



Transforming Cybersecurity through Sustainability in Living Harmony: Facing the Dissemination of Hoax Information based on Digital Media

M. Ghozali Moenawar; Alma Mandjusri; Tata Septayuda

Universitas Al Azhar, Indonesia

Abstract

The potential of horizontal conflicts in Indonesia is considered quite high during general election in 2019. Among factors that indicate the occurrence of the conflict is the dissemination of hoax information based on dependent effect of digital media.. This study analyzes the content of news about general election in 2019, in order to find out the public opinion of digital media users. The research used a content of qualitative analysis method, through cybersecurity and sustainability categories. The results of the study showed that there were three major categories, obtained: 1) support for cybersecurity and sustainability to ensure the correctness of the availability of digital information on sustainable basis; 2) critical discourse about the anticipation of conflict that leads to national divisions caused by the reporting of digital media in the national political situation; 3) the importance of observing the universality values in shared life between humans in order to achieve global happiness and peace.

Keywords: Cybersecurity; Sustainability; Digital Media; Living In Harmony

Abstrak:

Potensi terjadinya konflik horizontal di Indonesia dinilai cukup tinggi seiring berlangsungnya Pemilihan Umum (Pemilu) pada 2019. Salah satu faktor yang mengindikasikan terjadinya konflik tersebut adalah penyebaran informasi hoax (berita palsu) yang berbasis pada dependensi efek media digital. Penelitian ini menganalisa konten pemberitaan seputar Pemilu 2019 dengan tujuan untuk mengetahui opini publik pengguna media digital. Metode yang digunakan adalah *konten analisis* kualitatif dengan pendekatan induktif melalui kategori cybersecurity dan sustainability. Hasil penelitian menunjukkan didapat tiga kategori besar yaitu: 1) dukungan terhadap *cybersecurity dan sustainability* untuk memastikan kebenaran akan ketersediaan informasi digital secara berkelanjutan; 2) wacana kritis tentang antisipasi konflik yang mengarah pada perpecahan bangsa yang disebabkan oleh pemberitaan media digital pada situasi politik nasional; 3) pentingnya melihat kembali nilai-nilai universalitas dalam kehidupan bersama antar manusia dalam rangka menuju kebahagiaan dan kedamaian global.

Pendahuluan

Modernisasi membawa perubahan yang kompleks bagi kehidupan masyarakat. Salah satunya pada aspek informasi dan komunikasi yang beriringan dengan mode interaksi dan relasi sosial. Pasca revolusi industri, teknologi media atau elektronik berkembang dan menjadi salah satu kebutuhan penting. Tidak hanya sebagai sarana bagi manusia untuk saling berinteraksi melainkan juga sarana untuk memperoleh informasi dan kebutuhan lainnya. Dengan demikian, teknologi informasi dan komunikasi atau yang sering disebut dengan *information and communication technology* (ICT) telah mengukuhkan diri sebagai piranti yang lekat pada kehidupan masyarakat era ini (Istriyani dan Widiani, 2016: 289). Tidak dinafikan pula bahwa teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan begitu cepat. Bukan hanya piranti PC, koneksi melalui internet juga dapat diperoleh dengan piranti yang *portable* dan *handy*. Ponsel atau *handphone* berubah menjadi inovasi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan komunikasi melainkan juga informasi, yang kemudian disebut dengan *smartphone* (telepon pintar) dan tablet (atau sejenisnya). Artinya dulu ponsel yang sebatas dapat digunakan untuk berkirim pesan singkat kini telah lebih pintar. Dalam konteks ini pintar artinya memiliki fungsi untuk *browsing*, akses media sosial dan akses keperluan lainnya.

Media (*software*) atau aplikasi untuk berkomunikasi pun menunjukkan geliatnya. Jika sebelumnya sebatas bisa mengakses e-mail, blog, dan web sekarang masyarakat disuguhkan dengan opsi mudah dan praktis untuk bisa berhubungan satu sama lain serta menyampaikan berbagai hal di dalamnya melalui media sosial. Dimulai dengan era *Friendster* dan berkembang menjadi Facebook, Twitter, Path, Instagram, Skype, dan sebagainya. Bahkan opsi itu ditambah dengan media chat yang dapat diunduh secara gratis di toko aplikasi seperti Whatsapps, Blackberry Messenger, *LINE*, We Chat, Kakao Talk, dan sebagainya. Kendati demikian, tidak dapat dinafikan bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya memberikan efek positif tetapi efek laten yang bersifat negatif, terutama dalam aspek jejaring sosial. Salah satu fenomena yang marak akhir-akhir ini dan merupakan implikasi dari kemudahan akses teknologi adalah *hoax* atau informasi palsu. Palsu karena tidak jelas sumber serta kebenarannya dan disebar melalui media sosial atau pun media *chatting* tanpa klarifikasi dan tanpa bisa melakukan klarifikasi. Akhirnya informasi tersebut mampu menggiring interpretasi pengguna (*user*) sesuai dengan yang diharapkan oleh orang-orang yang memiliki kepentingan di dalamnya. *Hoax* begitu *booming* terutama didukung oleh pola penggunaan internet masyarakat yang lebih banyak untuk akses jejaring sosial dan *instant messaging*.

Internet dalam kajian komunikasi sering disebut sebagai *new media* atau media baru. Terdapat beberapa ciri utama media baru menurut McQuail (2010), yaitu adanya saling keterhubungan (*interactivity*) antar pengguna media komunikasi yang tidak dimiliki media konvensional seperti televisi maupun koran. Selain itu, media baru dicirikan lebih personal (*sociability*) dan penggunaannya merasa lebih memiliki otoritas (*autonomy*) dalam mengendalikan isi pesannya. Hal lainnya adalah *playfulness*, yang berarti bisa dipakai untuk kesenangan, serta *personalization* dan *privacy*, yang bisa dimaknai sebagai menjaga keleluasaan pribadi dan memberi kemudahan dalam operasionalisasinya (Qarib & Aminullah, 2017: 117). Dengan ciri-ciri itu, *hoax* menjadi mudah sekali menyebar dalam jaringan. Terjadi peristiwa apapun di Indonesia, *hoax* bisa langsung muncul. Terutama *hoax* yang akhir-akhir ini meluas melalui *new media* juga merespon dalam berita seputar pemilu Presiden 2019. Informasi *hoax* di internet yang membeludak ini tentulah membuat media massa mainstream keteteran. Aliansi Jurnalis Independen (AJI) dalam bukunya, *Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika*, mengakui bahwa banyak media online yang membuat berita asal cepat. Hal ini menjadi wajar karena *media online* tidak mendapatkan uang dari penjualan, kecuali iklan. Sehingga mereka ingin menjangkau pembaca sebanyak-banyaknya sebagai modal yang diajukan kepada pengiklan. Kerisauan AJI ada benarnya. “*Dogma jurnalistik tradisional yang diwariskan turun temurun dari generasi ke generasi “get it first, but first get it truth” seolah berubah menjadi “get it first, just get it first.*” (Margianto, dan Syaefullah, 2014).

Menurut Bungin (2017) *hoax* merupakan puncak dari paradox yang ada di Indonesia. Komunikasi yang tidak bisa dikontrol serta *communication traffic* yang sangat rumit menyebabkan mudah bermunculan berita-berita *hoax* sebagai tindakan konstruksi sosial sederhana namun menjadi musuh masyarakat dan negara. *Hoax* memiliki daya rusak sporadik yang kuat dan luas dibandingkan konstruksi sosial media massa, meskipun *hoax* juga memiliki masa hidup dalam kognitif lebih pendek. Mengatasi *hoax* membutuhkan urun daya masyarakat luas sehingga tidak hanya menggantungkan solusi dari pemerintah atau lembaga resmi.

Dalam pembahasan ini, penulis akan memfokuskan permasalahan tentang *hoax* yang terjadi di awal tahun 2018, di mana saat itu *hoax* mulai ramai di perbincangkan terutama menjelang Pemilihan Presiden 2019. *Hoax* yang terjadi berawal dari para pendukung masing-masing calon yang ingin menjatuhkan citra saingannya dan saling berebut simpati masyarakat agar terpilih menjadi pemimpin negara. Kemampuan media sosial dalam menghilangkan batasan-batasan waktu, geografis dan dimensional memungkinkan manusia untuk mempersingkat waktu dan melipat dimensi-dimensi yang ada sehingga terjadi sebuah percepatan alur informasi yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya. Apalagi dengan berkembangnya sistem komunikasi telepon pintar atau *smartphone* yang memungkinkan manusia untuk selalu terhubung dengan alat komunikasi tersebut tanpa harus dipusingkan dengan masalah kabel atau harus selalu duduk di depan komputer ketika akan mengakses sebuah situs internet, menjadikan media sosial semakin populer khususnya di kalangan generasi-generasi yang lahir pada era ini.

Kajian Teori

Dependensi Media

Dependency Theory (*teori ketergantungan*) menjelaskan bahwa semakin seseorang menggantungkan kebutuhannya untuk dipenuhi oleh penggunaan media, semakin penting peran media dalam hidup orang tersebut sehingga media akan semakin memiliki pengaruh kepada orang tersebut. Dari perspektif sosial makroskopik, jika semakin banyak orang bergantung pada media, maka institusi media akan mengalami perubahan, pengaruh media keseluruhan akan muncul, dan peran media di tengah-tengah masyarakat akan menjadi lebih besar. Oleh karena itu, seharusnya ada hubungan langsung antara jumlah ketergantungan secara umum dengan tingkat pengaruh atau kekuatan media disetiap waktu.

Teori Dependensi lebih menitikberatkan pada persoalan keterbelakangan dan pembangunan negara Dunia Ketiga. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa teori dependensi mewakili “suara negara-negara pinggiran” untuk menantang hegemoni ekonomi, politik, budaya dan intelektual dari negara maju. Munculnya teori dependensi lebih merupakan kritik terhadap arus pemikiran utama persoalan pembangunan yang didominasi oleh teori modernisasi. Teori ini mencermati hubungan dan keterkaitan negara Dunia Ketiga dengan negara sentral di Barat sebagai hubungan yang tak berimbang dan karenanya hanya menghasilkan akibat yang akan merugikan Dunia Ketiga. Negara sentral di Barat selalu dan akan menindas negara Dunia Ketiga dengan selalu berusaha menjaga aliran surplus ekonomi dari negara pinggiran ke negara sentral.

Teori Ketergantungan (*Dependency Theory*) menurut Melvin Defluer dan Sandra Ball Roceach, adalah teori tentang komunikasi massa yang menyatakan bahwa semakin seseorang tergantung pada suatu media untuk memenuhi kebutuhannya, maka media tersebut menjadi semakin penting untuk orang itu. Ketergantungan itu sangat esensial, karena merupakan fitur yang sangat mencolok pada prosa pembangunan budaya itu, apa yang memungkinkan untuk kegiatan psikis yang lebih tinggi, ilmiah, artistik maupun ideologis, untuk memainkan peran penting dalam kehidupan beradab (Defleur, 1975). Teori ini memprediksikan bahwa khalayak tergantung kepada informasi yang berasal dari media massa dalam rangka memenuhi kebutuhan khalayak bersangkutan serta mencapai tujuan tertentu dari proses konsumsi media massa. Namun perlu digarisbawahi bahwa khalayak tidak memiliki ketergantungan yang sama terhadap semua media. Teori ini pada dasarnya merupakan suatu pendekatan struktur sosial yang

berangkat dari gagasan mengenai sifat suatu masyarakat modern (atau masyarakat massa), di mana media massa dapat dianggap sebagai sistem informasi yang memiliki peran penting dalam proses pemeliharaan, perubahan, dan konflik pada tataran masyarakat, kelompok atau individu dalam aktivitas sosial.

Pemikiran terpenting dari teori ini adalah bahwa dalam masyarakat modern, *audience* menjadi tergantung pada media massa sebagai sumber informasi bagi pengetahuan tentang dan orientasi kepada apa yang terjadi dalam masyarakatnya. Jenis dan tingkat ketergantungan akan dipengaruhi oleh sejumlah kondisi struktural, meskipun kondisi terpenting terutama berkaitan dengan tingkat perubahan, konflik atau tidak stabilnya masyarakat tersebut. Berkaitan dengan apa yang dilakukan media yang pada dasarnya melayani berbagai fungsi informasi. Sesuai dengan teori-teori sebelumnya yang menekankan pada pengguna sebagai penentu media, teori ini memperlihatkan bahwa individu bergantung pada media untuk pemenuhan kebutuhan atau untuk mencapai tujuannya, tetapi mereka tidak bergantung pada banyak media dengan porsi yang sama besar. Mereka tetap dapat memilih media mana yang akan mereka gunakan untuk memenuhi keinginannya.

Cybersecurity

Cybersecurity adalah kumpulan alat, kebijakan, konsep keamanan, perlindungan keamanan, pedoman, pendekatan manajemen risiko, tindakan, pelatihan, praktik terbaik, jaminan dan teknologi yang dapat digunakan untuk melindungi lingkungan *cyber* dan organisasi dan aset pengguna. Organisasi dan aset pengguna dalam *cybersecurity* termasuk perangkat yang terhubung komputasi, personil, infrastruktur, aplikasi, layanan, sistem telekomunikasi dan totalitas informasi yang dikirimkan dan/atau disimpan dalam lingkungan maya.

Cybersecurity merupakan upaya untuk memastikan pencapaian dan pemeliharaan sifat keamanan organisasi dan aset pengguna terhadap risiko keamanan yang relevan dalam lingkungan *cyber*. Tujuan keamanan umum terdiri dari: ketersediaan; Integritas termasuk didalamnya keaslian dan kemungkinan upaya mengurangi terjadinya penolakan serta terakhir kerahasiaan.

Global cybersecurity dibangun di atas lima bidang kerja: *Global cybersecurity* dibangun di atas lima bidang kerja: Kepastian Hukum (undang-undang *cybercrime*); teknis dan tindakan prosedural (pengguna akhir dan bisnis (pendekatan langsung dan penyedia layanan dan perusahaan perangkat lunak); struktur organisasi (struktur organisasi sangat berkembang, menghindari tumpang tindih); *capacity building* dan pendidikan Pengguna (kampanye publik dan komunikasi terbuka dari ancaman *cybercrime* terbaru); Kerjasama Internasional (termasuk didalamnya kerjasama timbal balik dalam upaya mengatasi ancaman *cyber*) (undang-undang *cybercrime*); teknis dan tindakan prosedural (pengguna akhir dan bisnis (pendekatan langsung dan penyedia layanan dan perusahaan perangkat lunak); struktur organisasi (struktur organisasi sangat berkembang, menghindari tumpang tindih); *capacity building* dan pendidikan Pengguna (kampanye publik dan komunikasi terbuka dari ancaman *cybercrime* terbaru); Kerjasama Internasional termasuk di dalamnya kerjasama timbal balik dalam upaya mengatasi ancaman *cyber* (Makarim, 2014).

Cybersecurity lebih lanjut dimaknai sebagai semua mekanisme yang dilakukan untuk melindungi dan meminimalkan gangguan kerahasiaan (*confidentiality*), integritas (*integrity*), dan ketersediaan (*availability*) informasi. Mekanisme ini harus bisa melindungi informasi baik dari *physical attack* maupun *cyber attack*. *Cyber security* merupakan upaya untuk melindungi informasi dari adanya *cyber attack*, adapun elemen pokok *cyber security* adalah:

1. 1. Dokumen *security policy* merupakan dokumen standar yang dijadikan acuan dalam menjalankan semua proses terkait keamanan informasi.

2. 2. *Information infrastructure* merupakan media yang berperan dalam kelangsungan operasi informasi meliputi *hardware* dan *software*. Contohnya adalah *router*, *switch*, *server*, sistem operasi, database, dan website.
3. 3. *Perimeter Defense* merupakan media yang berperan sebagai komponen pertahanan pada infrastruktur informasi misalnya IDS, IPS, dan firewall.
4. 4. *Network Monitoring System* merupakan media yang berperan untuk memonitor kelayakan, utilisasi, dan performance infrastruktur informasi.
5. 5. *System Information and Event Management* merupakan media yang berperan dalam memonitor berbagai kejadian di jaringan termasuk kejadian terkait pada insiden keamanan.
6. 6. *Network Security Assessment* merupakan elemen *cyber security* yang berperan sebagai mekanisme kontrol dan memberikan *measurement level* keamanan informasi.
7. 7. *Human resource* dan *security awareness* berkaitan dengan sumber daya manusia dan *awareness*-nya pada keamanan informasi.

Selain *cybersecurity* kelangsungan operasi informasi juga bergantung pada *physical security* yang tentunya berkaitan dengan semua elemen fisik misalnya bangunan *data center*, *disaster recovery system*, dan media transmisi (*Indonesian Defense University, 2014*).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif guna menggambarkan wacana yang dibangun dalam berita *hoax* secara sistematis dengan Analisis Wacana Norman Fairclough sebagai pisau bedahnya. Unit analisis dalam penelitian ini adalah berita *hoax* politik yang ada di sejumlah website atau portal berita. Teknik pengumpulan datanya dengan melakukan pengkategorisasian berita *hoax* sejak Januari hingga September 2018. Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah, *Pertama*, mengumpulkan seluruh pemberitaan yang ada di website. *Kedua*, membuat kategorisasi tema secara umum. *Ketiga*, menetapkan hanya berita politik yang akan diteliti, khususnya yang berkaitan dengan Calon Presiden Joko Widodo dan Calon Presiden Prabowo Subianto. *Ketiga*, seluruh berita yang sudah ditetapkan akan ditelaah secara bertingkat oleh dua peneliti menggunakan Model Analisis Wacana Fairclough guna memperoleh hasil penelitian yang valid. *Keempat*, melakukan analisis berdasarkan kajian Komunikasi Politik untuk mendapatkan gambaran berita *hoax* yang ada di Indonesia.

Pembahasan

Hoax dalam Survei

Setelah dua pasangan bakal calon presiden-wakil presiden resmi mendaftar ke [KPU](#), muncul gambar hasil survei di sejumlah provinsi. Gambar itu juga mencantumkan logo lembaga survei Indo Barometer. Gambar tersebut menyebar di media sosial. Ada foto Joko Widodo ([Jokowi](#)) dan [Prabowo Subianto](#) yang di tengahnya logo Indo Barometer. Di bawahnya terdapat hasil survei di Provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, Sumatera Utara, Sulawesi Selatan. Persentase yang ada di bawah foto Prabowo lebih besar ketimbang yang ada di bawah foto Jokowi pada gambar hasil survei tersebut. Namun sesungguhnya *meme* hasil survei Pilpres 2019 tersebut Hoax alias tidak benar. Informasi ini beredar luas di pengguna media sosial dan diberitakan oleh media *online* detik.com. "Kami dari Indo Barometer mengklarifikasi, bahwa data tersebut tidak benar dan bukan bersumber dari Indo Barometer. Kami akan mempertimbangkan langkah hukum untuk pelaku penyebar *meme* tersebut. Indo Barometer juga menghimbau kepada para pihak untuk tidak menyebarkan *hoax* ini," kata Direktur Eksekutif Indo Barometer M Qodari seperti dikutip [detikcom](#), Minggu (12/8/2018).

Hoax Berita Ratna Sarumpaet

Terkuaknya kasus Ratna Sarumpaet (RS) baru-baru ini memperlihatkan betapa kontestasi elektoral antardua pasangan capres-cawapres berlangsung luar biasa sengit. Apapun bisa dijadikan alat atau senjata untuk mengerek elektabilitas pasangan yang didukung. Dan, pada saat yang sama dimanfaatkan untuk mendegradasikan elektabilitas lawan politiknya. Yang membuat kasus ini sedemikian heboh adalah karena digaungkan oleh timses salah satu pasangan capres-cawapres, yakni Prabowo Subianto-Sandiaga Uno. Seperti diketahui, beberapa orang timses pasangan ini mem-*blow up* persoalan RS, bahkan sempat melakukan konferensi pers. Tujuannya jelas untuk meraih simpati publik dan pada saat yang sama menyerang rivalnya, yakni pasangan Joko Widodo-KH Ma'ruf Amin. Logika ini cukup masuk akal, karena RS selama ini dikenal sangat vokal dalam menyuarakan kritik terhadap pemerintah. Jika benar RS menjadi korban pemukulan, maka tuduhan sangat mudah diarahkan kepada pemerintah. Dalam perspektif komunikasi politik Brian McNair yang menjelaskan bahwa komunikasi politik bersifat intensional, apa yang dilakukan timses Prabowo tampaknya memiliki tujuan ke arah sana, yakni memberikan dampak elektoral terhadap rival politiknya.

Kesimpulan

Saat ini publik Indonesia semakin kritis dalam menerima informasi. Mereka tidak mudah begitu saja meyakini sebuah informasi, apalagi yang memperlihatkan kejanggalan di dalamnya. Sementara, sumber-sumber informasi yang bisa dijadikan pembanding juga cukup berlimpah, sehingga mereka bisa melakukan komparasi dalam mengecek kesahihan informasi tersebut. Dalam kontestasi elektoral yang *head to head* seperti antara Jokowi dan Prabowo, tidak dapat dimungkiri bahwa pertarungan narasi akan terjadi dengan sangat keras. Prabowo-Sandi sebagai penantang memiliki peluang besar untuk membangun narasi-narasi yang berisi serangan tajam terhadap Jokowi-Amin.

Dalam perspektif komunikasi politik, serangan-serangan yang dilakukan pihak penantang dalam kampanye, seperti yang ditegaskan Lynda Lee Kaid dalam bukunya *Handbook of Political Communication* (2004), biasanya disebut dengan kampanye menyerang (*attacking campaign*). Kampanye menyerang dibagi dua, yaitu kampanye negatif (*negative campaign*) dan kampanye hitam (*black campaign*). Kampanye negatif boleh dilakukan seorang calon pada saat kampanye karena fokusnya adalah menyerang lawan dengan data-data yang valid atau dapat dipertanggungjawabkan. Ini umumnya dilakukan oleh pihak penantang. Sementara, kampanye hitam mesti dihindari oleh semua calon karena menitikberatkan serangan terhadap lawan dengan data-data yang palsu, bohong, bahkan berisi fitnah. Sayangnya, dalam konteks pertarungan narasi seperti yang berlangsung antar Timses Jokowi dan Prabowo, terutama dalam kasus RS, tipe keduanya yang lebih menonjol. Narasi tersebut dibangun di atas kebohongan (hoax). Akibatnya, justru bisa menjadi bumerang bagi dirinya sendiri ketika kebohongan tersebut terungkap, sekalipun berusaha untuk mengelak dengan berbagai cara.

Daftar Pustaka

- Kaid, Lynda Lee. 2004. *Handbook of Political Communication Research*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publisher
- Qorib, Fathul & Akhirul Aminulloh. 2017. *Wacana Berita Hoax Pilkada DKI Jakarta*. (dalam buku *Bunga Rampai Komunikasi Indonesia*). Yusida Lusiana, dkk. Yogyakarta: Buku Litera
- Defleur, M.I, dan Sandra Ball-Rokeach. 1975. *Theories of Mass Communication*, 3th ed. New York : David McKay.

Margianto, J Heru dan Syaefullah, Asep. (2014). *Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen.

Edmon Makarim, *Indonesian Legal Framework for Cybersecurity* <http://www.nisc.go.jp/security-site/campaign/ajsympo/pdf/lecture2.pdf> diakses Kamis, 01 November 2018

Indonesian Defense University, *Technology Perspective: National Cyber Security*, http://binkorpspelaut.tnial.mil.id/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=6&Itemid=22. diakses Kamis, 17 April 2014 pukul 15. 40 wib.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).