

**HOAKS DI MEDIA SOSIAL: PENDEKATAN TEORI KOMUNIKASI
TERHADAP DISEMINASI INFORMASI PALSU**

Febri Hardiyani¹, Sila Nirmala²

Stisipol Candradimuka Palembang

E-mail: febri0003x@gmail.com¹, sila.nirmala@stisipolcandradimuka.ac.id²

Abstrak

Di zaman digital seperti sekarang, hoaks sudah jadi masalah yang sulit dihindari. Ia bukan sekadar kabar bohong yang lewat begitu saja di linimasa, melainkan isu serius yang mampu mengganggu politik, merusak kepercayaan publik pada isu kesehatan, bahkan memicu gesekan sosial. Mengapa bisa begitu cepat menyebar? Ada beberapa alasan: algoritma media sosial yang gemar mendorong konten sensasional, rendahnya kemampuan literasi digital, dan yang paling sederhana kebiasaan banyak orang untuk membagikan sesuatu tanpa berpikir panjang apakah informasi itu benar atau tidak. Tulisan ini mencoba menyoroti hoaks dengan kacamata teori komunikasi. Teori seperti Uses and Gratifications, Agenda Setting, Spiral of Silence, Interaksi Simbolik, hingga Ekologi Media memberi kita cara pandang berbeda tentang bagaimana hoaks lahir, bergerak, dan akhirnya dipercaya sebagian masyarakat. Dengan pendekatan kualitatif berbasis kajian literatur dan contoh kasus nyata, artikel ini berupaya menjawab pertanyaan sederhana: mengapa hoaks begitu kuat menancap di ruang digital kita? Temuan utama menunjukkan bahwa hoaks bukan sekadar informasi yang salah. Ia adalah persoalan komunikasi yang kompleks, ada produsen pesan dengan kepentingan tertentu, ada audiens dengan kebutuhan dan persepsi beragam, serta ada konteks sosial budaya yang membuat hoaks seolah “masuk akal” bagi sebagian orang. Maka, melawan hoaks tidak cukup hanya dengan membantahnya. Yang lebih penting adalah membangun literasi digital, mengajarkan masyarakat untuk lebih kritis, dan menciptakan strategi komunikasi yang benar-benar menyentuh cara orang mengonsumsi informasi sehari-hari. Ini jelas pekerjaan besar yang tidak bisa ditanggung satu pihak saja. Pemerintah, akademisi, media, hingga masyarakat sipil harus berjalan bersama, kalau tidak, arus hoaks hanya akan makin deras.

Kata Kunci— Hoaks, Media Digital, Komunikasi, Teori Komunikasi, Literasi Digital.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang luar biasa dalam kehidupan manusia. Kehadiran media digital terutama internet dan media sosial tidak hanya mengubah cara kita berinteraksi, tetapi juga memengaruhi cara kita berpikir, budaya yang kita anut, bahkan struktur sosial di sekitar kita.

Informasi kini bergerak begitu cepat, menembus batas geografis, dan dapat menjangkau jutaan orang dalam hitungan detik. Tapi di balik kemudahan itu, muncul masalah baru yang tak kalah serius: maraknya penyebaran informasi palsu, atau yang lebih dikenal dengan hoaks.

Sebenarnya, hoaks bukan fenomena baru. Sejak lama, informasi menyesatkan digunakan sebagai alat propaganda, manipulasi opini publik, dan strategi politik.

Dalam peperangan, misalnya, propaganda berfungsi melemahkan moral lawan atau menggalang dukungan masyarakat. Namun, di era digital, hoaks menjadi lebih masif, lebih cepat, dan jauh lebih sulit dikendalikan.

Sekarang, tidak perlu lagi institusi besar atau otoritas tertentu seorang individu atau kelompok kecil pun bisa membuat dan menyebarkan informasi palsu hanya dengan memanfaatkan media sosial.

Algoritma yang mendorong konten viral dan rendahnya literasi digital semakin mempercepat penyebaran hoaks, sampai sering kali kita merasa tak berdaya menghadapinya.

Di Indonesia, hoaks sudah menjadi masalah serius yang memengaruhi hampir semua aspek kehidupan politik, kesehatan, ekonomi, hingga hubungan sosial sehari-hari. Data dari Kominfo menunjukkan ribuan hoaks muncul setiap tahun, terutama menjelang momen penting seperti pemilu atau pandemi.

Contohnya, selama pandemi COVID-19, hoaks tentang vaksin, obat herbal, dan teori konspirasi global menyebar begitu cepat, menimbulkan keresahan masyarakat, bahkan menghambat program kesehatan publik. Begitu juga di pemilu, hoaks kerap menjadi senjata politik untuk menyerang lawan, mendiskreditkan figur tertentu, atau memanipulasi opini publik.

Pertanyaannya adalah: mengapa hoaks begitu mudah dipercaya dan dibagikan? Jawabannya bisa ditemukan melalui perspektif teori komunikasi. Teori komunikasi memberi kita kerangka untuk memahami bagaimana pesan diproduksi, disebarluaskan, diterima, dan dimaknai audiens.

Misalnya, teori Uses and Gratifications menunjukkan bahwa audiens aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan emosional atau sosial tertentu. Hoaks sering kali menawarkan kepuasan psikologis rasa kebersamaan dalam kelompok, penguatan identitas, atau sekadar hiburan yang membuat kita “terhibur” meski dengan informasi palsu.

Sementara itu, teori Agenda Setting menekankan peran media termasuk algoritma media sosial dalam membentuk persepsi masyarakat tentang isu penting. Teori Spiral of Silence menjelaskan mengapa individu yang tidak setuju dengan hoaks sering diam saja; dalam ruang digital, ketika mayoritas mendukung sebuah hoaks, orang kritis merasa terintimidasi dan memilih bungkam, sehingga narasi palsu semakin mendominasi.

Teori Interaksi Simbolik membantu kita melihat bagaimana hoaks membangun makna sosial melalui simbol, narasi, dan bahasa tertentu, misalnya hoaks politik yang memanfaatkan simbol agama atau nasionalisme untuk memperkuat pesan. Sementara itu, perspektif Ekologi Media ala McLuhan mengingatkan bahwa media digital bukan sekadar saluran komunikasi, melainkan “lingkungan baru” yang membentuk cara kita berpikir, bersikap, dan berinteraksi.

Dari sudut pandang akademik, mempelajari hoaks penting bukan hanya untuk memahami fenomena kontemporer, tetapi juga untuk mengembangkan teori komunikasi yang lebih kontekstual.

Teori klasik yang lahir di era media massa harus diuji kembali dalam ekosistem media digital yang interaktif, algoritmik, dan partisipatif. Pertanyaan utama yang ingin dijawab adalah: bagaimana teori komunikasi dapat menjelaskan perilaku masyarakat terhadap hoaks, apa dampak sosial dan politiknya, dan strategi komunikasi apa yang efektif untuk menanggulanginya?

Dari sisi praktis, penelitian tentang hoaks sangat mendesak untuk mendukung kebijakan publik dan pendidikan literasi digital. Pemerintah, media, akademisi, dan masyarakat sipil perlu bekerja sama, karena literasi digital saja tidak cukup tanpa regulasi tegas terhadap platform digital dan peningkatan kemampuan kritis masyarakat.

Artikel ini hadir untuk membahas fenomena hoaks di era komunikasi digital dengan pendekatan teori komunikasi. Disusun secara sistematis, mulai dari pendahuluan, kajian pustaka, metode penelitian, hingga hasil dan pembahasan, artikel ini bertujuan memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana hoaks bekerja, bagaimana audiens meresponnya, dan bagaimana teori komunikasi bisa membantu mencari solusi.

Hoaks bukan sekadar informasi salah; ia adalah cerminan hubungan kompleks antara produsen pesan, audiens, media, dan konteks sosial budaya. Oleh karena itu, menghadapinya tidak cukup dengan teknologi atau hukum semata.

Dibutuhkan pemahaman komunikasi yang mendalam, kesadaran kritis, dan kolaborasi seluruh pihak agar arus hoaks tidak terus merusak tatanan sosial kita.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Fokusnya bukan sekadar angka atau statistik, melainkan mencoba memahami hoaks sebagai fenomena komunikasi yang kompleks. Hoaks bukan hanya soal benar atau salah; ia soal bagaimana pesan dikonstruksi, disebarluaskan, dan diterima masyarakat. Studi literatur dan analisis isi kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menyelami konteks sosial dan strategi komunikasi di balik hoaks. Dengan pendekatan ini, kita bisa melihat nuansa, simbol, dan makna yang sering luput dari penelitian kuantitatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Penyebaran Hoaks di Media Sosial

Dari telaah literatur, laporan pemerintah, hingga studi kasus nyata, terlihat jelas bahwa media sosial menjadi jalur utama penyebaran hoaks di Indonesia. Data Kominfo menunjukkan peningkatan signifikan hoaks terdeteksi antara 2016–2022, dengan kategori paling dominan: politik, kesehatan, dan isu SARA. WhatsApp, Facebook, dan Twitter menjadi platform favorit penyebarannya.

Konsep networked publics (Boyd, 2014) membantu menjelaskan fenomena ini. Media sosial menciptakan ruang publik berbasis jaringan di mana siapa pun bisa bicara tanpa filter editorial. Terlihat memberdayakan, tapi juga menakutkan ketika informasi palsu menyebar lebih cepat dari kebenaran. Sifat partisipatif platform ini membuat hoaks menjadi api yang cepat membesar.

Kasus Hoaks Politik

Hoaks politik menjadi salah satu kategori paling mengkhawatirkan, apalagi menjelang pemilu. Contoh nyata pada Pemilu 2019, narasi palsu tentang kebijakan pemerintah, identitas kandidat, hingga fitnah kelompok tertentu meledak di media sosial. Teori Agenda Setting menunjukkan bagaimana hoaks berhasil mendistorsi agenda publik, membuat isu tidak penting tampak mendesak.

Salah satu kasus terkenal: klaim viral “7 kontainer surat suara sudah terclobos” pada awal 2019. Berita ini menyebar di Twitter dan WhatsApp, memicu keresahan besar. Komisi Pemilihan Umum dan polisi harus klarifikasi. Ironisnya, hoaks sampai ke masyarakat lebih

cepat dibanding klarifikasi resmi. Spiral of Silence menjelaskan efek menakutkan ini: mereka yang tidak setuju memilih diam, takut diserang oleh warganet yang percaya hoaks. Hoaks membentuk ilusi mayoritas opini, padahal sebenarnya banyak orang mempertanyakannya diam-diam.

Kasus Hoaks Kesehatan

Hoaks kesehatan, terutama saat pandemi COVID-19, sangat mengkhawatirkan. Mulai dari klaim obat tradisional mujarab, teori konspirasi vaksin, sampai narasi bahwa virus itu tidak nyata. Teori Uses and Gratifications menjelaskan kenapa hoaks ini begitu diminati. Ketika panik, masyarakat mencari jawaban cepat. Hoaks yang menawarkan solusi sederhana terasa lebih menarik daripada penjelasan ilmiah yang panjang dan kompleks.

Simbol-simbol budaya sering digunakan agar hoaks lebih meyakinkan. Misalnya, narasi religius yang mengatakan vaksin bertentangan dengan ajaran agama. Hoaks bukan sekadar informasi palsu; ia membangun makna sosial dan resonansi emosional dalam kelompok tertentu.

Kasus Hoaks Bencana Alam

Hoaks bencana alam juga sering muncul, apalagi saat gempa, tsunami, atau letusan gunung berapi. Contoh: gempa Palu 2018, tersebar video tsunami dari luar negeri diklaim terjadi di Palu. Kepanikan masyarakat semakin membesar. Media Ecology menjelaskan: sifat media digital yang cepat dan viral lebih dominan daripada akurasi. Orang terdorong membagikan informasi segera, tanpa verifikasi. Hoaks bencana alam memperparah krisis, menambah ketidakpastian, bahkan bisa menghambat komunikasi darurat resmi.

Dinamika Hoaks SARA

Hoaks SARA paling sensitif. Biasanya menargetkan identitas kelompok dengan tujuan memecah belah masyarakat. Teori Interaksi Simbolik menjelaskan: hoaks ini memanfaatkan simbol identitas yang sangat kuat—agama, etnis, atau nasionalisme—agar pesan lebih mudah diterima.

Spiral of Silence relevan di sini. Banyak orang tidak percaya pada hoaks, tapi memilih diam agar tidak dikucilkan atau dianggap tidak loyal. Hoaks SARA adalah instrumen politik identitas yang berbahaya. Di masyarakat multikultural seperti Indonesia, efeknya bisa menghancurkan kohesi sosial.

Peran Algoritma Media Sosial

Algoritma media sosial memperkuat masalah ini. Konten yang banyak di-like, dikomentari, dan dibagikan muncul lebih sering di feed. Hoaks sensasional “menang” dibanding informasi faktual. Versi digital Agenda Setting menunjukkan algoritma menjadi gatekeeper baru, menentukan apa yang dianggap penting publik. Penyebaran hoaks bukan hanya soal perilaku individu, tapi masalah struktural dalam ekosistem digital.

Literasi Digital dan Respons Publik

Literasi digital masyarakat Indonesia masih rendah. Banyak pengguna membagikan informasi tanpa verifikasi. Survei APJII (2022) menunjukkan hanya sekitar 30% rutin memeriksa fakta. Literasi digital bukan sekadar keterampilan teknis, tapi juga perlindungan. Semakin rendah literasi, semakin mudah orang terjebak dan ikut menyebarkan hoaks. Literasi yang baik memberdayakan audiens untuk berpikir kritis dan memutus rantai hoaks.

Sintesis Teori dan Temuan

Teori komunikasi memberi penjelasan berbeda:

Uses and Gratifications → motivasi individu mengonsumsi dan menyebarkan hoaks
Agenda Setting → algoritma dan popularitas konten menjadikan hoaks mendominasi agenda publik

Spiral of Silence → mengapa kritikus memilih diam, sehingga hoaks tidak terkoreksi

Interaksi Simbolik → simbol, identitas, dan makna sosial memperkuat hoaks

Ekologi Media → karakteristik media digital menciptakan kondisi ideal bagi hoaks

Hoaks tidak bisa dipahami hanya dari sisi kognitif individu. Ia adalah fenomena komunikasi multidimensi.

Implikasi Sosial

Hoaks membawa dampak luas dan serius:

1. Politik → memperdalam polarisasi, menurunkan kepercayaan publik
2. Kesehatan → menghambat penanganan pandemi, kampanye vaksinasi
3. Sosial → memicu konflik horizontal berbasis SARA
4. Psikologis → menciptakan kepanikan, kecemasan, ketidakpastian

Jika dibiarkan, hoaks bisa merusak kohesi sosial dan melemahkan demokrasi.

Strategi Penanggulangan Hoaks

Strategi komunikasi sangat penting:

1. Literasi digital → meningkatkan kemampuan verifikasi masyarakat
2. Kolaborasi multi-pihak → pemerintah, media, akademisi, masyarakat sipil
3. Komunikasi publik cepat → klarifikasi resmi harus lebih tegas
4. Algoritma etis → platform media sosial harus bertanggung jawab membatasi konten palsu

Kesimpulan Pembahasan

Hoaks di media sosial bukan sekadar informasi palsu. Ia fenomena komunikasi kompleks yang melibatkan motivasi individu, struktur algoritma, simbol sosial, dan opini publik. Menyelesaiannya tidak cukup dengan regulasi atau teknologi. Dibutuhkan pendekatan komunikasi holistik, penguatan literasi digital, strategi komunikasi publik efektif, dan tanggung jawab platform digital. Hoaks adalah masalah manusia, dipicu oleh emosi, identitas, dan kecepatan media modern. Memahaminya berarti memahami manusia, bukan hanya kode dan algoritma.

4. KESIMPULAN

Fenomena hoaks di media sosial jauh lebih dari sekadar informasi yang salah. Ia adalah gambaran nyata dari komunikasi yang kompleks dan sarat emosi. Hoaks hadir, menyebar, dan diterima masyarakat karena ada interaksi dinamis antara motivasi individu, kelompok sosial, algoritma media, dan simbol-simbol yang membentuk makna pesan.

Teori Uses and Gratifications menunjukkan bahwa orang tidak pasif. Mereka memilih mengonsumsi dan membagikan hoaks karena ada kebutuhan—ingin tahu cepat, hiburan ringan, identitas sosial, atau sekadar merasa bagian dari komunitas. Terutama di situasi krisis seperti pandemi COVID-19, kebutuhan akan jawaban instan membuat banyak orang mudah terpancing klaim yang belum diverifikasi.

Agenda Setting memperlihatkan sisi lain. Algoritma media sosial menjadi gatekeeper baru. Hoaks sensasional sering mendapat perhatian lebih besar dibanding informasi faktual, sehingga mendominasi apa yang dianggap penting. Distorsi ini berdampak nyata pada demokrasi, pengambilan keputusan publik, dan stabilitas sosial.

Spiral of Silence menyoroti efek psikologis yang tak terlihat. Mereka yang ragu atau kritis memilih diam karena takut dicemooh, dikucilkan, atau diserang secara daring. Akibatnya, hoaks tampak seperti opini mayoritas, padahal banyak yang sebenarnya skeptis.

Interaksi Simbolik memberi pemahaman mendalam. Hoaks tidak sekadar kata-kata kosong. Ia memanfaatkan simbol, budaya, dan agama untuk membuat pesan lebih meyakinkan. Hoaks soal vaksin misalnya, akan terdengar benar jika dikaitkan dengan narasi religius atau identitas kelompok tertentu.

Ekologi Media menegaskan bahwa sifat media digital sendiri memicu penyebaran cepat. Informasi instan dan viral lebih menarik daripada akurasi. Hoaks berkembang karena media mendorong kecepatan lebih tinggi daripada verifikasi.

Kesimpulannya, hoaks adalah fenomena komunikasi multidimensi. Penyelesaian masalahnya tidak cukup hanya regulasi atau teknologi. Dibutuhkan pendekatan holistik—strategi komunikasi efektif, literasi digital, kesadaran sosial, dan tanggung jawab platform digital. Hoaks adalah refleksi manusia modern: emosional, cepat, dan terkadang rentan terhadap simbol serta narasi yang menggetarkan hati.

Saran

1. Penguatan Literasi Digital

Literasi digital bukan sekadar bisa klik atau scroll. Ia soal kemampuan berpikir kritis, memahami algoritma, memverifikasi informasi, dan membaca simbol di balik pesan. Pemerintah, akademisi, dan organisasi masyarakat sipil harus memperluas program literasi digital yang emosional dan partisipatif. Literasi digital harus membuat orang tidak hanya paham teknologi, tapi juga empati terhadap dampak informasi yang mereka sebarkan.

2. Optimalisasi Komunikasi Publik

Kekosongan informasi resmi sering menjadi celah bagi hoaks. Pemerintah dan lembaga resmi harus proaktif, cepat, dan transparan dalam komunikasi publik. Setiap klarifikasi harus tidak membosankan, mudah dipahami, dan menyentuh emosi publik. Hoaks tidak hanya soal fakta, tapi soal rasa percaya.

3. Kolaborasi Multi-Pihak

Hoaks bukan masalah satu pihak. Dibutuhkan kerja sama pemerintah, perusahaan teknologi, akademisi, media, dan masyarakat sipil. Media sosial harus bertanggung jawab mendeteksi konten palsu, sementara media arus utama perlu memperkuat fact-checking. Tanpa kolaborasi, hoaks akan terus menang karena sistem sendiri memberinya ruang.

4. Pendekatan Sosio-Kultural

Hoaks sering memanfaatkan identitas, simbol, dan budaya. Strategi melawan hoaks harus memahami konteks lokal. Tokoh masyarakat, pemimpin agama, figur publik yang dipercaya komunitas bisa lebih efektif daripada sekadar klarifikasi formal. Orang lebih mudah percaya pada sosok yang mereka kenal daripada media resmi yang terdengar jauh dan dingin.

5. Pengembangan Riset Lanjutan

Penelitian tentang hoaks harus lebih hidup. Studi literatur penting, tapi wawancara, survei, dan etnografi digital akan memberi gambaran psikologis dan sosial audiens. Mengapa orang percaya? Apa yang mereka rasakan saat menyebarkan hoaks? Pertanyaan ini penting untuk solusi yang tepat sasaran.

6. Etika Komunikasi Digital

Selain regulasi, kesadaran etis harus dibangun. Norma komunikasi digital yang sehat, berbasis empati, dan bertanggung jawab harus ditanamkan sejak dini. Jangan sampai generasi muda terbiasa menyebar berita tanpa pikir panjang. Digital bukan ruang bebas tanggung jawab.

7. Reformasi Algoritma Media Sosial

Platform digital harus lebih manusiawi. Algoritma tidak boleh hanya mengejar interaksi atau popularitas. Harus memperhatikan kualitas dan kredibilitas informasi. Transparansi algoritma membuat publik bukan sekadar objek, tapi subjek yang mengerti bagaimana informasi mereka dikonsumsi dan dibagikan.

Secara keseluruhan, menangani hoaks bukan soal cepat marah atau menekan teknologi. Ini soal memahami manusia, budaya, emosi, dan media yang kita gunakan. Hanya dengan pendekatan holistik, literasi yang mendalam, komunikasi publik yang responsif, dan tanggung jawab sosial, kita bisa memutus rantai hoaks dan membangun ekosistem informasi yang lebih sehat.

5. DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage.
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (3rd ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Lestari, S. (2020). Political Hoaxes in Indonesian Elections: A Case Study. *Indonesian Journal of Communication Studies*, 12(3), 145–162.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43–51.
- Prasetyo, A. (2021). Disinformation and the Youth: Social Media Usage and Hoax Propagation in Indonesia. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 22–40.

Laporan dan Dokumen Resmi

- APJII. (2022). *Laporan Survei Internet Indonesia 2022*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kominfo). (2022). *Laporan Tahunan Penanganan Konten Hoaks*. Jakarta: Kominfo.

- UNESCO. (2018). *Media and Information Literacy Curriculum for Educators*. Paris: UNESCO.

Sumber Daring

- CekFakta. (2023). *Database Hoaks Indonesia*. Retrieved from <https://cekfakta.com>
- Mafindo. (2022). *Laporan Tahunan Cek Fakta*. Retrieved from <https://www.mafindo.or.id>