



Strategi Penanganan *Firehose of Falsehood* pada Era *Post-Truth*

(Kajian dalam rangka Menyukseskan Pemilu 2019)

Petrus Reinhard Golose

Kapolda Bali

Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Kepolisian - PTIK

Jl. W. R. Supratman 7 Denpasar, 80233

E-mail: spripimpoldabali@gmail.com

Abstract

Hitherto post-truth has become a global term to explain an era where lies are widespread and believed by society. Hoax leads irrational public's choices and decisions. Lies are spread massively and systematically by applying the firehose of falsehood propaganda pattern. This post-truth and application of firehose of falsehood currently occurred in Indonesia, especially with regard to the 2019 General Election. Strategies to strengthen legislation, counter narratives and counter-hoaxes and increase public trust in the Indonesian National Police institution are solutions that can be taken to make the election success orderly and peaceful.

Keywords: *post-truth, firehose of falsehood, counter narrative, counter hoax, general election*

Abstrak

Post-truth telah menjadi istilah yang mendunia untuk menjelaskan suatu masa dimana kebohongan tersebar luas dan dipercaya oleh masyarakat. Kepercayaan masyarakat terhadap kebohongan tadi telah menghasilkan pilihan dan keputusan yang irasional. Kebohongan disebarkan secara masif dan sistematis dengan menerapkan pola propaganda *firehose of falsehood*. *Post-truth* dan penerapan *firehose of falsehood* ini sudah terjadi di Indonesia terutama kaitannya dengan Pemilihan Umum 2019. Strategi penguatan peraturan perundangan, kontra narasi dan kontra *hoax*, serta peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap institusi Kepolisian Negara Republik Indonesia merupakan solusi yang dapat ditempuh untuk menyukseskan Pemilu yang tertib dan damai.

Kata Kunci: *post-truth, firehose of falsehood, kontra narasi, kontra hoax, pemilihan umum*

A. Pendahuluan

Pemilihan Umum (Pemilu) yang akan dilaksanakan pada 17 April 2019, merupakan proses vital dalam kehidupan demokrasi di Indonesia. Pemilu 2019 akan menentukan Presiden dan Wakil Presiden, wakil rakyat di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), Dewan Perwakilan Rakyat (DPRD) Provinsi dan DPRD Kabupaten. Artinya Pemilu merupakan penentuan arah perkembangan bangsa di masa mendatang.

Pemeliharaan stabilitas dan kesuksesan Pemilu telah digariskan sebagai Prioritas Pembangunan Nasional sebagaimana ditetapkan dalam Peraturan Presiden (Perpres) No. 72 Tahun 2018. Secara keseluruhan Prioritas Pembangunan Nasional 2019 mencakup 5 hal, yaitu:

1. Pembangunan Manusia melalui Pengurangan Kemiskinan dan Peningkatan Pelayanan Dasar;
2. Pengurangan Kesenjangan Antarwilayah melalui Penguatan Konektivitas dan Kemaritiman;
3. Peningkatan Nilai Tambah Ekonomi melalui Pertanian, Industri dan Jasa Produktif;
4. Pemantapan Ketahanan Energi, Pangan dan Sumber Daya Air; dan
5. Stabilitas Keamanan Nasional dan Kesuksesan Pemilihan Umum.

Kesuksesan Pemilu memang merupakan tanggung jawab kolektif berbagai elemen seperti Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah, Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri), Tentara Nasional Indonesia (TNI), Komisi Pemilihan Umum (KPU), Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) hingga masyarakat. Akan tetapi dalam aspek pemeliharaan keamanan dan

ketertiban hingga terciptanya situasi kondusif dalam masa jelang Pemilu, pelaksanaan Pemilu, hingga pasca pelaksanaan Pemilu, merupakan tanggung jawab besar bagi Polri. Sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang No. 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia, bahwa keamanan dan ketertiban mengandung pengertian:

kondisi dinamis masyarakat sebagai salah satu prasyarat terselenggaranya proses pembangunan nasional dalam rangka tercapainya tujuan nasional yang ditandai oleh terjaminnya keamanan, ketertiban, dan tegaknya hukum, serta terbinanya ketenteraman, yang mengandung kemampuan membina serta mengembangkan potensi dan kekuatan masyarakat dalam menangkal, mencegah dan menanggulangi segala bentuk pelanggaran hukum dan bentuk-bentuk gangguan lainnya yang dapat meresahkan masyarakat.

Dinamika Pemilu 2019 tidak hanya menunjukkan persaingan antara kontestan Pemilu yang terdiri dari 16 partai politik nasional, 4 partai politik lokal di Aceh serta 2 pasangan calon presiden dan wakil presiden. Pemilu kali ini mengandung kerawanan dan ancaman yang mampu mengganggu stabilitas keamanan bahkan berpotensi merusak sendi kehidupan berbangsa dan bernegara. Dalam Rapat Pimpinan (Rapim) TNI-Polri yang dilaksanakan pada 29 Januari 2019, dipetakan sejumlah kerawanan terkait Pemilu 2019, diantaranya:

1. Pemilu ditumpangi agenda yang bertentangan dengan Pancasila;
2. Praktik politik identitas dan politisasi suku, agama, ras dan antar golongan (SARA) yang dapat memecah belah masyarakat;
3. Kampanye negatif dan kampanye hitam.

Membangun kesadaran dan antisipatif terhadap kerentanan yang timbul pada era *post-truth* merupakan kunci penting dalam mengatasi kerawanan Pemilu yang diuraikan pada butir 4, 5 dan 6. *Post-truth* didefinisikan sebagai “*Relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief*” (oxforddictionaries.com, 2016). Pada era *post-truth*, pembentukan opini cenderung didasarkan pada emosional dan keyakinan semata, sementara rasionalitas dan fakta-fakta objektif sering dikesampingkan. Istilah *post-truth* pertama kali diperkenalkan Steve Tesich dalam sebuah esai pada majalah *The Nation* (1992) untuk mengkritik kebijakan Amerika Serikat, seperti kebijakan terhadap Iran pada masa pemerintahan Ronald Reagan serta kebijakan Perang Teluk. Tesich menyatakan pemerintah Amerika Serikat, memberikan informasi yang tidak benar kepada masyarakat dan memanfaatkan situasi dimana masyarakat hanya mendengarkan informasi yang mereka inginkan (Kreitner, 2016).

Post-truth telah menjadi kekhawatiran para akademisi maupun praktisi secara global. Masyarakat saat ini menerima banyak informasi yang salah dan mereka mempercayai informasi tersebut. Selanjutnya membuat keputusan dan pilihan berdasarkan kepercayaan terhadap hal yang salah tersebut. Salah satu contoh dari *miss* - informasi yang menghasilkan keputusan yang salah ini, adalah bagaimana masyarakat terpengaruh oleh informasi yang tidak benar mengenai vaksinasi dan pada akhirnya tidak memvaksinasi anak mereka, hal ini akan menjadi ancaman bagi kesehatan masyarakat di masa mendatang (Larson et al., 2011; Poland & Spier, 2010; Ratzan, 2010 dalam Lewandowsky, et.al, 2012).

Secara spesifik dalam iklim masyarakat Indonesia, penerimaan dan kepercayaan terhadap informasi yang salah dapat menjadi

ancaman terhadap keberlangsungan demokrasi. Demokrasi sangat bergantung pengetahuan, pendidikan dan penerimaan masyarakat terhadap informasi yang benar sehingga bisa membuat pilihan yang rasional dalam proses politik, termasuk dalam memilih pemimpin dan wakil rakyat. Demikian juga dalam siklus politik di masa depan, seharusnya para pembuat kebijakan dan politisi harus mampu mengedepankan fakta dan bukti-bukti, setiap kebijakan harus dilandaskan pada penelitian dan analisa yang memadai, pengambilan keputusan dari alternatif yang tersedia hingga tahapan proses evaluasi atas suatu kebijakan secara rasional (Jones, 2016).

Sangat disayangkan jika di balik proses demokrasi terdapat pihak-pihak yang sengaja menyebarluaskan kebohongan dan informasi yang salah kepada publik demi kepentingan politis. Mengajukan pembenaran-pembenaran palsu dan mengingkari kebenaran untuk mendapatkan dukungan masyarakat. Penyebaran berita bohong (*hoax*) hingga penerapan strategi propaganda melalui penyebaran kebohongan secara masif dan sistematis atau yang dikenal sebagai *firehose of falsehood*, turut menodai proses Pemilu 2019. Pada tahun 2018 paling tidak terdapat 3884 kasus *hoax* dan *hate speech* yang sedang dalam proses penyelidikan dan penyidikan oleh Polri, jumlah kasus ini meningkat tajam dari jumlah kasus tahun 2017 yang mencapai 1254 kasus. *Hoax* dan *hate speech* ini disebarkan oleh akun-akun asli maupun akun *anonymous*. Hingga Desember 2018 tercatat ada 90 orang yang telah dijadikan tersangka. Materi dari *hoax* yang disebarkan dapat berupa *black campaign* untuk menjatuhkan salah satu pasangan calon. Mengingat salah satu kontestan Pemilu 2019 merupakan calon petahana, *hoax* yang disebarkan juga dapat berakibat pada menurunnya kepercayaan masyarakat kepada Pemerintah secara umum. Selain itu materi bermuatan politik identitas dan SARA untuk menimbulkan rasa saling curiga

serta memecah belah persatuan dan kesatuan bangsa. Ketegangan dan kekacauan informasi yang beredar di masyarakat dapat menurunkan tingkat partisipasi masyarakat dalam Pemilu.

Situasi demikian menuntut Polri untuk lebih mengembangkan strategi dalam penanganan *miss*-informasi dan penyebaran kebohongan di masyarakat demi menciptakan situasi yang kondusif hingga akhir masa Pemilu 2019. Tidak hanya strategi dalam penegakan hukum, namun strategi manajemen media perlu dikembangkan oleh Polri dalam tataran praktik pemolisian dan riset-riset mengenai manajemen media oleh kepolisian dan penerimaan informasi oleh masyarakat. Hal tersebut yang akan menjadi bahasan dalam penulisan artikel ini.

B. Pembahasan

1. Era *Post-Truth*: Kebohongan sebagai Ancaman bagi Demokrasi

Post-truth merupakan suatu istilah yang menggambarkan situasi saat ini dimana kebohongan diproduksi sebagai bagian dari taktik politik. Kebohongan tersebut tidak hanya sebagai kebohongan yang mudah dipatahkan, akan tetapi dibuat sedemikian rupa sehingga seolah-olah menjadi fakta alternatif (Mair, 2017) yang dapat diterima oleh publik. Dalam era *post-truth*, kebohongan tersebut bisa diterima oleh publik bukan karena keterbatasan informasi, akan tetapi karena membanjirnya informasi (*information overload*). *Information overload* ini terjadi dipicu oleh kemajuan teknologi informasi, dari satu sisi masyarakat bisa memproduksi informasi untuk disebar ke internet dan tidak semua informasi tersebut valid. Dari sisi yang lain, pengguna internet menerima informasi yang beragam dari berbagai sumber baik itu media *mainstream* yang dikenal luas maupun situs-situs yang pengelolanya anonim. Informasi-informasi ini diterima masyarakat

dengan perantara *share* di media sosial seperti Facebook.

Fenomena penyebaran kebohongan untuk kepentingan politik ini sudah meluas di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Fenomena *post-truth* ini terjadi juga di negara maju, sebut saja di Amerika Serikat pada masa pemilihan Presiden tahun 2016. Kemudian dalam referendum Brexit untuk menentukan Inggris keluar dari Uni Eropa pada tahun 2016, diwarnai oleh penyebaran berita-berita bohong yang mempengaruhi keputusan *voters* (bbc.com, 2018). Secara umum retorika-retorika *post-truth* cenderung merupakan eksploitasi dan politisasi terkait isu-isu keadilan sosial, perbedaan ras, migran dan orang-orang termarginalisasi (Lockie, 2017).

Argumentasi untuk menjelaskan bagaimana publik mudah percaya terhadap kebohongan bisa ditemukan dalam bahasan psikologi mengenai "*confirmation bias*" (Mair, 2017). *Confirmation bias* sendiri diartikan (britannica.com, 2019):

Kecenderungan untuk memproses informasi dengan mencari, atau menafsirkan, informasi yang sesuai dengan keyakinannya. Pendekatan yang bias ini sebagian besar tidak disengaja dan sering mengakibatkan mengabaikan informasi yang tidak konsisten dalam pengambilan keputusan. Keyakinan yang dimaksud dapat juga berupa harapan seseorang dalam situasi tertentu dan prediksi tentang hasil tertentu. Orang-orang cenderung memproses informasi untuk mendukung keyakinan mereka sendiri ketika masalah tersebut sangat penting atau relevan dengan diri sendiri.

Confirmation bias ini menjelaskan mengapa publik dapat menerima informasi secara tidak logis. Secara ideal seharusnya publik menerima informasi dan melakukan pemrosesan informasi secara rasional dan kritis. Akan tetapi dengan

terjadinya *information overload* tadi, publik hampir tidak sempat untuk melakukan pemeriksaan validitas informasi yang diterimanya dan lebih memilih jalan pintas, sekaligus berupaya melindungi keyakinan-keyakinan yang ada di dalam dirinya (britannica.com, 2019). Secara lebih ringkas, publik akan menerima informasi yang menguatkan keyakinan-keyakinannya dari pada mencoba untuk menguji keyakinan tersebut.

Contoh dalam *confirmation bias* ini terlihat, dalam kasus penyebaran *hoax* pada November 2018, dengan mencatut institusi Polri mendukung salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden. *Hoax* ini disebarakan melalui facebook dan sempat di-*share* 400 kali (nasional. tempo.co, 2018). Dalam pengakuan tersangka, ia meyakini hal tersebut karena melihat bahwa berita tersebut tersebar luas di media sosial (jateng.tribunnews.com, 2018). *Hoax* yang disebarakan tersebut dilengkapi dengan gambar sejumlah siswa Sekolah Polisi Negara (SPN) Polda Jawa Tengah pada kegiatan Pekan Santri 2017. Ada pun materi *hoax* yang disebarakan:

Dapat dri grub suruh nyebarin biar merinding penjilat2 yg main curang. KAMI POLRI SIAP MENGAWAL SUARA PRABOWO-SANDI DI PILPRES 2019. DEMI MENJAGA KEAMANAN NEGARA NKRI BAGAIMANA PENDUKUNG PRABOWO-SANDI APA SIAP MENGAWAL SUARA 02 DEMI MENUJU PERUBAHAN.

Uraian di atas menjelaskan kepada kita bagaimana publik bisa terpengaruh oleh kebohongan-kebohongan. Berikutnya akan diuraikan bagaimana kebohongan itu diproduksi dan disebarluaskan. Salah satu metode penyebaran kebohongan secara masif dan sistematis adalah *firehose of falsehood*.

Firehose of falsehood saat ini menjadi istilah yang populer di masyarakat. *Firehose of falsehood* bertujuan mencemari lingkungan informasi untuk mempengaruhi informasi yang tersedia bagi pembuat kebijakan atau mempengaruhi mereka melalui tekanan demokrasi atau untuk mengikis kepercayaan pada lembaga-lembaga pemerintah dan media dengan menyemburkan dan memperbanyak narasi palsu. Menurut Paul dan Matthews (2016) peneliti dari Rand Corporation, *Firehose of Falsehood* memiliki ciri-ciri yaitu *lacks commitment to consistency, lacks commitment to objective reality, rapid, continuous and repetitive, high volume and multichannel propaganda*.

Lacks commitment to objective reality merupakan penyebaran informasi yang salah dan tidak sesuai dengan fakta-fakta obyektif. Dalam *firehose of falsehood* adalah menyebarkan informasi yang disukai, sekalipun itu salah. Informasi yang salah itu dibangun dengan data dan bukti-bukti yang bisa jadi mengandung sedikit kebenaran atau sepenuhnya salah.

Lacks Commitment to Consistency merupakan penyebaran informasi mengenai suatu peristiwa dengan berbeda-beda atau bisa juga saling berbenturan kemudian informasi dapat berubah. Barangkali hal ini agak sulit diterima, bagaimana mungkin informasi yang tidak konsisten bisa dipercaya. Akan tetapi, dalam penelitian psikologi eksperimental justru menunjukkan hasil yang berbeda, kontradiksi justru membuka kesempatan untuk mempersuasi penerima informasi. Kemudian, perubahan informasi justru memberi kesan bahwa si pengirim informasi telah memperoleh data yang lebih baik dari berita sebelumnya (Paul & Matthews, 2016).

High volume, multichannel, rapid, repetitive and continuous merupakan pola penyebaran informasi *firehose* yang dalam bahasa Indonesia diterjemahkan sebagai semburan. Informasi

bohong disebarkan melalui media, baik cetak, elektronik, media *mainstream*, blog, media sosial hingga grup *chat*. Informasi itu terus diulang-ulang, satu informasi disebarkan oleh beberapa tokoh baik melalui pernyataan di media dan pernyataan pribadi di akun media sosial secara bergantian. Kebohongan yang disebarkan terus-menerus akhirnya mempengaruhi publik.

Salah satu contoh yang memenuhi karakteristik *firehose of falsehood* ini adalah kasus *hoax* yang melibatkan Ratna Sarumpaet. Perkara ini tengah menjalani pemeriksaan di Pengadilan Jakarta Selatan dengan dakwaan 14 dan 15 Undang-Undang Nomor 1 tahun 1946 dan Pasal 28 Ayat (2) juncto 45A Ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pada 2 Oktober 2018 sempat beredar foto dan pernyataan mengenai penganiayaan terhadap Ratna Sarumpaet. Berita yang beredar penganiayaan tersebut terjadi 21 September 2019 di Bandara Husein Sastranegara, Bandung. Berita ini disebarkan melalui *multi-channel* baik media berita resmi, viral di media sosial, hingga grup *chat*.

Penyebaran berita ini berlangsung secara *repetitive* dan *continuous*, secara bergantian beberapa tokoh menyampaikan keprihatinan atas peristiwa tersebut dan diliput media, setiap pernyataan tokoh menjadi pemberitaan dan tersebar di berbagai media, termasuk akun media sosial yang kemudian disebarluaskan (*share*). Konten-konten yang dibuat oleh pengguna sosial media (*user generated content*) bermunculan, dengan berbagai spekulasi tentang apa yang terjadi. Sempat beredar cuitan (*tweet*) dari akun Twitter yang memberikan pernyataan sebagai seorang dokter dan memverifikasi luka yang dialami oleh Ratna Sarumpaet, tanpa ada upaya obyektif apakah yang bersangkutan memiliki kompetensi dalam memberikan visum dan apakah ada pemeriksaan yang komprehensif,

lack commitment to objective reality. Isu ini pun dikaitkan dengan situasi politik, seolah-olah ada pihak-pihak yang ingin menghambat sepak-terjang Ratna Sarumpaet sebagai aktivis politik. Setelah kebenaran diungkap oleh Polri, akhirnya Ratna Sarumpaet mengakui penyebaran kebohongan tersebut dan terungkap pula luka lebam itu akibat operasi plastik yang dijalani. Bahkan sempat teramati di media sosial beredar penyebaran berita konspirasi sebagai fakta alternatif, bahwa Ratna merupakan agen ganda, *hoax* yang ditambahkan foto-foto pada masa kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta tahun 2012.

Demikianlah kekacauan informasi yang terjadi pada era *post-truth* kebohongan diproduksi dan menjadi dasar bagi publik dalam membuat pilihan dan keputusan. Keyakinan yang salah ini dapat menjadi kebal, dimana seseorang merasa bahwa keyakinannya adalah benar dan merasa lebih mengetahui informasi yang valid serta melakukan penalaran-penalaran yang menguatkan keyakinannya. Dalam perspektif pemeliharaan keamanan, penyebaran dan konsumsi informasi bohong ini sangat berbahaya. Materi-materi kebohongan yang disebarkan sering kali berkaitan dengan isu sensitif suku, agama, ras dan antar golongan yang bisa berakibat pada gangguan keamanan seperti konflik sosial. Kebohongan yang disebarkan juga bisa menghancurkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah, sehingga pemerintah kesulitan dalam menggalang dukungan masyarakat dalam pembangunan.

2. Strategi *counter firehose of falsehood*

Dari uraian di atas, jelas bahwa dalam melawan *firehose of falsehood* harus kepada tiga pihak yaitu politisi sebagai sumber informasi dan publik sebagai penerima informasi, serta media massa dan penyelenggara jasa internet sebagai wadah penyampai informasi kepada publik. Upaya ini dapat dilakukan melalui

upaya perbaikan ketentuan perundangan dan implementasi kontra narasi dan kontra hoax.

Ketentuan perundangan Indonesia saat ini telah mengatur perbuatan-perbuatan dan ancaman hukuman terhadap penyebar *hoax*, sebagaimana dalam Undang-Undang 11 Tahun 2008 Jo. Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Akan tetapi penegakan hukum terhadap pelaku tidak serta-merta menghambat informasi bohong diserap oleh masyarakat. Sebagai perbandingan, Jerman saat ini sudah memberlakukan *Network Enforcement Act* dimana mewajibkan pengelola media sosial dan penyelenggara jasa internet untuk melakukan pemblokiran terhadap konten-konten yang mengandung kebohongan, *hate speech* dan terorisme dalam tempo 1 x 24 jam (Morgan, 2018). Penulis melihat hal ini sebagai suatu terobosan dalam menghambat penyebaran *hoax* dalam waktu sesingkat mungkin.

Kontra narasi (*counter narrative*) merupakan salah satu alternatif solusi dalam menangani penyebaran kebohongan. Menjelang pelaksanaan Pemilu 2019, suhu politik diperkirakan akan semakin meningkat, termasuk produksi dan distribusi *hoax*, fitnah, penghasutan serta ujaran kebencian. Kontra narasi diperlukan untuk melawan narasi-narasi negatif. Pemerintah, tokoh masyarakat, tokoh agama, akademisi dan praktisi, serta lembaga terkait, hendaknya secara berkesinambungan dan masif memberikan informasi yang membangun kepada masyarakat. Selain itu mengingatkan kembali kepada nilai-nilai Pancasila yang mengedepankan persatuan dan kesatuan bangsa. Informasi yang membangun dan menguatkan persatuan ini harus mampu menenggelamkan wacana-wacana yang provokatif. Persebarannya tidak lagi hanya terpaku di media massa resmi, tetapi pesan-pesan ini harus disebarluaskan secara masif di sosial media. Karena pada era *post-truth* informasi yang disebarluaskan secara masif akan lebih mudah dipercaya oleh masyarakat.

Kontra hoax bisa dilakukan dengan membangun layanan *fact check* yang bisa diakses dan digunakan dengan mudah. Kemudahan ini sangat penting mengingat masyarakat tengah mengalami *information overload*. *Fact check* ini juga perlu dikembangkan oleh media massa dan *non-governmental organization* untuk membantu masyarakat dalam memeriksa kebenaran suatu berita. Kontra hoax juga harus dilakukan melalui peringatan dini dan penyebaran peringatan akan suatu berita *hoax*.

Dari sini Polri bisa mengembangkan suatu situs *fact check* terkait isu-isu keamanan, ketertiban masyarakat dan hal-hal lain yang menyangkut kebohongan dengan mengatasmakan Polri. Hal ini bisa mencegah penyebaran *hoax* di masyarakat menjelang pelaksanaan Pemilu. Sering kali ditemukan dalam grup chat maupun media sosial, penyebaran *hoax* yang mengatasmakan Polri atau intelijen dalam rangka menyebar rasa takut. Polri saat ini sedang dalam menjalani masa keemasan dalam hal memperoleh kepercayaan publik. Misalnya dalam survei yang diselenggarakan penelitian dan pengembangan (Litbang) Kompas kepercayaan publik terhadap Polri terus meningkat yaitu sejak tahun 2016 sebesar 63,2%, pada tahun 2017 meningkat menjadi 70,2%, dan pada tahun 2018 meningkat lagi menjadi 82,9%. Begitu pula dalam hal pemeliharaan keamanan Survei Global Law and Order Survey yang diselenggarakan The Gallup Organization tahun 2018 menempatkan Indonesia sebagai negara teraman ke-9 di dunia (Diah, 2018). Keberhasilan ini tidak terlepas dari kebijakan Kepala Kepolisian Republik Indonesia (Kapolri) dan kinerja anggota Polri dalam mewujudkan Polri yang profesional, modern dan terpercaya (Promoter). Kebijakan tersebut mencakup peningkatan kinerja, perbaikan kultur Polri dan manajemen media.

Kepercayaan publik ini merupakan modal yang sangat besar bagi Polri dalam menghadapi dinamika *firehose of falsehood* dan *hoax* jelang

Pemilu 2019. Dengan tingkat kepercayaan masyarakat yang cukup tinggi, seharusnya Polri mampu berpartisipasi sebagai sumber informasi yang valid dan reliabel bagi masyarakat yang tengah mengalami kekacauan informasi di era *post-truth*.

Akan tetapi, ancaman dan tantangan dalam mempertahankan kepercayaan publik harus diantisipasi. Dalam pengamatan terhadap sosial media, terlihat jelas adanya upaya-upaya untuk melakukan penghasutan untuk mengurangi kepercayaan publik terhadap Polri. Polri kerap dituding melakukan tekanan terhadap tokoh-tokoh oposisi, menghambat kebebasan berdemokrasi dan tidak netral dalam melakukan penegakan hukum. Bagi simpatisan tokoh-tokoh yang dimaksud, hasutan ini diterima sebagai kebenaran, bukan secara rasional namun diterima secara emosional. Sebagai contoh beredar *hoax* adanya tuduhan di media sosial yang menyebut Polri memiliki pasukan *buzzer* yang mendukung Joko Widodo di Pemilu 2019. Tuduhan itu diunggah oleh akun Twitter @Opposite6890 dengan narasi “polisi membentuk tim *buzzer* 100 orang per Polres di seluruh Indonesia yang terorganisir dari Polres hingga Mabes”. (detiknews, 2019).

Dalam era *post-truth* ini Polri harus mengantisipasi informasi bohong yang merusak kredibilitas Polri dan mengatasnamakan Polri untuk suatu kepentingan politik tertentu, sehingga kepercayaan masyarakat terhadap polisi dapat terus meningkat. Upaya penegakan hukum baik penyelidikan dan penyidikan harus dilaksanakan sesegera mungkin untuk memberikan efek jera. Akan tetapi, memberikan koreksi secara masif dan *multi-channel* terhadap informasi bohong juga sangat penting. Polri harus mampu bersinergi dengan media-media konvensional seperti majalah, koran, televisi dan radio dalam meluruskan kekeliruan informasi. Begitu juga dengan pemanfaatan media sosial yang dikelola oleh kepolisian, harus mampu

menjangkau masyarakat dengan cepat untuk melawan kebohongan yang sempat tersebar.

Dalam melawan *firehose of falsehood*, penting juga untuk membongkar dan menyebarkan kepada masyarakat, bagaimana suatu kebohongan dibuat dan disebar. Dengan memberikan pengetahuan bagaimana siasat penyebaran kebohongan itu dilakukan diharapkan masyarakat lebih mampu menilai secara mandiri informasi yang diterimanya.

C. Penutup

Menjelang pesta demokrasi Pemilihan Umum (Pemilu) yang akan dilaksanakan pada 17 April 2019 diwarnai dengan berbagai isu *hoax* yang merusak sendi-sendi demokrasi. Kebohongan tersebut bisa diterima oleh publik bukan karena keterbatasan informasi, akan tetapi karena membanjirnya informasi (*information overload*). *Information overload* ini terjadi dipicu oleh kemajuan teknologi informasi. Informasi-informasi tersebut diterima masyarakat dengan perantaraan *share* di media sosial seperti Facebook. Fase ini disebut dengan era *post-truth*.

Salah satu metode penyebaran kebohongan secara masif dan sistematis adalah *firehose of falsehood*. *Firehose of falsehood* saat ini menjadi istilah yang populer di masyarakat. *Firehose of falsehood* bertujuan mencemari lingkungan informasi untuk mempengaruhi informasi yang tersedia bagi pembuat kebijakan atau mempengaruhi mereka melalui tekanan demokrasi atau untuk mengikis kepercayaan pada lembaga-lembaga pemerintah dan media dengan menyemburkan dan memperbanyak narasi palsu. *Firehose of Falsehood* memiliki ciri-ciri yaitu *lacks commitment to consistency, lacks commitment to objective reality, rapid, continuous and repetitive, high volume and multichannel propaganda*.

Untuk melawan *firehose of falsehood* diperlukan sinergitas *stakeholders* seperti politisi

sebagai sumber informasi dan publik sebagai penerima informasi, serta media massa dan penyelenggara jasa internet sebagai wadah penyampai informasi kepada publik. Masifnya penyebaran *hoax* menuntut Polri untuk lebih mengembangkan strategi dalam penanganan *mis*-informasi dan penyebaran kebohongan di masyarakat demi menciptakan situasi yang kondusif hingga akhir masa Pemilu 2019. Tidak hanya strategi dalam penegakan hukum, namun juga strategi manajemen media dalam penyebaran informasi oleh masyarakat. Untuk itu, diperlukan strategi yang tepat untuk menanggulangi penyebaran *hoax* salah satunya melalui kontra narasi (*counter narrative*) yaitu alternatif solusi dalam menangani penyebaran kebohongan dan kontra *hoax* dilakukan dengan membangun layanan *fact check* yang bisa diakses dan digunakan dengan mudah.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

Mair, J. (2017). Post-truth Anthropology dalam *Anthropology Today*, 33: 3–4. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/318141123_Post-truth_anthropology/download pada Kamis, 7 Maret 2019 pukul. 10.00 WIB

Ecker, Ullrich, John Cook, Stephan Lewandowsky. (2015). Misinformation and its correction. *Sage Journals Psychological Science in the Public Interest*. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/277816966_Misinformation_and_its_Correction Kamis, 7 Maret 2019 pukul. 10.30 WIB

_____. (2017). Beyond Misinformation: Understanding and Coping With the Post-Truth Era dalam *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/318699348_Beyond_Misinformation_Understanding_and_Coping_

[with_the_Post-Truth_Era](https://www.researchgate.net/publication/318699348_Beyond_Misinformation_Understanding_and_Coping_) Kamis, 7 Maret 2019 pukul. 13.05 WIB.

Morgan, Susan. (2018). Fake news, Disinformation, Manipulation and Online Tactics to Undermine Democracy dalam *Journal Of Cyber Policy*. Diunduh dari <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23738871.2018.1462395> pada Rabu, 6 Maret 2019 pukul 15.18 WIB.

Lockie, Stewart. (2017). Post-Truth Politics and the Social Sciences dalam *Jurnal Environmental Sociology*. Diunduh dari <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/23251042.2016.1273444> pada Rabu 6 Maret 2019 pukul 22.00 WIB.

Artikel

Paul, Christopher dan Miriam Matthews. (2016). “The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model”. Diunduh dari <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html> pada Jumat, 8 Maret 2019 pukul 08.05 WIB.

Jones, Molly Morgan. (2016). “In a ‘Post-Truth’ World, Evidence and Experts Matter More Than Ever”. Diakses dari <https://www.rand.org/blog/2016/12/in-a-post-truth-world-evidence-and-experts-matter-more.html> pada 6 Maret 2019, pukul 14.05 WIB.

Kreitner, Richard. (2016). “Post-Truth and Its Consequences: What a 25-Year-Old Essay Tells Us About the Current Moment”. Diakses dari <https://www.thenation.com/article/post-truth-and-its-consequences-what-a-25-year-old-essay-tells-us-about-the-current-moment> pada 3 Maret 2019, pukul 10.40 WIB.

Setiawan, Sakina Rakhma Diah. (2018). “Kapolri: Kepercayaan Publik terhadap Polri Tertinggi Sejak Reformasi”, <https://nasional.kompas.com/read/2018/07/11/11283051/kapolri-kepercayaan-publik-terhadap-polri->

tertinggi-sejak-reformasi. Diakses pada 3 Maret 2019, pukul 16.14 WIB.

Ishomuddin.(2018).“Polri Cari Pengunggah Foto Hoax Anggota Polisi Mendukung Prabowo”. diakses dari <https://nasional.tempo.co/read/1147889/polri-cari-pengunggah-foto-hoax-anggota-polisi-mendukung-prabowo/full&view=ok>. Diakses pada 3 Maret 2019, pukul 16.20 WIB.

Galih Permadi (*Ed.*).(2018). Seorang Karyawan di Semarang Ditangkap Polda

Jatim, Sebarkan Hoax Polri Dukung Prabowo-Sandiaga. Diakses dari <http://jateng.tribunnews.com/2018/11/20/seorang-karyawan-di-semarang-ditangkap-polda-jatim-sebarkan-hoax-polri-dukung-prabowo-sandiaga>. Diakses pada 3 Maret 2019, pukul 16.25 WIB.

British Broadcasting Corporation (BBC). (2018). Fake news a democratic crisis for UK, MPs warn. Diakses dari <https://www.bbc.com/news/technology-44967650>. Diakses pada 3 Maret 2019, pukul 19.00 WIB.