

Melawan Hoax Media Sosial

Oleh: Mohammad Zamroni

AKHIR-akhir ini, kita dengan mudah menemukan pemandangan yang jamak terjadi di hampir semua tempat. Baik di kantor, rumah, kampus, sekolah, pusat perbelanjaan, tempat ibadah, bahkan di tempat-tempat nongkrong sekalipun, pemandangan di mana orang sibuk dengan alat komunikasi *smartphone/gadget*.

Adanya perubahan media juga melahirkan perubahan gaya hidup, pola konsumsi, dan budaya suatu masyarakat pada suatu jaringan maya. Masyarakat dengan gaya hidup baru, mulai dari belanja, aktivitas perbankan hingga tuntutan spiritual mereka lakukan secara *online*. Oleh karenanya, perubahan media juga bisa diartikan sebagai lebih banyak pilihan hidup, kemudahan barang dan jasa yang lebih murah, serta adanya peningkatan kualitas hidup yang lebih baik tentunya. Namun pada saat yang sama, perubahan media juga berimplikasi pada degradasi hubungan antarmanusia karena komunikasi tidak lagi bertatap muka *face to face* secara langsung.

Lihat saja, masyarakat kita sudah terbuai dengan hadirnya media sosial dan *smartphone*, HP Android/*gadget* yang multifungsi. Dari yang tua hingga yang muda, dari yang dewasa hingga anak-anak semua kecanduan. Dari bangun tidur hingga tidur kembali, kita tidak bisa lepas dari memegang *handphone*. Bahkan tak jarang teknologi media sosial yang satu ini menjadi teman sehari-hari yang baik dalam berbagai suasana. Meskipun justru media sosial lebih banyak konten yang menyesatkan dan berita-berita kebohongan (*hoax*) serta berbau fitnah yang banyak beredar dan menyebar ke mana-mana. Penerima maupun pelaku penyebaran pun dari berbagai kalangan masyarakat termasuk di dalamnya ada akademisi atau intelektual yang sebenarnya sangat memahami pola komunikasi pesan semacam ini. Padahal jelas bahwa di sini berlaku hukum tanggung jawab sosial yang harus diemban kepada siapa saja pengguna media sosial lebih-lebih penyebarannya.

Kata kunci dalam memahami *hoax* ini adalah penipuan ke publik. Maksudnya, pembeda *hoax* dengan penipuan

lainnya adalah pada karakteristiknya yang menjangkau khalayak luas, populer dan masif. Sehingga, biasanya ada jejaring yang kerap menghubungkan *hoax* baik melalui media massa maupun media lainnya. Salah satu penyebab *hoax* saat ini mewabah adalah teknologi media sosial dan *smart phone*, karena banyak kanal perbincangan warga difasilitasi oleh keduanya. Di media sosial misalnya, ada *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan lain-lain. Sementara di *smart phone* ada *group whatsapp* (WA) dan *blackberry messenger* (BBM).

Belum lagi permasalahan lanjutan yang lebih mendasar adalah beredarnya informasi dan ilmu pengetahuan melalui media sosial ini. Media sosial kini telah diyakini banyak orang sebagai sumber informasi yang aktual. Namun informasi-informasi yang muncul di media sosial semakin menyesaki kehidupan dan tidak terkontrol, sehingga semakin susut maknanya. Informasi tidak lagi bernilai maknanya, namun juga bisa dikomersialisasikan sebagai komoditas yang diperjualbelikan tanpa memperhitungkan manfaatnya. Ini yang kemudian kita pahami sebagai bentuk komunikasi dalam *cyberspace* menggunakan berbagai ragam teknologi komunikasi.

Tak jarang kita lihat sebagian pengguna *internet mobile* dalam *handphone android* misalnya, mengunduh sesuatu yang hanya sekadarnya saja. Bukan informasi atau berita penting yang mereka akses. Justru kebanyakan hanya menerima kiriman pesan yang kemudian tanpa berpikir panjang meneruskan ke semua kontak yang ada. Malah sering kali tanpa dibaca lebih dahulu pesan itu sudah disebar bahkan menjadi viral dan *trending topic* tertentu. Mereka sudah terjebak dengan simulasi realitas sosial yang sesungguhnya terkadang berbanding terbalik dengan fakta.

Simulasi Realitas Sosial

Kini perkembangan dramatis media komunikasi yang sedemikian canggih, membuat kita tidak hanya hidup dalam era "revolusi komunikasi" sebagaimana

yang digambarkan oleh Frederick Williams dalam bukunya *The Communication Revolution* (1982), tetapi kita benar-benar tengah mengarungi apa yang disebut John Keane (1998) sebagai era "keberlimpahan komunikasi (*communication abundance*)" atau "tumpah ruah komunikasi" (*cornucopias of communication*).

Era keberlimpahan komunikasi menurut Idi Subandy (2011), paling tidak ditandai dengan hadirnya komunikasi yang melampaui batas. Komunikasi menjadi *overload*, muatan informasi menjadi titik jenuh, bahkan tidak hanya di dalam masyarakat, tetapi juga dalam pikiran atau benak masyarakat. Bahasa mengenai kelangkaan (*scarcity*) telah digantikan oleh citra mengenai keberlimpahan (*abundance*).

Dalam kehidupan, realitas selalu menampakkan wujudnya dalam cara yang berbeda. Kemunculan suatu realitas tidak dapat diduga, bahkan dalam kemunculannya suatu realitas tidak seperti yang dibayangkan. Realitas dapat berwujud dalam suatu keberaturan, tetapi tidak jarang pula berwujud dalam ketidakberaturan. Realitas merupakan refleksi dari rasionalitas dan juga refleksi dari suatu irrasionalitas. Yasraf (2004) menilai realitas dibangun dalam keliaran fantasi, ilusi, dan halusinasi manusia yang digerakkan oleh media.

Dengan kecanggihan simulasi teknologi internet, keterbatasan tidak menjadi masalah, karena dimungkinkan manusia dapat hidup di dalam perbauran antara masa lalu, masa kini dan masa depan, antara subyek manusia dengan obyek, antara yang natural dan yang artifisial, di dalam simulasi elektronik maupun ruang virtual. Mekanisme simulasi inilah yang menurut Baudrillard (1999), realitas telah melebur menjadi satu dengan tanda, citra model-model reproduksi tidak mungkin lagi menemukan referensi yang real, membuat pembedaan antara representasi dan realitas, citra dan kenyataan, tanda dan ide, serta semu dan yang nyata.

Hiperealitas hampir selalu lebih menyenangkan ketimbang realitas. Bahkan ia dianggap lebih nyata dibandingkan realitas. Itu sebabnya kita selalu melihat orang sibuk dengan *gadget*-nya saat perjalanan di kereta api, di *lobby*, bahkan ketika makan malam dengan pasangan. Mereka menganggap apa yang di temukan di *cyberspace*, media sosial, *messenger*, itu lebih menarik ketimbang berbincang dengan orang di sebelah atau melihat pemandangan sekitar. Makin sering kita melakukannya, makin terikat pula kita dengan hiperealitas. Hiperealitas makin menjauhkan kita dari hubungan yang nyata. Kita bisa kasmaran dengan seseorang di *Facebook* yang belum pernah kita temui hanya karena foto. Bisa dengan mudah menghina orang lain di *Twitter*, padahal kita adalah orang yang santun di kehidupan sehari-hari. Atau, dengan gampang merendahkan keyakinan orang lain di dunia *cyber*, tapi tak berani melakukannya terang-terangan di dunia nyata.

Upaya Melawan Hoax

Berita *hoax* dapat cepat menyebar melalui media sosial, dan bahkan media *mainstream* lainnya, sehingga hal ini akan berdampak secara sosial, mengingat tingkat ketergantungan masyarakat terhadap kedua media tersebut sangat tinggi. Hal ini harus dilakukan upaya untuk melawannya.

Harus ada langkah konkret yang dilakukan untuk melawan *hoax* semisal dengan klarifikasi (*tabayyun*) terhadap sumber berita, jika sumbernya tidak dapat menunjukkan bukti kebenaran, maka masyarakat tidaklah perlu mempercayainya. Di samping itu dibutuhkan kewaspadaan terhadap semua informasi atau berita yang diterimanya, sehingga seseorang akan menjadi orang yang bijaksana dan tidak mudah termakan isu yang beredar. **

Mohammad Zamroni

Penulis adalah Ketua Umum Asosiasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam-ASKOPIS dan Dosen Prodi KPI FDK UIN Yogya

WWW.

<http://cetak.harianbernas.com/26130>