

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masa kini manusia menghadapi tantangan era revolusi industri 4.0. Perkembangan teknologi era modern ini serba mengarah ke teknologi digital. Revolusi industri di Inggris pada tahun 1760-1840 mengantarkan peradaban manusia menuju revolusi digital. Sejak tahun 1980-an, teknologi digital menggantikan teknologi mekanik dan analog. Penemuan personal komputer menjadi titik masifikasi perkembangan teknologi digital. Proses digitalisasi sebagai hasil perkembangan teknologi digital merambah ke sejumlah bidang, salah satunya bidang informasi dan komunikasi. Orang ramai bertransformasi ke digital sebagai imbas revolusi digital. Media konvensional atau yang biasa disebut media *mainstream* mulai ditinggalkan. Digitalisasi menandai era informasi yang modern dengan kemunculan media komunikasi baru.

Media digital sebagai media komunikasi baru membawa dampak bagi kehidupan sehari-hari. Berkat media digital, jarak antarpribadi maupun antarnegara menjadi kian sempit tanpa pandang waktu. Berkembangnya teknologi digital membuat pemindahan informasi dari satu tempat ke tempat lain dapat dilakukan secara pesat. Teknologi digital juga menghadirkan media pertukaran informasi yang inovatif dalam era globalisasi ini. Akses terhadap informasi, hiburan, dan edukasi menjadi mudah dan seakan tanpa hambatan. Cara manusia berbagi informasi, berkomunikasi, bekerja, dan berbudaya mengalami perubahan selepas media baru tersebut makin menjadi kebutuhan dalam era digitalisasi.

Kemajuan teknologi yang ditandai dengan kehadiran internet (*Interconnected Network*) membuat internet berkembang menjadi kebutuhan, termasuk di Indonesia. Riset Global Digital Reports 2020 yang dilakukan Hootsuite dan We Are Social, mengemukakan bahwa 175,4 juta orang atau hampir 64% penduduk Indonesia sudah terkoneksi jaringan internet.¹ Persentase kecanduan internet masyarakat Indonesia relatif tinggi hingga menempatkan Indonesia pada daftar sepuluh besar negara yang masyarakatnya kecanduan internet. Ini menunjukkan saat ini

¹ Hootsuite & We Are Social, "Global Digital Reports 2020", *Kumparan*, <https://kumparan.com/kumparantech/riset-64-penduduk-indonesia-sudah-pakai-internet-1ssUCDbKILp>, (diakses 13 Oktober 2020)

internet bukan lagi menjadi kebutuhan tersier melainkan kebutuhan primer untuk menunjang aktivitas keseharian manusia.

Menariknya pengguna internet di Indonesia mengakses internet tidak hanya melalui satu perangkat *mobile* saja. Orang Indonesia ternyata memiliki lebih dari satu perangkat *mobile* seperti *smartphone* dan tablet. Faktanya, Indonesia memiliki 338,2 juta pengakses internet di perangkat *mobile*. Kemudahan akses internet dari ponsel pintar berdampak pada melonjaknya pengguna media sosial. Data yang ada menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia berjumlah 160 juta orang. Media sosial terbukti mampu menarik hati pengguna internet Indonesia. Pasar media sosial kini bergerak secara masif. Industri digital kini dipenuhi persaingan kompetitif berbagai jenis *platform* media sosial yang bervariasi yang masing-masing memiliki diferensiasi.

Orang menjadi adiktif dengan media sosial. Kebutuhan orang untuk mencari informasi, edukasi, dan hiburan dengan mudah menjadi meningkat. Dari balik layar kaca gawai terdapat sebuah dunia baru yang dikemas dengan kecanggihan teknologi bernama media sosial. Media sosial adalah sebuah media yang mampu menghubungkan antarmanusia dalam hitungan detik dengan bantuan jaringan internet. Beberapa tahun belakangan ini, waktu manusia banyak dihabiskan dalam media sosial. Rata-rata orang di Indonesia menghabiskan waktu 3 jam 26 menitnya untuk berselancar di berbagai media sosial. Terdapat sepuluh *platform* media sosial yang paling sering diakses masyarakat Indonesia yaitu *Facebook*, *FB Messenger*, *Instagram*, *Line*, *LinkedIn*, *Pinterest*, *Twitter*, *Whatsapp*, *WeChat*, dan *Youtube*. Persentase media sosial terbanyak diakses adalah *Youtube* (88%), *Whatsapp* (84%), dan *Facebook* (82%). *Instagram* berada di posisi keempat dengan persentase 79%.²

Di Indonesia, media sosial tak lepas dari kegiatan bisnis seperti jual beli daring. *Facebook*, *Instagram* dan *Twitter* menjadi media terbanyak yang digunakan untuk berbisnis. Selain berdagang, media sosial juga dimanfaatkan untuk berbagai tujuan budaya, politik, sosial, dan kemanusiaan serta aktualisasi diri. Hal ini terbukti dengan banyaknya kampanye di media sosial melalui tanda pagar atau *hashtag* sebagai penanda narasi tertentu yang ingin digaungkan.

² We Are Social, Hootsuite, "10 Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan di Indonesia", *Kata Datas*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia> (Diakses 29 November 2020)

Melalui media sosial, ratusan bahkan ribuan informasi dapat beredar luas di kalangan masyarakat. Peredaran informasi tersebut juga terjadi dalam waktu yang singkat. Informasi yang beredar di media sosial juga memiliki dampak terhadap kehidupan di dunia nyata. Tak jarang, situasi yang terjadi di media sosial memang merupakan cerminan realitas yang terjadi.

Kehadiran era teknologi digital yang tanpa batas mendatangkan masalah baru, yakni kejahatan siber seperti penyebaran berita bohong atau hoaks. Merebaknya berita bohong akan menyulitkan masyarakat sebagai konsumen informasi dalam menyaring berita. Berita bohong disebarluaskan untuk membuat kehebohan dan ketakutan masyarakat. Kebebasan berekspresi dan berpendapat yang dipahami sesuka hati di media sosial kerap menimbulkan kegaduhan. Berita bohong yang menghiasi media sosial dianggap meresahkan berbagai pihak. Keresahan akibat kehadiran berita bohong menjadi masalah bersama yang harus diperangi bersama. Berita bohong yang terlanjur disebar dan dipahami sebagai fakta dapat mendorong pada perpecahan masyarakat atas dasar Suku, Agama, Ras dan Antargolongan (SARA). Berita bohong juga berpotensi memecah persatuan masyarakat Indonesia. Masyarakat Telematika Indonesia (Mastel) melakukan survei daring pada 28 Februari hingga 15 Maret 2019. Mastel merilis, sekitar 81,9% responden menyatakan hoaks sangat mengganggu kerukunan masyarakat.³

Era teknologi digital memudahkan pertukaran informasi tanpa kendali. Informasi tanpa validasi dan verifikasi dapat bebas disebarluaskan melalui media sosial. Media sosial sebagai ruang siber yang terbuka berpengaruh terhadap penciptaan opini publik. Mc Luhan dalam buku *Understanding Media* (1964), mengatakan bahwa manusia semakin tenggelam dalam bentuk informasi yang bersifat teknologi pada era modern serba elektronik. Dalam buku *Komunikasi 2.0*, Ardianto menyebutkan media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat berpengaruh terhadap opini publik yang berkembang di tengah masyarakat. Opini dapat terbentuk melalui penyebaran informasi yang tidak memiliki tapal batas. Setiap penyerapan informasi akan membentuk konstruksi individu dalam perkembangan asumsi sosial.

Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter menjadi medium penyebaran berita bohong pengganti SMS (*Short Message Service*) dan surat elektronik pada masa sebelumnya. Pada situasi tertentu seperti Pemilihan Umum (Pemilu) dan Pemilihan Kepala

³ Matel, "Berita Hoax 2019", *Media Indonesia*, <https://m.mediaindonesia.com/read/detail/228979-survei-mastel-61-persen-masyarakat-sebut-hoaks-sangat-mengganggu>, (diakses 13 Oktober 2020)

Daerah (Pilkada), kemunculan berita bohong atau hoaks menjadi masif sebagai kampanye hitam untuk menjatuhkan lawan politik. Hoaks diprediksi juga akan beredar selama pandemi corona yang tengah melanda berbagai negara. Tim Pengecek Fakta di Liputan6.com sepanjang 2021 menemukan 77,8% dari seluruh hoaks adalah terkait Covid-19.⁴ Hasil riset MAFINDO pada Juli-September 2018 menyebutkan bahwa ditemukan 72 hoaks, 154 disinformasi, dan 4 jenis informasi yang sudah dicek faktanya oleh Komite Cek Fakta MAFINDO.⁵ Dalam hasil riset tersebut juga disebutkan bahwa 110 konten informasi yang keliru tersebut ditemukan di Facebook. Kepolisian Republik Indonesia (Polri) sebelum 28 Maret 2020, telah menindak para penyebar hoaks Covid-19 dengan sebaran kasus di Kepolisian Daerah Jawa Timur (10 kasus), Markas Besar Polri (5 kasus), dan Polda Kalimantan Barat dan Polda Lampung (masing-masing 4 kasus).⁶ Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) melalui Tim AIS Direktorat Pengendalian Ditjen Aplikasi Informatika (Ditjen Aptika) telah menemukan 1.028 hoaks dari akhir minggu ke-empat Januari hingga 10 Agustus 2020.⁷ Selanjutnya, hingga 17 Agustus 2021 Tim AIS Ditjen Aptika mengidentifikasi 1.859 isu hoaks berkaitan dengan Covid-19.⁸ Facebook menjadi platform dengan sebaran hoaks terbanyak di Indonesia. Isu tersebut tersebar paling banyak di Facebook sebanyak 3.796 unggahan. Hoaks tentang vaksin Covid-19 teridentifikasi sebanyak 296 isu dan tersebar menjadi 1.994 unggahan di mana 1.820 unggahan ditemukan di Facebook

Facebook merupakan layanan jejaring sosial yang diperkenalkan sejak Februari 2004. Platform media sosial ini terus menerus melakukan inovasi demi mempertahankan komunitasnya. Layanan ini menjadi semakin populer setelah memasuki tahun ke delapan dengan lebih dari satu miliar pengguna di berbagai negara. Facebook juga menjadi media sosial paling populer di Indonesia dengan jumlah pengguna sebanyak 158 juta orang atau sekitar 57,6% dari

⁴ D. Naelufar, "Memahami Bencana Alam di Indonesia: Peran Media dan Cara Melawan Hoaks Bersama", Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen.

⁵ MAFINDO, "Tool Kit Penanganan Hoaks dan Disinformasi", iknow-subs.pelindo.co.id, diakses 19 Agustus 2021

⁶ Wahid, A. B, "Polri Tangani 51 Hoax Terkait Corona", *Detiknews.com*, <https://news.detik.com/berita/d-4955976/polri-tangani-51-kasus-hoax-terkait-corona>, diakses pada 17 Agustus 2021.

⁷ Ditjen Aptika, "Hingga 10 Agustus Kominfo Tangani 1.082 Hoaks Covid-19 di Berbagai Platform", *Aptika Kominfo*, <https://aptika.kominfo.go.id/2020/08/hingga-10-agustus-kominfo-tangani-1-082-hoaks-covid-19-di-berbagai-platform/>, (diakses 13 Oktober 2020)

⁸ Menkominfo, "Menkominfo Serukan Optimisme Lawan Pandemi di Hari Kemerdekaan Indonesia", *Aptika Kominfo*, [Aptika.Kominfo.go.id/2021/08/menkominfo-serukan-optimisme-lawan-pandemi-di-hari-kemerdekaan-indonesia/](https://aptika.kominfo.go.id/2021/08/menkominfo-serukan-optimisme-lawan-pandemi-di-hari-kemerdekaan-indonesia/), (diakses 19 Agustus 2021)

jumlah populasi penduduk.⁹ Platform milik Mark Zuckerberg ini mengusung tampilan situs web dan aplikasi Facebook yang sederhana namun menarik dan lengkap. Facebook mengizinkan penggunaanya untuk berbagi melalui status berupa tulisan, foto, dan video serta siaran langsung.

Basis pengguna yang besar memudahkan arus penyebaran hoaks. Facebook berdasarkan hasil riset pada 2018 merupakan media sosial yang digunakan untuk menerima informasi. Riset DailySocial bertajuk *Hoax Distribution Through Digital Platforms in Indonesia* ini juga mengemukakan bahwa temuan hoaks paling banyak terdapat di Facebook dengan persentase (81,25%).¹⁰ Jumlah ini cukup jauh jika dibandingkan dengan urutan media sosial penyebar hoaks di bawahnya yaitu Whatsapp (58,55%) dan Instagram (29,48%). Fitur interaksi pada media sosial seperti “suka”, “komentar”, dan “bagikan” memudahkan pengguna menyebarkan kembali hoaks yang disebar karena informasi tersebut dinilai penting. Klaim Facebook sebagai sarang hoaks membuat platform tersebut mengubah algoritma pada November 2018. Hal tersebut dilakukan agar meredam kemunculan hoaks dengan menurunkan interaksi pengguna terhadap konten-konten hoaks.

Perguliran hoaks di ruang maya memicu banyak dampak negatif. Mengutip Tool Kit Penanganan Hoaks dan Disinformasi yang ditulis oleh Turn Back Hoax pada 2018, dampak negatif penyebaran hoaks antara lain adalah membuat rasa tidak nyaman, melahirkan kebencian, retaknya persatuan dan kesatuan, memicu kekacauan dan kekerasan, serta menghilangkan nalar (hal. 8). Selain itu, buku pedoman yang sama juga menjelaskan alasan seseorang menyebarkan hoaks. Alasan tersebut adalah hanya membaca judul, ingin menjadi yang pertama yang membagikan, ingin membantu atau menyelamatkan orang lain, emosional, dan ekonomi. Rendahnya kesadaran untuk melakukan validasi terhadap sebuah berita akan memudahkan penyebarluasan hoaks. Literasi digital yang masih rendah membuat orang berpotensi menjadi produsen berita bohong. Pemerintah berusaha menghentikan produksi serta penyebaran hoaks salah satunya melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Sanksi pidana kurungan atau denda menjerat pelaku yang memproduksi maupun meneruskan berita bohong.

⁹ NapoleonCar, “Facebook Users in Indonesia April 2020”, Napoleoncat.com, <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-indonesia/2020/04>, (diakses 3 Desember 2020)

¹⁰ DailySocial, “Hoax Distribution Through Digital Platforms in Indonesia 2018”, Dailysocial.id, <https://dailysocial.id/report/post/hoax-distribution-through-digital-platforms-in-indonesia-2018>, (diakses 3 Desember 2020)

Hoaks sebagai kejahatan berbahasa selama masa pandemi Covid-19 sudah menjerat sejumlah nama. Jeratan Pasal 14 Ayat 2 dan/atau Pasal 15 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1946 tentang Peraturan Hukum Pidana menjerat KR (29) pada bulan Februari silam. KR menyebarkan hoaks mengenai adanya pasien virus corona yang dirawat di Rumah Sakit Kanujoso Djatiwibowo. Diteyber Krimsus Polda Kaltim menetapkan KR sebagai tersangka dengan ancaman hukuman 10 tahun penjara. Dalam laman Facebook Kazahra Tanzania, KR menulis, “*Bismillah. Info penting. Usahakan keluar memakai masker karena di RS Kanujoso sudah menerima pasien positif corona. Orang Balikpapan baru datang dari China (berita akurat)*”.¹¹ Akibat menimbulkan keonaran, KR melakukan klarifikasi atas berita fiktif tersebut sebelum akun Facebook-nya tidak dapat diakses.

Masifnya peredaran hoaks sebagai dampak infodemik menyerukan banyaknya perlawanan melalui aksi pemeriksaan fakta oleh masyarakat sipil. Proyek pemeriksaan fakta ini secara resmi pada 2018 diperkenalkan dalam acara “*Trusted Media Summit 2018*” dengan nama cekfakta.com. Proyek ini merupakan kolaborasi antara Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO), Aliansi Jurnalis Independen (AJI), Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI), dan dukungan *Google News Initiative*, *Internews*, dan *FirstDraft*. Secara khusus, konfirmasi hoaks tentang Covid-19 terakumulasi dalam laman covid19.go.id/p/hoax-buster. Upaya pengidentifikasian serta perburuan pelaku penyebaran hoaks juga dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) yang berkoordinasi dengan Kepolisian Republik Indonesia (Polri). Aksi periksa fakta sebagai gerakan kampanye anti-hoaks bertujuan mengedukasi, meningkatkan kesadaran tentang hoaks, dan menggaungkan literasi digital bagi publik di Indonesia.

Bahasa sebagai alat komunikasi baik secara tulisan maupun lisan memiliki pengaruh terhadap pikiran, perasaan, dan tindakan individu maupun kelompok yang menerima bahasa tersebut. Bahasa memiliki keterkaitan dengan hukum yang secara teoritis dikaji dalam linguistik forensik. Kehadiran Linguistik Forensik salah satunya sebagai alat analisis kejahatan berbahasa. Selain hoaks, kejahatan berbahasa dapat berupa ujaran kebencian, pencemaran nama baik, penghinaan, hasutan dan konspirasi. Perkembangan teknologi seyogyanya diiringi oleh literasi

¹¹ Nasional Kompas, “Polda Kaltim Tangkap Dua Penyebar Hoaks Terkait Virus Corona di Balikpapan”, *Kompas.com*, <https://nasional.kompas.com/read/2020/02/04/18400251/polda-kaltim-tangkap-dua-penyebar-hoaks-terkait-virus-corona-di-balikpapan> (Diakses 29 November 2020)

digital. Pengguna ruang siber ditantang untuk kritis dalam bertutur. Kerentanan jerat pidana atau perdata penyebar hoaks di media sosial penting mendapat perhatian pengguna ruang siber. Penegakan hukum harus dilakukan agar kegaduhan atas kehadiran hoaks dapat redam.

Analisis pada penelitian ini menggunakan foto hasil tangkapan layar dari media sosial terutama Facebook yang berkaitan dengan hoaks tentang Covid-19 pada status, foto, video dan kolom komentar yang berasal dari akun pribadi maupun grup. Semasa Covid-19 melanda Indonesia, masifnya sebaran hoaks makin memberi dampak buruk bagi masyarakat. Misinformasi dan disinformasi yang beredar menyebabkan kebingungan dan kekeliruan serta kekacauan dalam menafsirkan informasi yang sebenarnya di tengah masyarakat. Hal ini sejatinya berakibat pada potensi pidana berdasarkan undang-undang yang berlaku. Permasalahan yang dihadapi selanjutnya adalah bagaimana mengetahui sebuah unggahan di media sosial mengenai isu Covid-19 yang memuat potensi pidana. Unggahan diteliti dengan menggunakan analisis linguistik forensik berlandaskan teori linguistik yaitu semantik.

Berdasarkan penjabaran di atas, maka penelitian ini menjadi sangat penting untuk dikaji mengingat hubungan antara linguistik forensik dengan arus penyebaran hoaks yang masih sulit dibendung, media sosial, dan isu Covid-19 yang kian memperparah sirkulasi hoaks serta belum tersedianya penelitian yang serupa. Setelah mencermati beberapa objek penelitian yang diteliti, saya menemukan bahwa kebanyakan kajian linguistik forensik yang menjadikan hoaks sebagai fokus penelitian studi kasus tunggal. Selain itu, penelitian-penelitian yang pernah ada mengkaji dengan teori yang berbeda. Misalnya, sintaksis, pragmatik, atau analisis wacana kritis. Penelitian ini berusaha berkontribusi dalam kajian kebahasaan di ranah hukum khususnya tentang hoaks. Pun penelitian ini berusaha berpartisipasi dalam penangkalan muatan negatif yaitu hoaks sebagai kejahatan berbahasa yang beredar di media sosial.

1.2 Fokus dan Subfokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka penelitian ini berfokus pada potensi pidana penyebaran berita bohong atau hoaks tentang COVID-19 di media sosial. Media sosial yang dikaji adalah Facebook. Kajian linguistik forensik menjadi landasan dalam penelitian ini. Analisis linguistik menggunakan teori semantik. Sedangkan analisis forensik menggunakan indikator informasi bohong atau hoaks berdasarkan hukum pidana.

Subfokus yang digunakan dalam penelitian ini adalah bentuk muatan informasi yang mengandung perkataan bohong berupa misinformasi dan/atau disinformasi sebagai analisis forensik. Sebagai analisis linguistik, penelitian ini mencermati jenis makna perkataan bohong yang dikaji berlandaskan makna leksikal, kontekstual, dan denotatif serta konotatif.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi, dan batasan masalah di atas maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah “Bagaimana bentuk unggahan tulisan dan gambar yang memuat tulisan di media sosial tentang COVID-19 yang mengandung berita bohong dan berpotensi hukum pidana?”

1.4 Manfaat Penelitian

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya wawasan dan pengetahuan tentang ilmu linguistik forensik. Penelitian ini diharapkan juga mampu memberi kontribusi pada kajian kebahasaan di ranah hukum. Mengingat masih minimnya penelitian tentang penyelesaian hukum yang berkaitan dengan penggunaan bahasa utamanya mengenai penyebaran hoaks di ruang maya.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengguna media sosial di Indonesia sebagai sarana edukasi dan sarana literasi digital agar meningkatkan kewaspadaan dan berhati-hati saat mengunggah sesuatu di media sosial baik berupa tulisan, foto, dan video. Di samping itu, penelitian semacam ini dapat menjadi referensi untuk menimbang perkara kejahatan berbahasa yang berpotensi pidana.