

Hukum Dan Upaya Menangkal Hoax (Muhamad Iqbal) Hlm 1**EFEKTIFITAS HUKUM
DAN UPAYA MENANGKAL HOAX SEBAGAI KONSEKUESNI NEGATIF
PERKEMBANGAN INTERKASI MANUSIA**

Oleh

Muhamad Iqbal

Fakultas Hukum Universitas Pamulang

e-mail: muhamad.miqbal.iqbal1@gmail.com

Abstract

Hoax can be interpreted as fake news, which is now massively spreading through social media, which encourages law enforcement agencies to act immediately in an effort to counter this. Instead of warding off Hoax, efforts to block some problematic internet sites have become effective choices by law enforcement officials to stem Hoax news attacks on social media. But it is not an easy matter considering that the pattern of community interaction on social media has become a cultural trend. The potential for the emergence of Hoax news in the midst of interaction on public social media is no longer inevitable. The culture of playing share can make the community transform into a successor of the perpetrators of the spread of Hoaxes and it is no longer a secret if the people are the victims of the news of the Hoax. In this case the main question is What is the role of positive law in Indonesia in overcoming the crime of the perpetrators of Hoax and what factors are the obstacles in dealing with Hoax. This study aims to analyze the effectiveness of Law Enforcement against Hoax that often use online media and efforts to prevent Hoaxes through these legal instruments. The method of this research is descriptive qualitative, phenomenology is used to see and describe data and facts that occur about Hoaxes and their spread. In this case the author will focus on legal efforts in controlling the massive spread of Hoaxes in the patterns of interaction of modern society on social media.

Keywords: *Law Enforcement, Hoax, Development Pattern, Human Interaction.*

Abstrak

Hoax dapat diartikan sebagai berita palsu yang kini secara masif penyebarannya melalui media media sosial hal tersebut mendorong aparat penegak hukum untuk segera bertindak dalam upaya menangkal hal tersebut. Alih-alih menangkal Hoax upaya pemblokiran beberapa situs internet bermasalah menjadi pilihan yang dianggap efektif oleh aparat penegak hukum untuk membendung serangan berita Hoax di media sosial. Namun bukan perkara mudah mengingat pola interaksi masyarakat di media sosial sudah menjadi trend yang mebudaya. Potensi munculnya berita Hoax di tengah-tengah interaksi di media sosial masyarakat sudah tidak terelakan lagi. Budaya main share dapat membuat Masyarakat menjelma menjadi Suksesor pelaku penyebaran Hoax dan menjadi bukan rahasia umum lagi jika masyarakat pulalah yang menjadi korban dari berita Hoax tersebut. Dalam hal ini pertanyaan utama adalah Bagaimanakah peran hukum positif di Indonesia dalam penanggulangan tindak pidana pelaku penyebar berita Hoax dan Apakah faktor yang menjadi penghambat dalam penanggulangan berita Hoax. Penelitian ini bertujuan menganalisa efektifitas Penegakan Hukum terhadap berita Hoax yang sering memanfaatkan media online dan upaya cara mencegah berita Hoax melalui instrumen hukum yang efektif. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, fenomenologi digunakan untuk melihat dan mendeskripsikan data dan fakta yang terjadi tentang Hoax dan penyebarannya. Dalam hal ini Penulis akan berfokus pada upaya hukum dalam mengendalikan masifnya penyebaran Hoax dalam pola interaksi masyarakat modern melalui media sosial.

Kata kunci Penegakan Hukum, Hoax, Pola Perkembangan, Interaksi Manusia.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Informasi yang dilontarkan baik terhadap orang perorangan maupun badan usaha melalui media sosial dan elektronik pada saat telah terkirim dan dibaca oleh banyak orang dapat mempengaruhi emosi, perasaan, pikiran bahkan tindakan seseorang atau kelompok yang membacanya. Teraat disayangkan apabila informasi yang disampaikan tersebut adalah informasi yang tidak akurat terlebih informasi tersebut adalah informasi mengenai berita *Hoax* dengan judul yang sangat provokatif mengiring pembaca dan penerima kepada opini yang negatif. Opini yang negatif, fitnah, penyebar kebencian yang diterima dan menyerang pihak ataupun membuat orang menjadi takut, merasa terancam dandapat merugikan pihak yang diberitakan sehingga dapat merusak reputasi dan menimbulkan kerugian materi.¹

Hal tersebut tidak terlepas dari keberadaan internet yang mengubah pola pikiran komunikasi manusia dalam bergaul, berbisnis, dan lainnya. Internet mengubah jarak dan waktu secara cepat sehingga seolah – olah dunia menjadi kecil dan tidak terbatas. Setiap orang bisa terhubung, berbicara, dan berbisnis dengan orang lain yang berada jauh dari tempat dimana ia berada hanya dengan menekan *tuts – tutskeyboard* dan mouse komputer yang berada dihadapannya. Memang tidak selamanya dengan majunya perkembangan ilmu teknologi dalam bidang-bidang pengetahuan memberikan dampak-dampak yang negatif tetapi juga ada dampak positifnya. Salah satunya telah mempercepat arus informasi keseluruh penjuru dunia.

Apa yang telah terjadi saat ini di dunia sebelah utara dengan cepat dan hitungan menit sudah dapat diketahui di belahan dunia yang lain. Segala upaya untuk menghadirkan suatu perangkat hukum yang sesuai dengan

perkembangan dunia informasi dan telekomunikasi menjadi sesuatu yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Pemerintah Indonesia sendiri melalui Kementrian Informasi dan Komunikasi yang bekerja dengan seluruh stakeholder (individu atau kelompok yang memiliki kepentingan terhadap keputusan serta organisasi) dan pihak Universitas berupaya untuk mewujudkan asa itu. Akhirnya melalui pembahasan yang begitu “alot”, sebuah undang-undang yang secara khusus menyoal dan membahas permasalahan informasi dan transaksi elektronik diundangkan pada 21 April 2008 yang kemudian dikenal dengan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Pemberitaan palsu diolah sedemikian rupa agar menarik minat pembaca. Para netizen turut serta dalam kolom komentar untuk membahas suatu berita dengan tujuan untuk dapat meluruskan berita tersebut melalui opininya. Padahal belum tentu apam yang mereka sampaikan dapat dimengerti orang lain, sehingga semakin banyak yang ikut serta baik mengomentari berita itu sendiri maupun argumen orang lain. Oleh karena itu, berita *Hoax* banyak yang lebih populer sehingga menutupi keberadaan berita aslinya.

Wabah *Hoax* telah menjadi masalah nasional antara lain perpecahan, instabilitas politik dan gangguan keamanan yang berpotensi menghambat pembangunan nasional. Maraknya beredar berita *Hoax* ini dapat berakibat buruk bagi perkembangan negara Indonesia. *Hoax* dapat menyebabkan perdebatan hingga bukan tidak mungkin sampai memutuskan pertemanan. Apalagi *Hoax* tersebut yang mengandung SARA yang sangat rentan mengundang gesekan antar masyarakat mengganggu stabilitas negara dan kebinekaan. *Hoax* dalam konteks pemberitaan yang tidak jelas asal-usul pembuatnya, memang tidak bisa dijerat oleh Undang-Undang Pers, karena itu agak sulit membedakan mana Pers yang

¹ Josua Sitompul, 2012, *Cyberspace Cybercrime Cyberlaw Tinjauan Aspek Hukum Pidana*, Tatanusa, Jakarta, hlm.32.

Mainstream mana yang Pers *Hoax*. Jika pada zaman orde baru agak mudah, karena pers mainstream adalah pers yang berizin, sedangkan pada saat ini pers tanpa izin, karena di Indonesia kewajiban mempunyai SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) telah dihapuskan.²

Masifnya penyebaran berita *Hoax* yang memanfaatkan media sosial, merupakan hal yang sangat berbahaya mengingat ketertarikan masyarakat dalam berkomunikasi menggunakan media tersebut terbilang tinggi. Tentu hal tersebut akan berdampak besar, bila mana tidak diantisipasi dengan segera oleh aparat penegak hukum, melalui instrumen hukum yang tepat. Mengingat banyak diantara masyarakat yang tidak sengaja membagikan berita *hoax* karena ketidaktahuan. Atas hal tersebutlah penulis merasa tertarik dalam menggali berkaitan dengan formulasi penegakan hukum yang efektif dalam hal mengendalikan berita *Hoax*, yang muncul dari pola komunikasi masif masyarakat modern melalui media sosial.

Rumusan Masalah.

1. Bagaimana penegakan hukum terhadap pelaku penyebar *Hoax*?
2. Bagaimanakah upaya Pencegahan terhadap *Hoax* yang dilakukan oleh aparat penegak hukum?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui upaya penegakan hukum Pidana terhadap pelaku penyebar *Hoax*.
2. Untuk mengetahui bentuk pencegahan yang dilakukan aparat penegak hukum terhadap *Hoax*.

Tinjauan Pustaka

Dalam *cambridge dictionary*, kata *Hoax* sendiri berarti tipuan atau lelucon.

Kegiatan menipu, rencana menipu, trik menipu, disebut dengan *Hoax*. Pada situs *Hoaxes*. Dalam konteks budaya mengarah pada pengertian *Hoax* sebagai aktifitas menipu: Ketika sebuah surat kabar dengan sengaja mencetak cerita palsu, kami menyebutnya tipuan. Kami juga menggambarkan aksi publisitas yang menyesatkan, ancaman bom palsu, penipuan ilmiah, penipuan bisnis, dan klaim politik palsu sebagai tipuan.

Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (*interpretasi*) adalah inti persepsi, yang identic dengan dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Hal ini jelas tampak pada definisi John R. Wenburg dan William W. Wilmot: “ Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna”, Rudolph F. atau J. Cohen: “ Persepsi didefinisikan sebagai interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representative objek eksternal; persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada di luar sana.

Setiap orang yang terhubung dalam internet bisa melakukan komunikasi dengan siapapun di seluruh dunia, menerbitkan gagasan, dunia menjual berbagai produk dengan biaya yang sangat rendah. Internet juga memberikan dampak dramatis pada pendidikan tinggi dan bisnis karena semakin banyak perguruan tinggi yang menawarkan pendidikan dan semakin banyak perusahaan yang menawarkan barang dan jasa secara online merupakan koteks dari media online.

Kecepatan pada penyampaian berita dimenangkan oleh surat kabar online, melihat dari aspek lawan yang berupa cetak, namun kelemahan akan diperbanyak ketika kecepatan menjadi faktor yang mengesankan publik, bagaimana tidak, keakuratan dan fakta akan menjadi nomer dua setelah kecepatan, menyodorkan berita dengan sistem taruh dan baca isu kemudian wartawan masih mencari

² Asril Sitompul, 2004, *Hukum Internet Pengenalan Mengenai Masalah Hukum di Cyberspace*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm.71

klarifikasi, atau juga berita lempar dan lari, asal ada dan ditawarkan cepat, serta mencapai 5W 1H, keakuratan dan pendalaman dinomer duakan dengan paparan pada sambungan berita selanjutnya (klarifikasi), ataupun editing yang hanya bisa dilakukan oleh media online.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan yang sementara berlangsung. Penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek dengan tujuan membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta atau fenomena yang diselidiki.³ Berdasarkan teori fenomenologi oleh Alfred Schutz, dalam *The Penomenologi of Sosial World* (1967:7), mengemukakan bahwa orang secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberi tanda dan arti tentang apa yang mereka lihat. Lebih lanjut, Schutz menjelaskan pengalaman inderawi sebenarnya tidak punya arti. Semua itu hanya ada begitu saja, obyek-obyeklah yang bermakna.⁴ proses pemaknaan diawali dengan proses penginderaan, suatu proses pengalaman yang harus berkesinambungan. Arus pengalaman inderawi ini, pada awalnya, tidak memiliki makna. Makna muncul ketika dihubungkan dengan pengalaman-pengalaman sebelumnya serta melalui proses interaksi dengan orang lain. Karena itu, ada makna individual, dan ada pula makna kolektif tentang sebuah fenomena.⁵ Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data diantaranya :

Penelitian terdahulu yang terkait, buku-buku referensi, observasi dan dokumentasi pemberitaan yang mengandung unsur *Hoax*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hukum dalam Menyikapi *Hoax*.

Pengaturan mengenai penyebaran berita bohong (*Hoax*) sangat diperlukan untuk melindungi konsumen yang melakukan transaksi komersial secara elektronik. Perdagangan secara elektronik dapat terlaksana dengan mudah dan cepat. Idealnya, transaksi harus didasarkan pada kepercayaan antara para pihak yang bertransaksi (*mutual trust*). Kepercayaan tersebut dapat diperoleh apabila para pihak yang bertransaksi mengenal satu sama lain yang di dasarkan pada pengalaman transaksi terdahulu atau hasil diskusi secara langsung sebelum transaksi dilakukan.

Dari segi hukum para pihak diperlukan membuat kontrak untuk melindungi kepentingan mereka dan melindungi mereka dari kerugiankerugian yang mungkin muncul dikemudian hari. Akan tetapi, dalam dunia siber, para pihak melakukan transaksi tidak perlu bertemu antara satu dengan yang lain. Dalam suatu transaksi elektronik, tiap orang dapat menggunakan nama orang lain untuk mempesentasikan dirinya.

Hal-hal ini memudahkan penipu menawarkan produk atau memberikan informasi di internet yang belum tentu sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi seperti ini dapat menyesatkan konsumen dan menimbulkan kerugian baginya. Hal inilah

³ Convelo, Cevilla G., (dkk). 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta, UI. Hlm 27.

⁴ Afdjani, Hadiono, Soemirat, Soleh. *Makna Iklan Televisi, Studi Fenomenologi Pemirsa di Jakarta terhadap Iklan Televisi Minuman "Kuku Bima Energi" Versi Kolam Susu*, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 8, No. 1, Januari April 2010. Hlm 98.

⁵ Hasbiansyah, O. 2008. *Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi*. Terakreditasi Dirjen Dikti SK No. 56/DIKTI/Kep/20015 diakses pada tanggal 5 Februari 2019. hlm 98.

yang menjadi dasar pengaturan dalam Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang ITE ini.⁶

Pengaturan dalam pasal yang dimaksud diatas perlu dipahami dalam konteks Pasal 9 Undang-Undang ITE yang menyebutkan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat-syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Informasi yang lengkap dan benar tersebut meliputi :

1. informasi yang memuat identitas serta status subyek hukum dan kompetensinya baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara maupun perantara.
2. informasi lain yang menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang dan/atau jasa yang ditawarkan, seperti nama, alamat, dandeskripsi barang/jasa⁷ Dalam hal tersebut dapat diketahui bahwa hukum bertugas melindungi kepentingan setiap pihak yang melakukan transaksi dengan itikad baik, khususnya dalam hal terjadinya penipuan, dan memberikan sanksi kepada si pelaku.

Permasalahannya adalah bahwa dalam ruang virtual setiap orang memiliki hak untuk menggunakan identitas, selain mereka memiliki identitas yang benar atau valid mereka dapat melakukan transaksi dengan identitas tersebut. Selain itu, dalam pembuatan website dan penggunaan nama domain, seseorang dapat memberikan informasi yang tidak valid. Pengecualiannya adalah terhadap email dan nama server.

Kedua hal tersebut harus valid karena email merupakan sara bagi pengguna nama domain untuk mengaktivasi nama domain dan aktivitas lainnya terhadap nama domain tersebut.

Pengkinian (*update*), Penghapusan (*delete*), atau pemindahan (*transfer*) sedangkan name sarver berguna untuk menempatkan (*hosts*) nama domain dan menyediakan respon terhadap permintaan atau pertanyaan mengenai lokasi dar nama domain yang dimaksud. Pendaftar nama domain ini bisa memberikan informasi yang tidak benar ataupun tidak lengkap mengenai identitasnya untuk membuat email. Para pelaku kejahatan dapat memanfaatkan kondisi-kondisi tersebut untuk melakukan penipuan. Mereka menggunakan identitas palsu, menampilkan produk melalui foto-foto yang bahkan ia tidak memilikinya, serta mencantumkan harga dibawah harga pasar. Selain itu, mereka juga membuat komentar-komentar palsu mengenai kepuasan para pembeli sebelumnya mengenai kecepatan pengiriman barang atau pelayanan yang marak diterima. Tidak hanya itu saja tetapi mereka juga memberikan berbagai nomor rekening bank milik satu orang yang digunakan untuk menerima uang dari korban.⁸ Dengan hal-hal tersebut maka si korban akan mudah terpengaruh dan percaya terhadap informasi yang pelaku berikan dalam website.

Dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik tersebut diatur tentang penyebaran berita bohong (*Hoax*) bagi yang melanggardapat dikenakan sanksi berikut : Pasal 45 A ayat (1) yaitu muatan berita bohong dan menyesatkan, Pasal 45 A ayat (2) yaitu muatan yang menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA).

Identifikasi dan Mencegah Hoax.

Cepatnya pesan *Hoax* beredar tidak terlepas dari karakteristik jaringan sosialnya. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang

⁶ Josua Sitompul, 2012, *Cyberspace Cybercrime Cyberlaw Tinjauan Aspek Hukum Pidana*, Tatanusa, Jakarta. hlm 187.

⁷ *Ibid*, hlm 188.

⁸ *Ibid*, hlm 190

terbentuk di dalam jaringan atau internet. Akan tetapi seperti yang dikatakan Casrells (2002), struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikro elektronik.

Karakteristik sosial yang terbangun didalamnya adalah membentuk jaringan diantara penggunaanya. Dengan mengesampingkan apakah di dunia nyata antar pengguna saling mengenal atau tidak (Nasrullah, 2016). Hal tersebut terlihat dari hasil penelitian ini, dimana pengirim dan penerima pesan bisa jadi adalah orang-orang yang saling mengenal terlebih dahulu secara *offline* bisa juga tidak.

Kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar atau tidak, akan memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat Menurut Ryan Ariesta⁹ dari Analisis Political Waves, ada tiga faktor masyarakat Indonesia sangat mudah dipengaruhi oleh berbagai konten *Hoax* yaitu: “**Pertama**, minat baca masyarakat masih sangat kurang. **Kedua**, tidak memeriksa kebenaran dan keaslian berita tersebut. Hal ini memberikan perubahan berbagai pandangan masyarakat Indonesia terhadap fenomena yang sedang marak dibicarakan oleh umum. **Ketiga**, masyarakat Indonesia terlalu cepat dalam menyimpulkan suatu peristiwa yang terjadi. Hal tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan atas sebab dan akibat, ketika hal tersebut terjadi dapat disimpulkan bahwa kurangnya niat dalam mencari tahu hal yang lebih jelas.”

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Guru besar Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran, Bandung, Deddy Mulyana, bahwa karakter asli masyarakat Indonesia tidak terbiasa berbeda pendapat atau berdemokrasi secara sehat. Kondisi itu merupakan salah satu

faktor mudahnya masyarakat menelan *Hoax* yang disebarkan secara sengaja. Sejak dulu orang Indonesia suka berkumpul dan bercerita. Apa yang dibicarakan belum tentu benar. Sebab budaya kolektivisme ini tidak diiringi dengan kemampuan mengolah data. Menurut Deddy, kebanyakan masyarakat juga tidak terbiasa mencatat dan menyimpan data sehingga sering berbicara tanpa data. Di sisi lain, masyarakat lebih senang membahas aspek-aspek yang berkaitan dengan kekerasan, sensualitas, drama, intrik dan misteri. Politik adalah bidang yang memiliki aspek-aspek tersebut. Tidak heran kalau *Hoax* sering sekali terjadi pada tema politik.

Ryan Ariesta mengatakan bahwa solusi yang tepat untuk mengurangi dampak *Hoax* adalah **pertama**, berhati-hati dengan judul berita atau informasi yang provokatif, karena setiap judul yang memuat hal tersebut akan menyebabkan masyarakat mudah untuk terprovokasi dengan cepat. **Kedua**, cermat dalam melihat sumber berita. Hal tersebut penting untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat agar selalu melihat apakah sumber berita tersebut terjadi pada masa lampau, atau hanya berasal dari sumber yang tidak jelas asalnya. **Ketiga**, periksa fakta dan keaslian sebuah berita, karena berita adalah suatu informasi yang memuat faktual dan aktual, masyarakat diharapkan dapat melihat bahwa berita itu mengandung sebuah fakta yang relevan dan dengan data yang cukup. Keaslian juga merupakan hal yang penting dalam memilih berita. Masyarakat jangan mudah tertipu terhadap berita yang hanya merupakan aksi provokatif di media sosial.

Untuk mengenali *Hoax*, masyarakat perlu terus didukasi untuk bisa mengidentifikasi secara sadar perihal berita sesat alias "*Hoax*" yang kini masih tersebar luas di dunia maya dengan ciri-ciri sebagai berikut :

⁹ Rudi, A. (2017). Kenapa "Hoax" Mudah Tersebar di Indonesia? Diakses dari situs:

<http://megapolitan.kompas.com/read/2017/02/08/2160841/kenapa.hoax.mudah.tersebar.di.indonesia>

1. Berasal dari situs yang tidak dapat dipercayai.
 - a) Belum memiliki tim redaksi (jika itu situs berita).
 - b) Keterangan tentang siapa penulisnya tidak jelas (Halaman *ABOUT* Untuk situs Blog)
 - c) Tidak memiliki keterangan siapa pemiliknya.
 - d) Nomor telepon dan email pemilik tidak tidak tercantum. Sekalipun ada tapi tidak bisa dihubungi.
 - e) Domain tidak jelas
2. Tidak ada tanggal kejadiannya.
3. Tempat kejadiannya tidak jelas.
4. Menekankan pada isu SARA/ syarat dengan isu SARA yang berlebihan.
5. Kebanyakan kontennya aneh dan dengan lugas juga tegas menyudutkan pihak tertentu. Saat anda memeriksa tulisan yang lainnya juga demikian: tidak bermutu dan merendahkan pihak tertentu secara berlebihan (lebay).
6. Beritanya tidak berimbang. Menyampaikan fakta dan pertimbangan yang berat sebelah.
7. Alur cerita dan kontennya tidak logis, langka dan aneh.
8. Bahasa dan tata kalimat yang digunakan agak rancu dan tidak berhubungan satu sama lain.
9. Menggunakan bahasa yang sangat emosional dan provokatif.
10. Menyarankan anda untuk mengklik, mengshare dan melike tulisannya dengan nada yang lebay. Misalnya:
 - a) “Jika anda seorang muslim klik...”
 - b) “Share tulisan ini agar keluarga anda tidak menjadi korbannya...”
 - c) “Like & share sebelum terlambat...”
 - d) “Rugi kalau tidak diklik...”
 - e) “Kesempatan anda satu-satunya disini...”
 - f) dan lain sebagainya.
11. Penyebarannya (*sharing*) dilakukan oleh akun media sosial kloningan/ ghost/ palsu.

Biasanya ciri-cirinya adalah sebagai berikut.

- a) foto profil cewek cantik.

Dalam hal ini penyebar berita hoax berupaya untuk menarik perhatian targetnya untuk membuka akun miliknya dan kemudian korban yang telah membukanya akan di berikan berita palsu tersebut. Disini korban secara tidak sadar akan membaca sebagian atau keseluruhan berita tersebut, dikarenakan minat korban yang terpancing oleh foto profil account tersebut. Biasanya target modus ini adalah pengguna media sosial, kalangan Pria.

- b) penampilan seksi dan vulgar.

Modus ini mirip seperti modus diatas. Hanya saja modus ini seringkali di persiapkan oleh pelaku penyebar *hoax* untuk mengantisipasi jika modus pertama tidak berhasil.

- c) dilihat dari dindingnya, statusnya langka dan baru dibuat belakangan ini (bukan id tua/ bukan id asli).

Dengan menjual nama publik figur dan tokoh terkenal, modus ini terbilang sangat sukses untuk menarik perhatian korbannya yang tergolong kritis terhadap informasi. Modus ini sangat memanfaatkan citra tokoh atau publik figur tersebut.

SIMPULAN

A. Kesimpulan

Dalam konteks ini point utama terfokus salah satunya kepada Aspek dan Sarana yang digunakan dalam Penyebaran Berita *Hoax* oleh seluruh masyarakat indonesia pada saat ini sering berbagi informasi melalui berbagai media yaitu Media cetak contohnya yaitu buku, koran, brosur, tabloid dan majalah, Media Elektronik dapat dilakukan melalui televisi, radio, dan media elektronik lainnya seperti media sosial salah satunya internet. Media

elektronik yang sangat rentan dan sering digunakan sebagai tempat untuk menyebarkan berita bohong *Hoax* adalah media sosial, media sosial di internet seperti Facebook, Instagram, LINE, dan Whatsapp, Messenger dll.

Dalam Penerapan berdasarkan kasus-kasus yang berkaitan dengan penyebaran berita bohong *Hoax*. Penegakan hokum berkaitan dengan Penyebaran berita bohong *Hoax* dilakukan sesuai dengan aturan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang dimuat dalam Pasal 45A ayat (1) dan ayat (2) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dan ayat (2). Hal tersebut dirasa kurang efektif mengingat banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial dalam berinteraksi dan Kompleksnya serta sistematisnya fenomena penyebaran *hoax*.

Ada tiga pendekatan penting yang diperlukan untuk mencegah dalam penyebaran berita *Hoax* di masyarakat yaitu pendekatan kelembagaan, teknologi dan literasi. Pendekatan kelembagaan, dengan terus menggalakkan komunitas anti *Hoax*. Dari sisi pendekatan teknologi, dengan aplikasi *Hoax checker* yang bisa digunakan oleh masyarakat untuk mengecek kebenaran berita yang berindikasi *Hoax*. Pendekatan literasi, dengan gerakan anti berita *Hoax* maupun sosialisasi kepada masyarakat mulai dari sekolah hingga masyarakat umum yang ditingkatkan dan digalakkan, bukan saja oleh pemerintah tetapi juga oleh seluru lapisan masyarakat termasuk institusiinstitusi non pemerintah lainnya. Mengingat penyebaran berita *hoax* sangatlah kompleks dan sistematis. Dalam hal ini tingginya ketertarikan masyarakat dalam mengakses berita-berita di media online, membuat masyarakat bukan hanya dapat menjadi korban *hoax* melainkan tanpa disadari antusiasme mereka membagi berita yang dinilai menarik namun tidak di ketahui sebagai *hoax*, dapat membuatnya menjadi pelaku penyebaran

hoax secara tidak disadari. Hal tersebut tentunya membutuhkan instrumen hukum yang mampu membedakan berkaitan dengan pelaku langsung dan tidak langsung dalam penyebaran *hoax* tersebut

B. Saran

Dalam konteks isue tersebut sangat menarik jika kita mengkaitkan dengan literasi media, khususnya literasi digital guna memfilter masyarakat dan terutama pelajar. Dari bahaya *Hoax* tersebut. Dalam konsep tersebut di Indonesia, pendekatan kebhinnekaan yang memasukkan aspek literasi media belum menjadi agian dari kurikulum pembelajaran. Oleh karena itu penting mensosialisasikan pendekatan semacam ini mulai dari jenjang Sekolah Dasar hingga Perguruan Tinggi. Dengan melihat dampak dari minusnya pemahaman media, sehingga meningkatnya pesan kebencian di media sosial, pemerintah nampaknya perlu melakukan revisi isi pendidikan kewarganegaraan dengan memasukkan aspek-aspek yang berkaitan dengan pesan kebencian pada media.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Asril Sitompul, 2004, *Hukum Internet Pengenalan Mengenai Masalah Hukum di Cyberspace*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung,.
- Convelo, Cevilla G., (dkk). 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: UI
- Josua Sitompul, 2012, *Cyberspace Cybercrime Cyberlaw Tinjauan Aspek Hukum Pidana*, Tatanusa, Jakarta.

Undang-undang

- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Jurnal

- Afdjani, Hadiono, Soemirat, 2010, Soleh. *Makna Iklan Televisi, Studi*

Fenomenologi Pemirsa di Jakarta terhadap Iklan Televisi Minuman "Kuku Bima Energi" Versi Kolam Susu, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 8, No. 1, Januari April.

Hasbiansyah, O. 2008. *Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi*. Terakreditasi Dirjen Dikti SK No. 56/DIKTI/Kep/20015 diakses pada tanggal 5 Februari 2019.

Web

Rudi, A. 2017. Kenapa "Hoax" Mudah Tersebar di Indonesia? Diakses dari situs: <http://megapolitan.kompas.com/read/2017/02/08/21160841/kenapa.Hoax.mudah.tersebar.di.indonesia.tanggal.4.Januari.2019>