diangkat adalah “Simulasi orang gila dibawa ke TPS saat pemilu nanti. Pertama terjadi di dunia.!” Post Sumber menggunakan foto yang sudah beredar sebelumnya mengenai pengamanan penderita gangguan jiwa karena membunuh dukun yang hendak mengobati, lalu</p>	<p><b>Konten:</b> Simulasi orang gila dibawa ke TPS saat pemilu  <b>Bentuk:</b> Foto tidak sesuai dengan konteksnya, Netizen berkomentar buruk  <b>Sudut Pandang:</b> Orang gila akan dipake dalam melakukan kecurangan pemilu</p>

		<p>mengedarkan dengan narasi yang tidak ada hubungannya.</p>	
<p>9.</p>		<p>Foto pria bule yang hadir di debat Pilpres menyebar di Twitter dengan narasi “Konsultan dibayar mahal... si asing yang punya kepentingan .....” Pria bule yang dalam foto merupakan atase duta besar Amerika yaitu Steven Watson.</p>	<p><b>Konten:</b> Konsultan asing Prabowo hadir di debat <b>Bentuk:</b> Foto tidak sesuai dengan faktanya, konten bersifat profokatif, komentar buruk dari pengguna <b>Sudut Pandang :</b> pengguna mengomentari foto untuk membenci prabowo karena punya kepentingan asing</p>
<p>10.</p>		<p>Poster yang menyebar di media sosial Twitter tentang Habib Rizieq Shihab tarik dukungan terhadap prabowo. Narasi yang dibangun adalah “Seruan Habib Rizieq kepada umat muslim se-Indonesia untuk segera mencabut dukungan kepada Prabowo-Sandi, karena bersedia menerima dukungan dari “PKI”! Juru bicara FPI Slamet Maarif di detik.com dan tempo.com menyebutkan bahwa informasi tersebut hoax</p>	<p><b>Konten :</b> Habib Rizieq Tarik dukungan kepada prabowo <b>Bentuk :</b> Gambar diedit, komentar buruk dari pengguna, bersifat profokatif <b>Sudut Pandang :</b> Gambar yang diedit pengguna menyarankan kepada pendukung Habib Rizieq untuk tidak memilih Prabowo karena menerima dukungan dari PKI</p>

Sumber : Data Penelitian 2019

Pesan-pesan yang disampaikan dalam Informasi Hoax pada umumnya berbentuk editan gambar dan mengartikan gambar tidak pada konteksnya. Pesan-pesan tersebut juga umumnya menggunakan nada provokatif untuk meyakinkan khalayak bahwa informasi tersebut benar dan memicu sentiment masyarakat terhadap salah satu kandidat peserta pemilu 2019.

Pola penyebaran hoax dengan mengedit konten dan gambar, selalu mencerminkan kebencian terhadap seorang kandidat. Konten hoax ini disebarakan secara masif melalui media sosial, yang mengundang komentar dari pengguna media sosial yang lainnya. Informasi hoax digunakan untuk menyerang orang yang mereka anggap sebagai lawan politiknya. Seseorang mengambil foto atau gambar dan mengubahnya dengan photoshop dan memakai kata-kata yang diinginkan atau mengambil gambar lain untuk menciptakan pesan baru. Pesan itu kemudian disebarakan ke orang lain, dan orang lain ikut menyebarkan dan

memberi komentar di pesan tersebut. Contohnya pada konten Anis Matta mendukung Jokowi dan Habib Rizieq Tarik dukungan kepada Prabowo.

Pola yang lain dari penciptaan hoax dengan membuat narasi pencemaran nama baik dengan klaim dukungan dari tokoh yang berpengaruh dengan mengambil gambar yang terjadi pada masa lampau. Gambar tersebut tidak ada yang diubah, tapi dimanipulasi dari segi waktu pengambilan gambar dan ditafsirkan untuk hari ini. Contohnya pada konten Banser garis lurus dukung Prabowo dan Najwa Shihab mendukung Prabowo-Sandi. Narasi tersebut untuk mengklaim bahwa tokoh atau organisasi tersebut mendukung salah satu kandidat.

Informasi yang disampaikan melalui media sosial pada dasarnya merupakan hasil konstruksi realitas dari sebuah peristiwa. Teori konstruksi sosial dari Berger dan Luckmann (1966), menyebutkan dimana individu menciptakan secara terus menerus realitas yang dimiliki dan dialami secara subjektif (Bungin, 2017). Informasi yang disampaikan melalui media sosial pada dasarnya merupakan hasil konstruksi realitas dari sebuah peristiwa. Dengan demikian, hoax yang ada di media sosial dan disampaikan kepada khalayak adalah realitas yang diciptakan dari sebuah peristiwa yang ada.

Dalam politik, hoax sebagai praktik memetika berpotensi membentuk kepercayaan dan ideologi bersama. Jika meme digunakan untuk berpartisipasi dalam debat normatif tentang bagaimana dunia seharusnya terlibat dan cara terbaik untuk mencapainya, maka hoax adalah kendaraan untuk mempromosikan dari debat normatif (Utami, 2019). Di era media sosial ini, orang saling terhubung dimana kecepatan lebih didahulukan dari pada kebenaran, masalah dalam hoax dapat dengan cepat menjadi pembicaraan khalayak, bahkan jika informasi itu salah.

## SIMPULAN

Penelitian ini menganalisis 10 sampel hoax yang berkaitan dengan politik yang dirilis oleh Kementerian Kominfo melalui portal kominfo.go.id. Peneliti melakukan konfirmasi ulang sebagai informasi hoax melalui situs turnbackhoax.id. Berdasarkan analisis memetika yang terdiri dari dimensi konten, bentuk dan sudut pandang, terlihat bahwa konten hoax yang meyebar selama masa kampanye pemilu 2019 dilakukan untuk menyerang lawan politik. Gagasan yang dibangun dalam hoax politik pada pemilu 2019 adalah kebencian kepada yang menjadi lawan politik. Fitnah-fitnah yang ditujukan kepada lawan politik menjadi konten utama untuk menebar kebencian. Pemilu tidak lagi dimaknai sebagai pesta demokrasi yang mencerminkan kedamaian dan kesejahteraan. Pemilu menjadi arena perang yang saling menghabisi antar kandidat.

Dalam hal bentuk, hoax yang disebarkan selama masa kampanye pemilu 2019 adalah dalam bentuk gambar yang diedit dan dimanipulasi, foto tidak sesuai konteksnya, bersifat profokatif, judul baru lebih menjatuhkan seseorang, dan komentar buruk dari pengguna. Sementara itu pada dimensi sudut pandang, gambar dan pesan yang diunggah menyarankan untuk tidak memilih salah satu kandidat, ajakan untuk para fans tokoh untuk mendukung salah satu kandidat, menyarankan untuk membenci salah satu kandidat peserta pemilu 2019 serta tidak memilihnya dan indikasi kecurangan dalam pemilu 2019.

Praktek penyebaran hoax selama masa kampanye pemilu 2019 mengubah bentuk asli menjadi pesan yang baru untuk kepentingan kelompoknya dalam menyerang dan mempertahankan kandidat yang didukungnya. Oleh karena itu, hoax dijadikan alat untuk meningkatkan elektabilitas kandidat pemilu 2019. Namun, praktek ini sangat berbahaya, karena dapat mengalahkan kebenaran dan membuat masyarakat Indonesia terbiasa dengan informasi-informasi yang tidak benar. Kebohongan yang dilakukan secara terus menerus akan dianggap sebagai kebenaran.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Bungin, B. (2017). *Sosiologi Komunikasi* (9th ed.). Jakarta: Kencana.
- Miller, J. H. (2006). Dismembering and Disremembering in Nietzsche's "On Truth and Lies in a Nonmoral Sense." *Boundary 2*, 9(3), 41. <https://doi.org/10.2307/303113>
- Mulyana, D. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (9th ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Shifman, L. (2013). Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(3), 362-377. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>
- Utami, P. (2019). Hoax in Modern Politics. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 22(2), 85. <https://doi.org/10.22146/jsp.34614>
- Wahid, U. (2016). *Komunikasi Politik Teori, Konseo, dan Aplikasi Pada Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- West, R. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yin, Robert K (2008). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- <https://dailysocial.id/report/post/hoax-distribution-through-digital-platforms-in-indonesia-2018>
- <https://www.kominfo.go.id>
- <http://turnbackhoax.id>