



**FENOMENA BERITA HOAX GROUP WHATSHAPP UMMU DISCUSSION
MENJELANG PILPRES 2019**

Wahyuni Bailussy, Lisda Ariani Simabur
Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Maluku Utara
(Naskah diterima: 1 Januari 2019, disetujui: 30 Januari 2019)

Abstract

In order to avoid random communication interactions, and lead to interaction inconvenience. The library research method that collects data from books, articles and the internet. Data collection was conducted in Ternate City focused on Muhammadiyah University of North Maluku. Observing and analyzing communication activities that occurred among lecturers who were participants in the Ummu Discussion group, in response to news of presidential and vice presidential Hoax ahead of the 2019 presidential election. Based on researchers' observations there were several hoax news that were disseminated in the group Discussion and triggered controversial comments between groups grouped. communication that is built between group participants is very varied, some are pro with issues that are disseminated and there are also those who contradict the hoax issue. The group participants turned out to be hooked on hoax news that was spread so that there were skewed responses about the object of information received and the defense of hoax news objects.

Keywords: Hoax, WhatsApp, communication interaction.

Abstrak

Agar tidak terjadi interaksi komunikasi yang asal-asalan, dan berujung pada ketidak nyamanan interaksi. Metode library research yang mengumpulkan data-data dari buku-buku, artikel-artikel dan internet. Pengumpulan data dilakukan di Kota Ternate difokuskan di Universitas Muhammadiyah Maluku Utara. Mengamati dan menganalisis kegiatan komunikasi yang terjadi antara para Dosen yang menjadi peserta pada group Ummu Discussion, dalam menanggapi berita Hoax capres dan cawapres menjelang pilpres 2019. Berdasarkan pengamatan peneliti terdapat beberapa berita hoax yang disebarkan di group Ummu Discussion dan memicu komentar yang kontroversi antara para kelompok digroup. komunikasi yang terbangun antara peserta group sangat bervariasi, ada yang pro dengan isu yang disebarkan dan ada juga yang kontra dengan isu hoax tersebut. Peserta kelompok ternyata terpancing dengan berita hoax yang disebarkan sehingga terdapat tanggapan yang miring tentang objek informasi yang diterima dan pembelaan terhadap objek berita hoax.

Kata Kunci: Hoax, WhatsApp, interaksi komunikasi.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi memiliki pengaruh dalam hubungan sosial dilingkungan masyarakat, baik dalam cara berkomunikasi maupun dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi informasi ini membawahkan dampak positif dan juga dampak negatif yang tidak dapat dihindari dari terpaan. Namun perkembangan teknologi informasi ini tidak terlepas dari berbagai isu baru, salah satunya adalah berita hoax. Hal tersebut dapat berpengaruh terhadap persepsi masyarakat dan budaya yang ada di dalam kehidupan sosial. Selain itu adanya budaya berbagi informasi dalam masyarakat yang membuat persebaran informasi semakin luas dan sulit terbelah.

Saat ini penyebaran informasi atau berita melalui media online tidak hanya dilakukan oleh situs berita yang sudah dikenal oleh masyarakat, namun oleh media yang belum tentu dapat dipercaya kebenarannya. Seperti halnya media sosial. Media sosial seakan-akan menjadi suatu keharusan dalam kehidupan setiap manusia di bumi ini, sangat jelas terlihat bahwa orang-orang cenderung lebih individualis. Komunikasi interpersonal seakan-akan tidak

ada artinya. Dapat dikatakan bahwa hubungan yang awalnya lebih tergantung pada tatapan muka, saat ini justru lebih tergantung pada media sosial. Penyebaran informasi sangat cepat tersebar dalam hitungan detik saja, penyebaran beritanya tidak hanya dalam satu bentuk media sosial tapi beragam. Media sosial adalah sarana komunikasi ketika setiap individu saling memengaruhi, karena media sosial merupakan media baru yang hampir bisa dipastikan seluruh kalangan masyarakat menggunakannya.

II. KAJIAN TEORI

Media sosial sebagai media komunikasi yang hadir di zaman ini memiliki banyak pilihan media sosial yang sering digunakan diantaranya; *facebook*, *twitter*, ataupun pesan telepon genggam seperti, *WhatsApp* dan lain sebagainya yang tidak dapat difilter dengan baik. Informasi yang dikeluarkan baik orang perorangan maupun grup dalam lembaga atau komunitas dan organisasi.

Komunikasi melalui media sosial pun kini menjadi trend bagi politisi, bahkan dapat merencanakan hajatan politik seperti halnya Pemilihan Presiden (Pilpres). kali ini pilpres mengalami terpaan perkembangan teknologi yang pesat sehingga metode kampanye juga

mengalami pergeseran dari konvensional menjadi elektronik. Yang pada faktanya adalah kemajuan informasi dan komunikasi saat ini menuntut agar dapat disesuaikan. Riu rendah diskusi, perang gagasan, visi dan misi pasangan calon berpindah dari dunia nyata ke jagad maya. Maka segala informasi, ditumpahkan di media sosial, Dibandingkan media konvensional, sebab media sosial memiliki penetrasi yang tidak mengenal ruang dan waktu, batas usia, dan generasi tanpa batas.

Yang menarik, meski pilpres masih berlangsung April 2019, kampanye resmi belum dimulai perang urat syaraf di media sosial (medsos) sudah tidak terhindarkan. Informasi yang dikeluarkan baik orang perorang maupun tim kampanye melalui media sosial dan elektronik lainnya ketika telah terkirim dan dibaca oleh banyak orang dapat mempengaruhi emosi, perasaan, pikiran bahkan tindakan seseorang atau kelompok. Sangat disayangkan apabila informasi yang disampaikan tersebut adalah informasi yang tidak akurat terlebih informasi tersebut adalah informasi bohong (hoax) dengan judul yang sangat provokatif mengiring pembaca dan penerima kepada opini yang negatif. Opini negatif, fitnah, penyebar kebencian yang diterima dan menyerang pihak ataupun

membuat orang menjadi takut, terancam dan dapat merugikan pihak yang diberitakan sehingga dapat merusak reputasi dan menimbulkan kerugian materi.

Fenomena berita hoax ini juga marak terjadi di Maluku Utara melalui media Sosial dan lebih khususnya aplikasi *Watshap*. Di dalam fitur yang ditawarkan *Watshap* sangat beragam model komunikasi dari satu orang ke satu orang lainnya dan dari satu orang ke banyak orang lainnya. Komunikasi berantai yang disebut group dalam media sosial sangat efektif digunakan untuk menyebarkan informasi, namun terkadang salah dimanfaatkan sehingga tidak memberikan nuansa positif. Seperti halnya interaksi komunikasi yang terjadi antara sesama teman group di *Watshap* group *Ummu Discussion*, terdapat informasi bohong dan fitnah atau lebih tepatnya hoax yang disebarkan oleh individu pada group *Ummu Discussion*. Ternyata berita Hoax yang disebarkan salah satu anggota lainnya ini justru mendapatkan respon yang beragam, antar mendukung dan menghujat.

Menurut Presiden Direktur VIVA Media Group Anindya Novyan Bakrie dalam forum Konvensi Nasional Media Massa, persentase penyebaran berita *hoax* di media sosial mencapai 92,40 persen, disusul

aplikasi percakapan (*chatting*) 62,80 persen, lalu situs web 34,90 persen. Sementara pada televisi hanya 8,70 persen, media cetak 5 persen, *email* 3,10 persen, dan radio 1,20 persen. Data ini ialah hasil survei yang melibatkan 1.116 responden. Hampir seluruh responden menyatakan terganggu dengan maraknya berita *hoax*.

III. METODE PENELITIAN

Penulisan artikel menggunakan metode *library research* yang mengumpulkan data-data dari buku-buku, artikel-artikel dan internet. Pengumpulan data dilakukan di Kota Ternate difokuskan di Universitas Muhammadiyah Maluku Utara. Mengamati dan menganalisis kegiatan komunikasi yang terjadi antara para Dosen yang menjadi peserta pada group *Ummu Discussion*, dalam menanggapi berita Hoax capres dan cawapres menjelang pilpres 2019. Pembuatan artikel ini membutuhkan waktu selama satu minggu. Teknik analisa data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisa deskriptif dengan menggambarkan dan menjelaskan permasalahan dengan teks.

IV. HASIL PENELITIAN

Perang kata-kata, berita bohong, palsu atau Hoax saat ini terus berkebaran. Di media

sosial menjelang pilpres 2019, Ketika seseorang mengunggah berita tentang pasangan calon, lantas ditanggapi oleh mereka baik yang berada di kubunya maupun di seberang. Media sosial pun terbelah antara mendukung pasangan yang didukung dan mencaci maki pasangan yang lain. Interaksi Komunikasi yang hakekatnya adalah membangun hubungan, saat ini justru mengalami pergeseran sebab komunikasi tidak lagi memperhatikan hubungan tetapi justru mengedepankan konten celaknya konten yang terkandung dalam pesan komunikasi media sosial tidak lagi mempertimbangkan faktualitas data.

Salah satu media penyebaran *hoax* pada saat ini yang paling populer adalah melalui media sosial. Media sosial menjadi media yang sering digunakan, dilansir dari Kompas.com, menurut penelitian We Are Social, perusahaan media Inggris yang bekerja sama dengan Hootsuite, rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu tiga jam 23 menit dalam sehari untuk mengakses media sosial. Sementara berdasarkan aplikasi media sosial yang paling banyak diunduh adalah aplikasi *Whatsapp*.

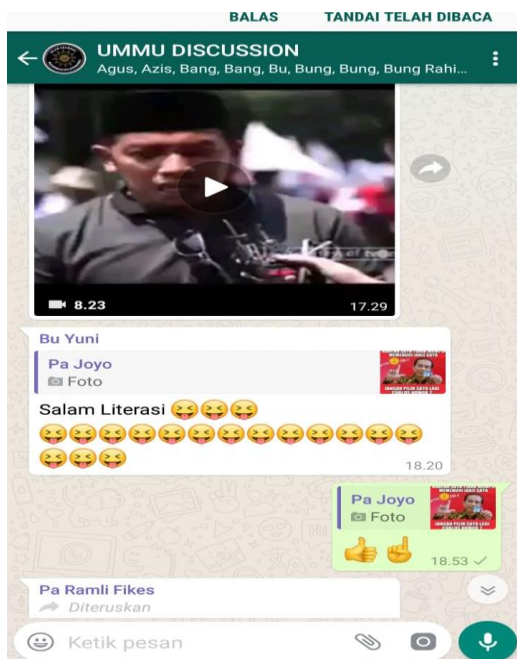
Whatsapp merupakan aplikasi komunikasi berbasis internet yang dapat diakses melalui ponsel/smartphone. Menurut penelitian dari Trisnani (2017), aplikasi *Whatsapp* banyak dipilih oleh masyarakat (individu, kelompok, organisasi bahkan pemerintahan) sebagai media, dalam penyampaian pesan karena dianggap lebih efektif dan merupakan sebuah kepuasan tersendiri apabila informasi yang disampaikan tepat sasaran.

Whatsapp sebagai alat komunikasi telah membentuk grup-grup, misalnya dari teman sekolah, teman bekerja, teman kuliah, hingga teman organisasi. Dalam hal ini penulis ingin membahas tentang interaksi komunikasi mengenai penyebaran *hoax* oleh anggota group “UMMU DISCUSSION” menjelang pilpres 2019 yang terjadi melalui aplikasi *Whatsapp*. Peserta yang tergabung dalam

group *Ummu Discussion* adalah seluruh Dosen Universitas Muhammadiyah Maluku Utara. Para peserta group berbalas pesan singkat ketika berita *hoax* yang berkaitan dengan Capres dan cawapres 2019, secara terbuka tanpa mempertimbangkan konten yang dikomentari adalah berita yang sudah teruji kebenarannya atau belum.

Berdasarkan pengamatan peneliti terdapat beberapa berita *hoax* yang disebarkan di group *Ummu Discussion* dan memicu komentar yang kontroversi antara para kelompok digroup ini. Berikut ini adalah hasil *screenshot* penulis di group *Ummu Discussion* kaitannya dengan interaksi anggota group dalam menanggapi isu berita *hoax* tentang capres dan cawapres:

YAYASAN AKRAB PEKANBARU
Jurnal AKRAB JUARA
 Volume 4 Nomor 1 Edisi Februari 2019 (188-195)



Fakta di atas adalah sebagian dari aktifitas interaksi komunikasi para dosen yang tergabung dalam group *Ummu Discussion* dalam menanggapi berita hoax yang diposting. Dari hasil survey penulis menyimpulkan bahwa komunikasi yang terbangun antara peserta group sangat bervariasi, ada yang pro dengan isu yang disebarkan dan ada juga yang kontra dengan isu hoax tersebut. Peserta kelompok ternyata terpancing dengan berita hoax yang disebarkan sehingga terdapat tanggapan yang miring tentang objek informasi yang diterima dan pembelaan terhadap objek berita hoax.

Sadar tidak sadar komunikasi yang terjadi mengalami ketegangan dalam konten yang disampaikan masing-masing anggota group sebab berdasarkan prinsip berita hoax memiliki tujuan yang diungkapkan oleh (Rahadi: 2017), Bahwa berita hoax ini bertujuan untuk memprovokator, menyesatkan dan menakut-nakuti agar masyarakat merasa panik dengan adanya berita hoax tersebut. Dalam berita hoax akan memiliki beberapa dampak bagi masyarakat menurut (Rahadi: 2017), diantaranya:

1. Terpecahnya suatu kelompok

Dalam suatu organisasi terdapat perbedaan pendapat dari anggota satu dengan orang

lain dan bertukarnya informasi satu sama lain

2. Menjadi Penyebab Fitnah

Pada masalah berita ini banyak sekali orang merasa dirinya difitnah oleh orang lain.

3. Menjadi pemicu kepanikan public

Dalam kepanikan public juga sering terjadi yaitu suatu berita yang tersebar di media sosial sering menjadi kepanikan masyarakat.

Berita hoax adalah salah satu dampak dari hadirnya *New media* atau Media baru. *new media* sebagai transisi dari media yang menggunakan teknologi analog ke media yang menggunakan teknologi digital. Jadi, dapat dikatakan bahwa *new media* adalah media yang berbasis teknologi digital. Yang memiliki pengaruh sangat luar dari media konvensional yang telah hadir lebih dahulu sebelumnya.

Tidak bisa dipungkiri bahwa komunikasi melalui media sosial telah memungkinkan warga dapat menciptakan solidaritas sosial, sebagaimana yang terjadi di Negara kita beberapa waktu yang lalu (Koin untuk Prita Mulyasari dan Koin untuk Bilqis), meskipun dampak negatif dari pemanfaatan media sosial juga tidak bisa dihindari.

Dari beberapa dampak berita hoax tersebut yang dapat memicu interaksi komunikasi yang memecah belah petemanan dan persahabatan mestinya peserta group lebih berhati-hati dalam membaca suatu berita dan kemudia menyebarkannya, perlu melakukan filter terlebih dahulu dalam merespon isu atau berita yang disebarakan untuk menghindari kesalah pahaman dan konflik antara sesama teman group dan masyarakat yang lebih luas.

V. KESIMPULAN

Interaksi komunikasi mengenai penyebaran *hoax* oleh anggota group “UMMU DISCUSSION” menjelang pilpres 2019 yang terjadi melalui aplikasi *Whatsapp*. Peserta yang tergabung dalam group *Ummu Discussion* adalah seluruh Dosen Universitas Muhammadiyah Maluku Utara. Para peserta group berbalas pesan singkat ketika berita hoax yang berkaitan dengan Capres dan cawapres 2019, secara terbuka tanpa mempertimbangkan konten yang dikomentari adalah berita yang sudah teruji kebenarannya atau belum.

Komunikasi mengenai isu capres dan cawapres 2019 ternyata mengalami ketegangan dalam konten yang disampaikan masing-masing anggota group dalam menanggapi berita hoax yang disebarakan

melalui group Ummu Discussion, berdasarkan prinsip berita hoax memiliki tujuan mempengaruhi dan meprofokasi pembaca agar apa yang disampaikan dianggap sebuah kebenaran. Ternyata berita hoax menjadi pemicu, komunikasi yang tidak sehat antara para anggota group dalam Ummu Discussion melalui aplikasi *Whatsapp*.

DAFTAR PUSTAKA

- Rahadi, dedi.2017.Jurnal Manajemen & kewirausahaan. Volume 5 nomor 1.
- Nurdin. 2004. Komunikasi Massa. Malang: Cespur.
- Bungin, Burhan. 2007. Sosiologi Komunikasi. Jakarta: Kencana.
- KOMPASIANA
<https://www.kompasiana.com/siti32552/5b4f802b5e1373361d7b0de3/new-media-sarana-penyebaran-isu-hoax-dikalangan-masyarakathttps://pakarkomunikasi.com/teori-new-media>