

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Demokrasi secara sederhana sebagai sebuah pemerintahan dimana kedaulatan berada di tangan rakyat. Menurut Abraham Lincoln, demokrasi merupakan suatu bentuk pemerintahan dimana kekuasaan politik tertinggi (*supreme political authority*) dan kedaulatan (*sovereignty*) ada di tangan rakyat (Sahdan, 2004:12). Namun, karena sulitnya rakyat untuk mengendalikan suatu pemerintahan secara langsung seperti di Indonesia dengan keberagaman yang ada, maka pemerintah dalam bentuk perwakilan menjadi satu satunya cara walaupun pemerintahan tersebut harus mendapatkan persetujuan rakyat atau memiliki amanat dari rakyat untuk memerintah.

Untuk mencapai prinsip itu, terjadilah pemilu/pilpres untuk memaknai demokrasi sebagai proses pengambilan keputusan kolektif melalui pemilu yang jujur, bebas dan juga adil untuk memilih kandidat-kandidat yang berhak memegang jabatan politik. Jabatan itu pun tidak lain merupakan hasil dari kepercayaan rakyat untuk menjalankan pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat. Pilpres ini juga bisa diartikan sebagai sebuah kontrak politik antara rakyat dengan pemerintah yang isinya bahwa rakyat memberikan haknya untuk memerintah kepada wakil mereka.

Pemilu di Indonesia lebih banyak diwarnai oleh mobilisasi massa bukan dari partisipan politik, yang artinya keterlibatan pemilih dan pilihan politik mereka dalam pemilu umumnya tidak semata-mata didorong oleh kesadaran kritis bahwa ia berhak untuk memilih dan bebas menentukan pilihan. Tetapi yang terjadi kadang sebaliknya, pilihan politik mereka lebih banyak ditentukan oleh faktor dari luar diri mereka. Misalnya, si X memilih partai A karena tokoh spiritualnya memilih partai A, atau si Z yang memilih partai B karena bos di kantornya memilih partai B.

Propaganda politik, pertemuan politik, pengerahan massa dan pembentukan berbagai organisasi partisan lazimnya bermunculan dalam proses pemilu. Dalam UU No.23/2003 tentang Pemilihan Presiden dan Wapres secara langsung menyebutkan bahwa calon presiden-wapres diajukan oleh parpol atau gabungan parpol, walaupun tidak semua parpol mempunyai hak untuk mengajukan pasangan capres-wapres. (Tukan dan Suyanto dkk, 2004:12)

Pemilu sebagai sarana berdemokrasi melahirkan partai politik yang memiliki aliran dan ideologi. Di Indonesia sendiri munculnya partai politik sudah ada pada masa penjajahan. Dalam pembentukan partai-partai politik itu pengaruh ikatan ideologi lokal, nasional, agama, dan keduniaan terhadap pengorganisasian sangat berpengaruh dan signifikan.

Pilpres 2019 merupakan pemilihan presiden dan wakil presiden ditahun 2019. Ditahun ini terdapat 2 kandidat yang akan masyarakat pilih salah satunya untuk menjadi presiden dan wakil presiden. Dalam pemilihan presiden tersebut 2 kandidat yang akan bersaing yaitu Paslon 1 (Jokowi-Maaruf) dan Paslon 2 (Prabowo-Sandi).

Pemilu 2019 sebagai puncak pesta demokrasi 5 tahunan akan dilaksanakan pada tanggal 17 April 2019. Masa kampanye direncanakan dimulai pada tanggal 13 Oktober 2018 sampai dengan 13 April 2019.

Pemilihan presiden yang diadakan 5 tahun sekali dan terlaksana ditahun ini mendorong pengguna aktif media sosial dalam memposting beberapa berita di media sosial. Karena kedua paslon tersebut lebih dominan berkampanye melalui media sosial. Dalam postingan media sosial di akhir tahun 2018 sampai 2019 pun terdapat lonjakan yang menunjukkan salah satu dampak dari Pilpres 2019 yang sebentar lagi akan dilaksanakan.

Dalam demokrasi modern, komunikasi antara aktor-aktor politik dan warga negara sulit dilakukan secara tatap muka. Maka dari itu komunikasi politik saat ini dilakukan secara termediasi lewat media massa atau disebut *mediated politics* (Bennet dan Entman, 2001).

Media juga tidak lagi menjadi sarana komunikasi semata, tetapi sekaligus sebagai ruang publik yang mana warga negara dapat berpartisipasi secara aktif, dan pada prakteknya media tidak hanya mengirimkan informasi apa adanya, tetapi berpartisipasi secara aktif menyikapi realitas politik. (Simarmata, 2014:5)

Perkembangan teknologi informasi di zaman yang canggih ini pun semakin mempengaruhi kehidupan manusia. Salah satu yang paling banyak digandrungi masyarakat adalah media sosial. Media sosial dihadirkan untuk membuat komunikasi dan berbagai kegiatan menjadi lebih mudah. Tapi sayang, kenyataannya malah

berbalik. Nyatanya sekarang ini banyak ditemukan seseorang yang lebih asyik sendiri dengan gadget atau akun di dunia maya dari pada berinteraksi sosial di dunia nyata.

Media sosial merupakan media online (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Di media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, networking, dan berbagai kegiatan lainnya. Media sosial menggunakan teknologi berbasis website atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif. Beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan adalah YouTube, Facebook, Blog, Twitter, dan lain-lain. (www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet.html. Diakses pada tanggal 09 April 2019, Pukul 17.00 WIB.)

Karakteristik umum yang dimiliki setiap media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna. Sosial media juga memberikan cara baru untuk berkomunikasi, sebelum media sosial muncul dan populer kebanyakan orang berkomunikasi dengan cara sms atau telfon namun dengan adanya media sosial saat ini, orang cenderung berkomunikasi lewat layanan obrolan (*chat*) atau dengan layanan yang tersedia di media sosial. (Karjaluoto, 2008:2)

Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses Facebook atau Twitter misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di Negara-negara

maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Di tahun 2017 Total populasi di Indonesia terdapat 297.1 Juta, dari total tersebut terdapat 132.7 juta pengguna internet yang aktif lalu terdapat 106.0 juta pengguna sosial media yang aktif, dan 371.4 juta pengguna koneksi dari *handphone* serta terdapat 92.0 juta pengguna aktif *mobile social*. Karena di Indonesia sudah memasuki era milenial dimana Media baru (era media dengan mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi) menstransformasi menjadi Media Siber (*Cybermedia*) dengan pengistilahan beragam seperti Media Online, Digital media, media virtual, e-media, network media dan media web. (wearesocial.org. Diakses pada tanggal 09 April 2019, pukul 19.00 WIB.)

Saat ini pengguna aktif media sosial semakin meningkat sepanjang tahun 2019, Hal ini dipengaruhi oleh berbagai macam faktor mulai dari perluasan area cakupan internet, penggunaan teknologi internet dan komunikasi terbaru yang lebih cepat dan efisien, munculnya berbagai macam media sosial dan ecommerce, serta semakin banyaknya masyarakat yang paham dan aktif menggunakan internet. “Berdasarkan hasil riset *Wearesocial Hootsuite* yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial mobile (*gadget*) mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi.” (Databoks.co.id. Diakses pada tanggal 6 April 2019, pukul 16.00 WIB.)

Media sosial memiliki pengaruh yang besar dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Penggunaan media sosial di Indonesia semakin meningkat dari hari ke hari, bahkan setiap detik terdapat 293.000 update status di facebook, 2,4 *million* pencarian baru di google, 2.78 *million video views* di youtube, 123.060 post di Instagram, dan 547.200 *new tweets* serta 320+ *new twitter account* di twitter. (Excelacom, Inc. Diakses pada tanggal 6 April 2019, pukul 16.30 WIB). Pengaruh cuitan di media sosial dapat menyebar secara cepat. Setiap akun dapat menjadi sumber berita, setiap akun pun bahkan bisa menjadi sumber fitnah ataupun penerus fitnah jika digunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

Internet bukan hanya sebagai tempat penyimpanan pengetahuan yang mengagumkan melainkan juga sebagai pendorong tersebarnya berbagai kesalahan informasi. Internet bukan hanya membuat kita lebih bodoh, melainkan juga lebih kejam, sendirian di balik papan ketik, banyak orang berdebat dan bukan berdiskusi, serta menghina dan bukan mendengar. Dalam masyarakat bebas, wartawan adalah sumber informasi paling penting yang dapat menjadi wasit di perseteruan antara ketidaktahuan dan pembelajaran. (Nichols, 2018:11)

Masyarakat mengandalkan media untuk membuat masyarakat tahu, untuk memisahkan fakta dari fiksi, dan juga membuat hal-hal yang rumit supaya mudah dimengerti dalam waktu relatif singkat oleh mereka yang tidak memiliki banyak waktu dan tenaga untuk mengikuti setiap perkembangan di dunia yang sibuk ini. Sebagai masyarakat yang mengandalkan media seharusnya bisa mengembangkan

berpikir kritis supaya bisa menjadi bekal bagi mereka untuk terus belajar dan mengevaluasi berbagai isu yang kompleks. (Nichols, 2018:11)

Di dalam media sosial pun banyak berita yang disebarluaskan terkait pemberitaan tentang Paslon nomer 1 ataupun Paslon nomer 2. Dan juga beberapa berita yang terkait dengan pilpres tersebut tetapi berita yang disebarluaskan tidak benar adanya. Memang ada berita yang di pertanggungjawabkan dari isi berita tersebut seperti kampanye-kampanye dari kedua paslon tetapi tidak jarang berita-berita yang disebarluaskan tanpa ada penanggung jawab dan berisi kebohongan (*hoax*).

Dalam suatu survey ditemukan bahwa generasi muda dengan rentang usia antara 15-25 tahun menggunakan media baru khususnya media sosial untuk tetap terhubung dengan yang lainnya dalam isu-isu politik. Selain generasi muda, kesadaran penggunaan media sosial juga dilakukan oleh para politisi. Kini hampir setiap pimpinan partai politik, anggota partai politik, anggota parlemen, kalangan eksekutif serta jajaran pemerintahan lainnya telah menggunakan kekuatan media sosial untuk menyampaikan ide dan gagasan (<https://pakarkomunikasi.com/pengaruh-media-sosial>. Diakses pada tanggal 6 April 2019, pukul 18.00 WIB.)

Hoax merupakan berita bohong (Kamus Besar Bahasa Indonesia) dan juga memiliki arti kebohongan yang dibuat dengan tujuan jahat (*Oxford English of Dictionary*). Jenis *hoax* yang sering ditemui seperti *hoax proper* yaitu berita bohong yang dibuat secara sengaja dan pembuatnya pun tahu bahwa berita itu bohong dan bermaksud untuk menipu orang, lalu judul yang berbeda dengan isi berita maksudnya seperti isi dari berita tersebut benar tetapi judul yang dibuat provokatif tidak sama

dengan isi beritanya, dan yang terakhir berita yang memang benar adanya tetapi konteksnya menyesatkan. (Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diakses pada tanggal 6 April 2019, pukul 19.00 WIB)

Hoax telah menjadi menu konsumsi sehari-hari, menurut survei mastel (7-9 februari 2017) dengan 1.116 responden dengan penelitian seberapa sering menerima berita *hoax* mendapatkan persentase hasil setiap hari 44,3%. lebih dari 1x sehari 17,2%, seminggu sekali 29,8% dan persentase penerimaan *hoax* dalam 1 bulan sekali 8,7%. Untuk saluran penyebaran berita *hoax* 3 persentase tertinggi berada di saluran sosial media dengan persentase 92,4% selanjutnya melalui aplikasi *chatting* 62,8% di peringkat ketiga terdapat saluran situs web dengan persentase 34,9%. Dan untuk jenis *hoax* nya sendiri pun persentase tertinggi terdapat dalam kasus sosial politik (pilkada, pemerintah) dengan persentase 91,80% lalu kasus sara dengan 88,60% dan kesehatan dengan persentase 41,20%.

Perilaku masyarakat sendiri pun dalam menyikapi penyebaran *hoax* memiliki beberapa alasan, menurut sumber dari Kompas/AVN, data yang diolah dari polri alasan masyarakat meneruskan berita *hoax* dipicu dari 48% berita tersebut dari orang yang dapat dipercaya, 31% mengira berita tersebut bermanfaat, 18% mengira berita tersebut benar dan sisanya 3% mengira ingin menjadi orang pertama yang tahu. Sehingga sering kita temukan berbagai macam *hoax* yang tersebar dengan cepat di media sosial.

Sementara data *hoax* dari akhir tahun 2018 sampai awal tahun 2019 semakin meningkat dengan pesat. Dari November 2018 sudah ada 63 kasus *hoax*, di bulan

Desember 2018 terdapat 75 kasus *hoax*. Peningkatan pesat terjadi di awal tahun 2019 di bulan Januari terdapat 175 kasus *hoax*, lalu di bulan Februari 2019 mencapai 353 kasus *hoax* dan di bulan Maret 2019 meningkat mencapai 453 kasus *hoax*. (Siaran Selamat Pagi Indonesia-Metro TV, 03 April 2019 pukul 08.40 WIB.)

Batasan dalam penelitian ini ialah peneliti meneliti kasus *hoax* paling populer menjelang pilpres 2019 dengan maksimal penelitian yaitu 10 kasus. Kasus tersebut terbagi menjadi 5 kasus berita bohong (*hoax*) dan 5 kasus ujaran kebencian (*hate speech*). Untuk media sosial yang diambil oleh peneliti ialah media yang populer dikalangan masyarakat hingga saat ini seperti twitter, facebook, Instagram, youtube dan juga whatsapp massanger.

Tabel 2.1 Contoh Kasus *Hoax* Populer Terkait Pilpres 2019

No	Kasus	Tahun
1	Ratna sarumpaet dianiaya oleh 2 sampai 3 orang	2018
2	Jika paslon 1 terpilih, maka azan dilarang, lesbian diperbolehkan.	2019
3	7 kontainer surat suara sudah tercoblos di Tanjung Priuk	2019
4	Server KPU sudah di setting menang paslon 01 dengan persentase 57%	2019
5	Prabowo ditinggal pendukungnya saat orasi di Padang Sumatera Barat	2019

(Data Hasil Olahan Penulis)

Kasus *hoax* di akhir tahun 2018 yang sangat populer tepatnya di bulan oktober 2018 yaitu kasus *hoax* Ratna Sarumpaet, yang mengaku telah dianiyaya oleh 2 sampai 3 orang. Ratna sendiri merupakan aktivis kemenangan paslon no.2, kabar tersebut pun dibenarkan oleh politikus partai gerindra Rachel Maryam dan juga juru bicara tim Prabowo-Sandiaga Dahnil Anzar Simanjuntak, serta wakil umum partai gerindra Fadli Zon. Setelah pihak kepolisian mengadakan konferensi pers selang beberapa jam Ratna Sarumpaet juga mengadakan konferensi pers untuk mengakui bahwa kabar keroyokan itu tidak benar. Ia hanya bertujuan awal untuk membohongi anaknya pada saat anaknya melihat muka Ratna lebam akibat operasi sedot lemak pipi. (nasional.tempo.co. Diakses pada tanggal 9 April 2019, pukul 19.00 WIB.)

Kasus *hoax* kembali terjadi lagi berupa sebuah video yang disebarluaskan dari sosial media yang berisi 3 orang ibu-ibu yang sedang berkeliling dari rumah kerumah melakukan kampanye hitam dalam Bahasa sunda. Kurang lebih isinya ialah jika jokowi dua periode tak akan ada lagi suara adzan, tak akan nada lagi anak-anak mengaji, takkan ada lagi yang memakai kerudung, Perempuan dan perempuan boleh kawin, lelaki dan lelaki pun juga boleh kawin. Video itu tersebar pertama kali di sebuah akun twitter pada 13 Februari 2019. Setelah diusut 2 perempuan yang melakukan kampanye hitam adalah relawan “pepes”, dibenarkan oleh Ferdinand Hutahaean, juru bicara BPN Prabowo. “Pepes” Partai Emak-Emak Pendukung Prabowo-Sandiaga. (tribunnews.com. Diakses pada tanggal 9 April 2019, pukul 19.10 WIB.)

Kasus *hoax* selanjutnya berada di kawasan Tanjung Priok, Jakut. *Hoax* yang beredar di *whatsapp group* merupakan sebuah video laki-laki yang mengatakan bahwasannya 7 kontainer surat suara sudah tercoblos dengan paslon nomer 01, kemungkinan dari China dan total 1 kontainer 10 juta, kalua ada 7 kontainer 70 juta suara dan dicoblos nomor 1. Kabar tersebut juga diinformasikan melalui wasekjen partai demokrat Andi Arief di akun twitternya yang meminta untuk dicek ke lokasi tersebut. (nasional.tempo.co. Diakses pada tanggal 9 April 2019, pukul 19.20 WIB.)

Beredar kembali kasus *hoax* yang menyatakan bahwa terdapat video viral yang memperlihatkan seorang pria berbicara di sebuah pertemuan. Pria itu berbicara banyak hal, salah satunya soal KPU, yang isinya “Di KPU, saya bulan Januari ke *Singapore* karena ada kebocoran data. Ini tak buka saja. 01 sudah membuat angka 57%.” Kata pria tersebut. Video tersebut di upload di media sosial dan disebarluaskan oleh beberapa akun real yang sekarang sudah dilakukan penindakan untuk penangkapan. (m.detik.com. Diakses pada tanggal 9 April 2019, pukul 19.30 WIB.)

Kabar *hoax* juga disiarkan oleh pemberitaan Metro tv yang menyiarkan bahwa prabowo ditinggal para pendukungnya saat sedang orasi dalam kampanyenya di Padang Sumatera Barat. Menurut Andre Rosiade selaku jubar BPN menyebut bahwa pemberitaan itu palsu, karena para pendukung membubarkan diri setelah acara selesai bukan saat Prabowo melakukan orasi. Setelah ditelusuri link metro tv terkait pemberitaan tersebut telah tidak bisa diakses, selain itu juga belum ada penjelasan dari pihak Metro tv. (turnbackhoax.id. Diakses pada tanggal 9 April 2019, pukul 19.40 WIB.)

Selain *hoax* yang sering tersebar di media sosial, menjelang pilpres 2019 ini banyak juga postingan yang berisi tentang ujaran kebencian. Ujaran kebencian tersebut merupakan bentuk kampanye hitam menjelang Pilpres 2019 dan sudah menjadi penyakit menahun. *Hoax* dan juga ujaran kebencian bisa menjadi faktor gangguan dalam pemilu terlebih bagi pemilih yang akan memilih antara paslon nomer urut satu ataupun dua dalam pilpres 2019.

Ujaran kebencian atau ucapan kebencian (*Hate Speech*) adalah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan, ataupun hinaan kepada individu atau kelompok yang lain dalam hal berbagai aspek seperti ras, warna kulit, etnis, gender, cacat, orientasi seksual, kewarganegaraan, agama, dan lain-lain. (Wikipedia, Diakses pada tanggal 10 April 2019, pukul 17.00 WIB.)

Hate speech adalah perkataan, perilaku, tulisan, ataupun pertunjukan yang dilarang karena dapat memicu terjadinya tindakan kekerasan dan sikap prasangka entah dari pihak pelaku pernyataan tersebut ataupun korban dari tindakan tersebut. Website yang menggunakan atau menerapkan *hate speech* ini disebut *hate site*. Kebanyakan situs ini menggunakan forum internet dan berita untuk mempertegas suatu sudut pandang tertentu. (Wikipedia, Diakses pada tanggal 10 April 2019, pukul 17.00 WIB.)

Surat edaran KAPOLRI nomor SE/6/X/2015 Tentang penanganan ujaran kebencian (*Hate Speech*). Aspek-aspek yang dilarang seperti suku, agama, aliran keagamaan, keyakinan kepercayaan, ras dan untuk media nya ialah orasi/kegiatan

kampanye, spanduk atau banner, jejaring media sosial, demonstrasi, ceramah keagamaan dan juga media massa cetak maupun elektronik. Sanksi berdasarkan surat edaran tersebut ialah pidana penjara paling lama 4 tahun bagi siapa saja yang menyatakan permusuhan di depan umum, pidana penjara paling lama 2 tahun 6 bulan untuk cacian yang disebarakan melalui tulisan dan 4 tahun untuk penyebar fitnah. (Gora, 2015:63)

Menurut Kementerian Kominfo (2017) ratusan ribu akun (di media sosial dan online) diblokir pemerintah karena menampilkan kabar bohong maupun ujaran kebencian. Pada Tahun 2016 hampir 800 ribu akun di blokir dan pada Tahun 2017 (Januari-Oktober) 2017 lebih dari 600 ribu akun yang di blokir. Kasus kejahatan ujaran kebencian dari tahun 2016 sebanyak 1.829 kasus dan meningkat di tahun 2017 menjadi 3.325 kasus. Peningkatan kasus ujaran kebencian dari tahun 2016 ke 2017 meningkat 44,99%. (mediaindonesia.com. Diakses pada tanggal 10 April 2019, pukul 19.00 WIB.)

Seperti yang disebutkan diatas *hate speech* pun memicu terjadinya tindakan kriminalitas akibat beberapa hal yang mungkin menentang dengan pemikiran individu lain. Sebenarnya media sosial itu memfasilitasi orang-orang untuk mengekspresikan gagasannya. Kendati demikian, media sosial juga dapat menjelma buah simalakama. Beberapa orang mesti berurusan dengan hukum gara-gara menumpahkan isi kepala dan perasaannya terhadap pihak tertentu.

Pada era media sosial, orang yang menggunakan internet berasumsi bahwa semua orang sama cerdas atau tahu-menahu, hanya karena berada di internet.

Anonimitas media sosial memancing penggunaanya untuk berdebat, seolah-olah semua peserta sama dengan latar belakang dan pendidikan yang selevel. Di internet, narsisme intelektual dari tukang komentar telah menggantikan norma yang biasanya mengatur interaksi tatap muka. (Nichols, 2018:157)

Tabel 1.2 Contoh Kasus *Hate Speech* Terkait Pilpres 2019

No	Pelaku	Kasus
1	Buni Yani	Melakukan ujaran kebencian dengan mengedit atau mengubah isi video pidato eks Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahja Purnama.
2	Sri Rahayu Ningsih	Koordinator Jawa Barat dalam organisasi Saracen. Ditetapkan sebagai tersangka ujaran kebencian untuk Presiden Jokowi
3	M. Tamim Pardede	Penghinaan kepada presiden Joko Widodo dan Kapolri Jenderal Pol Tito Karnavian melalui Youtube
4	Ahmad Dhani	Ujaran kebencian terhadap Basuki Tjahja Purnama (Ahok) terkait kasus penistaan agama.
5	ES, IP, CW.	Ketiga inisial nama wanita tersebut diduga memviralkan video di mediasosial terkait ujaran kebencian terhadap paslon nomor 01.

(Data Hasil Olahan Penulis)

Dalam Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik Tahun 2008 (UU ITE) yang mengusung kasus hukum yang mencuat ke permukaan karena andil media massa dan juga jejaring sosial. Banyaknya kasus yang menjerat anak remaja ke meja hijau akibat perilaku tidak sopan di media sosial sangat memprihatinkan kita. Karena memang didalam UU ITE terdapat pasal-pasal yang menjerat siapa pun yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan

rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan SARA. (Gora dan Irwanto, 2015:56)

Studi yang dilakukan McDevit et. al. (2002) mengindikasikan motivasi lain yang dimiliki para pembuat ujaran kebencian. Perasaan senang atau sensasi adalah sesuatu yang dikejar oleh 66% pelaku yang diteliti McDevit et. al. Menariknya, mereka yang mengejar kesenangan ini bukanlah orang-orang dengan level prasangka tinggi, melainkan orang-orang yang level prasangkanya rendah atau sedang. Dengan kata lain, bukan mereka yang membenci satu pihak sampai ke ubun-ubun yang memiliki motivasi ini, melainkan orang-orang yang sekadar tidak suka atau sentimen sesaat saja yang kerap ditemukan membuat ujaran kebencian. (tirto.id. Diakses pada tanggal 10 April 2019, pukul 20.00 WIB.)

Penggunaan media sosial yang tidak baik, seperti menciptakan atau membagikan isi konten sosial media yang berisi penipuan, *hoax*, pesan-pesan non etis seperti berbicara dengan Bahasa buruk/menggunakan kata yang buruk, ujaran kebencian dan sebagainya akan menyebabkan timbulnya opini publik yang merugikan banyak pihak dan terjadilah masalah komunikasi.

Bentuk kata kata negatif yang pasti kita temui ketika menelusuri media sosial, salah satunya yaitu komentar jahat. Komentar jahat adalah komentar yang sengaja ditujukan kepada orang lain untuk merendahkan harga diri target tersebut, komentar jahat memang digunakan untuk menghina, merendahkan, membuat orang atau target merasa sakit yang sifatnya untuk menjatuhkan.

Dalam surat edaran bernomor SE/6/X/2015 tentang penanganan ujaran kebencian (*hate speech*). Surat ini keluar dari markas besar Kepolisian Republik Indonesia (Mabes Polri), ditekan langsung Kapolri Jenderal Badrodin Haiti. Surat ini bertujuan mendidik netizen yang mengutarakan kebencian hingga berpotensi menimbulkan konflik sosial. Dalam surat edaran tersebut, penegak hukum atas dugaan terjadinya tindak pidana ujaran kebencian dengan mengacu Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP). Seperti hukuman 4 tahun penjara bagi siapa saja yang menyatakan permusuhan di depan umum, sesuai Pasal 156 KUHP. (Gora dan Irwanto, 2015:62)

Tindak pidana hukuman 4 tahun penjara untuk pelaku penyebar fitnah sesuai dengan Pasal 311 KUHP, dan pencabutan hak-hak berdasarkan pasal 35 No.13. Bagi yang menyebarkan berita bohong maka akan dikenakan pidana penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1 miliar, sesuai pasal 28 jis. Pasal 45 ayat (2) UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). (Gora dan Irwanto, 2015:63)

Adanya undang-undang tersebut pun mendorong masyarakat untuk meminimalisir perbuatan yang tidak bertanggung jawab di media sosial. Masyarakat lebih bisa memforsir pendapat yang ingin disampaikan di media sosial supaya tidak menjadi sebuah komunikasi negatif yang tersampaikan di media sosial seperti cacian atau fitnah yang menyatakan permusuhan didepan umum dan mengandung ujaran kebencian yang bisa ditindak pidanai, karena perbuatan tersebut selain merugikan oranglain tetapi juga merugikan diri sendiri dan orang-orang terdekat.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Sejak munculnya media sosial adanya posting komunikasi negatif masyarakat yang tidak terkontrol terutama dalam situasi pemilihan presiden 2019 yang memuat postingan mengenai kebohongan atau ujaran kebencian yang terangkai secara terkronologis, sehingga berlangsung lah proses komunikasi non etis yang semakin berkembang dan tanpa disadari oleh penyebar konten negatif tersebut bahwa bisa terancam tindak pidana sesuai UU ITE tahun 2008. Hal ini terlihat pada kasus-kasus hoax dan ujaran kebencian yang terjadi menjelang pilpres 2019.

1. Bagaimana kronologis kasus *hoax* dan ujaran kebencian terpopuler menjelang pemilu capres 2019?
2. Kasus apa yang dimunculkan pada penggunaan pesan-pesan negatif di media sosial?
3. Bagaimana Hegemoni ikut bekerja pada kasus *hoax* dan ujaran kebencian di media sosial?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Bertujuan untuk mengetahui lebih dalam kronologis kasus *hoax* ataupun ujaran kebencian menjelang pilpres 2019.
2. Bertujuan untuk mengetahui bagaimana posting *hoax* atau *hate speech* tersebut berkembang dan beredar di media sosial.

3. Bertujuan untuk mengetahui keterkaitan dari hegemoni yang ada dalam kasus *hoax* dan *hate speech* di media sosial tersebut terkait pilpres 2019.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis penelitian ini memiliki manfaat untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan dalam berkomunikasi di media sosial sehingga mencegah tindakan kriminalitas akibat ITE dan ujaran kebencian dan juga menambah pengetahuan untuk memahami masalah-masalah komunikasi yang terjadi serta cara mengatasinya dan juga sebagai pengembangan bidang keilmuan komunikasi serta sebagai rujukan data untuk penelitian mendatang.
2. Secara praktis hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menjadi bahan pembelajaran dan pengetahuan lebih dalam mengenai postingan yang tersebar di media social sehingga pengguna bisa lebih cerdas untuk memahami ataupun memilih mana berita yang memiliki kebenaran atau malah kebohongan (*hoax*) untuk di sebarkan lebih luas, dan juga sebagai bentuk gambaran & intropeksi masyarakat dalam memposting / menyebarkan informasi agar tidak terjebak dalam suatu kebohongan.