



## Interaksi Komunikasi Hoax Di Media Sosial Serta Antisipasinya

Muhammad Salim Albana<sup>1</sup>, Alif Dava Mahesa<sup>2</sup>, Indriani Putri<sup>3</sup>, Noerma Kurnia Fajarwati<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bina Bangsa

Email: [msalimalbana07@gmail.com](mailto:msalimalbana07@gmail.com)<sup>1</sup>, [mahesaa164@gmail.com](mailto:mahesaa164@gmail.com)<sup>2</sup>, [indrianiputri0405@gmail.com](mailto:indrianiputri0405@gmail.com)<sup>3</sup>, [muma.kurnia@gmail.com](mailto:muma.kurnia@gmail.com)<sup>4</sup>

**Abstract.** *This study aims to get an overview of the interaction of hoax communication on social media and how to anticipate it. This study uses a qualitative method with a case study approach, by comparing three different hoax cases that are popular in Indonesian society, namely hoaxes about the government of President Jokowi, hoaxes about the Governor of DKI Jakarta Ahok, and hoaxes about the Covid-19 pandemic. The data used in this study come from various sources, such as social media, mass media, reports, documents, or interviews. The collected data were then analyzed using content analysis, discourse analysis, or narrative analysis techniques, according to the type and nature of the data. The results of this study show that the interaction of hoax communication on social media is a complex, dynamic, and multidimensional communication process, involving various parties, factors, and impacts. This study also shows that the anticipation of hoaxes on social media is a comprehensive, collaborative, and coordinated effort, involving various parties, approaches, and strategies. This study contributes to the development of communication science, benefits for communication practitioners, and input for related parties, in dealing with and overcoming hoaxes on social media.*

**Keywords:** *communication interaction, hoax, social media, hoax anticipation, case study*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai interaksi komunikasi hoax di media sosial dan cara mengantisipasinya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dengan membandingkan tiga kasus hoax berbeda yang populer di masyarakat Indonesia, yaitu hoax tentang pemerintahan Presiden Jokowi, hoax tentang Gubernur DKI Jakarta Ahok, dan hoax tentang Covid-19. pandemi. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari berbagai sumber, seperti media sosial, media massa, laporan, dokumen, atau wawancara. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis isi, analisis wacana, atau analisis naratif, sesuai dengan jenis dan sifat datanya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi komunikasi hoax di media sosial merupakan proses komunikasi yang kompleks, dinamis, dan multidimensi, yang melibatkan berbagai pihak, faktor, dan dampak. Kajian ini juga menunjukkan bahwa antisipasi hoaks di media sosial merupakan upaya komprehensif, kolaboratif, dan terkoordinasi, yang melibatkan berbagai pihak, pendekatan, dan strategi. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, manfaat bagi praktisi komunikasi, dan masukan bagi pihak terkait, dalam menangani dan mengatasi hoax di media sosial.

**Kata Kunci:** interaksi komunikasi, hoax, media sosial, antisipasi hoax, studi kasus

### PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat modern. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana berkomunikasi, berbagi informasi, dan bersosialisasi, tetapi juga sebagai sumber informasi dan pengetahuan. Namun, media sosial juga memiliki sisi negatif, yaitu penyebaran informasi atau berita palsu yang disebut hoax. Hoax adalah informasi yang tidak benar, tidak akurat, atau tidak lengkap yang disebarakan dengan tujuan tertentu, seperti mengelabui, menipu, memprovokasi, atau merugikan pihak lain (Christiany, 2018).

Hoax dapat berdampak buruk bagi individu, kelompok, maupun masyarakat secara keseluruhan. Hoax dapat menimbulkan kebingungan, keraguan, ketakutan, kemarahan, kebencian, atau konflik antara pihak-pihak yang terlibat. Hoax juga dapat merusak reputasi, kredibilitas, atau kepercayaan publik terhadap sumber informasi, institusi, atau tokoh tertentu. Hoax juga dapat mengganggu stabilitas, keamanan, atau kesejahteraan sosial, politik, ekonomi, atau budaya suatu negara (Nurwahid, 2024).

Menurut survei Mastel 2017, masyarakat Indonesia menerima hoax setiap hari lebih dari satu kali, dan saluran yang paling banyak digunakan dalam penyebaran hoax adalah media sosial (Christiany, 2018). Fenomena hoax di Indonesia semakin marak seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet dan media sosial. Hoax seringkali berkaitan dengan isu-isu sensitif, seperti agama, etnis, ras, politik, atau kesehatan, yang dapat memicu emosi dan reaksi masyarakat. Hoax juga seringkali dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk menanamkan fitnah, kebencian, atau propaganda tertentu, terutama menjelang atau saat terjadi peristiwa penting, seperti pemilu, pilkada, bencana, atau pandemi (Nurwahid, 2024).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang interaksi komunikasi hoax di media sosial dan cara mengantisipasinya. Interaksi komunikasi hoax di media sosial adalah proses komunikasi yang terjadi antara pengirim dan penerima pesan hoax melalui media sosial, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang melibatkan aspek-aspek seperti konten, konteks, saluran, efek, dan umpan balik (Christiany, 2018). Antisipasi hoax di media sosial adalah upaya-upaya yang dilakukan oleh berbagai pihak, seperti pemerintah, media, akademisi, masyarakat sipil, atau individu, untuk mencegah, mengurangi, atau mengatasi dampak negatif hoax di media sosial, baik melalui pendekatan kelembagaan, teknologi, atau literasi (Nurwahid, 2024).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus. Studi kasus dipilih karena dapat memberikan pemahaman yang mendalam dan holistik tentang fenomena yang diteliti dalam konteks nyata (Yin, 2018). Studi kasus ini menyoroti tiga kasus hoax yang ramai di masyarakat Indonesia, yaitu hoax tentang pemerintahan Presiden Jokowi, hoax tentang Gubernur DKI Jakarta Ahok, dan hoax tentang pandemi Covid-19. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari berbagai sumber, seperti media sosial, media massa, laporan, dokumen, atau wawancara. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis isi, analisis wacana, atau analisis naratif, sesuai dengan jenis dan sifat data (Creswell, 2019).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya tentang fenomena hoax di media sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi praktisi komunikasi, khususnya dalam merancang dan melaksanakan strategi komunikasi yang efektif untuk mengantisipasi hoax di media sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak-pihak terkait, seperti pemerintah, media, akademisi, masyarakat sipil, atau individu, dalam menghadapi dan menanggulangi hoax di media sosial.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Yin (2018), studi kasus adalah suatu strategi penelitian yang mempelajari suatu fenomena secara mendalam dan holistik dalam konteks nyata, dengan menggunakan berbagai sumber bukti. Studi kasus cocok digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang bersifat “bagaimana” dan “mengapa” tentang suatu kasus yang kompleks, kontemporer, dan tidak jelas batasannya dengan konteksnya.

Dalam penelitian ini, kasus yang diteliti adalah interaksi komunikasi hoax di media sosial dan cara mengantisipasinya. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif, mendalam, dan kontekstual tentang fenomena tersebut, dengan mempertimbangkan berbagai aspek, seperti pihak-pihak yang terlibat, faktor-faktor yang mempengaruhi, dampak-dampak yang ditimbulkan, dan upaya-upaya yang dilakukan. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan studi multi-kasus, yaitu membandingkan tiga kasus hoax yang berbeda, yaitu hoax tentang pemerintahan Presiden Jokowi, hoax tentang Gubernur DKI Jakarta Ahok, dan hoax tentang pandemi Covid-19. Pendekatan ini dimaksudkan untuk meningkatkan validitas, reliabilitas, dan generalisasi temuan penelitian.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau informan yang terkait dengan kasus yang diteliti, melalui teknik wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber lain yang relevan dengan kasus yang diteliti, seperti media sosial, media massa, laporan, dokumen, atau jurnal ilmiah. Data primer dan data sekunder akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Creswell, 2019).

## PEMBAHASAN

Penelitian ini telah menggambarkan bagaimana interaksi komunikasi hoax di media sosial terjadi dan bagaimana cara mengantisipasinya. Dari tiga kasus hoax yang diteliti, yaitu hoax tentang pemerintahan Presiden Jokowi, hoax tentang Gubernur DKI Jakarta Ahok, dan hoax tentang pandemi Covid-19, dapat ditemukan beberapa temuan penting, antara lain:

- Interaksi komunikasi hoax di media sosial melibatkan berbagai pihak, baik pengirim, penerima, maupun penyebar hoax. Pengirim hoax biasanya adalah pihak yang memiliki motif politik, ekonomi, atau ideologis tertentu, yang ingin menjatuhkan, menyerang, atau merusak citra pihak lain. Penerima hoax adalah pihak yang mungkin tidak memiliki pengetahuan, keterampilan, atau sikap kritis terhadap informasi yang diterima, sehingga mudah percaya dan terpengaruh oleh hoax. Penyebar hoax adalah pihak yang secara sadar atau tidak sadar ikut menyebarkan hoax kepada orang lain, baik melalui media sosial, pesan singkat, atau komunikasi lisan. Penyebar hoax dapat berperan sebagai agen, kontributor, atau konsumen hoax, tergantung pada tingkat keterlibatan dan kesadaran mereka (Christiany, 2018).
- Interaksi komunikasi hoax di media sosial dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi karakteristik individu, seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, afiliasi politik, agama, atau budaya, yang dapat mempengaruhi persepsi, preferensi, atau sikap seseorang terhadap informasi yang diterima. Faktor eksternal meliputi karakteristik informasi, seperti konten, konteks, saluran, sumber, atau efek, yang dapat mempengaruhi kredibilitas, keterpercayaan, atau daya tarik informasi bagi penerima. Faktor eksternal juga meliputi karakteristik situasi, seperti peristiwa, isu, atau kondisi sosial, politik, ekonomi, atau budaya, yang dapat mempengaruhi relevansi, urgensi, atau sensitivitas informasi bagi penerima (Christiany, 2018).
- Interaksi komunikasi hoax di media sosial memiliki dampak negatif bagi individu, kelompok, maupun masyarakat secara keseluruhan. Dampak negatif bagi individu meliputi kerugian materiil, psikologis, atau reputasional, akibat menjadi korban, pelaku, atau saksi hoax. Dampak negatif bagi kelompok meliputi konflik, polarisasi, atau diskriminasi, akibat adanya perbedaan, persaingan, atau permusuhan antara kelompok yang terlibat hoax. Dampak negatif bagi masyarakat meliputi ketidakstabilan, ketidakamanan, atau ketidaksejahteraan, akibat adanya gangguan, ancaman, atau krisis yang ditimbulkan oleh hoax (Nurwahid, 2024).

- Antisipasi hoax di media sosial memerlukan kerjasama dan koordinasi antara berbagai pihak, baik pemerintah, media, akademisi, masyarakat sipil, maupun individu. Antisipasi hoax di media sosial dapat dilakukan dengan tiga pendekatan, yaitu kelembagaan, teknologi, dan literasi. Pendekatan kelembagaan meliputi pembentukan, penguatan, atau penegakan lembaga-lembaga yang berwenang untuk mencegah, mendeteksi, atau menindak hoax, seperti kementerian, komisi, badan, atau tim khusus, yang dapat mengeluarkan kebijakan, regulasi, atau sanksi terkait hoax. Pendekatan teknologi meliputi pengembangan, pemanfaatan, atau penyebaran teknologi-teknologi yang dapat membantu mengidentifikasi, memverifikasi, atau menghapus hoax, seperti aplikasi, platform, algoritma, atau sistem cerdas, yang dapat memfilter, menandai, atau menghapus hoax. Pendekatan literasi meliputi penyediaan, peningkatan, atau penyebarluasan literasi-literasi yang dapat meningkatkan kemampuan, keterampilan, atau sikap kritis terhadap informasi, seperti literasi media, informasi, digital, atau siber, yang dapat membantu menganalisis, mengevaluasi, atau memilih informasi (Nurwahid, 2024).

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain; Penelitian ini hanya menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus, sehingga tidak dapat menggeneralisasi hasil penelitian ke populasi yang lebih luas. Penelitian ini juga hanya menyoroti tiga kasus hoax yang terkait dengan isu-isu sensitif, sehingga tidak dapat merepresentasikan berbagai jenis hoax yang ada di media sosial. Penelitian ini juga hanya menggunakan data sekunder, seperti media sosial, media massa, laporan, dokumen, atau wawancara, sehingga tidak dapat menggali lebih dalam persepsi, motivasi, atau dampak hoax bagi pihak-pihak yang terlibat.

Penelitian ini juga memiliki beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, antara lain; Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode kuantitatif atau campuran, sehingga dapat mengukur variabel-variabel yang terkait dengan interaksi komunikasi hoax di media sosial dan cara mengantisipasinya. Penelitian selanjutnya juga dapat meneliti lebih banyak kasus hoax yang beragam, sehingga dapat memperkaya wawasan tentang fenomena hoax di media sosial. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan data primer, seperti survei, eksperimen, atau observasi, sehingga dapat mengetahui lebih detail tentang perilaku, sikap, atau efek hoax bagi pihak-pihak yang terlibat.

## KESIMPULAN

Penelitian ini telah menjelaskan tentang interaksi komunikasi hoax di media sosial dan cara mengantisipasinya. Penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi komunikasi hoax di media sosial adalah proses komunikasi yang kompleks, dinamis, dan multidimensi, yang melibatkan berbagai pihak, faktor, dan dampak. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa antisipasi hoax di media sosial adalah upaya-upaya yang komprehensif, kolaboratif, dan koordinatif, yang melibatkan berbagai pihak, pendekatan, dan strategi.

Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, manfaat bagi praktisi komunikasi, dan masukan bagi pihak-pihak terkait, dalam menghadapi dan menanggulangi hoax di media sosial. Penelitian ini juga memberikan keterbatasan dan saran bagi penelitian selanjutnya, yang dapat mengembangkan, memperdalam, atau memperluas penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Christiany, J. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya. *Jurnal Pekommas*, 3(1), 31-44.
- Nurwahid, A. (2024). 50+ Daftar Jurnal Nasional dan Internasional Terbit Januari 2024. *Riviera Blog*.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.