

Pola Penyebaran Hoaks pada Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam di Kota Bandung

Patterns of the Spread of Hoaks in Islamic College Students in Bandung

MOH. DULKIAH¹, PAELANI SETIA²

UIN Sunan Gunung Djati Bandung
moh.dulkiah@uinsgd.ac.id

UIN Sunan Gunung Djati Bandung
setiapaelani66@gmail.com

Artikel disubmit 28 Januari 2020
Artikel direvisi 30 Maret 2020
Artikel disetujui 4 April 2020

ABSTRACT

Nowadays, the phenomenon of hoax (fake news) is mostly constructed through social media. The sites that produce and spread hoaxes are fairly high in some capital cities in Indonesia, including Bandung, a capital of West Java. This fake news makes people very uneasy, moreover, it is not only consumed by common people but also the college community. The study aimed at finding out the model of spreading hoaxes to Muslim students in Islamic colleges in Bandung. This research used a qualitative approach and data were collected by conducting in-depth interviews and documentation studies to explore the focus of research. The findings showed that first, most students often receive fake news (hoaxes), even some have also been the makers and spreaders of hoaxes. Second, the distribution of hoaxes is done through social media along with the development of information technology. Third, there are three patterns of hoax distribution among Islamic colleges students: (1) cyclization (formation of circular patterns in organic compounds or connected with cycles) (2) spread (scattered) (3) breaking up (information distribution stops at authorities). In addition, it needs campus support in the practice of strengthening digital literacy, comprehensive verification efforts for students, and serious handling from government.

Keywords: Hoax; college student; distribution patterns, social media.

ABSTRAK

Fenomena hoaks sebagai berita bohong banyak dikonstruksi melalui media sosial pada era sekarang ini. Situs-situs yang memproduksi dan menyebarkan hoaks atau berita bohong ini cukup tinggi di beberapa kota besar di Indonesia, khususnya Bandung, ibu kota Jawa Barat. Banyaknya pemberitaan bohong tersebut menjadikan masyarakat resah. Berita hoaks tersebut tidak hanya dikonsumsi oleh masyarakat awam tetapi juga kalangan perguruan tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana model penyebaran hoaks pada mahasiswa muslim di perguruan tinggi Islam di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menerapkan metode wawancara mendalam (indepth interview) dan studi dokumentasi untuk menggali fokus penelitian. Penelitian ini menemukan beberapa hal, yakni: mahasiswa sebagian besar sering menerima hoaks, bahkan sebagian mahasiswa juga pernah menjadi pembuat sekaligus penyebar hoaks. Kedua, penyebaran hoaks dilakukan melalui media sosial seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Ketiga, terdapat 3 (tiga) pola penyebaran hoaks di kalangan mahasiswa perguruan tinggi Islam, yakni (1) pola siklisasi (pembentukan pola melingkar dalam senyawa organik atau berhubungan dengan siklus) (2) pola menyebar (3) pola putus (penyebaran informasi berhenti pada pihak berwajib). Selain itu, perlu dukungan pihak kampus dalam praktik penguatan literasi digital, selain upaya verifikasi (tabayun) komprehensif bagi mahasiswa, dan penanganan serius pemerintah.

Kata Kunci : Hoaks; mahasiswa; pola penyebaran, media sosial.

PENDAHULUAN

Kelahiran media sosial menyebabkan setiap orang mempunyai kebebasan memproduksi, merespons, dan menyebarkan informasi sesuai kehendaknya masing-masing. Hal tersebut merupakan ciri dari kelahiran masyarakat yang saling terhubung satu sama lain tanpa mengenal batas dan waktu atau disebut masyarakat digital. Masyarakat digital merupakan masyarakat yang memiliki sensibilitas dan psikologi pada koneksi online sehingga haus akan informasi yang aktual (Ismail, 2018). Akibatnya, informasi sangat cepat membanjiri jagat digital masyarakat saat ini.

Ledakan informasi merupakan salah satu dampak dari perkembangan dunia teknologi dan informasi yakni kelahiran media sosial. Lebih lanjut, kelahiran media sosial ini juga berdampak luas pada kemudahan aktivitas masyarakat di berbagai lini kehidupan. Setiap orang mempunyai kemudahan untuk saling berbagi, menjual, dan menukar suatu barang atau jasa sesuai dengan kebutuhannya (Alyusi, 2016). Namun sayangnya kemudahan tersebut juga menyisakan banyak sekali dampak negatif dan menimbulkan permasalahan baru, salah satunya lahirnya fenomena hoaks. Hoaks merupakan penyebaran informasi yang disusupi kebohongan demi kepentingan tertentu (Silalahi, Bestari, dan Saputra, 2017). Lebih dari itu, hoaks juga seringkali menasar pada motif-motif lain terutama politik yang mengutamakan pada kebenaran suatu individu atau kelompok tertentu bukan pada fakta yang sebenarnya atau disebut *post-truth* (Fensi, 2018). Fenomena ini berdampak pada kekaburan suatu informasi yang sebenarnya sehingga menimbulkan konflik masyarakat oleh karena fanatisme pada suatu kelompok yang diyakininya. Bahkan, berdasarkan survei yang diterbitkan di Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) tahun 2017 lalu, 75,90% responden menyebut bahwa hoaks telah mengganggu kerukunan masyarakat dan sangat mengganggu aktivitas kehidupan. Hal tersebut bisa terjadi karena hoaks yang dijumpai seringkali mempengaruhi opini publik yang direspon masyarakat secara berlebih atau

kesenangan pada berita-berita heboh (MASTEL Indonesia, 2017).

Fenomena hoaks di media sosial menasar berbagai kalangan masyarakat khususnya generasi milenial oleh karena masifnya penggunaan media sosial. Salah satu bagian dari generasi milenial adalah mahasiswa. Menurut Alfindra dan Yahya (2017), alasan mahasiswa selalu menggunakan media sosial karena beberapa alasan yaitu, (1) informasi, dimana kebutuhan pokok pada informasi-informasi terbaru menyebabkan mahasiswa selalu mengakses informasi; (2) aktualisasi diri yang meliputi aktivitas mahasiswa yang bertujuan agar menjaga eksistensi diri dari lingkungan dengan mengedepankan pada apa yang ingin diketahui orang lain; (3) hiburan, berupa aktivitas tontonan sebagai upaya untuk menghibur diri dengan memanfaatkan video atau foto-foto; dan (4) bisnis, yakni upaya pemenuhan kebutuhan untuk menghidupi diri dari berbagai kebutuhan ekonomi melalui penghasilan dari media sosial tersebut. Selain itu, sebagai bagian dari generasi milenial, mahasiswa memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap media sosial, bahkan mayoritas mahasiswa merasa cemas jika tidak menggunakannya (Azka, Firdaus, dan Kurniadewi, 2018).

Selain itu, Azka, Firdaus, dan Kurniadewi, (2018), menambahkan pentingnya perguruan tinggi Islam yang merupakan institusi pendidikan memberikan porsi pembelajaran mata kuliah keislaman yang memadai untuk diinternalisasikan dalam kehidupannya, bahkan sangat mendalam dalam fakultas-fakultas tertentu seperti fakultas Ushuluddin, Dakwah, dan Syariah. Hal ini berbeda dengan perguruan tinggi umum atau perguruan tinggi agama lainnya. Namun, pada kenyataannya pembelajaran ini tidak sepenuhnya menunjang perilaku mahasiswa terhadap hoaks di media sosial. Hal ini menjadi bukti bahwa hoaks bisa menimpa siapa saja, termasuk kalangan akademisi seperti mahasiswa di perguruan tinggi Islam. Rahmawati (2013), menyimpulkan 70% mahasiswa di kampus Islam masih terkena hoaks meski sudah mampu aktif mengkroscek informasi.

Studi ini membahas penyebaran hoaks di media sosial oleh mahasiswa di perguruan tinggi Islam Kota Bandung yakni di kampus UIN Bandung, UNISBA, dan UNINUS Bandung serta pola penyebaran dan pandangan mahasiswa Islam tersebut mengenai upaya penyelesaian penyebaran hoaks di masyarakat. Kota Bandung dipilih karena merupakan kota favorit para pelajar di Indonesia, selain menumpuknya kampus-kampus di kota ini (Wurinanda, 2015). Selain itu, Jawa Barat termasuk Bandung memiliki 16,4 juta pengguna media sosial sehingga memiliki pengguna *Facebook* terbanyak dan sangat rawan terjadi penyebaran hoaks (Jabar.prov.go.id, 2019). Penelitian ini dilakukan dengan subjek mahasiswa perguruan tinggi Islam di kampus tersebut dengan alasan, *pertama* keberadaan hoaks yang tanpa pandang bulu atau menimpa siapapun termasuk mahasiswa Islam sangat berbahaya karena bisa menimbulkan penurunan kepercayaan masyarakat kepada mahasiswa sebagai agen perubahan dan pembawa nilai-nilai agama (AS, mahasiswa UNISBA, wawancara pada 11 September 2019). *Kedua*, globalisasi menyebabkan mahasiswa Islam berperilaku instan tanpa memaksimalkan usaha, termasuk dalam menggali bahan bacaan dan informasi. Dampaknya, kebiasaan mencomot informasi tanpa referensi yang menunjang seringkali dilakukan mahasiswa Islam untuk mempercepat transfer ilmu atau pemahaman (ASF, mahasiswa UNINUS, wawancara 11 September 2019). *Ketiga*, meski sudah tertanam jiwa verifikasi pada mahasiswa Islam, namun masih bersifat parsial, atau hanya mengandalkan pertemanan/komunitas/afiliasi sehingga berpengaruh pada dimensi emosional. Akibatnya, afiliasi menyebabkan mahasiswa semakin terpapar hoaks di media sosial dengan dalih menyebarkan kebenaran, misalnya konten-konten radikalisme atau propaganda dijumpai karena tidak dianggap bukan bagian dari hoaks berdasar komunitas yang diikutinya. Hal ini bahkan dibuktikan dengan hasil penelitian Setara Institute yang menyebut salah satu dari sepuluh kampus paling radikal yaitu UIN Bandung (Satria, 2019).

TINJAUAN PUSTAKA

Secara umum, kajian mengenai hoaks pernah dilakukan oleh Ulya (2018), yang menyatakan bahwa hoaks menyebabkan meningkatnya ketegangan di tengah masyarakat, radikalitas keberagamaan, dan masyarakat yang teralienasi. Amalliah⁽²⁰¹⁸⁾, menambahkan bahwa hoaks merupakan suatu keniscayaan yang dihadapi dalam masyarakat digital, produksi hoaks tidak terlepas dari fenomena *post-truth*. *Post-truth* sendiri berkaitan dengan hoaks dan politik. Menurut Na'im (2017) hoaks digunakan untuk melakukan kontruksi sosial dengan cara memframing peristiwa tertentu. Misalnya, dalam Pilgub DKI Jakarta pidato Ahok seputar Al-Maidah ayat 51 banyak dipelintirkan menjadi hoaks sehingga mampu menumbangkan calon petahana tersebut.

Lebih lanjut, studi yang fokus pada hoaks dan mahasiswa dilakukan oleh Suyanto, dkk., (2018), yang menyimpulkan bahwa mahasiswa beranggapan jika hoaks tidak ditangani secara serius oleh pemerintah maka bisa mengakibatkan disintegrasi nasional, bahkan terpapar radikalisme dan perilaku intoleran (Astuti, 2017). Hoaks juga dianggap sebagai pembodohan masyarakat sehingga perlu dilakukan gerakan literasi untuk membangun kemampuan berpikir kritis. Bahkan, mengkaji kembali hadis-hadis mengenai etika yang baik dalam berkomunikasi seperti yang dianjurkan oleh Rasulullah SAW. bisa mengantisipasi hoaks (Walidah, 2018). Rahadi (2017) menegaskan bahwa pengguna media sosial memahami hoaks dan dampak yang muncul setelah menyebarkannya, tetapi keinginan untuk memengaruhi pendapat atau sikap orang lain menjadi alasan utama pengguna media sosial menyebarkan hoaks. Selain itu, alasan lainnya adalah menjadikan hoaks menyebar luas (viral). Untuk mengantisipasi hoaks tersebut, Kurniawan (2019) mengungkapkan perlu adanya nalar kritis mahasiswa dalam mengantisipasi hoaks di media sosial.

Dari berbagai penelitian yang telah dilakukan tersebut sangat jarang bahkan tidak

ada penelitian yang membahas tentang pola penyebaran hoaks pada mahasiswa di perguruan tinggi Islam. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mengisi celah kosong yang ada dalam lingkup kajian sosiologi. Kajian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana proses penyebaran hoaks pada mahasiswa. Sebagai generasi muda, budaya literasi wajib dilakukan termasuk di era disrupsi saat ini. Literasi digital termasuk kemampuan memilih, mengolah, dan memfilter informasi di media sosial berguna untuk kontruksi pembelajaran pada masyarakat luas.

KERANGKA KONSEPTUAL

Hoaks mempunyai kaitan terhadap media sosial dan generasi milenial. Generasi milenial adalah label pada pemuda yang lahir pada 1980-an dan 1990-an, generasi Y, dan generasi selanjutnya atau generasi-net yang identik dengan teknologi, selalu terhubung *smartphone* dan layanan digital lainnya (Ron Alsop dalam Konczak, dkk., 2011). Generasi milenial juga diartikan pemuda kontemporer yang menjadi penduduk asli digital, karena tidak pernah mengalami kehidupan sebelum internet (Turner (2015), dalam Surokim, dkk., 2017). Oleh karena itu, generasi milenial memang sangat identik dengan media sosial. Terbukti survei *We Are Social Singapore* di Indonesia tahun 2017 menyatakan 92 juta jiwa pengguna media sosial adalah generasi milenial dari 106 juta jiwa pengguna dengan 262 juta jiwa populasi (Supratman, 2018). Secara usia generasi milenial juga identik dengan mahasiswa rentang usia kelahiran 1980-an hingga 2000-an. Mahasiswa merupakan satu kelompok elit atau golongan intelektual/intelegensia penentu sejarah melalui transformasi sosial (Iswanto, 2013).

Hoaks memiliki makna sebagai rencana untuk menipu seseorang (Cambridge Dictionary, 2020). Selain itu, hoaks dapat dianggap sebagai suatu tindakan yang bertujuan membuat seseorang percaya pada sesuatu yang tidak benar, atau tidak menyenangkan (Oxford Dictionary, 2020). Secara sederhana hoaks adalah berita bohong, informasi palsu, dan kabar dusta (KBBI, 2020).

Bahkan, secara umum hoaks sering dimaknai juga sebagai fitnah (Setiyanto, 2019). Kasperek dan Messersmith (2015) mengutip Silverberg (1965) yang menyatakan bahwa hoaks sudah ada sejak Perjanjian Lama bahkan diyakini tertulis dalam Odisseia yaitu puisi epik utama Yunani yang ditulis oleh Homeros, seorang penyair buta dari Ionia. Odisseia merupakan sebuah karya yang menceritakan tentang peristiwa yang terjadi setelah Perang Troya di Troya.

Hoaks merupakan fenomena masyarakat digital. Manuel Castells dalam *The Power of Identity, The Information Age: Economy, Social, and Culture* (2004) menyebut masyarakat digital sebagai masyarakat jejaring, dan masyarakat informasi. Masyarakat jejaring lahir akibat pertumbuhan informasi (informasionalisme) atau aliran informasi dan revolusi teknologi komunikasi yang menimbulkan problem baru di masyarakat.

Kemudian, Castells (2004) menambahkan bahwa kemuculan masyarakat informasional ditengarai oleh revolusi teknologi informasi di Amerika pada 1970-an sehingga memandang adanya paradigma teknologi informasi dengan lima karakteristik. *Pertama*, teknologi yang tereaksi berdasarkan informasi. *Kedua*, teknologi mempunyai efek pervasif. *Ketiga*, semua sistem yang menggunakan teknologi informasi didefinisikan oleh logika jaringan yang dapat memengaruhi berbagai proses dan organisasi. *Keempat*, teknologi baru sangatlah fleksibel, membuatnya beradaptasi dan berubah secara konstan. *Kelima*, teknologi spesifik yang diasosiasikan dengan informasi berpadu dengan sistem yang terintegrasi (Ritzer, 2014).

Elemen penting masyarakat baru ini didukung oleh fenomena riil virtualitas (*real virtuality*) yaitu sebuah sistem dimana realistik yakni eksistensi simbolik/material seseorang seluruhnya ditangkap, dibenamkan ke dalam *setting* imaji virtual, di dunia khayalan. Kemunculannya bukan hanya pada layar yang melaluinya pengalaman dikomunikasikan, tetapi juga kemunculan itu menjadi pengalaman nyata.

Inilah yang membedakan zaman dulu yang ditentukan oleh ruang tempat (*space of places*) menjadi logika spasial baru yaitu ruang aliran (*space of flows*). Artinya, dunia telah didominasi oleh proses ketimbang lokasi (meski lokasi tetap ada) dan juga era tanpa batasan waktu (*timeless time*) tersedia dimana saja dan kapan saja (Castells, 2004).

Media sosial merupakan ciri masyarakat digital. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan diri atau berinteraksi termasuk berbagi dan berkomunikasi serta membentuk ikatan sosial virtual (Nasrullah, 2018). Kebebasan individu berekspresi dan berpendapat menjembatani pengguna untuk berbagi informasi tanpa kaidah-kaidah jurnalistik. Akibatnya, hoaks tumbuh dan berkelindan dengan media sosial.

Menurut Silverman (2015) media sosial menjadi sarana penyebaran hoaks yang sangat efektif. Informasi di media sosial sangat sulit untuk diverifikasi, namun banyak dipercaya karena kebutuhan akan kecepatannya. Silverman menegaskan hoaks di media sosial disebabkan oleh, *pertama* kurangnya pengetahuan akan informasi. Minimnya pengetahuan akan berdampak kepada kepercayaan tunggal dan berkaitan dengan menurunnya tingkat skeptisisme seseorang. *Kedua*, pengguna media sosial itu sendiri. Pengguna media sosial dengan kebebasannya memanfaatkan informasi palsu untuk memperoleh keuntungan baik materi maupun nonmateri. Tidak jarang pundi-pundi ekonomi bisa diperoleh dengan melancarkan aktivitas hoaks yang memanfaatkan fasilitas iklan. Selain itu, strategi kampanye politik pun tidak jarang menggunakan hoaks sebagai propaganda untuk memengaruhi pilihan politik (Rahadi, 2017).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bandung yakni di perguruan tinggi agama Islam meliputi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Universitas Islam Bandung (UNISBA), dan Universitas Islam Nusantara

(UNINUS). Sebagai salah satu kota pelajar di Indonesia (Rosadi dan Andriawan, 2016) ketiga kampus berbasis Islam tersebut dipilih karena merepresentasikan kampus Islam di Kota Bandung yang memiliki jumlah mahasiswa yang tidak sedikit. Bahkan secara spesifik, mahasiswa UIN Bandung memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap media sosial sehingga menyebabkan terjadinya kecemasan sosial jika tidak menggunakan media sosial dalam kesehariannya (Azka, 2018). Jumlah responden yang diambil berjumlah 28 mahasiswa dari keseluruhan perguruan tinggi dengan indikasi aktif dalam menggunakan media sosial.

Metode yang digunakan deskriptif-kualitatif, dengan ciri data yang disajikan ke dalam bentuk deskripsi yang berupa teks naratif, ungkapan, kata-kata, pendapat, dan gagasan yang dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber dengan teknik pengumpulan data yang telah dipilih sebelumnya (Denzin dan Lincoln dalam Astuti, 2017). Metode ini juga mendeskripsikan peristiwa, keadaan, objek, dan sesuatu yang berkaitan dengan variabel yang bisa dijelaskan dengan permasalahan yang diteliti (Satori dan Komariah, 2011). Oleh karena itu, penelitian ini menggambarkan fenomena hoaks dengan berbagai pola penyebaran pada mahasiswa di perguruan tinggi Islam di kota Bandung.

Sumber data terdiri dari sumber primer yaitu wawancara dan sumber sekunder yang diperoleh dari berbagai dokumen. Wawancara dilakukan kepada mahasiswa yang menjadi korban, penyebar, dan pembuat hoaks. Sebelum proses wawancara, dilakukan penyebaran angket kepada mahasiswa secara acak dan kemudian dilakukan proses wawancara bagi mahasiswa yang terseleksi. Adapun studi dokumentasi dipakai untuk memperoleh berbagai sumber tertulis mengenai hoaks di kalangan mahasiswa seperti jurnal, buku, surat kabar, data statistik, dan artikel di situs berita.

Analisis data menggunakan deskriptif-analitik. Penulis berupaya mendeskripsikan bagaimana penyebab mahasiswa terkena hoaks, pola-pola persebaran hoaks, mayoritas hoaks yang ditemui mahasiswa, filterisasi informasi mahasiswa, dan sikap mahasiswa terhadap solusi hoaks yang kemudian ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara, penulis merumuskan kategori hoaks yang berkaitan dengan subjek dan tujuannya menjadi tiga yaitu, korban, penyebar, dan pembuat. Korban hoaks adalah seseorang yang pernah mengalami, menemukan, dan mengonsumsi hoaks di media sosial, tetapi tidak menyebarkannya kepada orang lain. Penyebar hoaks adalah seseorang yang tidak hanya menemukan hoaks di media sosial, tetapi juga menyebarkannya kepada orang lain dengan tujuan tertentu. Sementara itu, pembuat hoaks adalah seseorang yang dengan sengaja membuat dan menyebarkan hoaks di media sosial. Namun demikian, hal yang dialami oleh korban juga tidak sepenuhnya statis, ada juga korban yang memanfaatkan berita hoaks yang diterimanya untuk menyebarkan kembali hoaks sehingga statusnya berubah menjadi penyebar. Dengan demikian, adanya siklus dalam hoaks tersebut menjadikan subjeknya unik.

Senada dengan hal di atas, Saputra (2018) mengkategorisasikan hoaks berdasarkan ayat Alquran (Q.S Al-Maidah: 41, 42, 63; Q.S. Al-An'am: 23; Q.S An-Nur: 11, 12, 14, 15, 19; dan Q.S Al-Ahzab: 60) yaitu, *pertama* pembawa berita bohong artinya seseorang yang berperan sebagai subjek dan aktif dalam melakukan kebohongan, dan *kedua* pembohong atau pembuat kebohongan.

Lebih lanjut, Aditiawarman (2019) mengatakan bahwa setiap orang berpotensi sebagai pembuat hoaks dan penyebar hoaks misalnya *Muslim Cyber Army* dan *Saracen* yang sudah banyak membuat dan menyebarkan hoaks. Hal tersebut bahkan sudah masuk pada tatanan *hate speech* (menjelek-jelekan individu dan kelompok). Selain itu, publikasi *United*

Nation Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) dalam (Wendratama, 2019) menganalisis hoaks merupakan berita palsu yang berkaitan dengan perilaku penggabungan tiga hal yaitu misinformasi, disinformasi, dan malinformasi. Misinformasi adalah konten informasi yang menyesatkan namun tanpa unsur kesengajaan karena kepanikan atau ketidaktahuan. Sementara itu, disinformasi adalah konten informasi tiruan, rekaan, dimanipulasi, dan menyesatkan dengan unsur kesengajaan. Sedangkan malinformasi merupakan informasi yang dipotong untuk merugikan pihak lain, berbentuk pelecehan, bahkan ujaran kebencian. Perilaku tersebut merupakan andil dari penyebar dan pembuat hoaks.

Korban Hoaks

Berdasarkan data hasil wawancara dengan responden, disimpulkan bahwa semua responden pernah menjadi korban hoaks di media sosial. Ketika responden ditanya, "*Mengapa Anda bisa terkena hoaks?*", terdapat responden yang menjawab:

"Awalnya saya tidak mengetahui bahwa berita tersebut hoaks, karena sedang ramai di publik akhirnya jadi ikut percaya. Menurut saya tidak ada ciri-ciri berita tersebut hoaks, terlihat seperti berita benar saja. Misalnya, berita mengenai pemerintah mengkriminalisasi ulama. Di dalam berita tersebut dijelaskan fakta mengenai banyaknya para penista agama Islam yang pro pemerintah yang justru tidak di adili, berbeda halnya dengan individu yang tidak pro terhadap pemerintah yang mengkritik sedikit langsung di hukum" (RM, wawancara pada 11 September, 2019).

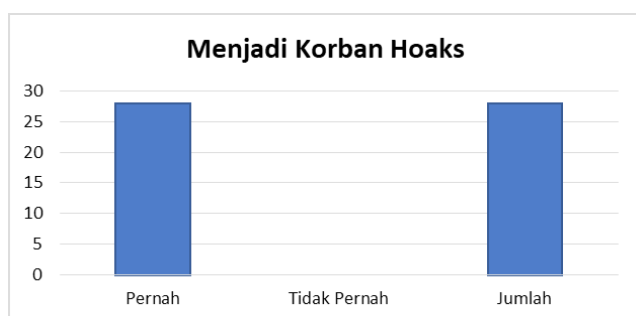
Lebih lanjut, ketika responden lain ditanya, "*Mengapa Anda bisa percaya itu hoaks?*". Ia menjawab bahwa hoaks tersebut dibuat dengan "terencana agar "tidak mendukung pasangan calon 01" (MAS, wawancara pada 11 September 2019). Sementara responden lain yang aktif mengikuti kegiatan organisasi berujar:

"Sebagai seorang aktivis mahasiswa, kita banyak bergantung pada apa yang organisasi yakini apalagi jika hoaks yang menyinggung

kepercayaan organisasi, misalnya dalam isu perpolitikan dimana organisasi kita disebut-sebut dekat dengan paslon si A, tentunya kita tidak terima. Meski hal tersebut hoaks tetapi tentu hal ini harus dibela bersama” (MRT, wawancara pada 11 September 2019).

Dapat disimpulkan terdapat empat alasan mengapa responden dapat terkena hoaks, yaitu 1) minimnya literasi; 2) terpengaruh pihak lain; 3) percaya pada kelompok/komunitas di sekeliling; dan 4) keinginan untuk memviralkan. Hal tersebut diperkuat oleh Aditiawarman (2019) yang mengungkapkan mengapa seseorang bisa terkena hoaks bahkan mengapa hoaks bisa tetap eksis karena disebabkan berbagai faktor, yakni: 1) jurnalistik yang lemah; 2) kondisi ekonomi yang lemah; 3) kehadiran internet; 4) kemunculan media abal-abal yang tidak menerapkan standar jurnalisme; 5) kualitas pendidikan; 6) rendahnya literasi media.

Gambar 1. Hoaks pada mahasiswa



Sumber: Diolah dari Data Primer

Alasan mengapa mahasiswa mudah terkena hoaks salah satunya karena minim literasi. Hal ini sangat berkaitan dengan kemampuan membaca dan menganalisis suatu fakta atau informasi. Oleh karena itu, bisa berpengaruh pada daya kritis seseorang dalam membandingkan setiap informasi yang diterimanya dengan informasi yang ada. Hal ini juga berdampak pada kecenderungan percaya pada informasi yang diterima tanpa melakukan verifikasi, bahkan cenderung untuk membagikan setiap informasi yang diperolehnya kepada orang lain tanpa mengetahui kebenaran informasi tersebut (Aditiawarman, 2019).

Kemampuan literasi juga didukung oleh kesadaran membaca. Berdasarkan studi *Most*

Littered Nation In the World oleh Central Connecticut State Univesity pada Maret 2016, Indonesia dinyatakan menduduki peringkat ke-60 dari 61 negara soal minat membaca (Gewati, 2016). Selain itu, data Bank Dunia (1998) mengungkapkan kebiasaan membaca anak-anak Indonesia ada dalam level paling rendah dengan nilai (51,7), masih di bawah Filipina (52,6), Thailand (65,1), dan Singapura (74,0) (Saepudin, 2015). Lebih lanjut, Siswati mengungkapkan bahwa tingkat literasi masyarakat Indonesia belum menjadi kegiatan memperoleh informasi utama yaitu hanya (23,5%) dari membaca, masyarakat Indonesia lebih senang mencari informasi pada televisi (85,9%) dan radio (40,3%) (Siswati, 2010).

Sementara itu, Kurniawan (2019), menambahkan bahwa frekuensi membaca orang dewasa di Indonesia perminggu sebesar 50% menyatakan kurang dari 6 jam, dan antara 6-12 jam per minggu sebesar 50%. Motivasi membaca pada umumnya adalah karena hobi atau kegemaran 60%, bermanfaat untuk pekerjaan 30%, dan lain-lain 30%.

Padahal Kementerian Komunikasi dan Informatika (2018), mengungkapkan bahwa 60 juta penduduk Indonesia memiliki *gadget*. Bahkan, lembaga riset marketing *E-Marketer* memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif di *smartphone* Indonesia lebih dari 100 juta orang. Tingginya pertumbuhan penggunaan *smartphone* di Indonesia diikuti dengan ketergantungan yang tinggi pada *smartphone* tersebut, bahkan rata-rata bisa menatap dan berselancar di *gadget* 3-9 jam perhari. Tidak heran jika hoaks menjadi konsumsi masyarakat karena hal tersebut (Wahyudi, 2017).

Berbagai temuan data dan fakta tersebut juga berkorelasi dengan temuan yang diperoleh penulis dalam penelitian ini yakni semua responden yang di wawancara pernah mengkonsumsi hoaks. Bahkan, hal ini jika dikaitkan dengan pembelajaran di kelas atau dikaitkan dengan mata kuliah, kajian hoaks jarang atau bahkan tidak pernah dikaji di kampus

dengan label perguruan tinggi Islam. Ini menjadi sebuah pertanyaan kala mahasiswa di perguruan tinggi Islam yang notabene sudah mengenal hoaks sebagai perilaku tercela, bahkan identik dengan fitnah dan kebohongan yang banyak dipelajari dalam ilmu hadis, ilmu Akhlak, dan kajian keagamaan lainnya.

Faktor lain yang menjadi temuan penulis bahwa pembuat hoaks berorientasi agar beritanya ingin selalu viral media sosial. Viral sendiri berarti bersifat menyebar luas dan cepat seperti virus (KBBI, 2020). Menurut seorang responden yang ingin memviralkan hoaks diperoleh alasan bahwa “supaya media sosial kita ramai”, maka hoaks pun menarik jika disebarluaskan (MJ, wawancara pada 12 September 2019). Oleh karena itu, kehadiran internet dan media sosial semakin memperparah sirkulasi hoaks, sama seperti meme yang keberadaannya sangat mudah menyebar di dunia maya. Apalagi ditambah konten hoaks memiliki isu yang tengah ramai di masyarakat dan menghebohkan, hal inilah memancing orang-orang untuk membagikannya (Aditiawarman, 2019). Selain itu, konten hoaks yang ramai di media sosial seringkali disusupi oleh adanya tujuan tertentu, seperti hoaks dalam agama karena adanya iming-iming pahala dan hoaks dalam politik karena sesama pilihan politik. Dengan demikian, tentu hal ini berkaitan dengan adanya pengaruh lingkungan sekitar dalam proses penyebaran hoaks sehingga dukungan lingkungan sekitar mengenai informasi yang ia peroleh berdampak pada pilihan dalam bermedia sosial termasuk hoaks.

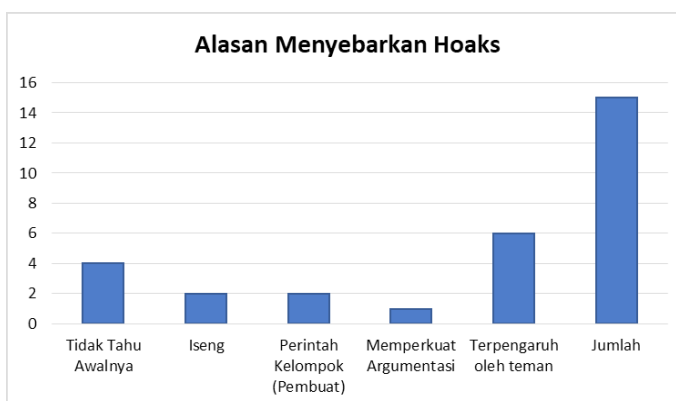
Fakta tersebut juga didukung dengan temuan bahwa kebanyakan korban hoaks mempercayai hoaks karena sesuai dengan pendapat dan keyakinannya. Respati (2017) menegaskan bahwa opini atau sikap yang dimiliki akan mempengaruhi kepercayaannya terhadap hoaks (Rahadi, 2017).

Penyebarnya dan Pembuat Hoaks

Penelitian ini juga berhasil mengungkap alasan mengapa hoaks disebar di media sosial. Temuan penulis ternyata mayoritas

penyebarnya terpengaruh oleh teman di grup-grup media sosial seperti *WhatsApp*, kemudian tidak mengetahui informasi awal, perintah kelompok/ organisasi, dan iseng atau ingin mengerjai seseorang/kelompok.

Gambar 2 Alasan-alasan penyebaran hoaks oleh pembuat dan penyebar



Sumber: Diolah dari Data Primer

Terjadinya proses siklisasi dalam hoaks menyebabkan si penyebar dan si pembuat hoaks tidak memiliki peran tunggal, bahkan bisa saja korban hoaks juga berubah menjadi penyebar dan atau pembuat hoaks. Namun tentunya pembuat hoaks memiliki status yang lebih vokal karena menjadi dalang bagi meluasnya hoaks. Peran pembuat hoaks juga biasanya dibantu oleh penyebar hoaks agar bisa viral di publik. Begitupun yang ditemukan penulis, mahasiswa yang pernah membuat hoaks mendapatkan tugas dari kelompoknya karena dia merupakan bagian dari kelompoknya tersebut. Hal ini berkaitan bahwa pembuat hoaks diperintah akibat pemenuhan tanggung jawab dalam organisasinya. Menariknya, si pembuat hoaks dalam temuan penulis merupakan bagian dari organisasi yang berafiliasi dengan salah satu ormas Islam diluar kampusnya. Bahkan, baginya hoaks yang pernah dibuatnya tersebut bukan merupakan hoaks karena dia memperoleh informasi tersebut dari guru di organisasi yang ia ikuti. Mahasiswa tersebut berujar bahwa aktivitas ini merupakan bagian dari “dakwah politik” sebagai kewajiban “pengemban dakwah Islam” melalui perlawanan opini yang tidak sesuai dengan tujuan perjuangan organisasinya (MA, wawancara pada 11 September 2019). Hal tersebut senada dengan

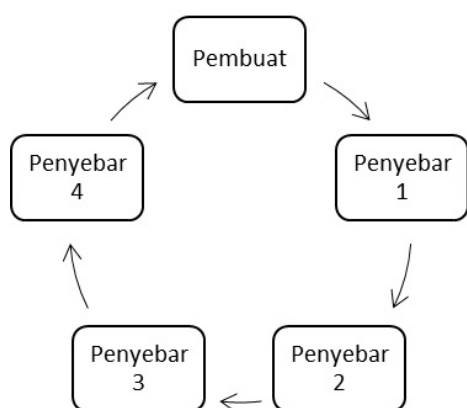
penelitian Rahadi (2017) bahwa pembuat hoaks yang dianggap kredibel akan dianggap valid oleh korban hoaks atau penyebar hoaks. Oleh karena itu, hoaks bahkan menjadi kesehariannya dengan dalih menyebarkan kebaikan di media sosial padahal informasi yang disebarkannya tersebut palsu.

Analisis Castells (2004) mengenai logika jaringan bisa diimplementasikan dalam berbagai pola penyebaran hoaks. Hal ini merupakan bagian dari paradigma teknologi serta bagian dari logika jaringan. Logika jaringan didukung oleh adanya ruang aliran (*space of flows*) yang memainkan peran sentral mengenai masyarakat jaringan. Sebuah jaringan komunikasi yang didefinisikan oleh pusat dimana jaringan ini merambah dan berpengaruh pada pelbagai dampak dan menyebar ke seluruh wilayah jaringan tersebut.

Lebih lanjut, Castells menegaskan tentang logika jaringan yang akan mempengaruhi proses organisasi. Artinya pembuat dan penyebar hoaks sebagai bagian dari organisasi akan melakukan tindakan yang terorganisir dengan memainkan perannya masing-masing sehingga berpengaruh terhadap tujuan organisasi tersebut. Ketika hoaks dibuat si pembuat dengan tujuan organisasi/komunitas tentu akan didukung oleh penyebar sehingga bisa dikonsumsi publik.

Oleh karena itu, pembuat dan penyebar hoaks merupakan satu kesatuan yang saling memengaruhi sehingga bisa digambarkan dalam berbagai bentuk pola penyebaran hoaks sebagai berikut:

Gambar 3 Pola hoaks siklisasi



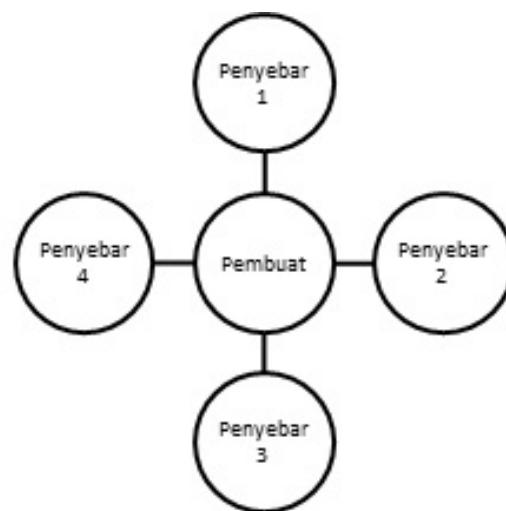
Sumber: Diolah dari Data Primer

Pola siklisasi dapat dijelaskan dengan adanya titik pusat yaitu pembuat yang kemudian disebarkan oleh beberapa penyebar, hingga kemudian kembali lagi ke pembuat hoaks tersebut. Titik awal dan titik akhir hoaks kembali ke pembuat yang diterimanya dari beberapa penyebar lain. Artinya, pembuat hoaks pada akhirnya akan menerima kembali hoaks yang dibuatnya melalui penyebar lain di grup media sosial semisal *WhatsApp*.

Pola siklisasi ini mayoritas merupakan pola yang banyak digunakan oleh pembuat dan penyebar hoaks. Menurut salah seorang responden penyebaran hoaks memerlukan beberapa rencana yang baik dimulai dari kontennya yang rapi, termasuk polanya yang bisa diketahui kembali sebelum disebarkan di grup-grup media sosial. Artinya, setelah satu hoaks disebarkan oleh satu orang maka orang lain bisa menyebarkannya kembali dan dikonsumsi oleh penyebar pertama (YP, wawancara pada 11 September 2019).

Selain itu, terdapat pula pola penyebaran hoaks yang menyebar, sebagaimana digambarkan dalam pola berikut.

Gambar 4 Pola hoaks menyebar



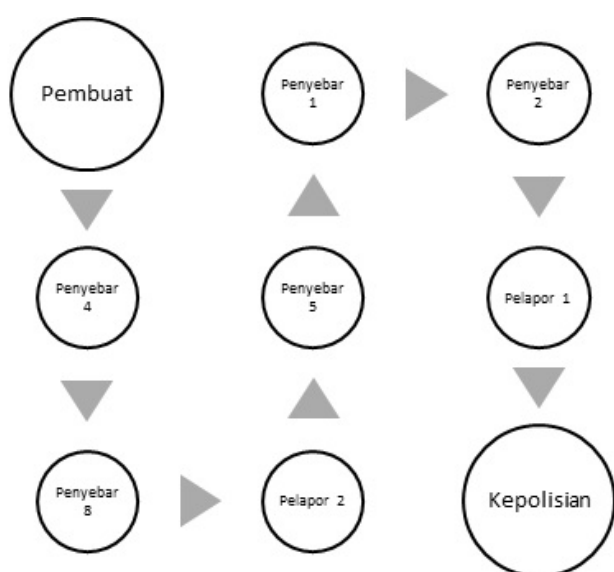
Sumber: Diolah dari Data Primer

Pola penyebaran hoaks ini dapat dijelaskan dimana titik akhir hoaks tidak kembali lagi kepada si pembuat. Hoaks akan liar dikonsumsi publik. Implikasinya hoaks menyebar di media sosial

dan di berbagai grup-grup media sosial lainnya. Temuan penulis mengenai penyebaran hoaks jenis ini terjadi dimana penyebar dan pembuat hoaks tidak mengetahui bagaimana hoaks ini berhenti di media sosial. Seorang responden menyatakan bahwa ia pernah membuat hoaks yang kemudian disebar tidak lagi kembali kepadanya.

Lebih lanjut, ada pula pola penyebaran hoaks yang berhenti atau terputus di penegak hukum yakni kepolisian seperti pada gambar berikut.

Gambar 5 Pola hoaks terputus di kepolisian



Sumber: Diolah dari Data Primer

Pola penyebaran hoaks seperti di atas menemui titik akhir yaitu putus di kepolisian dalam artian pembuat hoaks dipanggil oleh kepolisian meski akhirnya hanya memperoleh peringatan agar tidak mengulangi perbuatan tersebut. Penulis menemukan bahwa ada satu informan yang diketahui pernah dipanggil oleh kepolisian karena dianggap menyebarkan hoaks di *Facebook*, meski akhirnya dibebaskan dan mendapatkan pembinaan khusus. Hal ini menjadi sebuah ironi tersendiri dimana seharusnya penegak hukum bisa lebih tegas memberantas hoaks tanpa pandang bulu siapa pelakunya.

Selain pola penyebaran hoaks, faktor pendorong penyebar dan pembuat hoaks lainnya ialah tidak mengetahui awalnya informasi

tersebut hoaks. Hal tersebut berkaitan dengan daya dukung literasi khususnya literasi media. Selain itu, temuan penulis juga diperoleh bahwa ketidaktahuan akan hoaks disebabkan ketidaktahuan terhadap bahaya hoaks khususnya bagi dirinya sendiri seperti hukuman pidana dan sanksi sosial. Menurut Rahadi (2017), hal tersebut berkaitan dengan faktor lamanya seseorang menggunakan media sosial, jika pengguna internet sudah lama maka akan lebih sistematis dan memahami banyak hal, namun jika penggunaan media sosial bersifat baru maka akan berdampak pada pemahaman dan pengalamannya di media sosial yang rendah.

Selain itu, faktor pendorong penyebar dan pembuat hoaks juga disebabkan karena candaan atau iseng. Artinya, pembuat atau penyebar sudah mengetahui kebohongan berita yang dia peroleh kemudian ia sebar ke grup atau temannya di media sosial. Tujuannya yakni lelucon atau hanya ingin menguji kekritisannya si korbannya. Dalam konteks ini hoaks yang sering disebar bermotif ekonomi semisal voucher gratis kuota, iklan berhadiah, dan diskon *online shops*.

Berdasarkan temuan penulis, pola penyebaran hoaks dari tiga universitas apabila dibandingkan mayoritas hasilnya berpola siklisasi, atau menyebarnya hoaks kembali kepada pembuat hoaks. Penjelasan tersebut dapat digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 1. pola penyebaran hoaks berdasarkan universitas

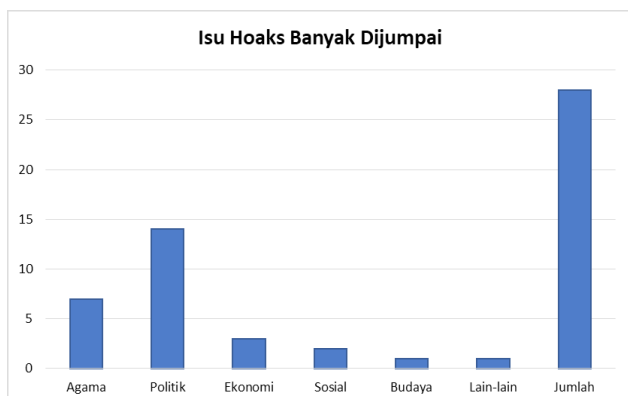
No	Universitas	Pola Penyebaran
1	UIN Bandung	Siklisasi
2	UNISBA	Siklisasi
3	UNINUS	Menyebar

Sumber: Diolah dari Data Primer

Hoaks Politik Mendominasi

Dalam penelitian ini, isu hoaks yang paling banyak dijumpai adalah politik. Bahkan, bukan hoaks bermotif agama dimana responden merupakan mahasiswa perguruan tinggi Islam. Sisanya adalah hoaks yang berkaitan dengan ekonomi, sosial, dan budaya.

Gambar 6 hoaks yang sering dijumpai mahasiswa



Sumber: Diolah dari Data Primer

Berdasarkan gambar 6 dapat dipahami bahwa isu hoaks politik mendominasi media sosial di kalangan mahasiswa. Salah satu mahasiswa yang berinisial MN menegaskan bahwa hoaks yang seringkali dibaca mengenai politik, khususnya kala pilpres 2019 lalu (Wawancara pada 13 September 2019). Dampaknya, hoaks politik berujung pada polarisasi dalam masyarakat misalnya dengan menggunakan istilah cebong dan kampret. Namun demikian, hoaks dengan isu-isu lainnya seperti agama yang diiming-imingi oleh pahala bagi yang menyebarkan juga dapat dijumpai.

Dengan demikian, hoaks tidak mencitrakan diri hanya pada hoaks berbasis agama, sekalipun di perguruan tinggi Islam. Artinya hoaks melewati batas-batas primordialismenya. Bahkan, hoaks memiliki musim tertentu, ketika musimnya Pilkada dan Pilpres hoaks soal politik banyak bermunculan, begitupun ketika musim akhir tahun hoaks soal ekonomi banyak bermunculan, misalnya diskon besar-besaran pada *Online Shop*.

Sejalan demikian, tampaknya data Kementerian Komunikasi dan Informatika (2019) yang sudah dipaparkan di awal dimana 922 kasus hoaks seputar isu politik semakin memperkuat argumen penulis. Bahkan, temuan penulis juga menyatakan bahwa ketiga universitas memiliki kesamaan hoaks yang sering ditemui responden yakni hoaks seputar politik.

Tabel 2. isu hoaks berdasarkan universitas

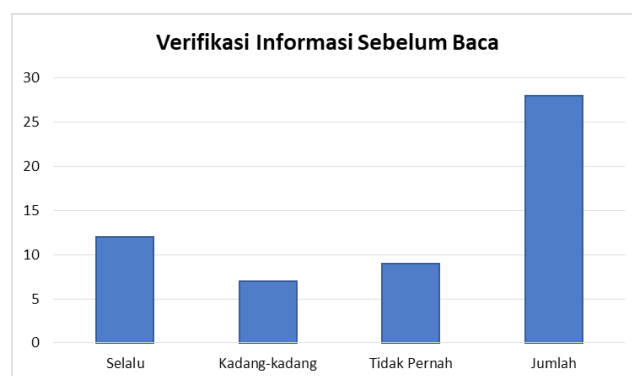
No	Universitas	Kategori
1	UIN Bandung	Politik
2	UNISBA	Politik
3	UNINUS	Politik

Sumber: Diolah dari Data Primer

Kesadaran Verifikasi Informasi

Proses kesadaran verifikasi informasi menjadi bagian penting dalam proses seleksi isu hoaks. Berikut adalah temuan yang berhubungan dengan kesadaran verifikasi informasi di kalangan mahasiswa di ketiga perguruan tinggi yang menjadi lokus penelitian.

Gambar 7 kesadaran verifikasi informasi pada mahasiswa



Sumber: Diolah dari Data Primer

Berdasarkan grafik 7 mayoritas mahasiswa sudah memiliki kesadaran verifikasi informasi. Ketika dikategorisasikan mayoritas responden selalu melakukan verifikasi. Kesadaran ini sudah seharusnya dilakukan oleh mahasiswa sebagai bagian dari kalangan intelektual yang setiap hari berjibaku dengan proses literasi. Meski demikian, tidak semua mahasiswa sudah memiliki kesadaran akan verifikasi informasi, ini disebabkan adanya rasa ketidakpedulian akan informasi yang mereka terima selama tidak merugikan diri sendiri. Hal ini berkaitan pula dengan kecenderungan pada pilihan informasi yang sering diakses dan diterima sehingga informasi yang diterima tidak semua diverifikasi. Terbukti dengan data perbandingan dalam tabel berikut.

Tabel 3. kesadaran verifikasi berdasarkan universitas

No	Universitas	Kategori
1	UIN Bandung	Tidak Pernah
2	UNISBA	Selalu
3	UNINUS	Kadang-kadang

Sumber: Diolah dari Data Primer

Verifikasi informasi merupakan bagian dari literasi media dan menjadi solusi yang banyak diungkapkan responden ketika menjumpai berita hoaks. Oleh karena itu, verifikasi informasi perlu digencarkan banyak pihak, selain individu yang harus senantiasa mengecek kebenaran informasi sebelum menyebarkan informasi, pemerintah juga harus tanggap terhadap hoaks yang meresahkan masyarakat. Selain itu, verifikasi juga perlu memperhatikan keabsahan umum seperti situs-situs terpercaya, bukan hanya berbasis pada verifikasi internal/berbasis komunitas/afiliasi. Verifikasi berbasis komunitas masih menyisakan masalah yang diakibatkan faktor preferensi individu dan menyebabkan hoaks kembali direproduksi. Hoaks yang dimaksud adalah hoaks jenis politik yang belakangan seringkali muncul.

Dengan demikian, pemerintah semestinya melakukan akreditasi terhadap media-media baik cetak maupun online (Pakpahan, 2017: 479) yang didukung sikap kehati-hatian netizen yang senantiasa harus dimiliki di tengah banjirnya informasi seperti sekarang dimana hoaks dan fakta sulit dibedakan (Kasman 2019: 12).

Walhasil, verifikasi atau tabayun merupakan solusi ideal jangka panjang bagi mahasiswa dan masyarakat luas dalam menangkal hoaks. Bahkan, Rochimah dalam Rahadi (2017) menegaskan bahwa kemampuan menginterpretasikan pesan yang disampaikan oleh pembuat berita, menganalisis berita, dan memahami tujuan komersial/bisnis media dan politik yang bisa dipertanggungjawabkan merupakan suatu keharusan sebab merupakan bagian dari literasi media. Ditambah kemampuan mengevaluasi dan mengkomunikasikan informasi dalam format tulisan maupun lisan juga termasuk bagian dari literasi media. Dampaknya, literasi

media yang baik akan membentuk perspektif berdasarkan pengetahuan yang terkonstruksi dari penggunaan informasi.

Walaupun demikian, pemerintah sebagai aktor kunci memang peran penting dalam menangkal hoaks. Harapan akan ketegasan peraturan pemerintah tentang hoaks banyak diungkapkan responden. Salah seorang responden menyebut bahwa perlu adanya ketegasan pemerintah terhadap pelaku hoaks karena dampaknya sangat berbahaya bagi masyarakat luas, selain upaya literasi yang sifatnya wajib terkhusus bagi mahasiswa sebagai pelopor generasi bangsa (RN, wawancara pada 13 September 2019). Hal ini menjadi bagian dari solusi secara eksternal dengan penegakan sanksi secara tegas. Peraturan Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), Undang-Undang No. 40 Tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis merupakan aturan yang bisa menindak pembuat dan penyebar hoaks, apalagi ditambah pasal ujaran kebencian diluar aturan KUHP (Rahadi, 2017). Meski demikian, apresiasi terhadap peran pemerintah dalam upayanya memberantas hoaks juga banyak diberikan, misalnya Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang membentuk tim Jabar Saber Hoaks atau platform aduan hoaks untuk mengantisipasi hoaks yang tinggi di Jawa Barat sejak 7 Desember 2018 silam (Jabar.prov.go.id 2019).

PENUTUP

Penyebaran hoaks di media sosial pada mahasiswa di perguruan tinggi Islam di Kota Bandung dilakukan melalui berbagai model penyebaran, yaitu siklisasi, menyebar, dan terputus. Pola penyebaran hoaks siklisasi dilakukan secara bersiklus, artinya hoaks diproduksi dan kemudian dikonsumsi kembali oleh pemroduksi hoaks lain. Pola penyebaran hoaks menyebar merupakan penyebaran hoaks yang liar di media sosial atau tidak diketahui jelas keberadaannya. Penyebaran hoaks menyebar menemukan titik akhir bahwa keberadaan

hoaks tidak terdeteksi oleh pemroduksi hoaks. Sementara pola penyebaran hoaks terputus selesai di pihak berwajib atau pihak kepolisian melalui pelaporan korban hoaks. Hal ini berkaitan dengan tindak kriminal bahwa hoaks menjadi kejahatan siber. Sejauh penemuan penulis, jenis hoaks penyebaran terputus adalah malinformasi yang sejenis dengan hasutan kebencian.

Verifikasi informasi atau seringkali disebut tabayun sudah banyak dilakukan mahasiswa namun masih berfokus pada verifikasi internal atau berbasis komunitas. Verifikasi tersebut masih menimbulkan masalah dimana komunitas masih mengutamakan preferensi masing-masing. Tidak jarang hoaks jenis politik banyak dijumpai karena hoaks tersebut diproduksi kembali akibat tidak mumpuninya kemampuan komunitas memfilter informasi secara jujur. Oleh karena itu, verifikasi hendaknya dilakukan secara komprehensif dengan memanfaatkan segala sumber internal maupun eksternal dalam memilih, menyimpan, dan memproses informasi.

Kampus sebagai institusi pendidikan sudah selayaknya menerapkan pola-pola praktik literasi digital pada mahasiswa sebagai bekal pembelajaran mengarungi perkembangan teknologi dan informasi untuk melawan praktik penyebaran hoaks yang semakin masif. Khususnya kampus-kampus berbasis keagamaan Islam yang menawarkan pembelajaran khusus mengenai sikap-sikap tercela yang seharusnya diinternalisasi oleh setiap mahasiswa. Selain itu, pemerintah juga harus lebih serius menangani kasus hoaks di media sosial karena sejatinya hoaks tidak mengenal musim dan tidak mengenal isu. Isu-isu agama, sosial, politik, hingga budaya tidak luput dari hoaks.

Implikasi teoritis dari studi ini berupa pemerdayaan model jaringan penyebaran hoaks. Studi ini berhasil menunjukkan model-model penyebaran hoaks dengan memanfaatkan pola jejaring sebagaimana dalam perspektif masyarakat jejaring Manuel Castells.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiawarman, Mac. (2019). *Hoax dan Hate Speech Di Dunia Maya*. Tonggak Tuo: Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia Tonggak Tuo.
- Alfindra, Muhammad Furqan, dan Martunis Yahya. (2017). "Motivasi Mahasiswa Bergabung Dalam Media Sosial Instagram." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP UNSYIAH* 2(3).
- Alyusi, Shiefti Dyah. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Amalliah, Amalia. (2018). "Persepsi Masyarakat Terhadap Fenomena Hoax di Media on Line pada Era Post Truth." *Jurnal Akrab Juara* 3(4): 1–15. <http://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/392>.
- Astuti, Yanti Dwi. (2017). "Peperangan Generasi Digital Natives Melawan Digital Hoax Melalui Kompetisi Kreatif." *Informasi* 47(2): 229.
- Azka, Fatih. (2018). "Pengaruh Kecemasan Sosial Terhadap Ketergantungan pada Media Sosial di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung." UIN Sunan Gunung Djati Bandung. <http://digilib.uinsgd.ac.id/11523/>.
- Azka, Fatih, Dendih Fredi Firdaus, dan Elisa Kurniadewi. (2018). "Kecemasan Sosial dan Ketergantungan Media Sosial pada Mahasiswa." *Psymphatic: Jurnal Ilmiah Psikologi* 5(2): 201–10.
- "Cambridge Dictionary." (2020). *Cambridge University Press*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/hoax>.
- Castells, Manuel. (2004). *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*. Northampton, USA: Edward Elgar Publishing.
- . (2004). *The Power of Identity, The Information Age: Economy, Social, and Culture*. Oxford, UK.
- Fensi, Fabianus. (2018). "FENOMENA HOAX: Tantangan Terhadap Idealisme Media dan Etika Bermedia." *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 4(2).

- Gewati, Mikhael. (2016). "Minat Baca Indonesia Ada di Urutan ke-60." *Kompas.com*. <https://edukasi.kompas.com/read/2016/08/29/07175131/minat.baca.indonesia.ada.di.urutan.ke-60.dunia?page=all>.
- Ismail, A. Ilyas. (2018). *Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Iswanto, Agus. (2013). "Ideologi dalam Literatur Keagamaan pada Aktivitas Dakwah Kampus dan Kajian Islam di ITB Bandung." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- Jabar.prov.go.id. (2019). "Atasi Hoax SPN, Polda Jabar, Diskominfo Jabar, dan Jabar Saber Hoax Harus Bekerjasama." <https://jabarprov.go.id/index.php/news/32348/2019/03/26/Atasi-Hoax-SPN-Polda-Jabar-Diskominfo-Jabar-dan-Jabar-Saber-Hoax-Harus-Bekerjasama>.
- Kasman, Suf. (2019). "Sistem Verifikasi Menangkal Berita Hoax di Media Cetak." *Jurnal Mimbar Kesejahteraan Sosial* 2(1): 1–16.
- Kasperek, Sheila, and Bethany Messersmith. (2015). "The Library That Cried Wolf: Outcomes of a Banned Book Hoax on Facebook." *Pennsylvania Libraries: Research & Practice* 3(1): 53–75.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2018). *Mengenal Hoax*. Jakarta.
- Konczak, Lee J. et al. (2011). "The Trophy Kids Grow Up: How the Millennial Generation Is Shaking Up the Workplace by Ron Alsop." *Personnel Psychology*.
- Kurniawan, Khaerudin. (2019). "Minat Baca Masyarakat Jawa Barat: Studi Deskriptif di Kabupaten Bandung, Subang, Dan Purwakarta." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- MASTEL-Indonesia. (2017). Hasil Survey Mastel tentang Wabah Hoax Nasional. Jakarta. https://www.bkkbn.go.id/po-content/uploads/infografis_Hasil_Survey_MASTEL_tentang_Wabah_Hoax_Nasional.pdf.
- Na'im, Moh. Abu. (2017). "Hoaks Sebagai Konstruksi Sosial untuk Kepentingan Politik Praktis dalam Pilgub DKI Jakarta." *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam* 8(2): 361–70.
- Nasrullah, Rulli. (2018). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pakpahan, Roida. (2017). "Analisis Fenomena Hoax di Bberbagai Media Sosial dan Cara Menanggulangi Hoax." *Konferensi Nasional Ilmu Sosial & Teknologi (KNiST)* 1(1): 479. <http://seminar.bsi.ac.id/knist/index.php/UnivBSI/article/view/184>.
- Press, Oxford University. (2020). *Oxford Learner's Dictionaries*. United Kingdom: Oxford University Press. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/information?q=information>.
- Rahadi, Dedi Rianto. (2017). "Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 5(1): 58–70.
- Rahmawati, Ayu. (2013). "Tingkat Literasi Media Mahasiswa Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Jakarta Mengenai Informasi Hoax tentang Kebijakan Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi Berdasarkan Individual Competences Framework." *Skripsi: Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*: 45.
- Republik Indonesia, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. kbbi.kemdikbud.go.id.
- Ritzer, George. (2014). *Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. 8th ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rosadi, Dadi, dan Andriawan. (2016). "Aplikasi Sistem Informasi Pencarian Tempat Kos

- di Kota Bandung Berbasis Android.” *Jurnal Computech dan Bisnis* 10(1).
- Saepudin, Encang. (2015). “Tingkat Budaya Membaca Masyarakat.” *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan* 3(2): 271–82.
- Saputra, Ade. (2018). “Maqashid Syariah: Term Hoaks dalam Alquran dan Hikmah untuk Kemaslahatan Manusia.” *Lembaga Kajian, Penelitian dan Pengembangan Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang* 7(1): 41–54.
- Satori, Djam’an, and Aan Komariah. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Satria, Jefrie Nandy. (2019). “Survei Setara Institute Sebut Mahasiswa Kampus-Kampus Ini Fundamentalis.” *Detiknews.com*. <https://news.detik.com/berita/d-4606304/survei-setara-institute-sebut-mahasiswa-kampus-kampus-ini-fundamentalis>.
- Setiyanto, Danu Aris. (2019). “Hoaks; Teks dan Konteks dalam Alquran.” *Indonesian Journal of Religion and Society* 1(1): 1–11.
- Silverman, Craig. (2015). *Lies, Damn Lies, and Viral Content*. New York, USA: Tow Foundation and the John S. and James L. Knight Foundation.
- Silalahi, Rut Rismanta, Puri Bestari, dan Windhi Tia Saputra. (2017). “Karakteristik Strategi Crowdsourcing untuk Membatasi Penyebaran Hoaks di Indonesia Studi Kasus: Masyarakat Anti Fitnah Indonesia.” *Metacommunication: Journal of Communication Studies* 2(2).
- Siswati. 2010. “Minat Membaca pada Mahasiswa.” *Jurnal Spikologi Undip* 8(2): 124–34.
- Supratman, Lucy Pujasari. (2018). “Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native.” *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 15(1): 47–60.
- Surokim. (2017). *Internet, Media Sosial, dan Perubahan Sosial*. Madura: ASOSIASI PENDIDIKAN TINGGI ILMU KOMUNIKASI (ASPIKOM).
- Suyanto, Totok et al. (2018). “Persepsi Mahasiswa terhadap Kemunculan Berita Bohong di Media Sosial.” *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan* 15(1): 103–10.
- Ulya. (2018). “Post-Truth, Hoax, dan Religiusitas di Media Sosial.” *Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan* 6(2): 283.
- Wahyudi, Ade. (2017). “Analisis Data: Indonesia, Raksasa Teknologi Digital Asia.” *Katadata.co.id*. <https://katadata.co.id/analisisdata/2017/01/24/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia>.
- Walidah, Iffah Al. (2018). “Tabayyun di Era Generasi Millennial.” *Jurnal Living Hadis* 2(2): 317.
- Wendratama, Engelbertus. (2019). *Jurnalisme, Berita Palsu & Disinformasi*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Gagasan.
- Wurinanda, Iradhatie. (2015). “Kota Pelajar Favorit Di Indonesia.” *Okezone.com*.

