

Hoax dan Masyarakat Akademik di Kota Makassar

Hoax and Academic Society in Makassar City

Zulham Wijaya, Suparman Abdullah, Buchari Mengge & Irsan

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Hasanuddin, Indonesia

Diterima: 07 Juli 2022; Direview: 09 Juli 2022; Disetujui: 21 Agustus 2022

Corresponding Email: Zul.wijaya07@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian untuk memahami proses masyarakat akademik terpapar hoaks di kota Makassar. Masalah penelitian ini difokuskan pada proses masyarakat akademik terpapar hoaks? Dalam menganalisis permasalahan yang diangkat peneliti menggunakan pisau analisis dari teori Jean Boudrillard tentang Hiperealitas. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam serta dokumentasi dengan analisis kualitatif. Penentuan informan menggunakan purposive sampling sesuai dengan klasifikasi informan yang telah ditetapkan yaitu mereka yang berpendidikan Magister dan Doktor yang berprofesi sebagai dosen dan aktif menggunakan sosial media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat akademik yang aktif menggunakan media sosial memiliki kecenderungan memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan informasi-informasi terbaru sesuai dengan minat dan paradigma masyarakat akademik. Dalam informasi yang mereka minati, terdapat *hoax*, fakta dan opini yang kemudian mengalami pendangkalan makna. Dari setiap informasi yang mengalami pendangkalan makna dan diberitakan secara berulang-ulang tanpa adanya berita pembanding akan menjadi suatu kebenaran yang diterima termasuk dengan berita *hoax*.

Kata Kunci: *Hoax*; Masyarakat Akademik; Kota Makassar

Abstract

The purpose of this research is to understand the process of the academic community being exposed to hoaxes in the city of Makassar. The problem of this research is focused on the process of the academic community exposed to hoaxes? In analyzing the problems raised, the researcher uses an analytical knife from Jean Boudrillard's theory of Hyperreality. Data was collected through observation, in-depth interviews and documentation with qualitative analysis. Determination of informants using purposive sampling in accordance with the classification of informants that have been determined, namely those with Masters and Doctoral education who work as lecturers and actively use social media. The results show that the academic community who actively uses social media has a tendency to use social media to get the latest information in accordance with the interests and paradigms of the academic community. In the information they are interested in, there are hoaxes, facts and opinions which then experience superficial meaning. From any information that has shallow meaning and is reported repeatedly without any comparison news, it will become an accepted truth, including hoax news.

Keywords: *Hoax*; Academic Society; Makassar city

How to Cite: Wijaya, Z. Abdullah, S. Mengge, B. Irsan (2022), *Hoax dan Masyarakat Akademik di Kota Makassar*, *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(2); 1027-1034



PENDAHULUAN

Di era digital hampir sekarang hampir setiap orang baik yang masih kecil atau yang beranjak remaja hingga orang dewasa yang sudah berumur tua memiliki akun sosial media atau media sosial. Koneksi internet terhubung dengan alat komunikasi berupa ponsel pintar, tablet/laptop sangat memudahkan mengakses dan menggunakan aplikasi jaringan sosial atau media sosial. Media sosial sendiri merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Rulli, 2012). Kehadiran media sosial disambut hangat oleh para pengguna internet. Bukan tanpa alasan, cukup dengan memiliki koneksi dengan *internet network*. Media sosial mampu memfasilitasi dan menghubungkan penggunanya untuk saling berbagi, berkomunikasi, saling bertukar informasi dengan sesama pengguna media sosial tanpa ada hambatan, bahkan jarak sekalipun yang ada di belahan dunia ini bukan lagi menjadi suatu penghambat. Negara Indonesia berada pada posisi keenam pengguna internet di dunia. Seharusnya ini adalah kabar yang menggembirakan jika saja hal tersebut sedikit berbau prestasi, namun adanya sikap dan tindakan para penggunaan medial sosial di Indonesia cenderung konsumtif, dan menjadikan pengguna lupa akan substansi dari teknologi internet dan media sosial ini. (Kominfo, 2020).

Diantara sekian banyaknya pesan dan informasi yang lalu-lalang dan bertebaran di media sosial, dapat dipastikan satu diantaranya adalah berita bohong/palsu (*hoax*). Mekanisme yang dipakai bisa seperti penggunaan headline berita, pesan berantai, hingga pada foto atau pesan bergambar, yang menggunakan akun samaran (*fake/anonim*) dibarengi foto profil yang mampu membuat orang yakin sebagai pengguna sosial media sehingga mengakibatkan orang dengan mudah percaya terhadap akun-akun atau berita yang bertebaran tersebut. Berita *hoax* sebenarnya tidak akan menjadi suatu permasalahan jika penyebarannya tidak didukung oleh sosial media. Belakangan ini *Whatsapp* dan Facebook bisa diibaratkan “surga” bagi berita *hoax*. Pada aplikasi facebook misalnya, pengguna dapat dengan mudah menyebarkan link yang dapat di bagikan oleh para pengguna lainnya. Lalu dengan aplikasi *whatsapp*, pengguna dengan mudahnya dapat membenarkan broadcast message yang mereka diterima dan kemudian akan dibagikan kembali oleh si penerima pesan tersebut atau istilahnya menjadi pesan berantai.

Jika dilihat dalam Oxford Dictionary, *hoax is humorous or malicious deception* atau dianggap sebagai tipuan atau lelucon. Lin halnya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *hoax* diartikan sebagai berita bohong. Sangat banyak informasi yang tersebar di media sosial yang disebarkan oleh individu dan berkelompok. Dan diantara banyaknya informasi tersebut, berseliweran diantaranya tidak dapat di jelaskan sumbernya yang jelas dan kebenarannya diragukan atau kemungkinan adalah berita *hoax*. Dalam definisi lainnya, *hoax* digambarkan sebagai informasi atau berita yang mengandung hal-hal yang kebenarannya belum pasti/belum jelas atau bukan fakta yang sebenarnya terjadi. *Hoax* adalah informasi palsu, atau informasi yang kebenarannya telah disembunyikan, ditutupi atau dipelintir dengan hal lainnya. Pada tahun 2017 sebuah hasil penelitian menyebutkan bahwa media yang banyak digunakan untuk penyebaran berita palsu adalah situs web, sebanyak 34,90%, aplikasi *chatting* (*Whatsapp, Line, Telegram*) sebanyak 62,80%, dan media sosial (*Facebook, Twitter, Instagram, dan Path*) yaitu sebanyak 92,40% (Mastel, 2020). Sementara itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebut ada sekitar 800 ribu situs di Indonesia terindikasi penyebar *hoax* dan ujaran kebencian (Eka, 2016)

Tidak sedikit permasalahan yang ditimbulkan oleh penyebaran *hoax* di Indonesia dan tidak boleh dianggap sepele. Dari apa yang dipaparkan sebelumnya jelas dari banyaknya pengguna menjadikan hoaks sangat memungkinkan tumbuh subur. Masih segar di ingatan bagaimana informasi yang kebenarannya belum pasti, menjadi bahan konsumsi masyarakat, lebih ironis beberapa diangkat menjadi bahan pemberitaan di media elektronik yang boleh dikata sudah memiliki kredibilitas untuk menyiarkan sebuah berita. Misalnya saja informasi yang beredar pada saat pertama covid-19 gaung di seluruh belahan dunia, seketika tersebar informasi bahwa Indonesia akan menerapkan *lock down*. Jelas ini menimbulkan kepanikan ditengah-tengah masyarakat, dan menjadi gaduh. Belum lagi *Head Line* sebuah berita yang secara sengaja dipelintir



dan dibuat heboh, dan ini banyak di temukan di *Web Blogger* dan *facebook*, yang isinya terkadang bermuatan kebijakan politik. Jika berdasarkan contoh kasus diatas, berita palsu memiliki beragam bentuk., yakni: *Fake news*, *Click bait*, *Confirmation bias*, *Misinformation*, *Satire*, dan *Propaganda* (Pratama, 2019). Seringkali berita bohong berada pada tautan pada judul dengan gambar yang dibuat sangat menarik dengan tendensi menginterpretasi kejadian yang sedang atau baru saja terjadi yang sebenarnya memuat informasi yang tidak akurat. Seringkali *hoax* juga berada pada tulisan yang bernuansa humor saat mengomentari suatu peristiwa atau kejadian untuk menggiring opini publik.

Masyarakat Akademik telah memasuki babak baru dalam kehidupannya, mereka sedang dan telah terpa oleh dunia Hiper-realitas, dengan sifat manja manusia akan teknologi, sebenarnya mereka telah dikuasai oleh teknologi, (Ellul & Goulet dalam Bungin, 2017). Secara fungsional, teknologi sudah menguasai hampir seluruh masyarakat, hingga pada fungsi yang substansial. Teknologi bahkan sudah mengatur sistem norma atau aturan dalam masyarakat, seni pertunjukan dan sistem komunikasi dan banyak lainnya. Bahkan menurut mereka, di dalam dunia informasi, teknologi telah menguasai pola pikir masyarakat (*theater of mind*), dimana informasi di media sosial telah meninggalkan suatu kesan pada pikiran, dimana kesan informasi dari media sosial tersebut terbentuk pada pikiran yang kemudian membentuk suatu realitas tertentu dalam pikiran.

Teknologi elektronika sanggup menciptakan sebuah realitas dengan menggunakan satu model produksi yang disebut simulasi. Melalui model simulasi manusia dijebak di dalam satu ruang yang terasa dan terlihat nyata meski sebenarnya semua itu adalah hal yang bersifat semu, maya, atau khayalan belaka (Baudrillard, 2004). Simulasi sebagai teritorial atau ruang pengetahuan yang di konstruksi melalui pencitraan media, dimana manusia mendiami suatu ruang realitas yang sangat mirip dimana perbedaan antara yang bersifat nyata dengan yang hanya fantasi atau fakta dan realitas dengan yang palsu dan maya sangat tipis. Manusia hidup dalam dunia maya dan khayal, media informasi dan informasi mereka lebih nyata ketimbang pengetahuan manusia tentang etika kehidupannya atau sejarahnya, namun antara media informasi dan pengetahuan itu sama-sama membentuk perilaku, sikap dan peradaban umat manusia. (Bungin, 2017)

Dalam kehidupan nyata, menurut kejadian-kejadian yang sifatnya “nyata” semakin mengambil ciri dari hiper-real itu sendiri; dan tidak ada lagi realitas nyata yang ada hanya hiper-realitas (Baudrillard, 2004). Hal tersebut dikarenakan dunia maya mengambil hampir sebagian besar ruang nyata di kehidupan kita. Interaksi atau komunikasi langsung yang dulunya berlangsung sangat lama, semakin memudar bahkan dianggap sangat membosankan dan membuang-buang waktu (Azwar, 2014). Dengan aktivitas masyarakat yang sangat dekat dengan teknologi informasi seperti itu, terdapat konsekuensi konstruksi ruang virtual yang diproduksi oleh teknologi, membuat manusia hanyut dan ter=interupsi dari realitasnya sendiri. Dengan kata lain pemalsuan realitas sosial berubah menjadi simulasi realitas sosial, yakni realitas yang dibangun dari model tanpa referensi, sehingga ilusi, fantasi dan citra layar dari komputer dan *smartpone* saat berkomunikasi menjadi tampak nyata (Piliang, 1998)

Hiperealitas hampir lebu menyenangkan daripada realitas itu sendiri, selain itu bisa dianggap lebih realistis dibandingkan dengan realitas yang sebenarnya. Itulah yang menjadi penyebab, mengapa kita selalu melihat orang sibuk dengan gawainya berbagai tempat dan situasi data melakukan aktivitas sehari-hari. Mereka menganggap apa yang di temukan di pada gawainya lebih menarik dibanding ngobrol dengan orang di sebelah. Makin sering kita melakukannya, makin terikat pula kita dengan hiperealitas (Astuti & Dwi, 2015)

Kaburnya kebahagiaan atas realitas nyata dan maya, bisa kita lihat dari contoh yang diberikan orang yang memainkan game, banyak diantara mereka yang menghabiskan waktunya dalam dunia virtual 3D, yang menurut mereka lebih banyak memberikan kesenangan dan keterlibatan emosional ketimbang realitas dunia yang membosankan (Harari, 2018). Hiper-realitas yang hadir di era modern tentunya memerlukan proses disebut simulasi, ia menjelaskan simulasi sebagai suatu proses penciptaan bentuk nyata melalui suatu model yang tidak memiliki asa usul atau referensi realitasnya, yang sebelumnya bersifat supernatural, ilusi, fantasi, khayali berubah tampak nyata (Baudrillard, 2004)



Dunia yang berada dalam kondisi simulasi, sangat susah dibedakan antara fakta dan citra, keduanya bertumpuk dan berjaln kelindan membentuk satu kesatuan yang tak terpisahkan. Manusia tidak bisa lagi mengenali hal-hal yang sifatnya asli, real dan palsu atau yang semu. Semuanya menjadi bagian realitas yang dijalani dan dihidupi masyarakat post-modern di masa sekarang. Kesatuan yang tak terpisahkan ini, antara yang nyata dan yang tidak nyata, asli atau palsu, inilah yang disebut simulacra atau simulacrum, dunia yang terbangun dari sengkabut nilai, fakta, citra, dan kode. Realitas yang ada tak lagi mempunyai referensi, kecuali simulacra itu sendiri (Suyanto., 2014). Pada realitas akhir, manusia akan mengalami alienasi dari lingkungan sosial dan lingkungan sekitar mereka berada, tidak lain karena kesibukan mereka terhadap alat komunikasi yang mereka miliki masing-masing, khususnya gawai. Mereka telah larut dan terjebak dalam suatu pencitraan di dalam dunia virtual, baik untuk menciptakan citranya sendiri maupun dalam memandang manusia lain. (Astuti & Dwi, 2015). Hal ini sesuai dengan pernyataan Baudrillard, "kita terbiasa hidup dalam cermin fantasi, dalam diri yang terbagi dan dalam alienasi" (Baudrillard, 2004) Secara singkat dampak dari simulacrum informasi adalah manusia akan teralienasi dari dirinya sendiri dan juga teralienasi dari dunianya, selain itu ada kondisi dimana sudah sangat sulit untuk membedakan antara realitas dan hiperealitas (Astuti et al., 2010)

Dalam kajian terkait dengan suatu fenomena yang sering kali terjadi pada realitas masyarakat kontemporer khususnya terkait dengan komunikasi yang dimuat dalam media massa. Dalam kajian ini ditemukan bahwa komunikasi di media massa adalah sebuah potret komunikasi yang sering kali di manipulasi kebenaran dan faktanya (Saumantri & Zikrillah, 2020). Dalam penelitian sebelumnya juga ditemukan bahwa media sosial twitter, sebagai layanan micro-blogging sangat efektif dalam menyebarkan berita atau informasi dari orang/pengguna ke orang/pengguna lainnya dalam kecepatan yang sebanding dengan media massa konvensional. *Hoax* memiliki cakupan populasi yang besar dalam lima sampai enam kali tweet, dan berpotensi lebih besar secara eksponensial, kecuali media konvensional menghentikan penyebaran *hoax* tersebut (Situngkir, 2017), sedangkan *hoax* dalam kasus politik di DKI Jakarta ditemukan bahwa. Pihak Pengirim atau penyebar pesan *hoax* merupakan pihak-pihak yang tidak suka dengan pemerintahan yang sedang berjalan. Adapun juga penerima pesan lainnya juga memberikan dukungan dengan pemerintah dengan cara membantah berita *hoax* tersebut. Ada tiga pendekatan penting untuk mengantisipasi penyebaran *hoax* di masyarakat yaitu pendekatan kelembagaan, teknologi dan literasi (Juditha, 2018)

Ada perbedaan struktur media sosial seperti *facebook* dibanding dengan media mainstream sebelumnya yang pernah ada. Khususnya terkait dengan konten. Pengguna dapat meng-*upload* konten di media sosial untuk disampaikan kepada ke-pada para pengguna lainnya tanpa ada penyaringan dari pihak ketiga. Khususnya tidak ada klarifikasi dari pihak ketiga terkait dengan konten yang dibagikan apakah suatu fakta, opini atau berita yang mengada-ada saja. Amerika Serikat, Rata-rata orang dewasa membaca dan mengingat urutan satu atau beberapa artikel berita palsu selama masa pemilihan. Seberapa besar dampak hasil pemilihan ini bergantung pada efektivitas paparan *hoax* dalam mengubah cara orang memilih (Allcott & Gentzkow, 2017). Berdasarkan hasil penelitian-penelitian yang sebelumnya telah dipaparkan, dapat dilihat bahwa hasil penelitian tersebut lebih banyak mengungkap potensi sosial media khususnya dalam proses penyebaran *hoax*. Selain itu ditemukan pula bahwa konten-konten *hoax* yang sering diberitakan secara terus menerus akan membentuk opini masyarakat dan akan diterima sebagai suatu kebenaran.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus fenomena, dimana penentuan informan menggunakan purposif sampling dengan dengan klasifikasi informan yang telah ditetapkan yaitu mereka yang berpendidikan Magister dan Doktor yang berprofesi sebagai dosen dan dianggap sebagai pengguna aktif dalam ber-media sosial. jumlah informan penelitian ini disesuaikan dengan kebutuhan data penelitian, sedangkan metode yang digunakan dalam mencari data untuk menjawab rumusan masalah dalam

penelitian ini yaitu metode observasi, metode wawancara mendalam dan metode dokumentasi dengan metode validasi data melalui perpanjangan pengamatan, serta triangulasi metode. Lokasi penelitian dilaksanakan di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebutuhan akan menjalin hubungan sosial yang lebih luas seperti menjadi awal mula masyarakat mengakses media berbasis internet. Sehingga tidak mengherankan ketika ragam platform media sosial bermunculan. Sebut saja, *Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter*, hingga *Youtube*, merupakan kanal-kanal media yang hingga hari ini sangat digandrungi dan populer ditengah-tengah masyarakat. Penggunaan media sosial begitu intens dan massif sebagai media komunikasi yang mampu menghubungkan antar sesama penggunanya. Sehingga dapat memberi pengaruh pada hampir semua sisi kehidupan masyarakat luas dan pada akhirnya berujung pada terjadinya perubahan sosial. Media lama tidak bisa dibandingkan dengan yang terjadi hari ini, hari ini meletakkan sejenak gawai tanpa mengakses internet itu perkara luarbiasa, karena dengan mengakses media baru seperti menjadi tuntutan untuk tetap aktif di dalamnya sebagai wujud eksistensi manusia.

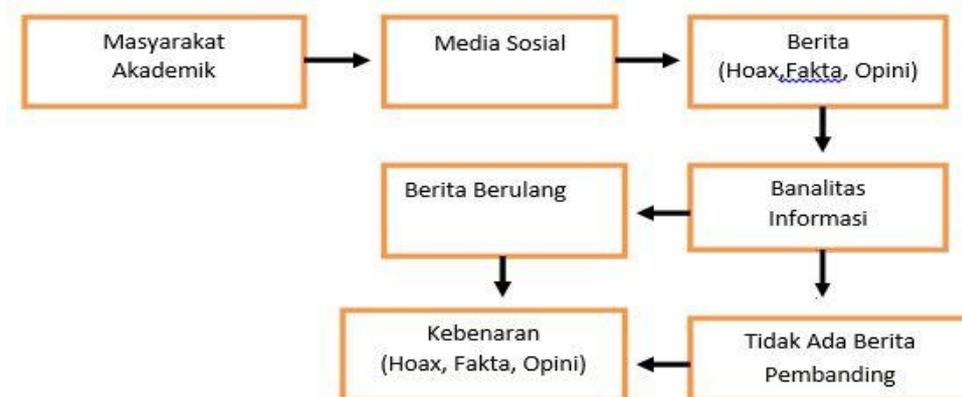
Fitur-fitur yang tersedia dan menjadi keunggulan media sosial yang sudah dibahas dalam bab sebelumnya, dianggap mampu memberi kemudahan dalam segala hal, guna menunjang kebutuhan bersosialisasi seperti pencarian dan pertukaran informasi. Aktifnya pengguna dalam ber media sosial tentu memiliki alasan masing-masing. Akan tetapi pada dasarnya semua bertitik pada kebutuhan dan merasa dipermudah dalam aktifitas keseharian mereka, sehingga yang terjadi para pengguna merasa seperti bergantung pada kemajuan teknologi tersebut. Bahwa media sosial digunakan untuk membangun pola komunikasi sesama kerabat, teman di jejaring sosial hingga pada mencari dan mempertukarkan informasi-informasi terbaru. Hal ini juga dipermudah oleh mudahnya mengakses hanya dengan gawai yang terkoneksi dengan internet. Aktif ber-media sosial juga berdampak pada meluasnya jaringan sosial pertemanan, jarak dan waktu bukan lagi menjadi soal dimana masyarakat bisa saling terhubung satu sama lain serta dengan mudah saling berbagi informasi. Demikian yang kemudian digambarkan oleh Castell (dalam Astuti & Dwi, 2015) sebagai masyarakat jaringan, dimana struktur sosial yang terbentuk mampu diatur dalam jaringan yang kemudian sepenuhnya didukung oleh teknologi informasi, namun di sisi lain manusia akan mengalami alienasi dari lingkungan sosial dan lingkungan sekitar mereka berada, tidak lain karena kesibukan mereka terhadap alat komunikasi yang mereka miliki masing-masing, khususnya gawai atau *smartphone* (Astuti & Dwi, 2015).

Fitur yang tersedia oleh media sosial tentu dimanfaatkan beragam oleh penggunanya, mulai dari berkirip pesan, saling beradu argumen, pendapat atau pandangan terhadap kabar atau isu yang berseliweran di media sosial, mencari informasi yang dianggap baru dan viral menjadi kebiasaan yang kerap kali kita jumpai di tengah-tengah masyarakat hari ini. Tidak heran memang jika pemanfaatan media sosial begitu luas dan massif. Mengingat banyaknya informasi yang berseliweran tidak terbandung dan sulit untuk dikontrol. Belum lagi minat atau kesenangan mengonsumsi konten-konten yang berbeda dan didukung oleh daya konsumsi informasi yang juga besar menumbuhkan antusiasme tersendiri bagi pengguna media sosial.

Masyarakat akademik mempunyai banyak akun media sosial yang dianggapnya sebagai tempat atau ruang untuk menemukan sesuatu yang baru, ruang dimana informan bisa berbagi pandangan, tanpa harus meninggalkan tempat dan membuatnya terasa dekat. Sebagaimana karakteristik masyarakat jaringan, dimana Castell (dalam Astuti & Dwi, 2015) menggambarkan sebagai ruang arus (*The space of flows*). Dimana adanya ruang yang terus menerima informasi, tersentralisasi, dan terintegrasi dalam jaringan yang saling memiliki keterhubungan, dan tidak lagi tentang teritori dalam hal ini "*diskontinuitas geografis*", sehingga mengakibatkan sulitnya kita terlepas dari cengkeraman ketergantungan media sosial.



Informasi yang membanjiri media sosial merupakan hasil dari kebebasan berekspresi penggunaannya. Benar saja masyarakat jaringan hari ini bukan hanya berperan sebagai konsumen yang mengonsumsi informasi saja akan tetapi juga memiliki peran sebagai produsen informasi. Dengan mudahnya informasi di konsumsi dan diproduksi kembali dengan fitur unggahan/*update* status dan *share*/bagikan yang tersedia dalam media sosial. Hal ini kemudian berimbas pada luapan arus informasi yang tidak terkontrol sehingga melebihi kemampuan manusia dalam menyaring informasi yang berseliweran di media sosial. Di tengah banyaknya gempuran informasi tersebut, membuat informan gamang sebagai kegalauan komunikasi dan informasi di tengah banyaknya gempuran informasi sehingga melampaui sifat dan tujuan dari komunikasi itu sendiri (Piliang, 1998), dan masyarakat mengalami ekstasi komunikasi dengan istilah *hypercommunication* (Baudrillard, 2004)



Gambar 1. Proses Masyarakat Akademik Terpapar *Hoax*

Meski pada prinsipnya masyarakat akademik identik dengan citra terpelajar yang lebih rasional dalam menyikapi segala sesuatu ternyata tidak luput dari berita hoax. Banyaknya informasi di dalam media sosial membuat masyarakat akademik terjebak pada kondisi dimana mereka tidak mampu membedakan dunia realitas yang nyata dan realitas imajiner. Masyarakat akademik sangat akrab dengan dunia maya melalui media sosial, mereka telah mengonsumsi banyak informasi atau berita dari media-media sosial tersebut. Pada dasarnya berita yang ada dalam media sosial secara eksplisit mengandung informasi yang bersifat hoax, fakta atau sekadar opini dari pembuat berita. Acapkali masyarakat akademik mengalami *banalitas* informasi atau pendangkalan informasi dimana hanya membaca berita berdasarkan headline atau judul tidak fokus dengan isi berita. Selain itu, masyarakat akademik selalu melihat dan membaca berita yang berulang ulang dan tidak disertai dengan berita pembanding. Berita yang berulang-ulang tanpa pembanding akan dikonsumsi sebagai suatu kebenaran bagi masyarakat akademik, terlepas berita tersebut sebenarnya adalah hoax, fakta atau opini semata.

Media-media yang diikuti oleh informan selain memiliki nama juga memiliki kredibilitas terkait informasi yang diberitakan media-media tersebut. Informan juga menganggap bahwa apa yang diberitakan atau informasi yang media tersebut siarkan bisa di per-tanggung jawabkan. Semakin ke sini, sadar atau tidak tentu ada bias yang sangat dimungkinkan terjadi. Informasi yang tersebar melalui platform media baru tidak serta merta memiliki kredibilitas informasi yang benar. Ada banyak proses kerja-kerja jurnalistik yang terlewatkan. Misal validasi dan pengecekan fakta-fakta di lapangan, belum lagi seorang jurnalistik terikat etika dan hukum, semakin menguatkan kemungkinan berita-berita bohong (*fake news*) atau kabar *hoaks* yang sarat akan muatan-muatan kepentingan mudah didapati dalam platform media baru ini. Kurangnya filterisasi ini akan berdampak pada penyebaran *hoax* di masyarakat termasuk pada masyarakat akademik yang akan berdampak pada keseharian mereka.

Menyoal konten atau muatan berita yang media hari ini siarkan, dalam satu platform media tentu bukan hanya satu jenis topik saja yang diangkat kemudian diberitakan, melainkan ada banyak sekali topik-topik seperti yang menyangkut politik, ekonomi, bisnis, hukum, olahraga,

budaya hingga gaya hidup, dan setiap topik ada ribuan informasi yang disiarkan ke publik untuk dibaca dan dikonsumsi. Baik makanan, informasi ini pun dikemas dalam berbagai kemasan agar menarik minat pembacanya untuk dilirik dan dibaca tentunya. Ini kemudian menjadi keunggulan media baru ini jika dibandingkan dengan media-media terdahulu.

Ragam informasi bisa dikemas apa saja sesuai keinginan orang-orang yang memproduksi dan tentu sarat akan kepentingan, paling tidak minimal untuk mendapat banyak viewers dan followers. Ragam informasi yang dimaksudkan seperti dikemas dalam bentuk video, gambar berpesanan, belakangan dikenalkan dengan sebutan meme, Headline berita atau judul berita yang memang disengaja dibuat heboh kemudian ditulis besar dan tebal. Semua itu dibuat bukan tanpa alasan, melainkan untuk menarik para pembaca agar mendapatkan respon atau umpan balik dari semua pembacanya. Berbagai informasi dari konten-konten yang digemari oleh informan seringkali memuat beberapa informasi yang belum jelas kebenarannya atau masih bersifat simpang siur, yang kemudian dipercayai oleh informan sebagai suatu kebenaran tanpa melakukan verifikasi lebih lanjut, dikarenakan informasi yang menyebar di media sosial begitu banyak dan konten yang tersaji terkait apa yang viral saat itu.

Informasi mampu mempengaruhi sisi emosional informan, hal ini dikarenakan informasi dengan topik yang sama terus dikonsumsi dan menjadi sumber informasi sehingga informan menganggapnya sebagai sebuah kebenaran. Hal ini juga digambarkan oleh Ellul dan Goulet (dalam Bungin, 2014) Teknologi sudah menguasai hampir seluruh masyarakat, hingga pada fungsi yang substansial. Teknologi bahkan sudah mengatur hampir semua sistem norma atau aturan dalam masyarakat, bahkan seni pertunjukan, sistem komunikasi dan banyak lainnya telah banyak dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Di dalam dunia informasi ini, teknologi Hampir telah menguasai pola pikir masyarakat (*theater of mind*), dimana informasi pada media sosial meninggalkan suatu kesan pada pikiran, dimana kesan informasi dari media sosial tersebut terbentuk pada pikiran yang kemudian membentuk suatu realitas tertentu dalam pikiran para pengguna.

Gempuran informasi yang sifatnya massif dan terus berulang membuat informan semakin meneguhkan kepercayaan bahwa apa yang terjadi hari ini merupakan alat yang digunakan untuk memusuhi kelompok tertentu melalui media. Dan demikianlah post-truth bahwa kebohongan akan dipercayai sebagai suatu kebenaran ketika kebohongan tersebut terus berulang. *"I believe therefore I'm right!"*. Ketidakmampuan kita memberi pembeda atau pemisah antara yang imajiner dan faktual, maya dan real. Baudrillard menyebutnya sebagai hiperrealitas, dimana dapat dilihat sebagai kemampuan informasi melalui media sosial mampu mendaur ulang realitas yang menyebabkan berbaurnya antara realitas asli dengan yang citra, imajinasi, fantasi dan ilusi sehingga masyarakat terkurung dalam realitas semu.

SIMPULAN

Proses terpapar *Hoax* dimulai pada masyarakat akademik sangat akrab dengan dunia maya melalui media sosial, mereka telah mengonsumsi banyak informasi dan berita yang berasal dari media sosial. Pada dasarnya berita yang terkandung pada media sosial secara eksplisit mengandung informasi yang bersifat *hoax*, fakta atau sekadar opini dari pembuat berita. Acapkali masyarakat akademik mengalami *banalitas* informasi atau pendangkalan informasi dimana hanya membaca berita berdasarkan headline atau judul dan tidak fokus dengan isi berita. Selain itu, masyarakat akademik selalu melihat dan membaca berita yang berulang-ulang dan tidak dibarengi berita pembanding. Berita yang berulang-ulang yang tidak disertai berita pembanding akan dikonsumsi sebagai suatu kebenaran bagi masyarakat akademik, terlepas berita tersebut sebenarnya adalah *hoax*, fakta atau opini semata. Meski pada prinsipnya masyarakat akademik identik dengan citra terpelajar yang lebih rasional dalam menyikapi segala sesuatu ternyata tidak luput dari berita *hoax*. Sebagai masyarakat jaringan yang dekat dengan media sosial, telah mengonsumsi banyak informasi dari media-media tersebut. Banyaknya informasi di dalam media sosial membuat masyarakat akademik terjebak pada kondisi dimana mereka tidak mampu membedakan dunia realitas yang nyata dan realitas imajiner.



DAFTAR PUSTAKA

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election *Journal of Economic Perspectives*. *2016 Election Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.
- Astuti, & Dwi, Y. (2015). Dari Simulasi Realitas Sosial Hingga Hiper-Realitas Visual: Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Media Sosial di Cyberspace. *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 08(02 Oktober).
- Astuti, Y. D., King, A., Summer, P., Murti, G. H., Samsudin, A., Rotaru, I., Nitulescu, L., Rudolf, C., Rajagukguk, T. P., Budaya, F. I., Padjadjaran, U., Sofianto, K., Budaya, F. I., Padjadjaran, U., Tahun, K. B., Bandung, K., Tanda, R., Inten, P., Stellarosa, Y., ... Azwar. (2010). ISSN 1676-5648 ESSAYS BAUDRILLARD : WORK AND HYPERREALITY Hermano Roberto Thiry-Cherques Professor da Escola Brasileira de Administração Pública , Fundação Getulio Vargas – Rio de Janeiro – RJ , Brasil. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 8(1), 118–136. https://ejmcm.com/article_7198_956723b788a44fe4594f3c4ee99d2c30.pdf%0Ahttps://publikasi.polije.ac.id/index.php/jeapco/article/view/1515
- Azwar, M. (2014). Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas. *Jurnal Ilmu Perpustakaan & Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*, 2(1).
- Baudrillard, J. (2004). *Masyarakat Konsumsi*. Kreasi Wacana.
- Bungin, B. (2017). *Sosiologi Komunikasi: teori, paradigma, dan diskursi teknologi komunikasi di masyarakat*. Kencana.
- Eka, P. I. P. A. (2016). *Sistem Informasi dan implementasinya*. Informatika.
- Harari, Y. (2018). *Homo Deus*. Harper Collins.
- Juditha, C. (2018). Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation (Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya). *Journal Pekommas*, 3(1), 31. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>
- Kominfo. (2020). *Melawan Hoax*. https://Kominfo.Go.Id/Content/Detail/8790/Melawanhoax/0/Sorotan_media.
- Mastel. (2020). *Survey Mastel Tentang Wabah Hoax Nasional Masyarakat Telematika Indonesia*. https://Www.Bkkbn.Go.Id/Pocontent/Uploads/Infografis_Hasil_Survey_MASTEL_tentang_Wabah_Hoax_Nasional.Pdf.
- Piliang, Y. A. (1998). *Sebuah Dunia yang Dilipat: Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme*. Penerbit Mizan.
- Pratama, H. S. (2019). *Buku Panduan Berpikir Kritis Menghadapi Berita Palsu (Hoaks) di Media Sosial* (I. N. F. on I. D. (INFID). (ed.)).
- Rulli, N. (2012). Internet dan Ruang Publik Virtual, Sebuah Refleksi atas Teori Ruang Publi Habermas. *Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah*, 4(1).
- Saumantri, T., & Zikrillah, A. (2020). Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 247. <https://doi.org/10.24235/orasi.v11i2.7177>
- Situngkir. (2017). *Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation (Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya)*. https://Www.Bkkbn.Go.Id/Pocontent/Uploads/Infografis_Hasil_Survey_MASTEL_tentang_Wabah_Hoax_Nasional.Pdf.
- Suyanto. (2014). *Artificial Intelligence*. Sekolah Tinggi Teknologi Telkom.