

BAB I

PENDAHULUAN

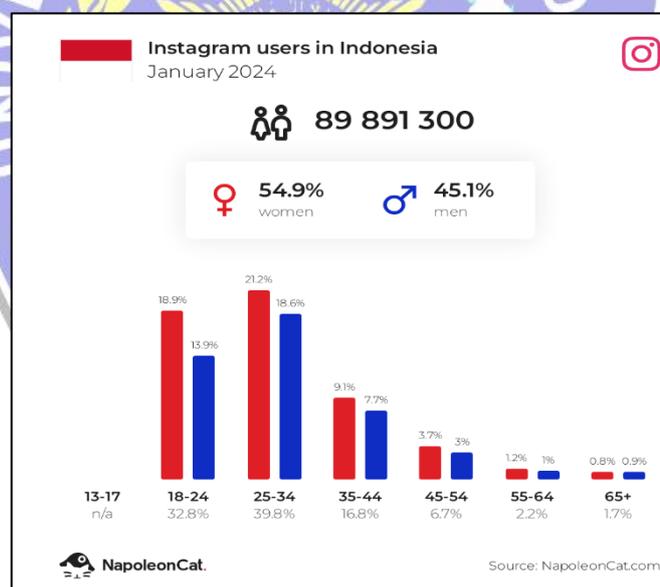
A. Latar Belakang

Media sosial pada masa ini telah mengambil peran esensial atas pemenuhan kebutuhan informasi bagi hampir seluruh kalangan masyarakat. Pertumbuhan teknologi komunikasi dan informasi mengantarkan pada transformasi pola komunikasi pada banyak aspek kehidupan secara signifikan. Munculnya sosial media di tengah-tengah masyarakat memberikan dampak besar, misalnya, kemudahan pertukaran informasi untuk dilakukan oleh siapapun kini telah menjadi hal yang lazim. Hadirnya beragam variasi dari media sosial beserta dengan fitur-fiturnya yang segar menjadikannya sebagai salah satu medium komunikasi yang paling digemari oleh semua kalangan. Kemudahan untuk berbagi informasi melalui berbagai format seperti teks, audio, gambar, dan video menjadi landasan kuat mengapa media ini sekarang mendominasi. Selain itu, media sosial juga dapat mentransfer informasi tanpa terbatas ruang dan waktu. Hal inilah yang menjadikan media sosial sebagai medium komunikasi baru dengan kemajuan pesat sebab dapat digunakan secara mudah dan cepat oleh semua orang.

Hegemoni media sosial sebagai medium komunikasi dan informasi di masyarakat menimbulkan lahirnya banyak platform baru, seperti Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, dan Tiktok. Setelah itu

kemunculannya menarik minat banyak orang. Pada masa kampanye menjelang Pemilihan Presiden Pemilu 2024, media sosial dihiasi oleh masifnya persebaran informasi palsu atau hoaks. Instagram merupakan salah satu dari sekian banyak platform yang terdampak atas fenomena ini.

Menurut data dalam [napoleoncat.com](https://www.napoleoncat.com), Pada Januari 2024, terdapat 89.891.300 pengguna Instagram di Indonesia, yang mencakup 31,8% dari seluruh populasi negara. Mayoritas pengguna adalah wanita, yaitu 54,9%. Kelompok usia 25 hingga 34 tahun merupakan kelompok pengguna terbesar dengan jumlah 35.800.000 orang. Perbedaan tertinggi antara pria dan wanita terjadi pada kelompok usia 18 hingga 24 tahun, di mana jumlah pengguna wanita lebih banyak dengan selisih 12.500.000 orang.



Gambar 1.1 Diagram Pengguna Instagram

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, Instagram menjadi salah satu media sosial yang cukup banyak digunakan di Indonesia. Adanya penyebaran hoaks di Instagram mengakibatkan timbul kegelisahan dari

berbagai pihak. Bukan tanpa alasan, Instagram yang tadinya mereka gunakan sebagai sarana untuk saling bertukar informasi positif secara mudah dan cepat, namun justru dicemari oleh adanya informasi-informasi palsu yang meresahkan. Kemudahan yang diberikan oleh media sosial selain memberikan manfaat positif, namun rupanya juga membawa dampak yang buruk. Hal ini akan terjadi apabila media sosial yang merupakan media baru dengan beragam fiturnya yang efektif, malahan digunakan untuk menyampaikan pesan negatif.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) pada Rabu, 3 Januari 2024, telah menyampaikan hasil identifikasi yaitu terdapat 203 isu hoaks dengan total sebaran di platform digital sebanyak 2.882 konten.



Gambar 1.2 Data Sebaran dan Penanganan Hoaks Pemilu 2024

Berdasarkan data di atas, jumlah sebaran hoaks sampai pada 2 Januari 2024 mengalami kenaikan yang signifikan pada bulan November

2023 dan Desember 2023, mengingat saat itu bertepatan dengan dilaksanakannya kampanye Pemilu 2024. Pihak Kominfo juga sudah berupaya dalam menangani persebaran isu hoaks tersebut dengan melakukan *takedown* atau menurunkan semua konten yang teridentifikasi sebagai hoaks. Akan tetapi, mengingat jumlah hoaks yang tersebar setiap harinya akan semakin banyak, dan itu tidak hanya di satu platform media sosial saja. Melainkan terjadi bahkan di banyak platform media sosial yang ada, hal tersebut mengakibatkan cara ini tidak bisa dijadikan satu-satunya upaya.

Maraknya hoaks jelang Pilpres Pemilu 2024 nampaknya dilatarbelakangi oleh panasnya persaingan serta ambisi dari masing-masing kandidat untuk memenangkan kontestasi politik yang sedang dijalani. Ketegangan itu terus berlanjut, bahkan sampai pada ikut andilnya para pendukung dari masing-masing calon yang saling melempar informasi-informasi untuk saling menjatuhkan elektabilitas paslon lain. Tidak jarang mereka menggunakan narasi-narasi yang tidak memiliki kejelasan sumber, serta bahkan dengan informasi yang tidak terbukti kebenarannya. Fenomena ini kemudian memunculkan lahirnya istilah buzzer yang ramai jadi perbincangan di kalangan masyarakat luas. Buzzer merupakan istilah untuk menyebut seseorang atau kelompok yang menyediakan jasa yang dibayar untuk mempromosikan, mengampanyekan atau menutupi sesuatu dengan maksud tertentu melalui media sosial. Pada konteks politik, saat ini telah menjadi rahasia umum apabila tiap-tiap kandidat yang mencalonkan diri

diindikasikan turut serta menggunakan jasa buzzer sebagai salah satu jalan mereka dalam menuju kemenangannya.

Melihat banyaknya informasi yang tersedia di Instagram, ditambah adanya fenomena hoaks dan buzzer menjadikan kualitas informasi yang ada di Instagram pada masa jelang Pilpres ini semakin tidak terkurasi keakuratannya. Maka dari itu dibutuhkan filter tersendiri yang harus dimiliki oleh setiap masyarakat pengguna Instagram untuk menyaring setiap informasi yang diterimanya. Selain itu, frekuensi penggunaan Instagram yang tinggi sebaiknya berdampingan dengan pemahaman bahwa tidak semua informasi yang ada di sana itu memiliki sumber yang jelas. Dalam format tertentu, seperti audio, gambar, dan video yang bertebaran di Instagram, kini tidak sedikit darinya yang ternyata sudah hasil manipulasi dari pihak tidak bertanggungjawab untuk mempengaruhi khalayak.



Gambar 1.3 Akun Instagram @turnbackhoaxid

Akun Instagram @turnbackhoaxid merupakan akun resmi dari Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo), sebuah organisasi yang secara aktif mengkampanyekan perlawanan terhadap informasi palsu atau hoaks. Dalam menyikapi fenomena penyebaran hoaks jelang Pilpres Pemilu 2024, akun ini secara aktif memberikan perannya melalui serangkaian aktivitas postingan yang dilakukannya secara rutin. Postingan itu berupa konten klarifikasi dan verifikasi terhadap hoaks yang tersebar dengan menampilkan bukti-bukti bahwa informasi itu adalah hoaks. Dalam rangka penelitian ini, maka akan dilakukan pengamatan terhadap peran akun ini dalam memerangi hoaks jelang Pilpres 2024. Sebagai dimensi pengukurannya, peneliti akan menggunakan lima karakteristik media sosial menurut Antony Mayfield (2008), yang diantara meliputi: participation, openness, conversation, community, dan connectedness. Dengan demikian, maka akan ada indikator yang jelas guna mendeskripsikan peran akun Instagram @turnbackhoaxid dalam memerangi hoaks jelang Pilpres 2024.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dipaparkan di atas, maka didapati rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana peran media sosial Instagram @turnbackhoaxid dalam memerangi penyebaran hoaks jelang Pilpres 2024?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini, maka tujuan yang ingin didapati oleh penulis adalah:

1. Mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana peran media sosial Instagram *@turnbackhoaxid* dalam memerangi penyebaran hoaks jelang Pilpres 2024.

D. Manfaat Penelitian

Dari terlaksanannya penelitian ini, penulis berharap agar dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan yang positif dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya, serta sebagai perbandingan bagi peneliti lain ketika meneliti hal yang serupa khususnya peran media sosial dalam memerangi hoaks.
2. Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan gambaran untuk meninjau bagaimana peran akun Instagram *@turnbackhoaxid* dalam memerangi hoaks, serta menjadi bagian dari proses penulis dalam menyelesaikan Program Studi S1 Ilmu Komunikasi.