

BAB III

MEMAHAMI PENGALAMAN MEMPROSES INFORMASI SARA

Pada bab III ini berisi penjelasan mengenai penyusunan sintesis makna tekstural dan struktural, yang bersumber dari penggambaran pengalaman seluruh individu yang menjadi informan penelitian ini secara tekstural dan struktural. Langkah ini bertujuan untuk menggabungkan secara intuitif (*intuitive integration*) deskripsi tekstural dan deskripsi struktural ke dalam sebuah kesatuan pernyataan mengenai esensi pengalaman dari suatu fenomena secara keseluruhan. Esensi pengalaman merupakan pengalaman para informan penelitian secara keseluruhan dilihat secara umum dan universal (Moustakas, 1994 : 100). Penyajian sintesis makna tekstural dan struktural pada bagian ini akan mengungkapkan temuan-temuan penelitian yang mengacu pada bagaimana pengalaman individu dalam melakukan pemrosesan informasi SARA dan memaknai kehadiran hoaks SARA sebagai suatu pengalaman kelompok.

Sintesis Makna Tekstural dan Struktural

1.1. Aktivitas Pemilihan Informasi Teraktual dan Penggunaan Media

Dalam kehidupan sehari-hari, para informan mengakses berbagai informasi seperti berita teraktual (politik, ekonomi, sosial, olahraga, keuangan), hiburan (gosip artis, pertandingan sepakbola, komedi, *talkshow*), informasi yang berkaitan dengan pekerjaan, kesehatan (manfaat jamu tradisional), keagamaan, relasi sosial, informasi diskon atau promosi barang kebutuhan dari pusat perbelanjaan, dan informasi yang cenderung spesifik seperti informasi yang

berkaitan dengan bidang akademik atau ilmiah. Secara dominan, informasi-informasi tersebut diperoleh melalui media internet, ketika mereka melakukan rutinitas sehari-hari seperti bekerja dan menjalani studi pada perguruan tinggi serta kegiatan lainnya yang berada di sekitar tempat kerja atau tempat tinggal.

Berbagai situs yang diakses untuk memperoleh informasi antara lain email (gmail), portal berita *online* (detik.com, CNN Indonesia), *e-learning*, situs resmi pemerintah pusat dan daerah, UNESCO, United Nations (UN), World Health Organization (WHO), Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII), situs yang berkaitan dengan keagamaan (konsultasisyariah.com, muslim.or.id, rumaysho.com, jejakiman.com, ammartour.com, nusantarakini.com), serta *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Blog*, *LinkedIn*, aplikasi *Line*, *What's app*. Hampir setiap hari, mereka dapat terhubung dengan jaringan internet aktif selama minimum tiga jam melalui perangkat-perangkat teknologi di sekitarnya seperti *handphone* atau komputer (laptop). Bahkan dua orang informan selalu mengaktifkan jaringan internetnya selama 24 jam per hari. Namun demikian, mereka juga masih mengakses informasi tambahan melalui media lainnya seperti televisi, radio, media luar ruang (*billboard* atau baliho), dan media cetak (koran dan majalah) yang berada di sekitar mereka seperti di tempat bekerja, tempat tinggal, atau di sepanjang perjalanan. Bahkan media *word of mouth* (WOM) juga digunakan para informan, ketika mereka berbagi informasi dengan keluarga, sahabat, tetangga, atau rekan kerja melalui kegiatan *face-to-face interaction*.

Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa dalam menjalani aktivitas bekerja, melanjutkan studi, dan aktivitas lainnya sehari-hari, para individu terterpa informasi dengan intensitas yang cukup tinggi sebagai dampak dari kegiatan mereka melakukan *information seeking*. Dalam gagasan pemikiran teoritik *Information Seeking Theory*, dijelaskan bahwa para pengguna informasi dapat menggunakan media komunikasi yang bermacam-macam bentuknya, dengan tujuan mencari dan menemukan informasi yang diinginkannya (Yusup dan Subekti, 2010 : 104). Para individu mengakses berbagai informasi yang bervariasi, seperti informasi yang bersifat aktual-domestik yaitu informasi yang berkaitan dengan pekerjaan, akademik atau ilmiah, kesehatan, keuangan, keagamaan, relasi sosial, serta informasi yang berkaitan dengan diskon atau promosi barang kebutuhan rumah tangga. Bahkan informasi yang tidak berkaitan langsung dengan rutinitas sehari-hari seperti politik, ekonomi, sosial, hiburan, dan olahraga, juga menjadi bagian dari informasi yang dicari dan dipilih untuk kepentingan pribadi individual atau dibagikan kepada orang lain.

Secara aktif, mereka melakukan *selective exposure* terhadap beragam informasi yang akan diaksesnya demi memenuhi *needs* serta *want* informasi, yang berkaitan dengan jenis dan jumlah aktivitasnya sehari-hari seperti bekerja, menjalani studi, bekerja dan melanjutkan studi, melakukan pekerjaan tambahan (berjualan burung kenari), serta melakukan aktivitas-aktivitas lainnya.

Media internet dipilih sebagai *media gratifications* yang dominan untuk aktivitas utama dan aktivitas lainnya sehari-hari. Dengan realitas seperti ini, mereka memiliki kemampuan dan peluang untuk melakukan seleksi terhadap (terpaan) informasi yang akan dipilih atau diakses, termasuk terhadap jenis media yang dipilih. Namun demikian, dalam konteks kasus ini, penentuan jenis media hanya sebagai akibat dari seleksi jenis informasi. Para individu cenderung melakukan seleksi ‘prioritas’ pada jenis pesan atau informasi yang berkaitan secara langsung dengan aktivitas utama mereka sehari-hari, sehingga mendorong mereka untuk memilih media internet sebagai sumber dan saluran informasi yang diutamakan. Secara umum, informasi yang tersedia di dalam media internet lebih bersifat *universal-archived*, sehingga dapat diakses sewaktu-waktu oleh para penggunanya.

Internet dipahami sebagai ‘infrastruktur penting’ yang menopang kelancaran aktivitas utama mereka sehari-hari, seperti layanan email (surat elektronik) yang dapat digunakan untuk bekerja atau kepentingan studi. Selain itu, mereka juga terhubung secara aktif dengan situs *Instagram, Facebook, Twitter, Blog, LinkedIn*, aplikasi *Line*, atau *What’s app* yang termasuk ke dalam jenis media sosial. Dalam catatan Rulli Nasrullah dijelaskan bahwa keunikan media sosial yaitu membentuk masyarakat berjejaring (*network society*), sehingga distribusi informasi dapat berlangsung terus-menerus (Nasrullah, 2015 : 103). Pada umumnya, mereka menggunakan media sosial untuk melakukan

lima kegiatan yaitu mencari informasi, membagikan informasi, bersosialisasi dengan teman dan kerabat yang jarang bertemu, menyimpan dokumentasi pribadi (foto), serta untuk kepentingan pekerjaan utama atau pekerjaan tambahan (berjualan burung kenari). Oleh karena itu, media sosial cenderung dianggap sebagai saluran informasi dan komunikasi yang menarik bagi aktivitas mencari serta berbagi informasi oleh individu.

Para individu juga menggunakan media lainnya seperti televisi (KompasTV, MetroTV, NetTV, TvOne), radio, media cetak (koran dan majalah), dan media luar ruang (*billboard* atau baliho) sebagai sumber informasi sehari-hari, namun keberadaan media-media tersebut cenderung hanya diposisikan sebagai sumber informasi pelengkap untuk hiburan atau penambah pengetahuan. Jenis informasi hiburan seperti pertandingan sepakbola, tayangan komedi, *talkshow*, atau gosip artis serta informasi mengenai berita teraktual dan lain-lainnya yang disajikan media merupakan bagian dari informasi yang dipilih oleh para individu.

Faktor penting yang memberikan kontribusi secara langsung dalam aktivitas individu mengakses informasi dari media internet adalah tersedianya perangkat teknologi seperti *handphone* dan komputer (laptop), yang lebih bersifat *private* serta dapat menghubungkan individu dengan koneksi atau jaringan aktif internet. Oleh karena itu, mobilitas mereka dalam beraktivitas

secara personal maupun sosial dengan orang lain, cenderung tidak mengalami hambatan.

Pada studi yang dilakukan oleh Wilbur Schramm mengenai perilaku khalayak dalam memilih media tertentu, dijelaskan bahwa individu cenderung menerapkan prinsip kemudahan dan prinsip harap imbalan dalam menentukan jenis media yang dipilihnya (Rivers, 2003 : 311). Meskipun media-media seperti televisi, radio, media cetak (koran dan majalah), atau media luar ruang (*billboard* dan baliho) juga tersedia dan relatif mudah diperoleh para informan, namun penggunaannya tidak terlalu menonjol dalam keseharian mereka. Para informan cenderung lebih memilih jenis media yang dapat menyediakan jenis informasi yang dibutuhkan serta berkaitan dengan aktivitas sehari-hari secara langsung, yaitu internet.

Fenomena yang menonjol dalam perilaku individu memilih jenis informasi teraktual dan menggunakan media sehari-hari yaitu adanya faktor latar belakang atau tingkat pendidikan. Pada umumnya, orang yang berpendidikan tinggi, lebih banyak menggunakan media, meskipun ada variasi untuk media tertentu (Rivers, 2003 : 308). Secara tersirat, individu yang berpendidikan doktoral (strata tiga) memiliki beban kerja dan jumlah aktivitas yang cenderung lebih banyak daripada individu yang berpendidikan strata satu atau lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), sehingga mendorongnya untuk mencari dan mengakses jumlah informasi yang lebih banyak. Bahkan dalam mengakses

media internet, perangkat teknologinya (terutama *handphone*) selalu terhubung dengan jaringan aktif internet selama 24 jam, yang memudahkannya untuk mengakses berbagai informasi sewaktu-waktu. Selain itu, sumber informasi yang digunakannya sehari-hari, tidak hanya terbatas pada media internet saja, namun juga terdapat jenis media lain seperti televisi, media cetak (koran), media luar ruang (*billboard* dan *baliho*), serta *word of mouth* (WOM).

1.2. Upaya Pemrosesan Informasi SARA

Upaya pemrosesan berbagai informasi SARA yang berasal dari sejumlah saluran informasi dan komunikasi ke dalam sistem kognisi individu, dapat diperhatikan dari gambaran pengalaman seluruh informan penelitian yang mewakili kelompok individu berdomisili di Jakarta, Bekasi, dan Semarang. Dalam menjalani kegiatan hidup sehari-hari, mereka terhubung dengan berbagai jenis media massa untuk berbagai keperluan dan kebutuhan informasi mereka. Pengalaman individu dalam memproses dan memahami informasi berkonten SARA, dapat dilihat dari : (1) Terpaan Informasi SARA melalui Saluran Informasi dan Komunikasi ; (2) Proses Kognitif Informasi SARA ; serta (3) Struktur Kognitif Mengenai Fenomena Hoaks SARA

1. Terpaan Informasi SARA melalui Saluran Informasi dan Komunikasi

Dari pengamatan para informan, informasi berkonten SARA relatif mudah ditemukan melalui *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Blog*, dan aplikasi *Line* yang terhubung dengan jaringan internet. Oleh karena itu, dalam beraktivitas

sehari-hari mengakses sejumlah informasi teraktual, mereka memiliki peluang untuk menerima terpaan informasi berkonten SARA sewaktu-waktu. Terpaan merupakan suatu tindakan menerima komunikasi, baik secara pasif atau aktif dari sumbernya (Berelson and Steiner, 1964 : 14). Namun demikian, informasi SARA juga ditransmisikan melalui saluran informasi dan komunikasi lainnya seperti portal berita *online* CNN Indonesia, situs kumparan.com, *word of mouth* (WOM), dan stasiun televisi MetroTV serta TvOne.

Informasi berkonten SARA, dalam konteks penelitian ini, merupakan informasi yang berkaitan atau berkonten mengenai etnis, agama, dan golongan atau kelompok lainnya. Informasi SARA yang diperoleh dan diingat oleh para informan penelitian ini, secara dominan berkonten mengenai etnis dan agama. Sedangkan informasi yang berkaitan dengan golongan atau kelompok tertentu lainnya, cenderung lebih sedikit. Sejumlah kasus yang berkaitan dengan golongan atau kelompok (politik) yaitu jalan tol Jokowi, pohon plastik di Provinsi DKI Jakarta, dan jalan tol Cipali.

Informasi SARA yang berkaitan dengan etnis dan agama yaitu kasus pembantaian Muslim di Thailand, Tenaga Kerja Asing (TKA) dari Cina, pelarangan tempat ibadah untuk berpolitik, teroris adalah Islam, isu ulama dalam Pilkada Provinsi Jawa Barat, informasi tentang agama Kristen dan etnis Cina, dan amandemen UUD'45 untuk mengakomodasi para warga non

pribumi. Kemudian terdapat juga kasus mengenai pernikahan individu etnis Cina dan pribumi Indonesia, Presiden Jokowi keturunan etnis Cina, Iriana Jokowi dan Ani Yudhoyono beragama Kristen, kasus Sri Sultan Hamengkubuwono X, Kristenisasi melalui seragam perusahaan, etnis Rohingya dan etnis Madura di Jakarta, *server* sistem komputerisasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang dibajak oleh *hacker* Cina, kasus yang berkaitan dengan Ahok, dan kasus yang berkaitan dengan sepakbola antara Liverpool (Inggris) dengan Real Madrid (Spanyol) pada final Liga Champions Eropa tahun 2018.

Kemunculan informasi-informasi tersebut melalui saluran informasi dan komunikasi para informan, cenderung mendorong *involuntary attention* mereka secara individual. Dalam perspektif komunikasi pemasaran, *involuntary attention* (perhatian yang tidak disengaja) terjadi ketika para konsumen (individu) diekspos pada sesuatu yang mengejutkan, baru, mengancam, atau tidak terduga dan mereka menanggapinya secara otonomis dengan mengarahkan serta mengalokasikan perhatian pada rangsangan yang ada (Mowen, 2002 : 99).

Pada awalnya, para individu dalam konteks penelitian ini, dihadapkan pada situasi *unaware*, karena secara dominan informasi-informasi yang muncul tersebut tidak menjadi bagian dari informasi yang dipilih untuk aktivitas sehari-hari (*informational goal*) mereka. Kemunculan informasi-

informasi berkonten SARA merupakan dampak lain, yang merupakan *secondary effect* dalam aktivitas mereka memilih serta mengakses informasi sehari-hari dari saluran informasi. Oleh karena itu, mereka melakukan *information grouping* untuk informasi yang bersifat aktual-domestik, informasi tambahan pengetahuan, dan informasi SARA.

Jenis media atau saluran informasi dan komunikasi mempengaruhi bentuk fisik dari informasi SARA. Secara tidak langsung, karakteristik dari saluran informasi dan komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi berkonten SARA, berkaitan dengan bentuk informasinya. Para individu yang menjadi informan penelitian ini mengamati bahwa informasi mengenai pemberitaan kasus yang berkaitan dengan Ahok, yang berwujud gambar video secara audio visual diberitakan oleh media atau stasiun televisi. Sedangkan pemberitaan melalui portal berita *online* CNN Indonesia dan situs kumparan.com, informasi SARA yang disebarkannya berwujud narasi berita.

Wujud fisik informasi berkonten SARA yang disebarkan melalui *Facebook*, *Instagram*, atau *Twitter*, dan aplikasi *Line* tidak hanya terbatas pada informasi yang berasal dari pengirimnya, yang dapat berupa video (audio-visual) serta narasi tulisan saja, namun juga melibatkan komentar dari para *netizen*. Berbagai komentar dari para komentator amatir (sebagian *netizen*) di *Instagram* dan *Facebook* pada saat menanggapi suatu informasi, juga mengarah pada informasi SARA. Misalnya dalam kasus Ahok, yang

sarat dengan sejumlah kepentingan, ditanggapi oleh para *netizen* dengan komentar yang mengarah pada persoalan etnis dan agama, sehingga menggiring komentar dari pengguna lainnya untuk berpendapat yang hampir sama. Sedangkan informasi yang disebarkan melalui *word of mouth*, berwujud cerita (lisan) yang didengar informan secara berkelanjutan.

2. Proses Kognitif Informasi SARA

Para ahli psikolog kognitif menyatakan bahwa setiap hari individu terekspos dengan berbagai informasi dalam jumlah yang sangat besar. Namun informasi-informasi tersebut disaring, sehingga hanya sebagian kecil informasi yang dapat mencapai pikiran sadar dan menarik perhatian individu untuk diproses serta disimpan dalam memori jangka panjang (Baran dan Davis, 2014 : 311). Proses ini terjadi di dalam sistem kognitif individu. Kognitif atau kognisi merupakan bagian dari jiwa manusia yang mengolah informasi pengetahuan, pengalaman, dorongan, perasaan, dan sebagainya, baik yang datang dari luar maupun dari dalam diri sendiri hingga terjadi simpulan-simpulan yang selanjutnya menghasilkan perilaku (Sarwono, 1999 : 76). Sebagian dari informasi berkonten SARA yang diperoleh dan diingat oleh para informan, dapat menarik perhatian (*attention*) dan memotivasi (*motivation*) mereka untuk mengikuti perkembangannya. Pada tahap ini, terjadi pemrosesan sejumlah informasi SARA dalam sistem kognitif individu.

John C. Mowen dan Michael Minor menjelaskan bahwa pemrosesan informasi merupakan proses di mana para konsumen (individu) diarahkan menuju informasi, diajak untuk mencari informasi, memahami informasi, menempatkan informasi di dalam memori mereka, dan membukanya kembali untuk dipergunakan kemudian (Mowen, 2002 : 78). Pada saat individu terpapar informasi yang berkonten SARA yang menarik perhatiannya (*attention*), mereka termotivasi (*motivation*) untuk mengikuti perkembangan informasi tersebut melalui berbagai saluran informasi dan komunikasinya. Motivasi yang diartikan sebagai kecenderungan (suatu sifat yang merupakan pokok pertentangan) dalam diri seseorang yang membangkitkan tanggapan dan tindakan (Setiadi, 2003 : 25), dalam konteks ini, berwujud keinginan individu untuk mengikuti perkembangan dari suatu informasi SARA yang diperolehnya.

Dalam gagasan pemikiran teoritik *Elaboration Likelihood Theory* (ELT) yang dikembangkan oleh Richard Petty dan John Cacioppo, dijelaskan bahwa individu (komunikator) akan berusaha memproses pesan-pesan persuasif dengan caranya (Littlejohn, 2017 : 59). Informasi yang diikuti perkembangannya dari waktu ke waktu antara lain informasi tentang agama Kristen dan etnis Cina, informasi tentang kasus yang berkaitan dengan Ahok atau Pemilihan Kepala Daerah Khusus Ibukota tahun 2017, isu Kristenisasi seragam kantor, kasus etnis Rohingya dan etnis Madura di Jakarta, dan kasus

yang berkaitan dengan sepakbola antara Liverpool (Inggris) dengan Real Madrid (Spanyol) pada final Liga Champions Eropa tahun 2018. Kelima informasi ini mendorong rasa penasaran dan menyebabkan *cognitive dissonance* pada individu.

Informasi yang berkaitan dengan agama Kristen dan etnis Cina, disebarkan melalui *Facebook* secara terus-menerus, sehingga menyebabkan informan merasa jengkel dan membaca konten pesannya secara berkelanjutan. Kasus yang berkaitan dengan etnis Rohingya diperoleh melalui pemberitaan media, yang dikomparasikan dengan kasus etnis Madura di Jakarta yang diperoleh melalui pengalaman pribadi, artikel pada sebuah *Blog*, serta pengalaman dari seorang atasannya di kantor yang mengetahui perkembangan kasus etnis Rohingya secara langsung.

Pada kasus yang berkaitan dengan final Liga Champions Eropa tahun 2018, yang memunculkan informasi mengenai adanya rencana aksi demonstrasi di depan kantor Kedutaan Besar Spanyol untuk mendukung Mohammad Salah, perkembangannya diikuti oleh seorang informan (Jakarta) melalui *Instagram* dan sejumlah berita dari *Google*. Sementara perkembangan isu Kristenisasi karyawan melalui seragam kerja, yang mendorong kerisauan informan (Bekasi) untuk sementara waktu, diperoleh melalui informasi yang bersumber dari perusahaan lain dan tim manajemen internal. Sedangkan pada kasus yang berkaitan dengan kasus Gubernur DKI Jakarta atau Basuki Tjahaja

Purnama (Ahok), perkembangannya diikuti melalui sejumlah media massa seperti televisi atau internet.

Informasi SARA yang berkaitan dengan kasus Ahok cenderung lebih diperhatikan, karena menjadi pemberitaan sejumlah media massa secara luas. Bahkan seorang informan wanita yang berdomisili di Jakarta mengikuti perkembangan kasusnya dari awal hingga putusan pengadilan. Selain itu, informasi SARA yang berkaitan dengan Ahok, memunculkan sejumlah informasi berkonten SARA lainnya, sehingga kasus pidato Ahok yang terjadi pada tanggal 30 September 2016 di Pulau Pramuka Kepulauan Seribu ini mendorong perubahan sikap atau suasana emosional dari tiga orang informan. Seorang informan mengikuti kegiatan aksi massa 212 yang diselenggarakan di sekitar Monumen Nasional Jakarta, yang menuntut Ahok untuk dihukum, karena telah dinilai melakukan penistaan terhadap Kitab Suci Al-Quran dan agama Islam. Sejumlah informasi SARA yang muncul sebagai akibat dari adanya kasus Ahok adalah etnis Cina adalah kafir, Jokowi keturunan etnis Cina, Cina merupakan bangsa penjajah, orang Cina tidak dapat menjadi pemimpin di Indonesia, orang Kristen tidak diperbolehkan menjadi pemimpin, dan Ahok adalah orang Cina kafir.

Adanya informasi berkonten SARA, juga mendorong individu untuk mencermati berbagai macam kontennya. Realitas ini mendorong adanya kesadaran (*awareness*) diantara mereka mengenai informasi yang diterima

dan diprosesnya sebagai berita faktual atau hoaks. Namun demikian, mereka berkesimpulan bahwa informasi hoaks SARA tidak dapat diketahui secara langsung hanya dengan melihat atau mendengarnya sekilas, karena diperlukan beberapa pengamatan yang cermat dan teliti untuk menyimpulkan bahwa informasi yang diperolehnya termasuk berita faktual atau hoaks. Oleh karena itu, mereka perlu melakukan beberapa langkah yaitu (a) membaca atau mendengarkan dengan teliti secara berulang-ulang. Para informan mengaku bahwa mereka membaca dengan teliti informasi atau berita yang dianggapnya aneh dan tidak masuk akal secara berulang-ulang. (b) Berpikir dari sudut pandang yang berbeda. Seorang individu mengaku berusaha untuk berpikir dari sudut pandang yang berbeda, dalam menindaklanjuti suatu informasi yang berkonten SARA. (c) Melakukan komparasi, merupakan langkah berikutnya yang diperlukan untuk mencermati informasi berkonten SARA, caranya adalah melakukan perbandingan dengan berita dari sumber lain yang dapat diperoleh melalui mesin pencari *Google* atau media lain seperti televisi, surat kabar, dan media konvensional lainnya, sehingga dapat diketahui kejelasan peristiwa yang sedang dipersoalkan.

Fenomena yang menonjol dalam tahap ini, seorang informan mengaku bahwa dirinya dapat mengumpulkan minimal sepuluh artikel yang terkait dari berbagai sumber, untuk menambah pengetahuannya mengenai informasi SARA yang diperolehnya. (d) Bertanya kepada sumber resmi. Langkah ini

dilakukan oleh seorang informan untuk memperoleh kejelasan informasi. Biasanya dirinya akan bertanya kepada sumber-sumber resmi atau para wartawan yang dikenalnya, terkait dengan informasi yang dibaca atau didengarnya.

3. *Struktur Kognitif Mengenai Fenomena Hoaks SARA*

Dari aktivitas membaca, melihat, atau mendengarkan informasi berkonten SARA yang tidak disengaja maupun yang disengaja, di dalam sistem kognitif individu terbangun sebuah struktur pengetahuan (kognitif) mengenai fenomena hoaks SARA. Dalam catatan Sarlito Wirawan Sarwono dijelaskan bahwa struktur kognitif merupakan serangkaian sifat (*attributes*) yang terorganisir dan digunakan oleh individu untuk mengidentifikasi serta mendiskriminasi suatu obyek atau peristiwa tertentu (Sarwono, 2013 : 85). Struktur kognitif berasal dari pemahaman individual mereka secara menyeluruh mengenai sejumlah informasi SARA yang telah diprosesnya. Dalam perspektif bidang komunikasi pemasaran, pemahaman mengacu pada bagaimana konsumen (individu) mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi (Mowen, 2002 : 115).

Pada konteks kasus ini, proses pembentukan pemahaman individu terjadi dalam aktivitas komunikasi mereka sehari-hari melalui perubahan skema kognitif (*cognitive*) dan sikap atau suasana emosional (*affective*) individu secara bervariasi. Skema kognitif, yang diartikan sebagai naskah

dalam pikiran individu mengenai alur suatu peristiwa (Ardianto, 2009 : 56), cenderung menjadi berubah ketika individu memberikan perhatian (*attention*) pada sejumlah informasi baru yang mendekati mereka, yang kemudian diproses, sehingga terjadi penambahan *input* dalam sistem kognisi individualnya, yang terungkap melalui berbagai penilaian, pendapat, ataupun ungkapan, dan ekspresi emosional serta perilaku komunikasi tertentu mereka ketika berinteraksi dengan informasi berkonten SARA yang dianggap sebagai hoaks. Sikap yang diartikan sebagai perasaan umum, baik negatif maupun positif, yang berkelanjutan terhadap—atau penilaian evaluatif terhadap—seseorang, sebuah obyek, atau suatu masalah (Shimp, 2000 : 225), dalam konteks penelitian ini juga mencakup ungkapan atau ekspresi emosional individu seperti kekecewaan, kemarahan, cenderung tenang, dan perilaku-perilaku komunikasi tertentu ketika mereka berinteraksi dengan informasi hoaks SARA.

Terkait dengan aktivitas pengamatan yang dilakukan secara berulang-ulang oleh para informan, informasi yang faktual atau hoaks dapat dilihat perbedaannya. Dalam pemahaman informan, sebagian besar informasi hoaks SARA memiliki sejumlah ciri-ciri yaitu tidak memiliki kejelasan sumber, pihak pengirim informasi cenderung memalsukan jati dirinya, dan terdapat ketidaksesuaian di dalam elemen visual gambar, karena hasil pengaturan

(*editing*) dengan menggunakan teknologi komputerisasi yang tidak sempurna, serta cenderung tidak berkelanjutan.

Keberadaan hoaks SARA yang muncul dalam kehidupan sehari-hari para informan, ditransmisikan melalui *Instagram, Facebook, Twitter, Blog*, aplikasi *Line, word of mouth*, situs kumparan.com, portal berita *online* CNN Indonesia, dan stasiun televisi (TvOne dan MetroTV). Dalam catatan penelitian Conner, dijelaskan bahwa hoaks dapat diciptakan dengan suatu pernyataan yang benar, namun dengan kata-kata yang memiliki konteks berbeda (Conner, 2011 : 152). Namun demikian, dalam konteks penelitian ini, terdapat empat pemaknaan mengenai hoaks SARA yang dipahami oleh para informan. *Pertama*, hoaks SARA merupakan berita yang penyebab peristiwanya belum tentu benar atau berdasarkan fakta. Termasuk di dalamnya terdapat upaya dari pihak-pihak tertentu untuk menggeser fakta terjadinya suatu peristiwa. Sejumlah komentator amatir (*netizen*) yang bukan warga Kepulauan Seribu dan melihat peristiwa yang berkaitan dengan Ahok secara langsung, menyebarkan informasi bahwa warga Kepulauan Seribu dizolimi oleh Ahok, sehingga menggeser persoalan politik (pemilihan kepala daerah) menjadi persoalan agama yang mendorong situasi sosial tidak kondusif.

Kasus kedua yaitu mengenai persoalan etnis Rohingya memiliki persamaan dengan persoalan etnis Madura, yaitu menempati tanah orang lain

tanpa ijin. Selain itu, etnis Rohingya juga tidak dapat beradaptasi dan bergaul baik dengan etnis pribumi setempat, sehingga memunculkan prasangka diantara relasi keduanya. Namun demikian, pangkal permasalahan yang menjadi dasar terjadinya tragedi Rohingya tersebut, tertutup oleh persoalan agama Islam dan isu pelanggaran Hak Asasi Manusia (HAM). Program jalan tol merupakan program pembangunan infrastruktur nasional yang berkelanjutan, sehingga tidak terkait dengan rezim tertentu. Isu nasional yang seharusnya menjadi wilayah Negara, didorong untuk menjadi isu politis yang menguntungkan citra atau popularitas rezim tertentu. Sementara kasus mengenai amandemen UUD'45 dilaksanakan berdasarkan atas perkembangan situasi sosial, politik, dan budaya masyarakat secara nasional. Namun dalam sebuah informasi, persoalan ini digeser menjadi informasi yang berada di dalam perspektif kesukuan.

Kasus isu Kristenisasi para karyawan melalui seragam kerja merupakan persoalan yang berkaitan dengan desain dasar dan sederhana dari sebuah produk konveksi. Namun demikian, isu yang muncul adalah upaya manajemen perusahaan untuk melakukan Kristenisasi terhadap para karyawan, karena desain seragam memiliki garis horizontal dan vertikal pada bagian muka pakaian yang menyerupai simbol salib pada keyakinan Kristen.

Kedua, hoaks SARA berisi kalimat yang salah, karena berasal dari pemahaman atau logika berpikir yang keliru. Terkait dengan ini, dua orang

informan mencermati bahwa berita teroris adalah Islam merupakan berita yang terlalu menggeneralisasi situasi bahwa seluruh umat Islam merupakan teroris. Dalam realitasnya, tidak seluruh umat Islam mengikuti paham terorisme, termasuk seluruh informan yang memeluk agama Islam. Teroris adalah teroris, tidak perlu dikaitkan dengan agama, karena mereka hanya oknum atau sebagian kecil dari umat Islam yang radikal.

Pada informasi yang menyatakan bahwa adanya larangan tempat ibadah untuk berpolitik, juga perlu untuk dikritisi, karena politik memiliki arti yang sangat luas dan bervariasi. Selain itu, tempat ibadah merupakan salah satu sarana penting untuk mengajarkan beragam nilai-nilai kehidupan, termasuk politik. Oleh karena itu, penyebaran informasi atau berita mengenai larangan tempat ibadah untuk berpolitik perlu ditinjau kembali, sehingga dapat lebih spesifik. Informasi yang menyebutkan bahwa para ulama tidak “laku” dalam proses politik Pemilihan Kepala Daerah Provinsi Jawa Barat seperti pada kasus Provinsi DKI Jakarta, juga dianggap terlalu menyudutkan ulama. Para ulama tidak melakukan sesuatu yang negatif, karena mereka hanya melakukan tindakan yang benar sesuai dengan keyakinannya.

Ketiga, hoaks SARA merupakan berita yang tidak sesuai dengan realitas. Empat orang informan bersepakat bahwa sejumlah informasi tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, yang diperoleh mereka melalui *Instagram*, *Facebook*, atau *Twitter*. Bahkan untuk kasus tertentu, proses pemberitaan juga

melibatkan media konvensional. Secara terbuka dan emosional, seorang informan menyebut bahwa stasiun televisi Metro TV telah membuat berita hoaks tentang kerusakan rumput dan taman kota di Jakarta, karena terinjak oleh para peserta aksi demonstrasi yang tidak mendukung Ahok. Dalam realitas yang terjadi, kerusakan rumput dan taman kota disebabkan oleh aparat keamanan serta para wartawan yang menginjak-injaknya.

Penilaian yang hampir sama juga muncul dari informan lain yang mencermati perilaku media portal berita *online* CNN Indonesia dalam memberitakan adanya rencana aksi demonstrasi di depan kantor Kedutaan Besar Spanyol untuk membela Mohammad Salah (pemain sepakbola yang beragama Islam) oleh warga dan komunitas Muslim Indonesia, karena telah dicercai oleh Sergio Ramos dalam pertandingan Final Liga Champions Eropa. Namun dalam perkembangannya, pemberitaan ini telah dibantah oleh sejumlah tokoh yang diberitakan mendukung aksi tersebut. Para tokoh merasa tidak memiliki kepentingan untuk mengaitkan dunia sepakbola dengan agama, sehingga berita mengenai aksi demonstrasi itu tidak benar.

Pemberitaan mengenai *server* sistem komputerisasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang dibajak oleh *hacker* Cina, dimaksudkan untuk menaikkan suara yang diperoleh Ahok dalam Pilkada DKI Jakarta melalui teknik digital. Namun demikian, setelah dicermati perkembangannya, tidak ditemukan

adanya kenaikan suara yang diperoleh Ahok secara signifikan seperti dalam pemberitaan itu.

Adanya informasi yang berisi ajakan untuk melakukan aksi demonstrasi “Bela Islam” lanjutan dari aksi 212 yang telah dilaksanakan sebelumnya dengan didukung oleh sejumlah tokoh, pada realitasnya juga merupakan informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan, karena para tokoh yang disebutkan dalam informasi yang dilengkapi poster ini telah membantah untuk mendukung aksi tersebut. Informasi dan poster itu merupakan hoaks yang sengaja disebar dengan muatan politis.

Kasus dosen yang mengharamkan kaum Muslim memperoleh rejeki dari orang Kristen, ditemukan oleh seorang informan melalui akun *Facebooknya*, yang disebar secara terus-menerus oleh sang dosen. Pada realitasnya, dosen tersebut merupakan seorang Muslim yang bekerja di sebuah perguruan tinggi, yang dikelola oleh Yayasan Kristen dan dipimpin oleh seorang Kristen, sehingga pernyataan tersebut tidak sesuai dengan kenyataan yang sedang terjadi dan dapat memicu kemarahan sebagian mahasiswa yang memeluk agama Kristen.

Adanya berita yang beredar mengenai sikap Sri Sultan Hamengkubuwono X yang menentang pemimpin Indonesia beretnis Cina, juga merupakan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi realitas yang ada. Beberapa waktu kemudian, Sultan menyatakan bahwa dirinya tidak pernah

melarang siapapun untuk menjadi pemimpin. Bahkan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) ini telah melaporkan para pembuat berita kepada kepolisian.

Informasi yang menyebutkan bahwa Jokowi keturunan Cina, Iriana Jokowi beragama Kristen, Ani Yudhoyono beragama Kristen, ditemukan oleh seorang informan yang berdomisili di Jakarta melalui akun *Twitter*. Ketiga informasi ini diperoleh informan lebih dari satu kali. Dalam penilaiannya, ketiga informasi berkonten SARA ini merupakan hoaks, karena pada kenyataannya Joko Widodo atau Jokowi merupakan individu etnis Jawa yang berasal dari Solo Jawa Tengah. Sementara Iriana Jokowi dan Ani Yudhoyono yang disebut memeluk agama Kristen, dalam realitasnya merupakan individu yang memeluk agama Islam, sehingga ketiga informasi tersebut merupakan informasi yang tidak benar atau sesuai dengan kondisi realitas yang ada.

Informasi mengenai kasus pernikahan individu etnis Cina dengan etnis pribumi Indonesia yang akan membawa dampak negatif bagi kehidupan pasangan, diperoleh seorang informan dalam penelitian ini melalui akun *Instagram* serta diceritakan oleh teman kuliahnya. Informasi tersebut merupakan hoaks SARA yang mengarahkan orang untuk berpikiran sempit. Dalam pemahaman informan mengenai kasus pernikahan individu etnis Cina dengan orang berkulit putih atau negro di Amerika Serikat yang pernah

dilihatnya, relasi keduanya cenderung tidak mengalami kendala berarti selama menjalani kehidupan bersama.

Keempat, hoaks SARA menampilkan realitas yang tidak utuh. Pemberitaan yang tidak berlanjut merupakan bagian dari penilaian ini. Informan yang berstatus sebagai Aparatur Sipil Negara (ASN) dan memeluk agama Islam melihat bahwa gambar potongan video pidato Ahok yang menjadi perhatian dan persoalan publik, ditayangkan berulang kali dalam program berita oleh stasiun televisi, sehingga dapat menjadi stimulus bagi khalayak untuk semakin memojokkan Ahok. Secara tidak langsung, media televisi tidak menjalankan fungsinya dengan baik yaitu memberikan informasi dan edukasi bagi khalayak serta masyarakat, karena menyebarkan informasi yang tidak utuh kepada pemirsa.

Fenomena tersebut menunjukkan adanya kombinasi konten visual dan verbal yang tidak seimbang. Dalam catatan Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis dinyatakan bahwa khalayak (pemirsa) diberi terlalu banyak gambar yang menyerang mental, namun konteks informasinya terlalu sedikit. Terkadang gambar yang digunakan tidak relevan dengan kisahnya— membingungkan dan tidak memberikan informasi (Baran dan Davis, 2010 : 316). Secara tidak langsung, media televisi tidak menjalankan fungsinya dengan baik. Menurut Effendy, fungsi media dalam komunikasi massa yaitu fungsi informasi, pendidikan, dan memengaruhi (Ardianto, 2009 : 14). Namun

demikian, dalam konteks pemberitaan yang berkaitan dengan kasus Ahok, media televisi cenderung menyebarkan informasi yang tidak utuh kepada pemirsa, sehingga tidak konsisten dengan fungsi dasar normatifnya.

Pada kasus pohon plastik di Provinsi Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta, terdapat realitas lain yang tidak disorot oleh media yaitu pohon plastik juga dapat ditemukan di daerah lain seperti Semarang dan menjadi realitas yang lumrah (*ordinary reality*). Kasus lain, yaitu kasus jalan tol Cipali, diberitakan sebagai bagian dari keberhasilan rezim pemerintah, yang meminggirkan realitas lainnya, yaitu kontribusi Sandiaga Uno (bagian dari oposisi pemerintah) sebagai pemilik saham terbesar. Sedangkan pada informasi yang menyebutkan adanya larangan bagi kaum Muslim untuk memilih Ahok dalam Pilkada DKI Jakarta oleh para ustadz, pada sisi realitas yang lain, dinyatakan bahwa tidak seluruh ustadz mendukung dan menganjurkan warga untuk bersikap seperti yang telah diberitakan.

Informasi yang berkaitan dengan Tenaga Kerja Asing (TKA) dari Cina, yang menggambarkan bahwa para TKA merupakan tentara Cina yang menyusup ke Bandara Halim Perdanakusumah dan kasus pembantaian umat Muslim di Thailand merupakan informasi yang tidak memiliki keberlanjutan pemberitaan. Oleh karena itu, informasi yang dibagikan kepada khalayak masih belum jelas.

Fenomena yang menonjol dalam konteks peredaran informasi dan hoaks SARA melalui *Facebook* dan *Twitter*, bahwa hoaks SARA relatif lebih mudah ditemukan atau peredarannya lebih banyak pada media *Facebook* daripada *Twitter*. Terdapat beberapa faktor pendorong yang berkaitan dengan fenomena ini yaitu jumlah pengguna *Facebook* lebih banyak atau tertinggi di Indonesia (mencapai 65 juta orang), adanya keunikan dari *Twitter* yang cenderung menyulitkan para penggunanya seperti keterbatasan karakter dalam menuliskan komentar, serta tingkat pendidikan yang berbeda diantara pengguna *Facebook* dengan *Twitter*, yang dapat diperhatikan dari tingkat kesulitan menggunakan *Twitter* dan sifat komentar-komentar dari pengguna *Facebook* serta *Twitter*.

Secara umum, kemunculan informasi hoaks SARA digunakan untuk mencapai tujuan atau maksud tertentu yang tidak berkaitan dengan persoalan yang disampaikan secara langsung. Dalam pemahaman para individu, informasi hoaks SARA dimaksudkan untuk membentuk sentimen atau provokasi sosial masyarakat, menciptakan citra positif, menjatuhkan citra, mencari keuntungan finansial, atau menutupi realitas dari suatu persoalan. Terdapat beberapa faktor pendorong munculnya informasi hoaks SARA yang ditemukan melalui penelitian ini, faktor pertama yaitu adanya kepentingan politik dari kelompok tertentu yang mengatasnamakan agama dan *agenda setting* media. Faktor tersebut berada dalam kasus yang melibatkan Basuki

Tjahaja Purnama (Ahok), terutama pada saat pemberitaan media televisi yang menampilkan potongan gambar video Ahok saja, bukan versi utuh dari persoalan tersebut. Selain itu, faktor kepentingan politik ini bertujuan untuk membentuk sentimen atau provokasi sosial di masyarakat, sehingga masyarakat menjadi terpecah-belah.

Faktor kedua adalah adanya rasa fanatisme yang berlebihan dengan agama, etnis, atau kelompoknya sendiri pada sebagian masyarakat Indonesia, sehingga individu cenderung tidak menggunakan akal sehatnya dalam menyikapi hoaks. Seorang ahli psikolog media, Laras Sekarasih, menjelaskan bahwa perilaku individu yang cenderung ‘mendukung’ penyebaran hoaks didasari oleh aspek yaitu informasi yang diperoleh sesuai dengan opini atau sikapnya. Selain itu ditambahkannya, seseorang yang telah menyukai suatu kelompok, produk, atau kebijakan tertentu, cenderung tidak melakukan verifikasi elemen faktual dari informasi yang disukainya. Perasaan positif ini muncul, karena adanya afirmasi dari kepercayaan yang telah dimiliki seseorang, sehingga mendorongnya untuk menyebarkan informasi yang diperolehnya kepada orang lain tanpa memastikan kebenaran dan kejelasan dari informasinya tersebut

([http://nasional.kompas.com/read/2017/01/23/18181951/mengapa.banyak.ora](http://nasional.kompas.com/read/2017/01/23/18181951/mengapa.banyak.ora.ng.mudah.percaya.berita.hoax)
[ng.mudah.percaya.berita.hoax](http://nasional.kompas.com/read/2017/01/23/18181951/mengapa.banyak.ora.ng.mudah.percaya.berita.hoax), **diakses pada tanggal 12 Agustus 2019 pukul**

22.00). Oleh karena itu, mereka “mendukung” adanya penyebaran informasi hoaks yang menyerang kelompok atau individu lain.

Fenomena ini diperhatikan oleh seorang individu pada berbagai informasi hoaks yang disebarkan oleh seorang oknum dosenya serta sejumlah mahasiswa mengenai agama Kristen dan etnis Cina. Individu lain menambahkan bahwa saat ini isu atau persoalan yang berkaitan dengan agama lebih “menjual”, karena relatif mudah ditemukan dan dapat mempengaruhi serta menyulut emosional masyarakat dengan lebih cepat. Realitas ini ditemukannya dari berbagai komentar para komentator amatir atau *netizen* yang muncul melalui *Facebook* untuk menanggapi setiap informasi yang mengandung persoalan agama. Faktor ketiga yaitu kurangnya penghayatan dalam menjalankan semboyan hidup berbangsa Bhinneka Tunggal Ika. Semboyan kebangsaan Bhinneka Tunggal Ika cenderung sulit ditemukan dalam kehidupan sosial saat ini, sehingga mendorong adanya sikap tidak menghargai perbedaan dan keragaman identitas warga. Dalam konteks kasus Ahok, sebagian informan memperhatikan hal ini dalam informasi-informasi dan hoaks SARA yang menyudutkan Ahok sebagai individu yang beretnis Cina dan memeluk agama Kristen dalam masa kampanye politik untuk menjadi Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta 2017.

Faktor keempat adalah adanya keinginan untuk menciptakan kehebohan juga dianggap sebagai salah satu faktor penyebab kemunculan

hoaks SARA. Informan melihat bahwa terdapat sebagian orang yang memiliki motivasi menyimpang dalam hidupnya menggunakan media sosial dan internet serta saluran informasi lainnya, karena menciptakan hoaks untuk mencapai tujuan *viral* (virus digital) bagi informasi yang diunggahnya, sehingga dirinya memperoleh keuntungan finansial atau manfaat lain dari efek yang ditimbulkan tersebut. Faktor kelima adalah adanya kekecewaan politik terhadap kelompok atau komunitas agama tertentu. Dalam pengamatan seorang informan terhadap kemunculan informasi hoaks mengenai pemain Liverpool Mohammad Salah yang beragama Islam, disebabkan oleh adanya rasa kecewa dari pihak pemilik media portal berita *online* CNN Indonesia, yang menjadi pendukung Ahok dalam pemilihan kepala daerah Khusus Ibukota Jakarta periode 2017-2021, terhadap masyarakat Muslim Indonesia. Latar belakang kekecewaan tersebut berasal dari sikap warga dan komunitas Muslim yang telah menyudutkan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) dalam kasus penistaan agama melalui berbagai aksi demonstrasi. Oleh karena itu, hoaks yang diciptakan melalui CNN Indonesia ini bertujuan untuk menciptakan sentimen kelompok agama.

Informasi hoaks SARA yang diakses seluruh informan, cenderung mempengaruhi perilaku mereka dalam merespon setiap informasi yang diperolehnya. Reaksi para informan ini juga berkaitan dengan jenis saluran informasi dan komunikasi yang digunakannya pada saat memperoleh berbagai

informasi SARA, sehingga memunculkan variasi respon dari para individu. Dua orang informan pria yang berdomisili di Semarang cenderung bersikap lebih tenang, ketika mereka memperoleh hoaks SARA yang berkaitan dengan kasus Ahok melalui *Facebook* dan *Twitter*. Secara dominan, mereka hanya membaca informasi-informasi tersebut, karena telah terbiasa memperoleh informasi yang berkonten hampir sejenis. Namun demikian, dalam pengakuannya mengenai beberapa kasus tertentu yang telah diperoleh, mereka berkomentar atas hoaks SARA tersebut, sehingga memunculkan pendapat yang kontradiktif dengan informasi yang sedang disebar. Seorang informan memberikan komentar yang singkat pada informasi yang berisi tentang pelarangan tempat ibadah untuk berpolitik. Sedangkan informan wanita yang berdomisili di Jakarta cenderung bereaksi secara emosional, dengan menekan tombol *unfriend* pada sejumlah akun, terutama akun sang dosen, yang menyebarkan hoaks tentang agama Kristen dan etnis Cina melalui *Facebook*. Selain itu, beberapa kali dirinya melaporkan sejumlah akun yang menyebarkan informasi berkonten SARA atau konten yang dianggapnya tidak pantas kepada pihak pengelola *Facebook*.

Reaksi berbeda ditunjukkan oleh informan pria Bekasi dalam merespon informasi tentang isu Kristenisasi di dalam tempatnya bekerja melalui seragam baru untuk karyawan pada tahun 2016. Informasi yang disebar melalui mulut ke mulut (*word of mouth*) para karyawan ini,

mendorong informan untuk bersikap diam terlebih dahulu dan tidak menanggapi berbagai komentar yang dikemukakan oleh rekan-rekannya. Ia masih memerlukan waktu untuk dapat berpikir lebih tenang dan memastikan kebenaran informasi tersebut. Sementara, informan wanita Semarang menjelaskan bahwa dirinya cenderung merespon hoaks berkonten SARA dengan cara menghapus konten tersebut melalui akun *Line* dan *Instagram* miliknya. Selain itu, gadis model ini juga melakukan *report to spam* untuk sejumlah informasi yang diperolehnya melalui *Instagram*. Namun demikian, reaksi yang berbeda ditunjukkannya pada saat merespon informasi yang disampaikan oleh beberapa temannya melalui *word of mouth* mengenai pernikahan antara individu etnis Cina dan pribumi Indonesia, yang akan membawa dampak negatif bagi kehidupan serta keturunannya. Ia mengaku bahwa dirinya menanggapi informasi tersebut dengan memberikan komparasi pendapat secara langsung.

Persoalan hoaks SARA yang telah meluas, juga menjadi perhatian pemerintah secara nasional, sehingga mendorong Presiden Joko Widodo mengeluarkan pernyataan yang bernada persuasif kepada seluruh masyarakat untuk terlibat aktif dalam upaya penanggulangan hoaks. Namun demikian, upaya dari pemerintah ini ditanggapi secara beragam oleh para informan. Secara umum, mereka terbagi kedalam dua pendapat yaitu (1) Penilaian positif-konstruktif ; dan (2) Penilaian negatif-kritis. Menurut sebagian

informan, upaya pemerintah dalam menangani kasus hoaks SARA sudah cukup baik dan tegas. Pemerintah pusat dan daerah telah mengeluarkan kebijakan untuk mendeteksi hoaks dari laporan masyarakat melalui saluran khusus seperti email, sms, atau *Twitter*. Dari adanya laporan masyarakat, pemerintah dapat mengambil langkah pengawasan dan pemblokiran terhadap akun-akun di media sosial yang dianggap menyebarkan informasi hoaks SARA. Namun demikian, kebijakan ini perlu disosialisasikan secara lebih meluas, karena sebagian masyarakat belum mengetahui adanya kebijakan ini. Selain itu, seorang informan juga beranggapan bahwa pemerintah pusat perlu menyusun regulasi baru yang berisi definisi serta ruang lingkup hoaks secara rinci dan lengkap, sehingga tercipta kejelasan dalam penanganan serta penanggulangan kasus hoaks SARA. Penilaian ini diungkapkannya dalam menanggapi adanya indikasi dari para oknum Aparatur Sipil Negara (ASN) yang terlibat menyebarkan hoaks SARA secara aktif.

Upaya dalam mengatasi peredaran hoaks SARA melalui jalur hukum pidana, sehingga sejumlah kasus dapat terungkap, juga diperhatikan oleh para informan. Menurut mereka, upaya pemerintah ini layak diapresiasi secara positif oleh masyarakat. Tertangkapnya sindikat produsen dan penyebar hoaks SARA seperti Saracen, Muslim Cyber Army (MCA), serta tertangkapnya oknum kepala sekolah yang menyebarkan hoaks, merupakan sinyal positif dari ketegasan sikap pemerintah mengatasi peredaran hoaks SARA. Namun

demikian, pemerintah juga diharapkan untuk dapat memberikan sanksi hukum yang lebih berat bagi para pelaku, sehingga dapat menimbulkan efek jera yang lebih signifikan untuk para pelanggarnya.

Pada sisi yang berbeda, seorang informan juga memberikan perhatian terhadap perbaikan sistem kurikulum pendidikan dan pengawasan pada tayangan program televisi, sehingga dapat mencegah intoleransi sosial. *Pertama*, Pemerintah perlu melakukan perbaikan pada sistem kurikulum pendidikan dasar dan menengah sebagai upaya preventif serta restoratif, sehingga dapat mencegah timbulnya perilaku-perilaku yang intoleran seperti yang ditunjukkan oleh para produsen dan penyebar hoaks SARA. Dengan ditanamkannya kembali pendidikan Pancasila dan kesadaran hidup untuk saling menghargai berdasarkan Bhinneka Tunggal Ika sejak tingkat sekolah dasar, dapat membentuk perilaku toleransi pada individu. Selain itu, pelajaran mengenai muatan lokal yang mengajarkan keragaman daerah, juga perlu diajarkan secara berkelanjutan kepada generasi muda. Kegiatan-kegiatan seperti pramuka, Palang Merah Remaja (PMR), Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS), atau Pasukan Pengibar Bendera (Paskibra), juga perlu dikembangkan, sehingga dapat menciptakan kebersamaan dan menghidupkan jiwa kebangsaan diantara siswa-siswi. Selain itu, upacara bendera perlu diwajibkan kembali bagi seluruh sekolah di Indonesia, baik sekolah negeri atau swasta, sehingga nilai-nilai kebangsaan dapat tetap terjaga.

Kedua, pengawasan terhadap tayangan program televisi juga menjadi pekerjaan pemerintah yang belum tercapai. Saat ini tayangan program televisi seperti sinetron dinilai tidak dapat memberikan manfaat secara sosial bagi para pemirsa. Sinetron *Keluarga Cemara* yang ditayangkan pada tahun 1990an, dapat dijadikan contoh sebagai program sinetron yang baik, karena mengajarkan nilai-nilai keluarga yang positif. Oleh karena itu, pemerintah diharapkan dapat berperan lebih aktif dalam mengawasi dan mendorong stasiun televisi, sehingga dapat memproduksi program-program yang bermanfaat bagi masyarakat.

Pada sisi yang sebaliknya, tiga orang informan beranggapan bahwa peran pemerintah dalam mengatasi kasus hoaks SARA sangat buruk, tidak tegas, dan tidak memperlihatkan upaya yang bernilai. Ketidaktegasan pemerintah terlihat pada saat penanganan kasus Ahok (kasus yang dinilai memunculkan berbagai informasi dan hoaks SARA), yang dinilai tidak berupaya mengambil pelajaran dari aksi demonstrasi yang pertama terjadi, sehingga tidak menciptakan kebijakan strategis yang dapat mencegah terjadinya aksi demonstrasi yang berkelanjutan. Selain itu, pemerintah melalui Kementerian Dalam Negeri tidak mengambil kebijakan untuk membuat Ahok berstatus non aktif sebagai Aparatur Sipil Negara (ASN), sehingga dapat dilihat sebagai wujud keseriusan pemerintah dalam menangani kasus yang berkaitan dengan SARA yang telah terproses hukum. Ketidaktegasan

pemerintah juga terlihat dari peredaran hoaks SARA yang masih relatif tinggi dan mudah ditemukan, meskipun sejumlah pelaku (seperti Saracen) telah berhasil ditahan serta dampak negatif yang ditimbulkan dari hoaks. Hoaks SARA dapat memprovokasi sejumlah pengguna media sosial secara emosional. Oleh karena itu, pemerintah diharapkan dapat bersikap lebih serius dalam menanggulangi persoalan hoaks SARA secara nasional.

Pemerintah dianggap menjadi salah satu pihak yang memproduksi hoaks SARA bersifat golongan serta agama, dengan cara bersikap tidak terbuka terhadap suatu persoalan dan melakukan pembiaran terhadap perilaku media yang tidak sesuai. Dalam kasus jalan tol Cipali dan Tenaga Kerja Asing (TKA) dari Cina, pemerintah tidak bersikap transparan serta berusaha menutupi realitas ini. Jalan tol Cipali merupakan proyek yang sebagian besar sahamnya (75 persen) dimiliki oleh perusahaan Sandiaga Uno (Wakil Gubernur DKI Jakarta). Namun demikian, pemerintah tidak berupaya terbuka dengan mengakui adanya kenyataan ini kepada publik. Sebaliknya, pemerintah bersikap bahwa program tersebut merupakan bagian dari keberhasilan rezim pemerintah. Selain itu, seorang informan juga melihat bahwa pemerintah berupaya menutupi kasus TKA dari Cina, yang bekerja sebagai pekerja kasar di Indonesia, karena tidak konsisten dalam membuat pernyataan publik. Pada awalnya, pemerintah menyatakan bahwa ijin bekerja untuk para TKA adalah jabatan-jabatan tertentu di tingkat manajemen pada

perusahaan asing. Namun demikian, dengan adanya realitas seperti ini yang diberitakan oleh media televisi, informan meyakini bahwa pemerintah telah memproduksi hoaks.

Adanya wacana media massa yang menganggap teroris adalah Islam atau Islam adalah teroris, dinilai sebagai ‘kontribusi’ negatif yang dilakukan oleh pemerintah. Berita yang berkonten seperti ini termasuk kategori hoaks SARA, karena informasi yang dibagikannya tidak masuk akal. Sebagian besar masyarakat Indonesia memeluk agama Islam. Oleh karena itu, penduduk yang tidak memeluk Islam, akan berpotensi menjadi sasaran pemusnahan massal. Selain itu, secara terbuka para informan yang memeluk agama Islam menyatakan bahwa mereka bukan teroris. Realitas ini yang mendorong dirinya berpendapat bahwa wacana Islam adalah teroris sebagai hoaks SARA. Secara tidak langsung, informan beranggapan bahwa pemerintah “memproduksi” dan “mendukung” hoaks ini untuk dapat menjadi wacana yang dipublikasikan oleh media secara berkelanjutan. Selain itu, pemerintah juga dinilai tidak berfokus pada penanganan kasus hoaks SARA. Kasus-kasus yang ditangani oleh pemerintah secara gencar adalah kasus persekusi melalui media sosial. Oleh karena itu, pemerintah diharapkan dapat konsisten dan lebih serius dalam penanganan kasus hoaks SARA.

Masih berkaitan dengan upaya pemerintah dalam mengatasi persoalan hoaks secara nasional melalui peran Kepolisian Republik Indonesia (Polri)

sebagai penegak hukum, ditanggapi secara berbeda-beda oleh para informan. Namun secara menonjol, mereka terbagi kedalam dua pendapat yang berbeda. *Pertama*, sebagian besar informan memberikan tanggapan bahwa kepolisian telah berupaya dalam mengatasi persoalan hoaks SARA. Upaya tersebut dinilai dari pembentukan satgas anti hoaks dan unit *cybercrime* yang berfungsi untuk melacak serta menginvestigasi kasus hoaks SARA. Hasil dari kinerja Polri ini dapat dilihat dari terungkapnya beberapa kasus *cybercrime* seperti Saracen. Namun demikian, kepolisian juga diharapkan untuk dapat meningkatkan kinerja mereka dengan menangkap para pelaku yang masih melakukan kejahatan yang berkaitan dengan hoaks SARA.

Sebagian informan juga memberikan apresiasi kepada kepolisian dalam menangani peristiwa yang berkaitan dengan peredaran hoaks SARA, yaitu kasus Ahok. Kepolisian telah bersikap adil dengan memproses dua orang yang menjadi penyebab munculnya persoalan Ahok, yaitu Buni Yani dan Ahok sendiri, sehingga keduanya memperoleh keputusan hukum yang sama yaitu dipenjara. *Kedua*, namun demikian terdapat juga sebagian informan yang lain beranggapan bahwa kepolisian telah bersikap tidak tegas dan tidak adil dengan memihak golongan tertentu. Secara khusus, seorang informan menilai bahwa Polri tidak memberikan keadilan dalam mengawal kasus Ahok, terutama dalam konteks keadilan waktu untuk berdemonstrasi

bagi massa yang mendukung Ahok dan massa yang menganggap Ahok bersalah.

Peredaran hoaks SARA juga melibatkan pihak tertentu, yaitu produsen dan penyebar informasinya. Dalam penilaian para informan, produsen informasi hoaks terdiri dari dua kategorisasi yang berdasarkan karakteristik-sifat (tingkat kecerdasan dan moral) serta posisi atau status secara individual.

(1) Menurut empat orang informan, produsen hoaks SARA merupakan orang yang cerdas dan pintar dalam membaca situasi sosial, sehingga dapat mempengaruhi orang lain melalui produk informasinya. Selain itu, hoaks yang diciptakannya dapat berdampak besar di masyarakat. Seperti Saracen yang menciptakan berbagai informasi hoaks SARA untuk disebarakan melalui media sosial. Namun demikian, mereka menilai bahwa para produsen informasi hoaks SARA tidak mudah dilacak dan ditemukan, karena media internet yang digunakan oleh mereka untuk menyebarkan hoaks memiliki sifat *borderless*, yang secara tidak langsung dapat menutupi keberadaan mereka.

Pada sisi yang berbeda, dua orang informan beranggapan bahwa para produsen hoaks SARA merupakan orang-orang yang tidak bermoral baik, karena menyebarkan kebohongan kepada publik. Selain itu, identitas diri dari produsen yang disembunyikan, menunjukkan tidak adanya keberanian dari sikap kesatria mereka secara personal. (2) Produsen hoaks dapat dilihat dari sisi status atau posisinya yaitu orang yang pekerjaannya memproduksi

informasi hoaks berdasarkan pesanan dari pihak tertentu dan orang yang memiliki kecakapan khusus, yang dipekerjakan oleh kelompok tertentu untuk kepentingan kelompok tersebut. Namun demikian, pekerjaan seperti ini tidak bermanfaat bagi kepentingan umum masyarakat.

Penilaian sebaliknya diberikan oleh para informan dalam menanggapi keberadaan para penyebar hoaks SARA. Secara umum, para penyebar informasi hoaks SARA dinilai sebagai orang yang tidak cerdas dan bijaksana, karena mudah menyebarkan informasi yang belum jelas kebenarannya. Meskipun mungkin terdapat faktor ketidaktahuan bahwa informasi yang disebarkannya merupakan hoaks. Namun demikian, seorang informan memiliki pendapat yang agak berbeda, sehingga memberikan variasi penilaian. Menurutnya para penyebar juga dapat berposisi sebagai orang yang mengetahui bahwa informasi yang dibagikannya merupakan hoaks, namun dirinya memiliki keinginan untuk menimbulkan kekacauan di masyarakat.

Seluruh informan penelitian cenderung memiliki sikap yang terbuka dengan individu lain yang berbeda identitas SARA, karena ruang pergaulan di sekitarnya berisi orang-orang yang beragam etnis atau agama, sehingga mendorongnya untuk berinteraksi dengan para mitra. Wilayah pergaulan mereka dengan individu lain meliputi tempat kerja, tempat kuliah, sekitar tempat tinggal, dan tempat-tempat lain yang dapat digunakannya untuk

berbincang dengan nyaman. Mitra interaksinya terdiri dari rekan kerja, teman sekolah, teman kuliah, kerabat, sahabat, dan tetangga.

Tiga orang informan mengaku, selain bekerja, mereka juga memiliki aktivitas lain di sekitar tempat tinggalnya, yaitu berkumpul bersama dengan para tetangganya secara rutin yang berbentuk perkumpulan warga dan kegiatan siskamling yang bergiliran. Bahkan seorang informan yang memiliki peran sebagai Ketua Rukun Tetangga (RT) di sekitar tempat tinggalnya, yang bertugas memberikan keteladanan menjaga kerukunan sosial dalam lingkup bertetangga.

Topik pembicaraan serta situasi diskusi yang dibangun oleh para informan penelitian dengan mitra diskusinya sangat beragam. Mereka dapat membicarakan berbagai topik pembicaraan dengan para mitranya, termasuk persoalan hoaks SARA. Mereka saling berkomentar untuk menanggapi topik hoaks SARA yang sedang dibahasnya. Dari berbagai macam informasi hoaks SARA, hanya lima jenis kasus yang dijadikan topik pembahasan oleh para informan dengan orang lain yaitu kasus yang berkaitan dengan Ahok, kasus yang berkaitan dengan etnis Rohingya dan Madura, kasus Kristenisasi melalui seragam kerja, dan kasus yang berkaitan dengan pernikahan individu etnis Cina dan pribumi Indonesia.

Namun demikian, lima orang informan mengatakan bahwa kasus yang berkaitan dengan Ahok, menjadi topik pembicaraan yang dominan dalam

interaksinya dengan orang lain, yang memunculkan perbedaan suasana diskusi. Terdapat perbedaan dalam suasana diskusi yang dibangun oleh para informan yang berdomisili di wilayah Jakarta, Bekasi, dan Semarang. *Pertama*, situasi diskusi para individu yang berdomisili di wilayah Jakarta dan Bekasi, cenderung membentuk poros yang saling melakukan resistensi diantara para individu, yang mengarah pada *competitive symmetric relationship*. Dalam catatan Steven A. Beebe dan kolega, *competitive symmetric relationship* terjadi ketika kedua mitra berlomba-lomba untuk mengontrol atau mendominasi orang lain (Beebe, 2005 : 268). Mereka terbagi kedalam dua kubu, yaitu kelompok yang disebut sebagai kelompok pendukung Ahok, yang menganggap bahwa Ahok tidak melakukan penistaan agama. Kelompok ini terdiri dari individu yang memeluk agama Kristen, Katolik, Budha, dan sebagian kecil individu Muslim. Sedangkan kelompok lainnya berisi sejumlah individu yang beranggapan bahwa Ahok telah melakukan penistaan agama Islam. Poros ini terdiri dari sebagian besar individu Muslim dan hanya sebagian kecil individu yang non Muslim. Adanya kasus Ahok, menyebabkan terjadinya perubahan sosial secara signifikan.

Salah satu faktor tidak langsung yang membentuk iklim ‘kompetisi’ komunikasi ini adalah keterlibatan sejumlah individu (termasuk seorang informan) dalam aksi demonstrasi yang disebut aksi “Bela Islam” 212 di

Jakarta, sehingga memunculkan jarak komunikasi diantara individu yang tergabung dalam kelompok yang mendukung Ahok dan kelompok yang menganggap Ahok telah menista agama Islam. Seorang informan yang bekerja sebagai karyawan dari kelompok bisnis Lippo, yang juga terlibat aktif dalam aksi demonstrasi 212 sebagai bagian dari kelompok yang menganggap Ahok telah menista agama Islam, menjelaskan bahwa para karyawan di tempatnya bekerja membahas persoalan Ahok secara berkelanjutan. Hampir setiap hari, diantara waktu istirahat dan setelah selesai bekerja, mereka membicarakan kasus Ahok dengan individu-individu yang berbeda kelompok, sehingga menciptakan perbedaan pendapat dan gesekan secara verbal serta non verbal yang mengurangi keakraban diantara mereka selama beberapa waktu.

Pada situasi yang berbeda, informan lainnya yang memeluk agama Kristen merasakan bahwa sejumlah teman sekolah dan kuliahnya mulai menjauhi dirinya. Keakraban yang terwujud melalui pertemuan untuk saling bercerita mengenai persoalan pribadi, saat ini cenderung berkurang dan berubah dengan hanya bertegur sapa ketika mereka bertemu. Bahkan sejumlah umat Kristen hanya bersedia mengikuti kegiatan atau komunitas yang bersifat homogen, terutama menghindari pertemuan dengan individu yang beragama Islam.

Secara dominan, para individu yang berdomisili di wilayah Jakarta dan Bekasi membentuk *in group feeling* yang terafiliasi dengan identitas

keagamaan mereka, yang mengarah pada bingkai Muslim dan Non Muslim. Dalam catatan Alo Liliweri, dijelaskan bahwa salah satu fungsi agama adalah memupuk persaudaraan yang mengesampingkan asal-usul etnis atau suku dan latar belakang lainnya (Liliweri, 2001 : 260). Oleh karena itu, mereka cenderung memaknai persahabatan atau persaudaraan dari persamaan agama, meskipun terdapat variasi pengalaman individual yang berbeda-beda diantara mereka.

Kedua, suasana yang agak berbeda dikemukakan oleh para informan yang berdomisili di wilayah Kota Semarang. Pembahasan kasus Ahok diwarnai dengan suasana yang beragam pendapat secara individual dengan suasana yang lebih santai, karena terjadi dalam aktivitas dengan kerabat atau dengan tetangga. Relasi mereka cenderung mengarah pada *symmetric relationship*. Menurut Beebe, *symmetric relationship* adalah hubungan yang menggambarkan bahwa kedua mitra berperilaku dengan cara yang sama (Beebe, 2005 : 268). Mereka tidak terbagi ke dalam kelompok-kelompok yang saling melakukan resistensi seperti para individu di Jakarta atau Bekasi, namun mereka diwarnai variasi pendapat secara individual, dimana setiap individu dapat mengemukakan pendapat dan sudut pandangnya yang berbeda-beda. Namun demikian, sebagian individu yang beragama Islam, cenderung menganggap persoalan Ahok sebagai persoalan penistaan agama dan pendzoliman warga Muslim di Kepulauan Seribu. Hanya sebagian kecil yang

beranggapan bahwa persoalan Ahok bukan berada dalam wilayah agama. Sementara individu yang beragama Kristen atau Nasrani beranggapan bahwa persoalan ini berkaitan dengan identitas Ahok sebagai individu etnis Cina dan bagian dari dinamika politik di pusat kekuasaan.

Realitas ini ditemukan seorang informan dalam diskusinya dengan para warga di sekitar tempat tinggalnya. Meskipun dinamika pembicaraan mereka memunculkan perbedaan pendapat diantara para individu, namun suasana keakraban sosial tidak terlalu berubah. Mereka telah memiliki 'kesepakatan bersama' bahwa persoalan kasus Ahok hanya menjadi bagian dari topik pembicaraan yang bersifat situasional. Oleh karena itu, mereka masih dapat tetap saling bertemu dan membahas berbagai persoalan dengan suasana yang hampir sama.

1.3. Bangunan Komunikasi : Aktivitas Pemrosesan Informasi SARA

Rangkaian pengalaman individu dalam berinteraksi dengan informasi berkonten SARA, yang mendorong terjadinya perubahan skema kognitif dan sikap atau suasana emosional, sehingga mereka memperoleh pemahaman mengenai kehadiran fenomena hoaks SARA secara berkaitan dengan terbentuknya struktur kognitif dalam sistem kognitif individu para informan, secara tersirat juga memperlihatkan adanya fenomena mengenai perilaku komunikasi mereka sehari-hari. Meskipun para individu memiliki 'kewenangan' untuk memilih dan mengakses berbagai macam jenis informasi dari saluran informasi dan

komunikasi yang bervariasi, namun mereka tetap mempertimbangkan jenis-jenis media yang mampu menjadi *media gratifications*. Oleh karena itu, di dalam struktur kognitif mereka juga terbentuk ‘daftar’ berbagai jenis media yang akan digunakan sehari-hari, meskipun urutannya tidak selalu sama dalam keseharian mereka. Dengan realitas seperti ini, gagasan pemikiran teoritik *Media Ecology* yang diperkenalkan oleh Marshall McLuhan, yang beranggapan bahwa manusia memiliki hubungan yang bersifat simbiosis dengan teknologi yang menggunakan media (West and Turner, 2010 : 429), dapat digunakan untuk menjelaskan fenomena ini.

Pada konteks kehidupan sehari-hari, para individu terhubung dengan berbagai media sebagai saluran informasi dan komunikasi sesuai dengan kebutuhan masing-masing, yang terafiliasi dengan jenis aktivitas utama, aktivitas sekunder, dan peran mereka secara individual maupun sosial. Namun demikian, sebagai media paling modern, media internet cenderung yang lebih diprioritaskan, karena dapat diakses oleh mereka melalui *handphone* dan komputer jinjing (laptop) yang relatif praktis.

Dalam pemahaman mereka, internet telah menjadi ‘infrastruktur penting’ yang tak terpisahkan bagi aktivitas individu sehari-hari untuk mencari, mengakses, dan berbagi informasi yang diutamakan. Bahkan dua orang informan selalu mengaktifkan jaringan internet mereka selama 24 jam sehari, sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan informasi mereka sewaktu-

waktu. Adanya berbagai alternatif jenis media lain seperti televisi, radio, media cetak (koran dan majalah), media luar ruang (*billboard* atau baliho), tidak membuat mereka untuk beralih secara dominan dari media internet yang lebih mengutamakan aspek kecepatan dan *archived*.

Gambar 3.1

Bangunan Komunikasi Aktivitas Pemrosesan Informasi SARA



