

PUBLIC SPHERE VS HOAX SPHERE: MENGHADIRKAN HABERMAS DI TENGAH FENOMENA HOAKS POLITIK

Adi Wijaya

Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia

E-mail korespondensi: adiwmx1924@gmail.com

ABSTRAK

Public sphere (ruang publik) telah tersusupi oleh hoaks, khususnya hoaks politik. Di Indonesia hoaks politik menunjukkan peningkatan di tahun 2024, karena dipicu oleh peristiwa pemilihan Presiden dan Kepala Daerah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana hoaks bisa tersebar ke ruang publik, yang kemudian berhasil menurunkan kualitas ruang publik. Padahal konsep ruang publik menurut Jurgen Habermas, seharusnya bisa menjadi ruang yang inklusif, terbuka bagi siapa saja untuk mendialektikakan pemikiran-pemikiran rasionalnya. Penelitian ini melakukan analisis isi terhadap tiga konten yang berisi hoaks politik, yang tersebar di berbagai platform media sosial. Unit analisis mengambil acuan dari karakteristik ruang publik yang digagas oleh Jurgen Habermas (Rational-critical debate, accessibility, independence from authority, focus on common interest, formation of public opinion, cultural and social context). Hasilnya menunjukkan bahwa media sosial, sebagai ruang publik hari ini, telah dijadikan sebagai sarana penyebaran hoaks politik. Dengan media sosial hoaks politik menjadi lebih canggih dan semakin sulit untuk dikenali.

Kata Kunci: Hoaks Politik, public sphere, teori komunikasi

PENDAHULUAN

Komunikasi menjadi kebutuhan yang sangat mendasar bagi manusia. Adanya komunikasi menunjukkan adanya kehidupan. Komunikasi harus dipandang dalam konteks yang luas, tidak sekadar bertemunya dua individu kemudian saling bertukar pesan. Keinginan menunjukkan eksistensi diri, menampilkan ide-ide kritis yang dianggap membangun, sampai dengan mengajukan protes terhadap ketidakadilan yang sedang dirasakan, semuanya adalah bagian dari komunikasi. Aktivitas komunikasi tersebut, baru bisa berjalan dengan efektif bila difasilitasi oleh satu ruang publik (*Public Sphere*).

Ruang publik itu harus bersifat inklusif, terbuka bagi siapa saja dengan menjunjung prinsip egaliter. Mengakui kesamaan derajat pada semua komponen yang terlibat di dalamnya, sehingga tidak boleh ada proses dominasi. Kebebasan berekspresi dijamin, juga pemikiran-pemikiran rasional diakomodasi. Dari ruang publik ini juga akan muncul proses koreksi dan pengawasan terhadap jalannya kekuasaan.

Jurgen Habermas, seorang filsuf asal Jerman yang memperkenalkan konsep ini (Habermas, 1991). Ruang publik yang diperkenalkan Habermas ini terinspirasi dari pola masyarakat Eropa yang sering berkumpul di café, salon, dan club. Mereka berkumpul untuk mendiskusikan isu-isu sosial. Dari kebiasaan itulah terbentuk ruang publik.

Seiring berkembangnya teknologi, ruang publik yang awalnya berasal dari café, salon, dan club sekarang berkembang lebih luas. Ruang publik konvensional sekarang beralih bentuk

menjadi ruang publik digital (Digital Public Sphere). Lewat smartphone dan media sosial, ruang publik menjadi lebih luas, dengan tingkat partisipasi yang lebih tinggi.

Ruang publik digital memang menjanjikan beragam kemudahan yang tidak ada pada ruang publik konvensional. Namun perlu diingat bahwa digitalisasi ruang publik justru menimbulkan masalah baru. Ruang publik yang seharusnya menjadi gelanggang dialektika pemikiran rasional, yang diharapkan bisa menjadi penghasil ide-ide cemerlang, ternyata ditunggangi oleh efek negatif dari perkembangan teknologi informasi. Ruang publik telah menjadi tempat favorit dan efektif untuk penyebaran hoaks, khususnya hoaks politik.

Mafindo, lewat situs resminya merilis data bahwa hoaks politik meningkat tajam menjelang Pemilu 2024. Mafindo menemukan 2.330 hoaks selama tahun 2023. Dan ternyata lebih dari 50%, yaitu 1.292 adalah hoaks politik, dengan 645 di antaranya hoaks terkait 2024. Jumlah ini meningkat dua kali lipat lebih banyak dibanding hoaks sejenis pada musim Pemilu 2019 (Saputra, 2024).

Hasil survey Mafindo sejalan dengan pernyataan resmi dari Komdigi (waktu itu masih Kominfo) melalui Siaran Pers No.218/HM/KOMINFO/03/2024, yang menyatakan bahwa Kementerian Kominfo telah menemukan 3.235 konten hoaks terkait Pemilu 2024. Dari jumlah itu yang berhasil ditake-down berjumlah 1.971 konten hoaks (Humas Kominfo, n.d.).

Keberadaan ruang publik adalah sebuah keniscayaan, apalagi untuk negara yang mendeklarasikan dirinya sebagai negara demokrasi yang terdapat jaminan kebebasan berpendapat di dalamnya. Tugas besar seluruh komponen bangsa sekarang adalah menjaga ruang publik agar tidak tersusupi kepentingan oknum yang tidak mengharapkan kondusifitas nasional dengan menyebarkan hoaks.

Penyebaran hoaks politik yang memanfaatkan ruang publik adalah masalah yang harus terus diinvestigasi, dicari penyebab masalahnya agar tepat memberikan rekomendasi solusi. Berbagai disiplin ilmu bisa memberikan kontribusi positif untuk menekan penyebaran hoaks politik di ruang publik. Ilmu komunikasi adalah salah satu ilmu yang paling dekat dengan fenomena ini. Ilmu komunikasi juga memiliki kepentingan untuk membahas hoaks dan ruang publik, karena tujuan komunikasi sangat bergantung pada kualitasnya ruang publik.

Tujuan komunikasi (komunikasi massa) adalah untuk memperluas informasi, meningkatkan kualitas pendidikan, dan hal lain yang bisa meningkatkan kegembiraan dan kebahagiaan hidup (Cangara, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak dari penyebaran hoaks politik terhadap kualitas ruang publik berdasarkan teori dari Habermas. Adapun pertanyaan utama dari penelitian ini adalah bagaimana fenomena penyebaran hoaks politik dapat menghalangi terbentuknya ruang publik yang ideal seperti yang digagas oleh Habermas.

Memang sudah banyak penelitian yang mengkaji tentang dampak penyebaran hoaks, khususnya hoaks politik. Misalnya penelitian yang merekomendasikan tindakan preventif untuk membendung hoaks dengan literasi media (Mujiyanto & Nurhadi, 2022; Octaviatnto Adi Saputro & Koerniawati, 2023). Tren penelitian tentang hoaks yang juga banyak dilakukan adalah membahas hoaks dari perspektif hukum (Jatmiko Winarno, 2020; Purnomo & Yosua, 2021; Roy Marthen Moonti et al., 2024).

Sementara penelitian yang fokus membahas hoaks politik, sepanjang penelusuran penulis, belum banyak. Salah satunya penelitian tentang hoaks politik di era post-truth yang bisa mempengaruhi ketahanan nasional (Amilin, 2020). Apalagi pembahasan tentang hoaks politik yang dikaitkan dengan kualitas ruang publik, belum banyak yang mengangkatnya. Gun Gun Heryanto, dkk., pernah melakukan penelitian tentang hoaks politik di Pemilu 2019, sempat

menyinggung tentang pembangunan ruang publik, namun hanya menjadikannya sebagai salah satu unit analisis belum menjadikannya sebagai fokus utama penelitian (Heryanto et al., 2024).

Berdasarkan pertimbangan tersebut penulis mengangkat tema penelitian ini untuk melengkapi celah penelitian (gap analysis), sehingga muncul penelitian yang menggunakan analisis ruang publik Habermas untuk memahami fenomena penyebaran hoaks.

Upaya untuk menutupi celah penelitian tersebut, diharapkan mampu menghasilkan novelty (kebaruan) isu penelitian. Kebaruannya akan tampak pada penerapan teori ruang publik Habermas dalam konteks hoaks politik. Dengan begitu penelitian akan memberikan kontribusi baru bagi ilmu komunikasi dalam hal pengaplikasian teori, juga menawarkan wawasan baru kepada para akademisi, para pengambil kebijakan, termasuk para praktisi untuk sama-sama menjaga kualitas ruang publik yang mulai banyak tersusupi hoaks.

METODE

Penelitian ini akan mengungkap tentang tersebarnya hoaks, khususnya hoaks politik di ruang publik, sehingga pada akhirnya mempengaruhi kualitas ruang publik berdasarkan gagasan dari Habermas. Jika dirumuskan ke dalam pertanyaan penelitian, maka penelitian ini akan menjawab pertanyaan utama, yaitu: Bagaimana penyebaran hoaks dapat mempengaruhi kualitas ruang publik yang digagas oleh Habermas?

Untuk menjawab pertanyaan utama tersebut, maka dirancanglah seperangkat metode penelitian. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis isi. Analisis isi adalah metode ilmiah yang dipakai untuk mempelajari dan menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen (Eriyanto, 2011).

Penggunaan analisis isi ini tidak bermaksud untuk menguji kualitas gagasan yang ada dalam teks, namun untuk melihat bagaimana teks tersebut bekerja di ruang publik, juga melihat bagaimana respon netizen, sebagai partisipator di ruang publik, menanggapi dinamik teks.

Peneliti mengkolaborasikan antara konsep analisis isi dengan konsep Habermas tentang ruang publik. Peneliti menjadikan karakteristik ruang publik sebagai unit analisis untuk mengkaji teks. Menurut Habermas, dalam bukunya “The Structural Transformation of The Public Sphere” ruang publik memiliki enam kriteria, yaitu: *Rational-critical debate, accessibility, independence from authority, focus on common interest, formation of public opinion, cultural and social context* (Habermas, 1991).

Sampel dari penelitian ini mengambil tiga contoh berita hoaks politik yang telah disebar ke ruang publik melalui berbagai *platform* media sosial. Setelah itu konten akan dianalisis menggunakan enam karakteristik ruang publik yang merujuk pada teori Habermas.

Berita hoaks politik diambil dalam kurun waktu tahun 2024, yaitu pra dan pasca Pemilihan Presiden. Ada juga sampel yang diambil pra Pilkada 2024. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling.

Sampel	Judul Konten Hoaks Politik	Penyebaran
1	Sah, Jakarta Dua Putaran	TikTok
2	MUI Rilis Fatwa Larangan Coblos Paslon Pilkada yang Didukung Jokowi	X
3	Jokowi Minta Ahmad Luthfi Serahkan Jabatan Gubernur Jateng Kepada Kaesang	Facebook

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hoaks memiliki sejarah perkembangan yang panjang. Dalam buku “Hoax: A History of Deception” menyebutkan bahwa hoaks (penipuan) telah ada 3,5 miliar tahun yang lalu, dengan melihat aktivitas hidup bakteri bersel satu yang melakukan praktik yang menipu (Tattersall & Névrault, 2018).

Pada referensi yang lain, disebutkan bahwa yang paling awal muncul dan sempat didokumentasikan adalah “The Great Moon Hoax” pada tahun 1835. Dikabarkan ada seorang astronom yang menemukan kehidupan baru di bulan. Hal ini menyita perhatian publik, mulai menarik penelitian tentang misinformasi yang tersebar melalui media cetak (Xu et al., 2023). Hari ini informasi yang mengandung hoaks, bisa tersebar dengan begitu cepat didukung oleh perkembangan media sosial. Sifat hoaks telah berubah, menjadi lebih canggih, dan semakin sulit terdeteksi (Dwi Prasetyo & Wayan Midhio, 2022). Karakter media sosial yang begitu mudah berbagi konten dan tidak adanya verifikasi yang memadai, semakin berkontribusi pada penyebaran hoaks (Bode & Vraga, 2015; Bridgman et al., 2020). Facebook, twitter (X), whatsapp telah menjadi wadah yang kondusif untuk viralitas konten dengan jangkauan khalayak semakin luas dengan durasi singkat (Wahyuni & Sibaroni, 2022).

Penyebaran hoaks tidak bisa terlepas dari “ruang” tempat hoaks itu tersebar. Dalam penelitian ini ruang itu disebut public sphere (ruang publik), meminjam istilah dari Jurgen Habermas. Jika dulu ruang publik adalah café, salon, juga club, maka sekarang ruang publik telah bertransformasi menjadi digital public sphere, media sosial adalah salah satu contohnya.

Fakta dan data telah menunjukkan bahwa hoaks yang disebar melalui media sosial dapat mengganggu ruang publik secara signifikan, menumbuhkan ketidakpercayaan, dan melemahkan integritas informasi (Iizuka et al., 2022; Kuntarto et al., 2021).

Salah satu dampak utama dari penyebaran hoaks terhadap ruang publik, bisa dilihat saat Covid-19 beberapa waktu lalu. Tercipta iklim ketakutan dan ketidakpastian. Hoaks yang menyebar telah menimbulkan ketakutan kepada vaksin dan kebingungan masyarakat (Arif & Bakare, 2024; Yuliani et al., 2019).

Lalu bagaimana cara membendung penyebaran hoaks? Salah satunya melalui peningkatan kemampuan pengguna (literasi) untuk mengevaluasi secara kritis informasi yang ditemukan secara online (Bode & Vraga, 2015; Meyer et al., 2022). Salah satu bagian dari literasi adalah memahami tentang ruang publik dan bagaimana memanfaatkannya dengan bijak.

Konsep *public sphere* (ruang publik), secara signifikan, diperkenalkan oleh Jurgen Habermas. Ruang publik merupakan ranah sosial dimana opini publik dapat dibentuk dan diakses oleh seluruh warga negara. Kata “sphere” di sini merujuk pada ruang di antara negara dan masyarakat sipil, yang memfasilitasi keterlibatan demokratis dan pembentukan opini publik (Ritzer, 2007; Seeliger & Seignani, 2022). Jadi ciri ruang publik adalah sebagai mediator yang memungkinkan terjadinya pertukaran ide dan opini (Evans, 2012).

Ruang publik sering dianalisis menggunakan pendekatan media dan komunikasi. Penentuan sumber berita, juga keberagaman opini di dalamnya, akan sangat mempengaruhi debat publik yang terjadi (Prodnik & Vobič, 2024; Ramsey, 2010). Selain fungsi tersebut, media massa juga berfungsi sebagai “*gatekeeper*” yang menentukan isu mana yang akan dibahas dan bagaimana isu tersebut dikonstruksi di ruang publik (Shabira, 2021).

Keterkaitan yang erat antara ruang publik dan media, mempengaruhi relasi perkembangan antar keduanya. Perkembangan media yang sangat dinamis, berdampak besar terhadap perubahan ruang publik. Dalam konteks kekinian, ruang publik mulai bergeser dari yang konvensional menuju digital.

Media massa konvensional (koran, televisi, radio) sangat membutuhkan gatekeeper untuk mengontrol apa yang akan disajikan ke ruang publik dan menentukan isu yang layak didiskusikan (Ogbebor, 2020). Namun perkembangan media digital mengubah segalanya. Masyarakat lebih partisipatif untuk berdiskusi di ruang publik dan dapat terlibat langsung dalam debat dan diskusi (Alina & McCracken, 2022).

Jika dulu orang berdiskusi di kafe, sekarang fungsi itu diambil alih oleh media sosial yang difungsikan sebagai tempat masyarakat melakukan dialog publik (Adams, 2024; Fahmi, 2019). Sosial media dapat memfasilitasi terbentuknya komunitas beridentitas kolektif, yang sangat penting dalam menciptakan ruang publik yang inklusif (Rauchfleisch et al., 2021). Perkembangan sosial media yang sangat massif, membuat teori publik sphere yang digagas Jurgen Habermas, harus dikontekstualisasikan dengan kondisi hari ini. Muncul konsep digital public sphere, sebagai upaya mengadaptasi dan mengkontekstkan konsep public sphere yang konvensional.

Terdapat tiga sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Sampel adalah konten hoaks politik yang diambil dari beberapa platform sosial media yang berbeda. Ada yang diambil dari TikTok, X, dan Facebook.

Sampel pertama, menunjukkan akun TikTok dengan nama "WE76" mengunggah satu video yang berjudul "Jakarta 2 Putaran". Video tersebut berisi pernyataan dari Ariza Patria sebagai Ketua Tim Pemenangan RK-Suswono (Calon Gubernur DKI), bahwa Pilkada Jakarta akan berlangsung dua putaran. Padahal belum ada rilis resmi hasil dari KPU sebagai penyelenggara Pemilu.

Video tersebut adalah potongan yang diambil dari tayangan yang disiarkan oleh iNews. Video dipotong tepat pada bagian ketika Ariza Patria mengatakan, "Berdasarkan hasil input data yang kami terima, menyatakan bahwa Pilkada serentak di DKI Jakarta akan berlangsung dua putaran." Konten ini cukup viral dan mendapatkan banyak tanggapan. Pertanggal 2 Desember 2024, sudah terdapat 7.626 komentar. Dibagikan oleh 2.191 kali dan disimpan videonya oleh 2.403 pengguna TikTok.

Video tersebut terkategori hoaks, meskipun pernyataan yang ada benar-benar dikeluarkan oleh Ariza Patria. Namun oleh pembuat konten, video tersebut dipotong sehingga kehilangan konteks sebenarnya. Jadi seolah-olah Ariza Patria telah mengklaim bahwa Pilkada Jakarta akan berlangsung dua putaran. Padahal konteks video yang sebenarnya adalah Tim Pemenangan RIDO menyampaikan hasil perhitungan yang dilakukan oleh tim mereka, bukan hasil resmi dari KPU. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh internal tim pemenangannya, Pilkada Jakarta akan berlangsung dua putaran. Jadi klaim tersebut berasal dari Tim Pemenangan RIDO. Sementara di akun TikTok WE76, seolah-olah pernyataan tersebut adalah hasil resmi. Konten ini sudah dibantah dan dinyatakan sebagai hoaks oleh beberapa situs yang kredibel. Misalnya situs resmi dari Komdigi (*Kementerian Komunikasi Dan Digital*, n.d.) yang mengutip informasi dari laman www.kompas.com (Media, 2024). Ternyata KPU telah membantah kabar tersebut. Karena sampai konten itu diunggah, KPU masih melakukan perhitungan suara berjenjang, sehingga belum bisa memastikan jumlah suara pasti.

Sampel kedua, akun @Boediantara4 di platform X (dulu Twitter), mengunggah sebuah video yang berdurasi 2 menit 20 detik. Pengantar dari video tersebut memuat kalimat yang cukup provokatif, yaitu: "AKHIRNYA Keluar juga FATWA...MUI...Himbauan untuk UMMAT ISLAM INDONESIA...Harap ikuti FATWA MUI..Jangan Coblos..Cagub...atau Cabup/Calon bupati yang didukung Jokowi...demikian pemberitahuan dr MUI...terima kasih.

Unggahan tersebut cukup viral, telah diposting ulang sebanyak 803 kali, disukai sebanyak 2.207, memiliki 58 komentar, dan telah tayang sebanyak kurang lebih 63ribu kali. Isi video tersebut menyampaikan bahwa MUI telah berfatwa tentang larangan memilih dinasti politik. Disebutlah beberapa kepala daerah yang dianggap oleh narator masuk dalam kategori dinasti politik. Salah satu alasan lain yang dikemukakan, untuk tidak memilih para calon Kepala Daerah tersebut adalah mereka adalah jajaran para pendukung rezim politik Jokowi.

Berita ini telah diklarifikasi oleh banyak situs yang terpercaya. Salah satunya adalah klarifikasi yang dimuat oleh www.antaranews.com (antaranews.com, 2024). MUI memang pernah mengeluarkan fatwa yang berisi tentang tuntunan untuk memilih pemimpin. Terdapat tiga poin yang dimuat dalam fatwa tersebut, yaitu: pilihan harus berdasarkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah, bebas dari money politic, dan pilih calon pemimpin yang beriman, jujur, terpercaya, dan memperjuangkan kepentingan umat Islam, serta kemaslahatan bangsa. Jadi sebenarnya tidak ada narasi tentang larangan memilih pemimpin yang masuk dalam rezim dinasti politik.

Jadi secara tersirat maupun tersurat, MUI tidak pernah mengeluarkan fatwa larangan memilih calon Kepala Daerah yang masuk dalam lingkaran politik dinasti. Apalagi sampai melarang untuk memilih calon Kepala Daerah yang didukung oleh Jokowi.

Sampel ketiga adalah rekaman suara yang diduga seperti suara Jokowi. Konten tersebut diunggah oleh akun facebook “Aom Akki Dive” terdengar rekaman suara yang sepiintas lalu memang mirip suara dan gaya bicara Jokowi. Unggahan tersebut telah mendapat 181 “like”, dibagikan sebanyak 77 kali, dan terdapat 80 komentar. Inti dari rekaman tersebut adalah Jokowi meminta kepada Ahmad Luthfi memang Pilkada Gubernur Jateng, maka jabatannya akan diberikan kepada Kaesang (anak Jokowi).

Beberapa situs yang memilki rubrik tentang penelusuran berita hoaks, telah membantah informasi tersebut. Misalnya situs Tempo yang memuat klarifikasi bahwa informasi tersebut adalah hoaks (*Keliru, Audio Yang Diklaim Pesan Jokowi Agar Luthfi Diganti Kaesang Usai Pilkada Jateng 2024*, 2024). Tempo mencoba memeriksa audio tersebut dengan memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan melalui Truemia.org. Dan hasilnya menunjukkan ada kemungkinan 99-100 audio tersebut dibuat menggunakan kecerdasan buatan atau hasil kloning. Singkatnya, audio tersebut adalah hasil rekayasa.

Setelah mengurai ketiga fakta tersebut, kemudian memperhatikan jenis konten dan dinamika para netizen, selanjutnya fakta tersebut dianalisis menggunakan sudut pandang “Public Sphere” yang digagas oleh Habermas. Dari analisis tersebut akan tampak, bagaimana hoaks politik bisa mempengaruhi kualitas ruang publik. Analisis menggunakan enam kriteria ruang publik yang dicetuskan oleh Habermas, yaitu: *Rational-critical debate, accessibility, independence from authority, focus on common interest, formation of public opinion, cultural and social context*.

Rational-Critical Debate

Di dalam ruang publik, masyarakat harus bisa terlibat aktif dalam diskusi dan perdebatan yang mengedepankan rasionalitas. Argumen yang diajukan harus berdasarkan pada pemikiran yang logis dan dapat dipertanggungjawabkan. Jadi ruang publik tidak boleh diisi dengan diskusi yang mengedepankan emosi atau komentar yang sifatnya reaktif bukan argumentatif. Sehingga bisa menciptakan gagasan yang diterima oleh semua orang.

“The touchstone whereby we decide whether our holding a thing to be true is conviction or mere persuasion is therefore external, namely the possibility of communicating it and of finding it to be valid for all human reason.” (Habermas, 1991, p. 108).

Peneliti melihat dinamika komentar netizen sebagai bahan analisis untuk diskusi yang rasional dan debat yang kritis. Pada sampel pertama, yaitu video berjudul “Jakarta 2 Putaran”, telah dikomentari oleh 7.701 komentar.

Jika diamati tren komentar yang muncul, beberapa netizen berusaha tetap rasional dalam menyampaikan komentarnya. Terdapat kelompok netizen yang tidak terkecoh dengan unggahan video tersebut. Mereka tahu bahwa video tersebut adalah klaim dari Tim Pemenangan Paslon Nomor 1, bukan hasil resmi dari KPU. Sehingga kelompok ini meminta agar bersabar menunggu hasil real count dari KPU.

Perdebatan yang mengemuka juga tentang definisi “50% + 1”. Beberapa netizen berargumentasi kalau “50% + 1” itu maksudnya 50% + 1%. Misalnya akun TikTok “CapsLock” berkomentar, “Jadi gini maksudnya 50%+1 itu ya 51%, kalau ini 50,07% belum karena harus diatas 50,99%, baru masuk 51%.” Argumentasi itu dibantah oleh netizen yang lain, “50% plus 1 suara bang, bukan 1%.”

Tidak dipungkiri, terdapat juga komentar yang reaktif, jauh dari standar rasional. Misalnya beberapa komentar: *klw belum menang juga sampai 4 putaran, Ridwan Kamil yang menang tuuuuhhh, mantap...kejang2 anak abah, tanggung 2 putaran...10 putaran sampe menang.*

Sampel kedua, video tentang fatwa MUI, mendapat reaksi dari netizen di kolom komentar. Di sosial media X, pengguna diberikan fitur untuk mengurutkan komentar yang paling relevan. Jika memperhatikan dinamika komentar netizen di X, cenderung tidak rasional dan tidak argumentatif. Komentarnya lebih emosional dan beberapa komentar justru melanggar etika komunikasi karena menggunakan kata-kata vulgar.

Beberapa komentar, meskipun jumlahnya minoritas, menunjukkan dukungan pada konten video yang mengklaim berdasarkan fatwa MUI. Dukungan tersebut terbaca lewat komentar: *Muslim pasti ikut fatwa MUI, Insyaallah kami ikut fatwa MUI.* Komentar lain justru mendiskreditkan MUI (jumlahnya mayoritas), lewat komentar seperti: *MUI kurang kerjaan, Fatwa kalah sama bansos, Ormas macam MUI gitu mah fatwanya tergantung bayaran, pecat tuh ketua MUI.*

Beberapa netizen masih lebih bijak menanggapi unggahan tersebut. Ada yang langsung berkesimpulan bahwa berita tersebut adalah hoaks. Kemudian ada juga yang menyatakan kalau konten tersebut adalah upaya untuk memframing informasi. Namun tetap saja kelompok ini tidak bisa menunjukkan bukti dalam bentuk data jika unggahan tersebut tidak benar.

Sampel ketiga yaitu unggahan video tentang suara yang diduga mirip suara Jokowi. Konten tersebut telah mendapat 80 komentar. Berdasarkan komentar, netizen terbagi menjadi dua kelompok, yaitu yang pro (minoritas) dan kontra Jokowi (mayoritas). Komentar yang ada kebanyakan emosional, bahkan menggunakan bahasa yang vulgar. Tidak ditemukan komentar yang bersifat rasional dan argumentasi kritis.

Accessibility

Aksesibilitas (accessibility) adalah karakter ruang publik yang terbuka dan bisa diakses oleh siapa saja. Ruang publik tidak boleh eksklusif, harus bisa dijangkau oleh semua individu tanpa memandang status sosial dan kekuasaan.

Berdasarkan analisis terhadap tiga sampel penelitian, bahwa semuanya memiliki tingkat keteraksesan yang tinggi. Alasannya karena siapa saja bisa berpartisipasi untuk memberikan respon apapun tergantung persepsi masing-masing. Ketika para netizen sudah berkomentar, maka tidak adalagi perbedaan status sosial, semuanya diperlakukan sama. Syarat untuk bisa

bergabung dalam ruang publik juga sangat sederhana, yang penting memiliki dan teregistrasi di platform media massa.

Keteraksesan juga tergolong tinggi, karena dari tiga sampel yang ada, tidak ada yang memprivatisasi akunnya. Semua akun diatur untuk bisa diakses seluruh publik. Kolom komentar juga tetap diaktifkan, padahal bisa dinon-aktifkan agar orang lain tidak bisa memberikan respon. Namun itu tidak dilakukan oleh pemilik akun dari tiga sampel penelitian ini.

Aksesabilitas yang tinggi memang menjadi ciri dari media sosial. Ternyata tidak selamanya membawa pengaruh positif. Justru karena aksesabilitasnya yang tinggi memungkinkan netizen yang terlibat dalam ruang publik berkomentar semaunya. Hal ini ditunjukkan dari beberapa komentar netizen yang menggunakan kata-kata kurang pantas. Beberapa diantaranya juga seperti sedang berdebat, namun sebenarnya saling mengolok-olok antara kelompok pro dan kontra. Tidak ada dialektika ide-ide rasional di dalamnya.

Independence from Authority

Ruang publik harus bisa menjadi tempat berdiskusi, berdebat, dan membentuk opini secara bebas tanpa ada campur tangan dan intervensi dari pihak manapun. Tidak boleh ada kekuatan politik, ekonomi, atau otoritas lainnya yang berusaha untuk mempengaruhi dialektika yang terjadi di ruang publik.

"Liberation from self-incurred tutelage meant enlightenment. With regard to the individual, this denoted a subjective maxim, namely: to think for oneself. With regard to humanity as a whole, it denoted an objective tendency, progress toward a perfectly just order. In both cases enlightenment had to be mediated by the public sphere: "For any single individual to work himself out of the life under tutelage which has become almost his nature is very difficult." (Habermas, 1991, p. 104).

Kutipan dari Habermas di atas menunjukkan bahwa terbebas dari pengawasan adalah sebuah pencerahan. Meskipun diakui untuk keluar dari pengawasan, bagi semua individu adalah perkara yang sangat sulit.

Berdasarkan pengamatan dari tiga sampel video yang digunakan dalam penelitian ini, tidak terlihat adanya tekanan di ruang publik. Indikasinya adalah setiap netizen yang hadir di ruang publik memiliki kebebasan berkomentar. Mulai dari komentar yang rasional dan positif, sampai dengan komentar yang cenderung melanggar norma kesopanan. Prinsip independence from authority juga tampak saat ketiga konten yang dijadikan sampel penelitian masih bisa eksis sampai saat ini. Meskipun telah terverifikasi sebagai kabar hoaks, tetapi tidak diblokir oleh platform media sosial yang bersangkutan. Kecuali konten yang ketiga, yang tayang di Facebook. Saat konten tersebut dibuka, sudah terdapat peringatan tertulis yang menyatakan ***"Informasi palsu. Ditinjau oleh pemeriksa fakta pihak ketiga"***.

Karakter *"Independence from Authority"* yang seharusnya melekat pada ruang publik, di satu sisi konsep ini bisa membawa pengaruh positif. Terbukti melalui penelitian ini, karena terbebas dari segala intervensi, sehingga produksi hoaks bisa semakin meningkat.

Focus on Common Interest

Dalam konteks ruang publik, yang diperbincangkan adalah isu yang merujuk pada kepentingan bersama. Isu yang ada di ruang publik adalah hasil konsensus bersama dan bukan agenda kelompok atau individu.

"The resulting consensus, of course, does not seriously have much in common with the final unanimity wrought by a time-consuming process of mutual enlightenment, for the "general

interest" on the basis of which alone a rational agreement between publicly competing opinions could freely be reached has disappeared precisely to the extent that the publicist self-presentations of privileged private interests have adopted it for themselves." (Habermas, 1991, p. 195).

Jadi consensus atau kesadaran bersama yang dimaksud, diperoleh melalui kesadaran rasional dari sebuah proses pencerahan tentang makna kepentingan umum (common interest). Bukan kebulatan suara yang diperoleh dari intervensi kelompok dominan. Berdasarkan penelitian ini, dengan mengamati tiga sampel penelitian, terlihat indikasi bahwa hoaks politik yang tersebar di ruang publik justru bisa menghilangkan fokus pada kepentingan bersama. Diskusi justru akan semakin bias dan cenderung akan membahas isu-isu diluar kepentingan bersama. Dari pengamatan pada sampel penelitian terlihat bagaimana netizen justru terpecah pada masing-masing kepentingan. Dan mereka berjuang berdasarkan kepentingannya masing-masing. Sehingga semakin menjauhkan dari diskusi tentang kepentingan bersama.

Formation of Public Opinion

Ruang publik seharusnya bisa menjadi tempat pembentukan opini publik. Hal ini menjadi sesuatu yang mungkin terjadi, karena di dalam ruang publik terjadi interaksi dan dialektika (Habermas, 1991) antara pandangan, sikap, dan keyakinan antar anggota masyarakat.

"Public opinion refers to people's attitudes on an issue when they are members of the same social group." This definition betrays in all clarity what aspects had to be positivistically excluded from the historic concept of public opinion by decades of theoretical development and, above all, of empirical methodological progress." (Habermas, 1991, p. 241).

Tersebarnya hoaks di dalam ruang publik akan menghalangi terbentuknya opini publik berdasarkan konsep Habermas yang menghendaki bahan baku opini publik adalah pemikiran yang rasional. Hasil dari penelitian ini telah membuktikan bahwa opini publik yang dibangun berdasarkan konten hoaks, akan menciptakan opini publik yang negatif. Seluruh sampel penelitian menunjukkan bahwa konten hoaks, jika tidak segera dibendung akan menyebarkan opini negatif di tengah masyarakat.

Misalnya untuk sampel penelitian pertama, tentang opini pemilu DKI dua periode, jika menjadi opini umum pasti akan menciptakan kekisruhan isu di kalangan masyarakat. Sampel penelitian kedua, jika penyebaran opininya tidak mendapatkan klarifikasi, khususnya umat Islam, akan tergiring pada opini yang salah. Umat Islam yang masih percaya pada kualitas fatwa MUI, akan tergiring pada isu untuk menjadi antipati pada Jokowi dan para pendukungnya. Dan yang lebih berbahaya untuk sampel ketiga, dimana suara yang ditampilkan benar-benar mirip dengan suara Jokowi, akan mudah bergulir dan menjadi opini publik yang menyesatkan.

Cultural and Social Context

Terbentuknya ruang publik sangat bergantung pada latar belakang budaya dan sosial, di mana manusia berinteraksi. Habermas sangat menekankan kualitas literasi yang akan sangat berpengaruh pada kualitas diskursus publik. Jika dikontekstualisasikan sekarang, maka kualitas ruang publik akan semakin baik jika individu yang ada di dalamnya mempunyai literasi informasi yang baik.

Dari sampel penelitian dapat ditunjukkan netizen memiliki tingkat literasi informasi yang berbeda-beda. Untuk tingkat literasi informasi yang rendah, tanpa perlu analisis yang mendalam,

langsung percaya dengan konten hoaks yang tersebar. Contohnya netizen yang langsung berkomentar “Mendukung fatwa MUI” pada kasus di sampel penelitian kedua. Ini menunjukkan indikasi kuat rendahnya literasi informasi. Langsung percaya pada informasi yang sumbernya belum terpercaya.

Berbeda dengan situs-situs pemberitaan yang awak medianya pasti memiliki kualitas literasi yang tinggi. Contohnya pada sampel penelitian ketiga, tentang suara yang diduga mirip suara Jokowi. Jika konten tersebut dikonsumsi oleh netizen dengan tingkat literasi rendah, pasti akan langsung percaya, karena suara yang ditampilkan memang berbeda. Namun redaksi Tempo tidak serta merta mempercayainya. Dengan literasi informasi yang baik, cuplikan suara tersebut dianalisis menggunakan teknologi kecerdasan buatan. Dan ternyata hasilnya menunjukkan hampir dipastikan jika suara tersebut adalah hasil cloning, sehingga beritanya terkategori hoaks.

KESIMPULAN

Fenomena hoaks, khususnya hoaks politik, telah merambah ruang publik. Penyebaran hoaks tersebut semakin massif, ketika ruang publik berubah dari konvensional menjadi digital. Lewat media sosial penyebaran hoaks semakin mengkhawatirkan.

Padahal menurut Jurgen Habermas, ruang publik seharusnya menjadi tempat bertemunya pemikiran-pemikiran rasional, terjadi diskusi dan debat yang argumentatif, sehingga bisa terbentuk opini publik yang berasal dari konsensus bersama. Berdasarkan pengamatan pada tiga sampel penelitian (yang merupakan hoaks politik), kualitas ruang publik di media sosial menurun karena terpaan berita hoaks.

Ruang publik di sosial media tidak didominasi oleh isu dan pemikiran rasional, tetapi oleh narasi yang emosional. Media sosial sebagai ruang publik juga menjanjikan aksestabilitas yang tinggi, namun justru akses yang terbuka itu menjadi peluang besar tersebarnya hoaks. Tidak adanya pengawas (*gatekeeper*), menjadikan ruang publik di media sosial nyaris tanpa pengawasan. Membuat konten apapun, termasuk hoaks politik, sangat mudah masuk ke ruang publik.

Perlu peningkatan tingkat literasi informasi pada pengguna media, khususnya media sosial, sehingga bisa melakukan identifikasi sejak awal terkait hoaks. Sehingga mampu membentengi diri dan tidak menjadi penyebar hoaks.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, E. J. (2024). The Usage of Social Media as a Public Sphere in Discussing the Death of Queen Elizabeth II. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 15(4), 24. <https://doi.org/10.36941/mjss-2024-0027>
- Alina, M. O., & McCracken, D. (2022). Mass mediatisation of social media: The case of Uganda's 2016 presidential elections as covered by NTV on Facebook. *Communicare: Journal for Communication Studies in Africa*, 39(1), 1–17. <https://doi.org/10.36615/jcsa.v39i1.1525>
- Amilin, A. (2020). Pengaruh Hoaks Politik dalam Era Post-Truth terhadap Ketahanan Nasional dan Dampaknya pada Kelangsungan Pembangunan Nasional. *Jurnal Lemhannas RI*, 7(3), 5–11. <https://doi.org/10.55960/jlri.v7i3.73>
- antaranews.com. (2024, November 27). *Cek fakta, MUI keluarkan fatwa larangan mencoblos kandidat Pilkada pilihan Jokowi*. Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/4495797/cek-fakta-mui-keluarkan-fatwa-larangan-mencoblos-kandidat-pilkada-pilihan-jokowi>

- Arif, H., & Bakare, N. (2024). Health Security, Vaccine Hesitancy and Post-Truth: A Case of COVID-19 in Pakistan. *Journal of Asian and African Studies*, 59(4), 1135–1153. <https://doi.org/10.1177/00219096221130344>
- Bode, L., & Vraga, E. K. (2015). In Related News, That Was Wrong: The Correction of Misinformation Through Related Stories Functionality in Social Media: In Related News. *Journal of Communication*, 65(4), 619–638. <https://doi.org/10.1111/jcom.12166>
- Bridgman, A., Merkley, E., Loewen, P. J., Owen, T., Ruths, D., Teichmann, L., & Zhilin, O. (2020). The causes and consequences of COVID-19 misperceptions: Understanding the role of news and social media. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-028>
- Cangara, H. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Dwi Prasetyo, M. I., & Wayan Midhio, P. I. (2022). Analysis of the Impact of Hoax News during the Covid-19 Pandemic from the Perspective of National Defense. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 06(03), 132–137. <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2022.6306>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*. Kencana.
- Evans, M. S. (2012). Who Wants a Deliberative Public Sphere? *Sociological Forum*, 27(4), 872–895. <https://doi.org/10.1111/j.1573-7861.2012.01360.x>
- Fahmi, U. (2019). Cultural Public Sphere: Tracking the Yogyakarta City Policy Agenda through the #JogjaOraDidol Hashtag on Twitter. *Policy & Governance Review*, 3(1), 73. <https://doi.org/10.30589/pgr.v3i1.123>
- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. The MIT Press.
- Heryanto, G. G., Zamroni, M., & Astuti, Y. D. (2024). Disinformation Unveiled: Tracking Media Hoaxes to Build Public Literacy for Indonesia's 2024 Elections. *Studies in Media and Communication*, 12(4), 28. <https://doi.org/10.11114/smc.v12i4.6931>
- Humas Kominfo, B. (n.d.). *Kementerian Komunikasi dan Digital*. Retrieved December 1, 2024, from <https://www.komdigi.go.id/berita/siaran-pers/detail/siaran-pers-no-218-hm-kominfo-03-2024-tentang-jelang-pilkada-serentak-menkominfo-ratusan-isu-hoaks-telah-ditangani>
- Iizuka, R., Toriumi, F., Nishiguchi, M., Takano, M., & Yoshida, M. (2022). Impact of correcting misinformation on social disruption. *PLOS ONE*, 17(4), e0265734. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0265734>
- Jatmiko Winarno, E. I. M. R. (2020). TINJAUAN HUKUM PIDANA TERHADAP TINDAK PIDANA BERITA BOHONG DAN UJARAN KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Independent*, 8(2), 294. <https://doi.org/10.30736/ji.v8i2.118>
- Keliru, *Audio yang Diklaim Pesan Jokowi Agar Luthfi Diganti Kaesang Usai Pilkada Jateng 2024*. (2024, November 28). Tempo. <https://cekfakta.tempo.co/fakta/3268/keliru-audio-yang-diklaim-pesan-jokowi-agar-luthfi-diganti-kaesang-usai-pilkada-jateng-2024>
- Kementerian Komunikasi dan Digital. (n.d.). Retrieved December 3, 2024, from <https://www.komdigi.go.id/berita/berita-hoaks/detail/hoaks-infografik-hasil-pilkada-oleh-kpu-provinsi-dki-jakarta-dan-penentu-pilkada-dua-putaran>
- Kuntarto, K., Widyaningsih, R., & Chamadi, M. R. (2021). The Hoax of SARA (Tribe, Religion, Race, and Intergroup) as a Threat to the Ideology of Pancasila Resilience. *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 9(2), 413. <https://doi.org/10.26811/peuradeun.v9i2.539>

- Media, K. C. (2024, November 30). [KLARIFIKASI] KPU Jakarta Bantah Bikin Infografik Pilkada 1 atau 2 Putaran. KOMPAS.com. <https://www.kompas.com/cekfakta/read/2024/11/30/121800582/-klarifikasi-kpu-jakarta-bantah-bikin-infografik-pilkada-1-atau-2>
- Meyer, D., Tao, J., & Kris, A. (2022). *Tune Down the Misinformation, Please: Generating Corrective Messages for COVID-19 Misinformation*. Hawaii International Conference on System Sciences. <https://doi.org/10.24251/HICSS.2022.039>
- Mujianto, H., & Nurhadi, Z. F. (2022). Dampak Literasi Media Berbasis Digital Terhadap Perilaku Anti Penyebaran Hoaks. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 21(1), 31. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v21i1.6419>
- Octaviatnto Adi Saputro, R., & Koerniawati, T. (2023). DAMPAK LITERASI DIGITAL TERHADAP PENCEGAHAN INFORMASI HOAKS DI SMK KRISTEN BISNIS DAN MANAJEMEN SALATIGA. *Jurnal Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 02(03), 232–246.
- Ogbebor, B. (2020). Conclusion. In B. Ogbebor, *British Media Coverage of the Press Reform Debate* (pp. 203–223). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-37265-1_11
- Prodnik, J. A., & Vobič, I. (2024). News Sources in the Sociology of the Media: A Critical Re-Examination. *Critical Sociology*, 50(4–5), 795–812. <https://doi.org/10.1177/08969205231217306>
- Purnomo, H., & Yosua, A. (2021). INKONSISTENSI PENEGAKAN HUKUM TINDAK PIDANA HOAKS DI INDONESIA PASCA REFORMASI. *Jurnal Ius Constituendum*, 6(1), 235. <https://doi.org/10.26623/jic.v6i1.3176>
- Ramsey, P. (2010). Public Service Broadcasting and the Public Sphere: Normative Arguments from Habermasian Theory. *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network*, 3(2). <https://doi.org/10.31165/nk.2010.32.51>
- Rauchfleisch, A., Vogler, D., & Eisenegger, M. (2021). Public Sphere in Crisis Mode: How the COVID-19 Pandemic Influenced Public Discourse and User Behaviour in the Swiss Twitter-sphere. *Javnost - The Public*, 28(2), 129–148. <https://doi.org/10.1080/13183222.2021.1923622>
- Ritzer, G. (Ed.). (2007). *The Blackwell Encyclopedia of Sociology* (1st ed.). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781405165518>
- Roy Marthen Moonti, Saiful R. Pakaya, Rustam Hs. Akili, Yusrianto Kadir, & Marten Bunga. (2024). Strategi Pencegahan Hoaks Dalam Kampanye Pemilu Ditinjau Dari Prespektif Pidana Dan Dampak Sosial. *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 1(4), 242–264. <https://doi.org/10.62383/aliansi.v1i4.322>
- Saputra, D. (2024, February 2). Siaran Pers Mafindo: Hoaks Politik Meningkatkan Tajam Jelang Pemilu 2024, Ganggu Demokrasi Indonesia. *Mafindo*. <https://mafindo.or.id/2024/02/02/siaran-pers-mafindo-hoaks-politik-meningkat-tajam-jelang-pemilu-2024-ganggu-demokrasi-indonesia/>
- Seeliger, M., & Seignani, S. (2022). A New Structural Transformation of the Public Sphere? An Introduction. *Theory, Culture & Society*, 39(4), 3–16. <https://doi.org/10.1177/02632764221109439>
- Shabira, F. (2021). Agenda Setting: Eksplorasi Pada Komunikasi Massa: indonesia. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 1(1), 26–37. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v1i1.5>

-
- Tattersall, I., & Névraumont, P. (2018). *Hoax: A history of deception: 5,000 years of fakes, forgeries, and fallacies* (First edition). Black Dog & Leventhal Publishers.
- Wahyuni, D. S., & Sibaroni, Y. (2022). Comparison of Ensemble Methods for Detecting Hoax News. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 4(2). <https://doi.org/10.47065/bits.v4i2.1957>
- Xu, J., Zadorozhny, V., & Grant, J. (2023). *FIP: Fake News Detection System Using Incompatibility Probability*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4596899>
- Yuliani, S., Faizal, M., Sahib, S., & Supriadi, Y. (2019). A Framework for Hoax News Detection and Analyzer used Rule-based Methods. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 10(10). <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2019.0101055>

