



# HOAXS DI INDONESIA TAHUN 2022

Finsensius Yuli Purnama  
Fitri Murfianti  
Nurul Hidayah  
Muhammad Handar  
Priska Nur Safitri

## **Hoaks di Indonesia Tahun 2022**

### **Penulis:**

Finsensius Yuli Purnama

Fitri Murfianti

Nuril Hidayah

Muhamad Handar

Priska Nur Safitri

Copyright ©2023, Mafindo  
All rights reserved

## **Hoaks di Indonesia Tahun 2022**

### **Penulis:**

Finsensius Yuli Purnama

Fitri Murfianti

Nuril Hidayah

Muhamad Handar

Priska Nur Safitri

### **Kata Pengantar:**

Loina Lalolo Krina Perangin-angin

Editor: Loina Lalolo Krina Perangin-angin

x + 62 halaman; 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-623-8091-66-9

Cetakan Pertama: September 2023

### **Penerbit:**

#### **BILDUNG**

Jl. Raya Pleret KM 2

Banguntapan Bantul Yogyakarta 55791

Email : [bildungpustakautama@gmail.com](mailto:bildungpustakautama@gmail.com)

Website : [www.penerbitbildung.com](http://www.penerbitbildung.com)

### **Anggota IKAPI**

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku tanpa seizin tertulis dari Penerbit dan Penulis

# KATA PENGANTAR

Tahun 2022 menjadi penting karena menjadi masa transisi pasca pandemi Covid-19 sekaligus dimulainya masa persiapan menuju Pemilu 2024. Dua peristiwa penting inilah yang mewarnai hiruk pikuk penyebaran informasi di dunia maya, ditandai oleh 1698 hoaks yang terjaring oleh para *fact-checker* Mafindo, terdokumentasi dalam situs [www.turnbackhoax.id](http://www.turnbackhoax.id), untuk kemudian dipetakan oleh Tim Litbang Mafindo.

Setelah berjuang melawan pandemi Covid-19 sejak 2020, bulan Januari hingga Februari 2022 diwarnai oleh perjuangan melawan virus Omicron, virus mutasi kesekian kalinya dari Covid-19 yang pertama kali ditemukan pada November 2021. Hoaks terkait kesehatan, khususnya tentang Omicron, mendominasi di dua bulan awal tersebut.

Mulai Maret 2022, terjadi pergeseran hoaks dari tema kesehatan ke tema politik. Padahal, proses Pemilu 2024 baru dimulai bulan Juni 2022 untuk tahapan penyusunan perencanaan, program, anggaran pemilu serta peraturan KPU. Hoaks lama terkait pemilu mulai beredar, bahkan isu SARA dan upaya mendelegitimasi pelaksanaan pemilu mulai muncul dalam hoaks politik yang beredar pada akhir tahun 2022, terutama hoaks yang menyerang lembaga penyelenggara pemilu, baik KPU maupun Bawaslu.

Pemetaan hoaks oleh Tim Litbang Mafindo sejak tahun 2018 memang menunjukkan bahwa hoaks muncul seiring dengan dinamika yang terjadi di masyarakat. Ketika dalam situasi pandemi, hoaks kesehatan yang paling banyak muncul. Menjelang pemilu, isu politik naik daun. Mendekati hari raya keagamaan, hoaks dan hasutan

kebencian bernuansa isu SARA beredar sana sini. Bahkan dalam banyak kasus, hoaks lama (sering) beredar kembali (HLBK) untuk merujuk pada situasi sama yang terulang di tahun yang berbeda.

Inilah alasan mengapa pemetaan hoaks menjadi penting, terutama untuk memahami tren hoaks dari tahun ke tahun berdasarkan isu, bentuk, modus, saluran penyebaran serta beberapa indikator lainnya. Setelah mengetahui tren, diharapkan bisa dilakukan prediksi tentang hoaks apa saja yang akan muncul bersamaan dengan dinamika aktivitas di masyarakat. Pengetahuan dan pemahaman ini akan mampu meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan kepekaan publik terhadap hoaks.

Dengan itu, diharapkan hoaks tidak lagi memiliki kekuatan untuk menimbulkan kekacauan di tengah masyarakat, publik juga tidak mudah dieksploitasi melalui manipulasi kebencian, harapan maupun rasa takut. Bahkan, dalam kaitan dengan hoaks politik, publik dapat mengantisipasi peningkatan hoaks politik jelang Pemilu 2024, terutama terkait penggunaan isu SARA dan upaya dini untuk mendelegitimasi penyelenggaraan Pemilu 2024.

Ucapan terima kasih dan penghargaan luar biasa diucapkan kepada Tim Litbang Mafindo, dipimpin Nuril Hidayah a.k.a Vaya Arina bersama Cahya Suryani yang sudah melakukan pemetaan hoaks tahun 2022. Juga kepada Finsensius Yuli Purnama, Fitri Murfianti, Nuril Hidayah, Muhamad Handar, Priska Nur Safitri sebagai penyusun dan penulis laporan. Di tengah berbagai kesibukan personal dan program Komite Litbang yang (selalu!) luar biasa padat, anggota tim tetap konsisten melakukan pemetaan setiap bulannya. Tidak lupa terima kasih dan penghargaan yang luar biasa untuk Tim Pemeriksa Fakta atas jerih payah menjangkit berbagai hoaks di lautan informasi yang maha luas dan mendokumentasikan setiap temuan itu dengan baik. Hasilnya adalah sebuah karya komprehensif yang semoga dapat membantu setiap pembacanya dalam memahami tren hoaks, terutama menjelang Pemilu 2024. Di tahun politik ini, peran masyarakat, lembaga penyelenggara pemilu maupun organisasi masyarakat sipil sangat penting karena hoaks dan hasutan kebencian dapat menimbulkan risiko perpecahan di masyarakat.

Kepada para pembaca, selamat menikmati Buku Hoaks di  
Indonesia Tahun 2022

Presidium Mafindo  
Pengampu Komite Litbang 2022-2025  
Loina Lalolo Krina Perangin-angin

# DAFTAR ISI

1. Kata Pengantar	
Loina L. K. Perangin-angin (Presidium Pengampu Komite Litbang) .....	iii
2. Daftar Isi .....	vi
3. Daftar Tabel .....	vii
4. Daftar Grafik .....	ix
5. BAB I Pendahuluan .....	1
6. BAB II Hoaks Sepanjang Semester I 2022 .....	4
7. BAB III Hoaks Sepanjang Semester II 2022 .....	22
8. BAB IV Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	37
9. BAB V Penutup .....	54
10. Daftar Pustaka .....	56
11. Biodata Penyusun .....	57

# DAFTAR TABEL

2.1.	Jumlah Hoaks Per Bulan Semester I 2022 .....	5
2.2.	Tema Hoaks Semester I 2022 .....	7
2.3.	Tipe Mis/Disinformasi Hoaks Semester I 2022 .....	8
2.4.	Alat Menyusun Hoaks Semester I 2022 .....	10
2.5.	Saluran Penyebaran Hoaks Semester I 2022 .....	12
2.6.	Tipe Narasi Hoaks Semester I 2022 .....	14
2.7.	Tindak Lanjut Atas Hoaks Semester I 2022 .....	15
2.8.	Bukti Klaim Hoaks Semester I 2022 .....	17
2.9.	Latar Hoaks Semester I 2022 .....	18
2.10.	Pihak Tiruan Hoaks Semester I 2022 .....	20
3.1.	Jumlah Hoaks Per Bulan Semester II 2022 .....	23
3.2.	Tema Hoaks Semester II 2022 .....	24
3.3.	Tipe Mis/Disinformasi Hoaks Semester II 2022 .....	26
3.4.	Alat Menyusun Hoaks Semester II 2022 .....	27
3.5.	Saluran Penyebaran Hoaks Semester II 2022 .....	29
3.6.	Tipe Narasi Hoaks Semester II 2022 .....	30
3.7.	Tindak Lanjut Atas Hoaks Semester II 2022 .....	31
3.8.	Bukti Klaim Hoaks Semester II 2022 .....	33
3.9.	Latar Hoaks Semester II 2022 .....	35
3.10.	Pihak Tiruan Hoaks Semester II 2022 .....	36
4.1.	Jumlah Hoaks per Bulan Sepanjang Tahun 2022 .....	37
4.2.	Tema Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	39
4.3.	Tipe Mis/Disinformasi Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	41

4.4.	Alat Menyusun Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	42
4.5.	Saluran Penyebaran Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	43
4.6.	Tipe Narasi Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	45
4.7.	Tindak Lanjut Atas Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	46
4.8.	Bukti Klaim Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	49
4.9.	Latar Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	50
4.10.	Pihak Tiruan Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	52

# DAFTAR GRAFIK

2.1.	Hoaks Per Bulan Semester I 2022 .....	5
2.2.	Tema Hoaks Semester I 2022 .....	7
2.3.	Tipe Mis/Disinformasi Hoaks Semester I 2022 .....	8
2.4.	Alat Menyusun Hoaks Semester I 2022 .....	10
2.5.	Saluran Penyebaran Hoaks Semester I 2022 .....	12
2.6.	Tipe Narasi Hoaks Semester I 2022 .....	14
2.7.	Tindak Lanjut Atas Hoaks Semester I 2022 .....	15
2.8.	Bukti Klaim Hoaks Semester I 2022 .....	17
2.9.	Latar Hoaks Semester I 2022 .....	18
2.10.	Pihak Tiruan Hoaks Semester I 2022 .....	20
3.1.	Jumlah Hoaks Per Bulan Semester II 2022 .....	23
3.2.	Tema Hoaks Semester II 2022 .....	24
3.3.	Tipe Mis/Disinformasi Hoaks Semester II 2022 .....	26
3.4.	Alat Menyusun Hoaks Semester II 2022 .....	27
3.5.	Saluran Penyebaran Hoaks Semester II 2022 .....	29
3.6.	Tipe Narasi Hoaks Semester II 2022 .....	30
3.7.	Tindak Lanjut Atas Hoaks Semester II 2022 .....	31
3.8.	Bukti Klaim Hoaks Semester II 2022 .....	33
3.9.	Latar Hoaks Semester II 2022 .....	35
3.10.	Pihak Tiruan Hoaks Semester II 2022 .....	36
4.1.	Jumlah Hoaks per Bulan Sepanjang Tahun 2022 .....	37
4.2.	Tema Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	39
4.3.	Tipe Mis/Disinformasi Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	41

4.4.	Alat Menyusun Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	42
4.5.	Saluran Penyebaran Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	43
4.6.	Tipe Narasi Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	45
4.7.	Tindak Lanjut Atas Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	46
4.8.	Bukti Klaim Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	49
4.9.	Latar Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	50
4.10.	Pihak Tiruan Hoaks Sepanjang Tahun 2022 .....	52

# BAB I

## PENDAHULUAN

*“Prinsipnya, hoaks itu seperti benalu ya. Ketika ada pohon informasi yang sedang tumbuh, maka hoaks itu akan selalu menempel”,*

Septiaji Eko Nugroho, Ketua Presidium Mafindo dalam siaran Podcast Antihoaks, “Hoaks Fenomenal di Bulan April 2023”.

Kutipan tersebut sangat tepat menggambarkan tren hasil temuan pemetaan hoaks di tiap tahun. Tahun 2019, dapat disebut sebagai tahun politik, hoaks didominasi oleh isu besar terkait Pilpres 2019. Laporan pemetaan hoaks tahun 2019 Mafindo menunjukkan bahwa 52% isu hoaks (644 narasi hoaks) terkait dengan isu politik. Di urutan dua dan tiga adalah isu agama dengan 103 hoaks (8.4%) dan isu kesehatan dengan 86 hoaks (5.8%).

Pasca 2019, isu kesehatan semakin dominan. Hoaks kesehatan menempel pada informasi kesehatan yang semakin dominan terkait dengan penyebaran virus Covid-19 di awal 2020 di Indonesia. Hasil pemetaan hoaks Mafindo pada tahun 2020 menemukan 788 mis/disinformasi mengangkat isu terkait Covid-19. Hoaks Covid-19 ini menyumbang porsi terbesar dari hoaks kesehatan yang menjadi temuan hoaks terbanyak sepanjang 2020. Lanskap hoaks bergeser dari isu politik Pilpres 2019 beralih pada tema kesehatan. Dapat dikatakan bahwa tahun 2020 adalah tahun kesehatan.

Pada tahun 2021, tren mulai sedikit bergeser. Hoaks terkait isu kesehatan (465 hoaks) dan politik (428 hoaks) memiliki porsi yang hampir sama. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa penyebaran hoaks selalu mengiringi dinamika yang sedang terjadi di masyarakat. Pertanyaan selanjutnya, lantas bagaimana tren kenaikan jumlah serta tema hoaks setelah 2021?

Faktor kedua yang turut berperan dalam penyebaran hoaks adalah peningkatan jumlah pengguna internet. Terdapat hubungan yang simetris antara peningkatan aktivitas digital dengan naiknya jumlah hoaks. Data “We Are Social” Januari 2022 mencatat peningkatan pengguna internet di Indonesia sebesar 1% dan jumlah pengguna media sosial meningkat 12,6% (dari 170 juta pada tahun 2021 menjadi 190,4 juta pada awal 2022). Data tersebut berbanding lurus dengan terjadinya kenaikan jumlah mis/disinformasi yang di-*debunk* oleh pemeriksa fakta sebesar 88,2% (dari 1221 di tahun 2019 menjadi 2298).

Berkaca dari temuan pada tahun 2021, pemetaan hoaks tahun 2022 ini memiliki beberapa urgensi. Pertama, memotret tren hoaks dengan membandingkannya dengan hasil pemetaan tahun sebelumnya. Kedua, sebagai bahan kajian untuk melakukan vaksinasi informasi atau yang disebut sebagai upaya *prebunking* untuk melengkapi proses *debunking* yang telah dilakukan selama ini oleh Tim Pemeriksa Fakta Mafindo. Kedua tujuan tersebut, tidak lain merupakan salah satu upaya untuk semakin meningkatkan literasi publik terkait cek fakta dan menumbuhkan kepekaan dalam mengenali hoaks. Dalam jangka agak dekat, hal ini penting dalam rangka menyambut tahun politik yang akan segera digelar pada tahun 2024 yang akan datang.

Bagaimana pemetaan ini dilakukan? Pendekatan kuantitatif dan analisis isi kuantitatif (quantitative content analysis) diterapkan dalam mengklasifikasi dan memetakan hoaks sepanjang tahun 2022. Hoaks yang dipetakan adalah semua hoaks di tahun 2022 yang masuk dalam klarifikasi Tim Pemeriksa Fakta Mafindo. Semua teks dapat diakses di website resmi Mafindo : <https://turnbackhoax.id>.

Teknik analisis data meminjam model *double loop analysis*

(Altheide & Schneider, 2013). Dengan demikian ada dua tahap yang dilakukan. Pada tahapan *first loop*, instrumen dibuat berdasarkan *emergent coding*. Selanjutnya, pada tahapan *second loop*, dilakukan penyesuaian instrumen penelitian dengan perspektif lain yang muncul berdasarkan *critical review* dan *emergent variables* yang ditemukan di lapangan.

Konstruksi kategori yang digunakan dalam pemetaan ini merupakan pengembangan dari pemetaan pada tahun sebelumnya. Berdasarkan *critical review* yang dilakukan, sejak tahun 2020 konstruksi kategori berkembang menjadi 9 (sebelumnya hanya 4) dengan tambahan kategori (1) tipe narasi, (2) tindak lanjut terhadap hoaks, (3) bukti klaim (*evidentiality*), (4) latar, dan (5) pihak tiruan (*impersonated actors*). Konstruksi ini dilanjutkan pada tahun 2021. Akan tetapi, terdapat beberapa perubahan dalam rincian subkategori. Analisis data numerik dalam tabel secara umum menggunakan pendekatan pembacaan tren dengan melihat angka tertinggi, terendah, dan pergerakan data yang bersifat kronologis.

Akhir kata, selamat membaca, semoga mencerahkan! Salam Literasi!

## BAB II

# HOAKS SEPANJANG SEMESTER I TAHUN 2022

Total jumlah hoaks sepanjang tahun 2022 yang terkumpul dalam *database* Mafindo untuk kemudian dianalisis oleh Tim Litbang adalah 1698, sebanyak 987 di antaranya hadir di enam bulan pertama atau Semester I dan sebanyak 711 di Semester II. Merujuk pada data penyebaran hoaks di tahun 2021, jumlah total hoaks mencapai 1888, sebanyak 1049 di semester 1 dan 839 di semester II. Walaupun tidak terlalu signifikan, namun terlihat jelas adanya penurunan jumlah hoaks di kedua semester.

Penurunan jumlah hoaks ini jangan membuat kita berbangga dulu, karena jumlah ini adalah data yang tertangkap oleh Tim Pemeriksa Fakta, tentu masih banyak hoaks-hoaks dalam konteks lokal lainnya yang beredar luas di media sosial dan luput dari tangkapan Tim Pemeriksa Fakta. Berdasarkan akumulasi, terdapat 987 konten hoaks selama enam bulan pertama di tahun 2022, ini berarti terdapat 164 konten yang beredar setiap bulannya atau 5-6 konten hoaks per harinya, dengan daya sebar yang tidak bisa dianggap enteng, mengingat kecepatan dari *tool* media sosial ataupun media penyebaran yang lainnya.

Dari 987 konten hoaks yang ada akan dipetakan berdasarkan kategorasi yang telah dipaparkan dalam BAB 1. Mulai dari tema, alat, saluran, tempat, misinformasi/disinformasi, alat, saluran,

pihak tiruan, tipe narasi, gaya narasi, bukti klaim, latar, hingga tindak lanjut. Berikut adalah pemetaan yang dimaksud sesuai dengan urutan kategori.

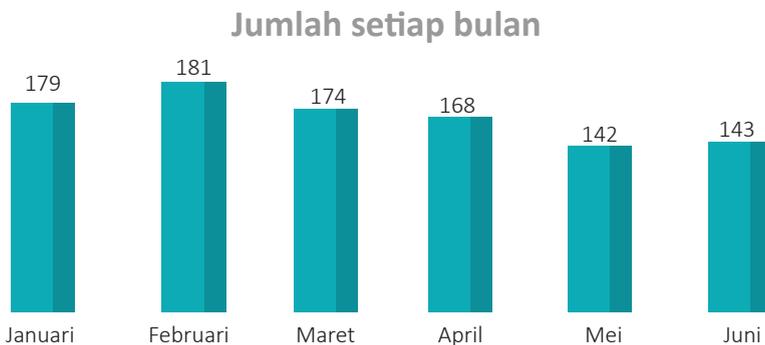
### A. Akumulasi per Bulan – Jumlah Hoaks

Berdasarkan Tabel 2.1. maupun diagram batang Grafik 2.1. dapat dilihat bahwa tren jumlah hoaks cenderung stabil bahkan sedikit menurun di semester pertama ini. Meskipun begitu, seperti dijelaskan di awal bahwa data yang dikaji ini adalah data yang terarsip di <https://turnbackhoax.id/>, situs milik Masyarakat Antifitnah Indonesia (Mafindo), dan yang telah di-*debunk* atau diklarifikasi oleh Tim Pemeriksa Fakta. Sebanyak 987 konten hoaks pada semester pertama ini memainkan isu-isu yang beragam dengan mengambil tema-tema yang spesifik, dan mencatat banyak pihak yang menjadi sasarannya.

**Tabel 2.1. Hoaks per Bulan Semester I 2022**

No.	Bulan	Frekuensi	%
1	Januari	179	18,13%
2	Februari	181	18,33%
3	Maret	174	17,62%
4	April	168	17,02%
5	Mei	142	14,38%
6	Juni	143	14,48
TOTAL		987	100%

**Grafik 2.1. Jumlah Hoaks per Bulan Semester I 2022**



Jumlah 987 selama 6 bulan, tentu bukan jumlah yang sedikit, mengingat hoaks bukan hanya berdampak pada sisi psikologis pembaca/penerima tapi juga pada jalinan persaudaran bahkan finansial. Contohnya hoaks berupa iming-iming hadiah dengan cara mentransfer sejumlah uang terlebih dahulu untuk dapat mengambil hadiah secara penuh.

Dari diagram tersebut terlihat bahwa bulan Januari dan Februari merupakan bulan dengan jumlah hoaks tertinggi. Pada kedua kurun waktu ini isu kesehatan masih mendominasi, terutama terkait pandemi Covid-19. Isu terkait belum berakhirnya pandemi, efeknya, protokol kesehatan, hingga masa aktif kembali melakukan kegiatan di luar masih menjadi tema yang seksi untuk dipelintir menjadi hoaks.

Bulan-bulan berikutnya isu-isu terkait kesehatan sudah mulai mengalami penurunan, seiring kondisi pandemi COVID-19 yang sudah relatif aman, begitu pula dengan situasi politik yang belum cukup panas untuk memulai kontestasi.

## **B. Jumlah per Kategori**

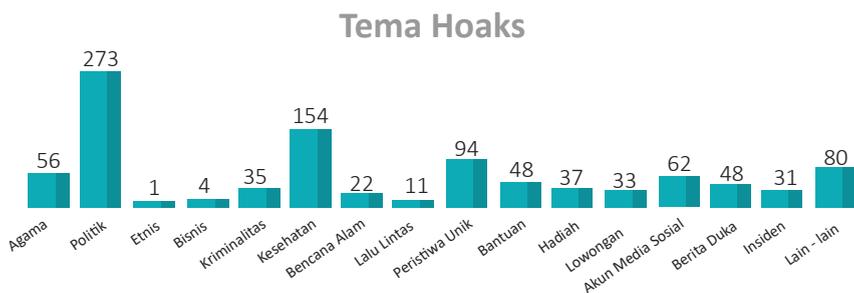
### **1. Tema**

Pada semester I tahun 2022, Tabel 2.2. dan Grafik 2.2. menunjukkan bahwa tema politik sangat mendominasi, dengan jumlah 273 konten atau 27,7%. Ini artinya lebih dari seperempat dari total akumulasi tema di semester ini dipenuhi hoaks tema politik. Di tengah isu-isu kesehatan yang mendominasi di dua bulan pertama tahun 2022, secara rata-rata isu politik tetap menjadi mayoritas. Padahal semester pertama 2022 bisa dikatakan belum memasuki tahun politik. Artinya hoaks politik ini memiliki peran sentral yang digunakan untuk melegitimasi, membangun dan menjatuhkan citra figur tertentu, hingga ujaran kebencian untuk memelihara polarisasi demi kepentingan tertentu.

**Tabel 2.2. Tema Hoaks Semester I 2022**

No	Tema	Frekuensi	Persentase
1	Agama	56	5,7%
2	Politik	273	27,7%
3	Etnis	1	0,1%
4	Bisnis	4	0,4%
5	Kriminalitas	35	3,5%
6	Kesehatan	154	15,6%
7	Bencana Alam	22	2,2%
8	Lalu lintas	11	1,1%
9	Peristiwa Unik	94	9,5%
10	Bantuan	48	4,9%
11	Hadiah	37	3,7%
12	Lowongan	33	3,3%
13	Akun Media Sosial	62	6,3%
14	Berita Duka	46	4,7%
15	Insiden	31	3,1%
16	Lain-lain	80	8,1%
Total		987	100,0%

**Grafik 2.2 Tema Hoaks Semester I 2022**



Tidak hanya isu-isu dalam negeri, hoaks terkait isu yang terjadi di luar negeri pun menjadi target sasaran. Hoaks seperti ini paling banyak beredar di bulan Maret dengan persentase 36,2%. Perang antara Rusia dan Ukraina turut mewarnai hoaks di dalam negeri, seperti “Kementerian Kesehatan Ukraina: 57 Mati, 169 Terluka Di

Seluruh Ukraina Karena Serangan Rusia” (<https://turnbackhoax.id/>, 11 Maret 2022), “Banjir Air Mata Tentara Ukraina Peluk Pasangan Sebelum Berangkat Perang” (<https://turnbackhoax.id/>, 11 Maret 2022). “Foto Pilot Tempur Perempuan Pertama Ukraina yang Tewas saat Invasi Rusia” (<https://turnbackhoax.id/>, 12 Maret 2022). Dari edaran hoaks pada Maret 2022 ini tampak, bahwa konten hoaks selalu mengikuti peristiwa yang sedang terjadi dan menjadi perbincangan hangat di masyarakat.

Walaupun jumlahnya tidak banyak namun ada pula tema-tema hoaks yang beririsan antara politik dan agama seperti artikel yang berjudul “Saking Bencinya Menag & Islam Nusantara Terhadap Arab Sampai Logo Halal Yang tadinya Pakai Huruf Arab Pun Diganti Dengan Gambar Wayang” (<https://turnbackhoax.id/>, 23 Maret 2022). Seringkali hoaks politik juga menasar tokoh tertentu, baik presiden, tokoh di kementerian, pemilik parpol, pengurus parpol, pejabat pemerintah maupun tokoh lainnya. Seperti artikel berikut “Jokowi Mengatakan Revolusi Mental Akan Gagal Kalau Agama Tidak Dipisahkan dari Politik” (<https://turnbackhoax.id/>, 17 Maret 2022).

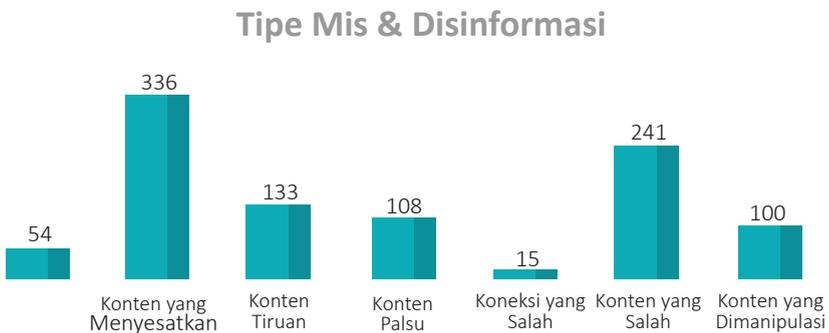
Beberapa hoaks kesehatan di luar isu tentang Covid-19 juga beredar di media sosial, seperti isu-isu berikut ini, “Permen Dot Mengandung Narkoba” (<https://turnbackhoax.id/>, 15 April 2022). “Habis makan kepiting jangan Minum susu, dan makan pisang, bisa jadi Racun” (<https://turnbackhoax.id/>, 25 April 2022). “Informasi Peringkat Sayuran Anti Kanker Oleh Institut Pencegahan Kanker” (<https://turnbackhoax.id/>, 7 April 2022). Temuan-temuan tersebut menunjukkan beragamnya tema hoaks yang beredar selama semester pertama tahun 2022.

## 2. Tipe Mis/Disinformasi

Tabel 2.3. Tipe Mis/Disinformasi Hoaks Semester I 2022

No	Tipe Mis/Disinformasi	Frekuensi	Persentase
1	Satir/Parodi	54	5,5%
2	Konten yang Menyesatkan	336	34,0%
3	Konten Tiruan	133	13,5%
4	Konten Palsu	108	10,9%
5	Koneksi yang Salah	15	1,5%
6	Konten yang Salah	241	24,4%
7	Konten yang Dimanipulasi	100	10,1%
Total		987	100,0%

Grafik 2.3. Tipe Mis/Disinformasi Hoaks Semester I 2022



Dari keseluruhan hoaks yang beredar, untuk tipe mis/disinformasi, tipe 'Konten Yang Menyesatkan' paling banyak ditemukan, yaitu sebanyak 336 hoaks (34,0%). Yang dimaksud **Konten yang Menyesatkan** di sini yaitu hoaks yang dibuat dengan menggunakan informasi yang sesat untuk membingkai sebuah isu atau individu. Hoaks dengan tipe ini membawa pesan yang berbeda dari kenyataan dengan maksud untuk "menyesatkan" informasi kepada pembaca. Contohnya artikel dengan *headline* berikut, "Surat Al-Maidah ayat 51 dst telah diganti terjemahannya...." (<https://turnbackhoax.id/>, 6 April 2022). Informasi tersebut masuk dalam kategori tipe informasi yang menyesatkan karena ini adalah pelintiran daur ulang yang disebar di Facebook, bisa dikatakan sebagai hoaks lama bersemi kembali. Padahal konten tersebut

pernah diklarifikasi oleh Kementerian Agama RI pada tahun 2016.

Kategori 'Konten Yang Salah' yaitu ketika konten yang asli dipadankan atau dikait-kaitkan dengan konteks informasi yang salah, menempati posisi kedua, sebesar 24,4% atau hampir seperempat dari keseluruhan hoaks. Adapun contohnya seperti "Atas Perintah Luhut Amien Rais Akhirnya Dijemput Paksa" (<https://turnbackhoax.id/>, 20 April 2022). Padahal sebenarnya video yang berdurasi 8 menit 5 detik itu bukan tentang Amien Rais yang dijemput paksa, tapi Amien Rais yang menyuruh Presiden Joko Widodo dan Menteri Koordinator Bidang Maritim dan Investasi Luhut Binsar Pandjaitan untuk berkonsultasi ke psikolog karena mereka dicurigai menderita *narcistic megalomania*, lantaran Jokowi pernah marah kepada pejabat dan menterinya.

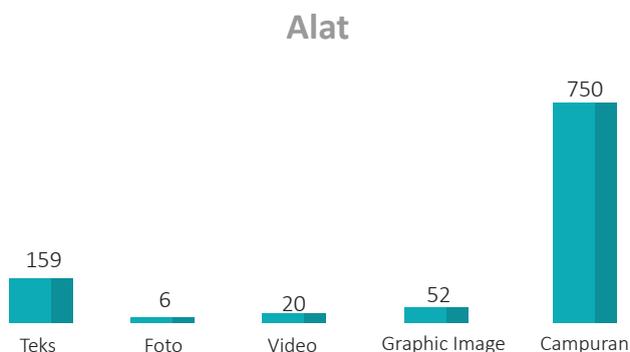
Tipe 'Konten Tiruan' atau konten yang mengubah/meniru konten asli menempati posisi ketiga, yaitu sekitar 133 atau 13,5%. Tipe hoaks yang lainnya hanya beredar sekitar 10-an persen atau bahkan di bawahnya, seperti tipe 'Koneksi Yang Salah' yaitu ketika judul, gambar, atau keterangan tidak mendukung konten. Tipe ini beredar hanya 1,5%. Pada dasarnya baik konten menyesatkan, konten yang salah, maupun konten tiruan memanfaatkan isu, informasi, atau berita yang ada yang diubah pada bagian tertentu sehingga mengubah makna. Ini menunjukkan bahwa daur ulang informasi masih laku dan mampu mengelabui pembaca.

### 3. Alat

**Tabel 2.4. Alat Menyusun Hoaks Semester I 2022**

No	Alat	Frekuensi	Persentase
1	Teks	159	16,1%
2	Foto	6	0,6%
3	Video	20	2,0%
4	<i>Graphic Image</i>	52	5,3%
5	Campuran	750	76,0%
Total		987	100,0%

**Grafik 2.4. Alat Menyusun Hoaks Semester I 2022**



Pada semester pertama tahun 2022 mayoritas produsen menyusun hoaks dengan alat campuran yaitu sebanyak 750 konten atau 76,0%. Ini artinya lebih dari tiga perempat dari total keseluruhan hoaks yang beredar di semester pertama. Kategori campuran merupakan perpaduan dari gambar dengan narasi, narasi dengan video, ataupun narasi dengan gambar sekaligus video. Contoh hoaks yang pernah sempat menggegerkan warga yaitu tentang Jokowi tiga periode. Hoaks ini muncul dalam bentuk video edisi “Dukungan Jokowi 3 Periode” (<https://turnbackhoax.id/>, 30 April 2022). Kendati hoaks ini muncul di waktu yang bisa dikatakan masih lama dengan pelaksanaan Pilpres 2024 mendatang, namun nyatanya hoaks ini telah mengundang kegundahan, juga kontra narasi di masyarakat yang menyatakan bahwa hal tersebut tidak berdasar pada konstitusi. Hoaks “Jokowi 3 periode” menggunakan desain yang apik, karena tidak hanya menampilkan narasi belaka, namun juga disertai video, yang berfungsi sebagai penguat narasi untuk meyakinkan pembaca. Padahal sebenarnya video tersebut bukan tentang dukungan Jokowi tiga periode melainkan video deklarasi dukungan yang dilakukan alumni Pangudi Luhur 2019 pada pemilihan Presiden 2019 yang mendukung Jokowi-Ma’ruf untuk menjabat 2 periode. Hoaks yang menggunakan kombinasi narasi dan gambar juga ditemukan pada periode ini, seperti “Pesta Pernikahan Berubah Jadi Duka, 25 Orang Tewas Termasuk Kedua Pengantin di Tempat” (<https://turnbackhoax.id/>, 11 Mei 2022). Konten tersebut selain menggunakan narasi, juga gambar untuk mendukung konten.

Setelah di-*debunk* ternyata kejadian tersebut bukan kejadian yang disebutkan di judul, namun kejadian saat pernikahan yang lain, yang diterpa hujan deras disertai angin kencang, dan tidak ada korban jiwa seperti yang disebutkan pada judul.

Alat penyusun hoaks dengan menggunakan narasi saja menempati posisi kedua sebesar 16,1% atau 159 konten. Alat ini merupakan alat yang paling sederhana dan mudah dibuat oleh produsen hoaks, hanya berbekal narasi saja sudah mampu mengecoh pembaca. Cukup kutipan palsu dari orang-orang memiliki posisi dan wewenang saja bisa memperdaya orang, seperti narasi berikut ini. “Razia STNK, Kendaraan yang Terlambat Membayar Pajak akan Dikandangkan” (<https://turnbackhoax.id/>, 24 Januari 2022) dan “Bill Gates akan Menarik Semua Peredaran Vaksin Covid-19” (<https://turnbackhoax.id/>, 23 Januari 2022).

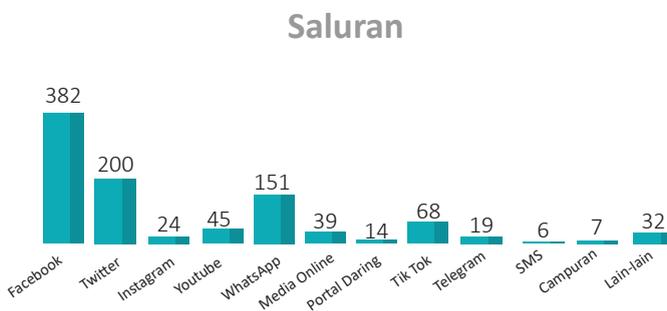
#### 4. Saluran

**Tabel 2.5. Saluran Penyebaran Hoaks Semester I 2022**

No	Saluran	Frekuensi	Persentase
1	Facebook	382	38,7%
2	Twitter	200	20,3%
3	Instagram	24	2,4%
4	YouTube	45	4,6%
5	WhatsApp	151	15,3%
6	Media Online	39	4,0%
7	Portal Daring	14	1,4%
8	Tik Tok	68	6,9%
9	Telegram	19	1,9%
10	SMS	6	0,6%
11	Campuran	7	0,7%
12	Lain-lain	32	3,2%
Total		987	100,0%

Sebagai *disclaimer*, perlu disampaikan bahwa kategorisasi saluran penyebaran hoaks ini didasarkan pada arsip <https://turnbackhoax.id/>, jadi tidak merefleksikan situasi di lanskap digital secara keseluruhan. Penelusuran hoaks di ranah digital, dari segi salurannya membutuhkan kajian *social listening* dan *digital analytics* yang lebih dalam, yang belum bisa dikaji dalam penelitian ini. Kendati demikian, dari ragam postingan yang bersumber dari laporan masyarakat maupun hasil tangkapan para pemeriksa fakta tetap dapat diperoleh gambaran mengenai situasi penyebaran hoaks dari saluran yang digunakan masyarakat.

**Grafik 2.5. Saluran Penyebaran Hoaks Semester I 2022**



Dari segi saluran penyebaran hoaks, Facebook tetap menjadi sarana utama penyebaran hoaks sebanyak 38,7% atau 382 konten. Namun hal ini tidak berarti bahwa Facebook paling banyak menyebarkan hoaks. Masih ada kemungkinan bahwa saluran lain juga menjadi sarana penyebaran hoaks terbanyak, hanya saja tidak terdeteksi. Namun bisa saja hoaks yang ditemukan di Facebook sebenarnya bersumber dari media lainnya dan direplikasi serta diamplifikasi di ruang-ruang lainnya. Sementara itu, media sosial yang menjadi saluran penyebaran paling tinggi kedua pada semester pertama tahun 2022 ini adalah Twitter sebanyak 200 hoaks atau 20,3%. Untuk kategori aplikasi percakapan *online/online chat* WhatsApp berada di posisi tiga sebanyak 151 atau 15,3%. Penyebaran hoaks melalui saluran media lain baik Instagram, YouTube, media *online*, portal daring, Tik Tok, Telegram, maupun campuran dari media-media tersebut hanya di bawah 7 persen,

bahkan ada yang dibawah 1 persen yaitu SMS.

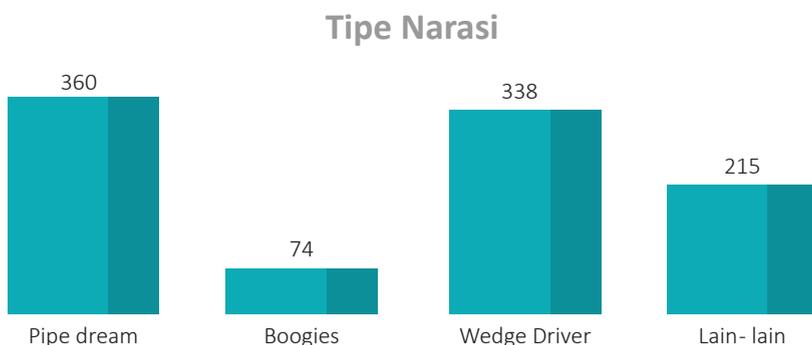
## 5. Tipe Narasi

Ada banyak cara untuk menyusun hoaks. *Pipe dream* atau biasa disebut *wish dream-based hoax* bersumber dari angan-angan atau khayalan. Narasi hoaknya bersifat *'too good to be true'* atau terlalu indah untuk menjadi kenyataan. Isinya hal-hal yang sangat positif, seperti contohnya hoaks yang berisi iming-iming untuk mendapatkan hadiah secara cuma-cuma. Tipe ini paling banyak ditemukan pada semester I tahun 2022, sebanyak 260 konten atau 36,5%. Seperti *headline* berikut ini "Giveaway Kedas Beauty Senilai Rp175 Juta" (<https://turnbackhoax.id/>, 8 Januari 2022). "Kuesioner Berhadiah dalam Rangka Perayaan HUT Toyota Ke-80" (<https://turnbackhoax.id/>, 13 Januari 2022), dan "Sendok untuk Medical Check Up" (<https://turnbackhoax.id/>, 10 Februari 2022). Konten hoaks dengan tipe *pipe dream* ini memunculkan harapan yang membuat bahagia.

**Tabel 2.6. Tipe Narasi Hoaks Semester I 2022**

No	Tipe Narasi	Frekuensi	Persentase
1	<i>Pipe dream</i>	360	36,5%
2	<i>Boogies</i>	74	7,5%
3	<i>Wedge Driver</i>	338	34,2%
4	Lain-lain	215	21,8%
Total		987	100,0%

**Grafik 2.6. Tipe Narasi Hoaks Semester I 2022**



Tipe narasi yang menempati posisi kedua adalah *wedge driver* dengan jumlah 338 atau 34,2%. Tipe *wedge driver* ini merupakan tipe narasi yang membawa agenda/muatan tertentu, yang tidak ditampilkan secara jelas dalam narasi, bisa berupa ujaran kebencian (*hate speech*) yang menyerang, atau menjatuhkan pihak tertentu. Contohnya seperti Foto Tangkapan Layar Berita Detikcom “Jokowi: saya tidak berminat tiga periode kecuali dipaksa rakyat” (<https://turnbackhoax.id/>, 27 Februari 2022). Akun berita ini berasal dari cuitan yang mengunggah judul demikian. Dengan menyangdingkan foto Presiden Soeharto dan Presiden Jokowi sejajar menggunakan jas dan peci warna hitam, dengan *caption* persamaan pemerintahan Jokowi dan Orde baru. Artinya dalam pemberitaan konten hoaks ini ada agenda tertentu yang dilesapkan oleh pembuat hoaks dengan tujuan tertentu.

Jenis *boogies* memicu *fear mongering* atau *scare mongering*. Kebalikan dari *pipe dream*, *boogies* bermakna ‘*too bad to be true*’, yang artinya terlalu buruk untuk menjadi kenyataan. Contohnya seperti *headline* berikut “Harimau Berkeliaran Di Perkebunan Sawit Di Riau” (<https://turnbackhoax.id/>, 23 Maret 2022). Hoaks tersebut menyebut harimau berkeliaran di perkebunan sawit serta diklaim sebagai Harimau Sumatra. Padahal kenyataannya terjadi di luar Provinsi Riau. Konten ini masuk tipe narasi *boogies* karena membuat pembaca menjadi ketakutan.

Namun begitu ada pula hoaks yang tidak termasuk dalam ketiga kategori tersebut, ini berjumlah 215 konten atau 21,8%, yang menempatkannya pada posisi ketiga. Contoh tipe ini yaitu Video “Luluh Lantak Obyek vital Ukraina” (<https://turnbackhoax.id/>, 27 Februari 2022). “Kajol Devgan Meninggal Dunia” (<https://turnbackhoax.id/>, 28 Februari 2022). Tipe ini bersifat informatif saja, walaupun informasi yang disampaikan palsu.

## 6. Tindak Lanjut

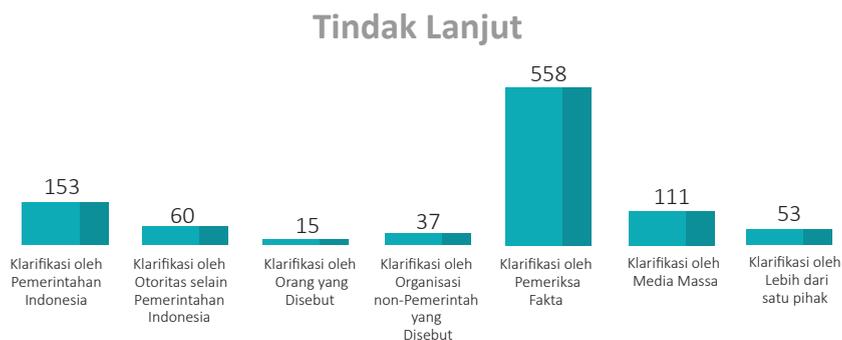
Klarifikasi merupakan salah satu langkah penting dalam meng-*counter* hoaks, terlepas dari beragamnya pihak/figur/ lembaga yang ditiru atau dicatut dalam narasi hoaks. Pada Tabel 2.7

dan Diagram Batang 2.7, bisa dilihat bahwa Tim Pemeriksa Fakta lebih mendominasi dalam meng-*counter* informasi. Tim Pemeriksa Fakta pada semester ini melakukan klarifikasi konten hoaks lebih dari separuh dari keseluruhan hoaks yang beredar, yaitu tepatnya 558 hoaks atau 56,5%.

**Tabel 2.7. Tindak Lanjut atas Hoaks Semester I 2022**

No	Tindak Lanjut	Frekuensi	Persentase
1	Klarifikasi oleh Pemerintahan Indonesia	153	15,5%
2	Klarifikasi oleh Otoritas selain Pemerintahan Indonesia	60	6,1%
3	Klarifikasi oleh Orang yang Disebut	15	1,5%
4	Klarifikasi oleh Organisasi non-Pemerintah yang Disebut	37	3,7%
5	Klarifikasi oleh Pemeriksa Fakta	558	56,5%
6	Klarifikasi oleh Media Massa	111	11,2%
7	Klarifikasi oleh Lebih dari Satu Pihak	53	5,4%
Total		987	100,0%

**Grafik 2.7. Tindak Lanjut atas Hoaks Semester I 2022**



Pemerintah menempati posisi kedua sebagai pihak yang melakukan klarifikasi terhadap hoaks yang beredar yang menysar lembaga ini. Berita yang diklarifikasi sebanyak 153 konten atau 15,5%. Namun kalau kita lihat pada tabel sebelumnya, pihak pemerintah Indonesia menjadi entitas yang disasar dengan 242 hoaks. Artinya terdapat 90 konten hoaks yang tidak diklarifikasi oleh pihak pertama (Pemerintah), tetapi diklarifikasi oleh Tim Pemeriksa Fakta. Perlu

ada upaya dari pihak pemerintah untuk lebih *aware* dan waspada terhadap hoaks yang menimpa dirinya, dan melakukan klarifikasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman, kerisauan dan hal-hal lainnya, yang tentunya berdampak pada reputasi pemerintah.

Berikut adalah contoh hoaks yang menysasar pemerintah dan telah diklarifikasi pula oleh pemerintah. “Mata Uang Baru Yang Dikeluarkan BI, Koin Seratus Ribu Rupiah” (<https://turnbackhoax.id/>, 5 Januari 2022). Informasi tersebut langsung dibantah oleh Direktur Komunikasi Bank Indonesia, Junanto Herdiawan. Namun begitu, banyak pula informasi hoaks yang menysasar pemerintah atau figur tertentu namun tidak diklarifikasi oleh yang bersangkutan. Contohnya Video Anies Baswedan “Alhamdulillah blio kagak mati klelep...” (<https://turnbackhoax.id/>, 24 Januari 2022). Pihak Anies tidak melakukan klarifikasi, sehingga informasi yang beredar tersebut diklarifikasi oleh Tim Pemeriksa Fakta.

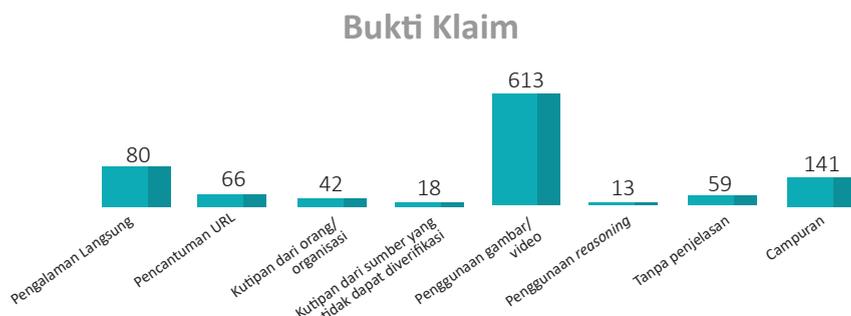
Klarifikator terhadap hoaks yang beredar dan menempati posisi yang ketiga yaitu media massa. Terdapat 111 hoaks yang diklarifikasi oleh media massa atau 11,2%. Masifnya hoaks yang beredar di media sosial mendorong perlunya dilakukan kolaborasi dari berbagai pihak dalam meng-*counter* hoaks, dan meluruskan informasi yang melenceng dari yang seharusnya. Hal ini penting dilakukan agar masyarakat tidak mengkonsumsi informasi yang salah, serta dapat memutus rantai penyebarannya.

## 7. Bukti Klaim

**Tabel 2.8. Bukti Klaim Hoaks Semester I 2022**

No	Bukti Klaim	Frekuensi	Persentase
1	Pengalaman langsung	35	3,5%
2	Pencantuman URL	66	6,7%
3	Kutipan dari orang/organisasi	42	4,3%
4	Kutipan dari sumber yang tidak dapat diverifikasi	18	1,8%
5	Penggunaan gambar/video	613	62,1%
6	Penggunaan <i>reasoning</i>	13	1,3%
7	Tanpa penjelasan	59	6,0%
8	Campuran	141	14,3%
	Total	987	100,0%

**Grafik 2.8. Bukti Klaim Hoaks Semester I 2022**



Dari diagram tersebut, dapat dilihat bahwa penggunaan gambar/video merupakan bukti klaim yang paling banyak dipakai oleh produsen dalam memproduksi hoaks, dengan persentase 62,1 persen (613 konten). Bukti klaim ini memiliki peran yang sangat esensial untuk meyakinkan audien bahwa informasi yang disajikan benar-benar valid. Dalam pemetaan hoaks semester ini menggunakan istilah “Klaim bukti”

Bukti klaim campuran dari berbagai bukti klaim menempati posisi yang kedua, yaitu sebesar 141 konten atau 14,3%. Sementara bukti klaim yang lain seperti pengalaman langsung, pencantuman URL, kutipan dari orang/organisasi, dan tanpa penjelasan, hanya digunakan oleh sangat sedikit produsen hoaks untuk meyakinkan pembacanya, yaitu hanya dibawah 6,7 persen. Bahkan terdapat dua bukti klaim yang dianggap kurang berpotensi dalam meyakinkan audiens, sehingga jarang dipakai, jumlahnya tidak lebih dari 2 persen dari keseluruhan hoaks yang beredar. Bukti klaim ini yaitu kutipan dari sumber yang tidak dapat diverifikasi dan penggunaan *reasoning* atau biasa disebut *cocoklogi*

Hal yang cukup menjadi perhatian di sini adalah temuan ‘tanpa penjelasan’ dalam hoaks yang beredar, yaitu sebanyak 59 konten atau 6,0%. Hoaks yang dibuat dengan mudah dan tanpa penjelasan saja bisa memanipulasi pembaca. Fakta ini mencemaskan karena memperlihatkan bahwa hoaks yang tidak canggih, dan tidak disertai bukti sekalipun ternyata diterima oleh publik. Ini menunjukkan masih buruknya potret literasi digital masyarakat kita saat ini.

## 8. Latar: Lokasi

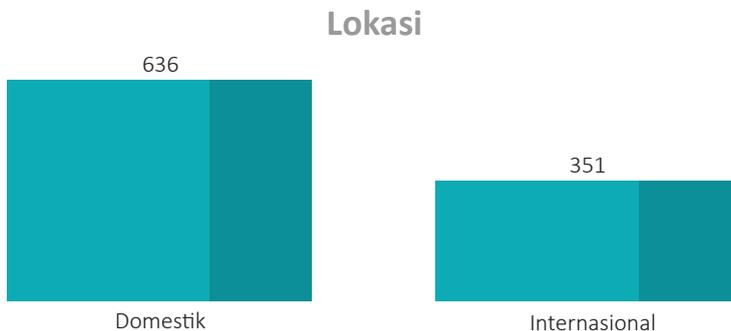
**Tabel 2.9. Latar Hoaks Semester I 2022**

No	Lokasi	Frekuensi	Persentase
1	Domestik	636	64,4%
2	Internasional	351	35,6%
Total		987	100,0%

Mayoritas hoaks yang terkumpul di *database* Mafindo pada semester awal ini mengambil latar domestik. Jumlahnya mencapai 636 konten atau 64,4%. Sisanya adalah latar internasional, yaitu 351 atau 35,6%. Meskipun jumlah latar internasional lebih kecil dari pada domestik, tapi jumlah ini menunjukkan peristiwa-peristiwa di luar negeri juga cukup banyak digunakan untuk mengelabui dan menggerakkan opini masyarakat di dalam negeri.

Hoaks yang berlatar domestik memiliki isu yang beragam, tergantung fenomena yang sedang terjadi dan menjadi perbincangan publik. Anies Baswedan yang saat itu masih menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta dan digadang-gadang menjadi salah satu calon presiden, selalu menjadi sasaran empuk untuk dibuat hoaks. Seperti *headline* berita berikut ini. “Gambar Anies membaca buku “101 cara ngeles” (<https://turnbackhoax.id/>, 5 Januari 2022), dan ini “Gambar Anies Baswedan Di Dalam Sumur Resapan” (<https://turnbackhoax.id/>, 9 Januari 2022). Juga maraknya berita tentang penculikan anak pada kurun waktu tersebut “Terjadi Aksi Penculikan anak di Cianjur” (<https://turnbackhoax.id/>, 14 Januari 2022).

**Grafik 2.9. Latar Hoaks Semester I 2022**



Sementara isu-isu dengan latar internasional, lebih banyak beredar hoaks terkait perang antara Rusia dan Ukraina, seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya.

## 9. Pihak Tiruan

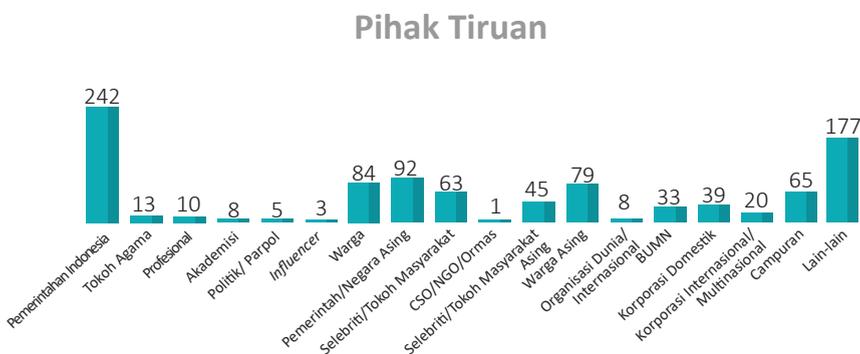
Berdasarkan Tabel 2.10. dan Diagram Batang 2.10., dapat dilihat bahwa pada semester pertama tahun 2022, pemerintah menjadi pihak yang paling banyak ditiru dalam narasi hoaks. Jumlah hoaks yang mencatut pemerintah/lembaga negara/orang yang mewakili dari lembaga negara ataupun institusi dibawah pemerintahan ditemukan mencapai 242 atau 24,5%. Atau dapat disebutkan hampir seperempat hoaks pada semester ini menyasar pemerintah. Dengan menyoroti tema yang paling populer pada periode ini adalah tema politik dan kesehatan, menjadi masuk akal kalau pemerintah menjadi pihak yang paling banyak ditiru, karena terkait dengan otoritas kebijakan dalam suatu negara. Isu Covid-19 pun dikaitkan dengan politik, karena terkait kebijakan pemerintah dalam menyelesaikan kasus ini. Faktor pandemi yang belum selesai, masih ditemukannya kasus positif Covid-19 di Indonesia, juga bantuan pemberian dana oleh pemerintah akibat pandemi, yang muncul sejak 2020 hingga 2022.

**Tabel 2.10. Pihak Tiruan dalam Hoaks Semester I 2022**

No	Pihak Tiruan	Frekuensi	Persentase
1	Pemerintahan Indonesia	242	24,5%
2	Tokoh Agama	13	1,3%
3	Profesional	10	1,0%
4	Akademisi	8	0,8%
5	Politisi/Parpol	5	0,5%
6	<i>Influencer</i>	3	0,3%
7	Warga	84	8,5%
8	Pemerintah/Negara Asing	92	9,3%
9	Selebriti/Tokoh Masyarakat	63	6,4%

10	CSO/NGO/Ormas	1	0,1%
11	Selebriti/Tokoh Masyarakat Asing	45	4,6%
12	Warga Asing	79	8,0%
13	Organisasi Dunia/Internasional	8	0,8%
14	BUMN	33	3,3%
15	Korporasi Domestik	39	4,0%
16	Korporasi Internasional/Multinasional	20	2,0%
17	Campuran	65	6,6%
18	Lain-lain	177	17,9%
Total		987	100,0%

**Grafik 2.10. Pihak Tiruan dalam Hoaks Semester I 2022**



Setelah pemerintah, pihak tiruan yang menempati posisi kedua adalah lain-lain, dengan jumlah sebanyak 177 atau 17,9%. Maksudnya lain-lain di sini adalah pihak lain selain tokoh agama, profesional, akademisi, politisi/parpol, *influencer*, warga, pemerintah/negara asing, selebriti/tokoh masyarakat, CSO/NGO/oramas, selebriti/tokoh masyarakat asing, warga asing, organisasi dunia/internasional, BUMN, korporasi domestik, dan korporasi internasional/ multinasional. Sementara posisi ketiga adalah pemerintah/negara asing sebanyak 92 atau 9,3%. *Public figure* juga dicatut dalam hoaks sebesar 4,6%, seperti Inul Daratista, Nikita Mirzani, Ivan Gunawan dan lain sebagainya. Hanya NGO dan organisasi dunia/international yang sedikit ditiru atau menjadi sasaran hoaks, hanya dibawah 1%.

# BAB III

## HOAKS SEPANJANG SEMESTER II TAHUN 2022

*Database* Mafindo menunjukkan bahwa pada enam bulan kedua Tahun 2022 telah terdeteksi 711 narasi hoaks. Dibandingkan dengan jumlah hoaks pada bulan yang sama di tahun 2021, terdapat penurunan sebesar 128 narasi hoaks (terdapat 839 narasi hoaks di semester kedua tahun 2021). Tren turunnya jumlah hoaks ini juga terjadi pada semester pertama tahun 2021. Dengan angka selisih 50%, terdapat penurunan sebesar 62 narasi hoaks (dari total 1049 narasi hoaks di tahun 2021).

Pada semester I Tahun 2022 hoaks di bidang kesehatan (154 hoaks, 15,6%) lebih sedikit dibandingkan bidang politik (273 hoaks, 27,7%). Justru pada semester II Tahun 2022 kedua tema hoaks tersebut saling bergulir dan mempengaruhi publik. Potensi hoaks di bidang politik di semester II 2022 menunjukkan dinamika yang progresif, yakni 276 hoaks (38,8%) dan hoaks bidang kesehatan mengalami penurunan dengan jumlah 88 hoaks (12,4%). Berikut adalah pemetaan hoaks pada semester dua tahun 2022 dengan menggunakan 9 kategori yang telah disebut di bab sebelumnya yang terdiri atas: tema, alat, saluran, tempat, misinformasi/disinformasi, alat, saluran, pihak tiruan, tipe narasi, gaya narasi, bukti klaim, latar, hingga tindak lanjut.

## A. Akumulasi per Bulan – Jumlah Hoaks

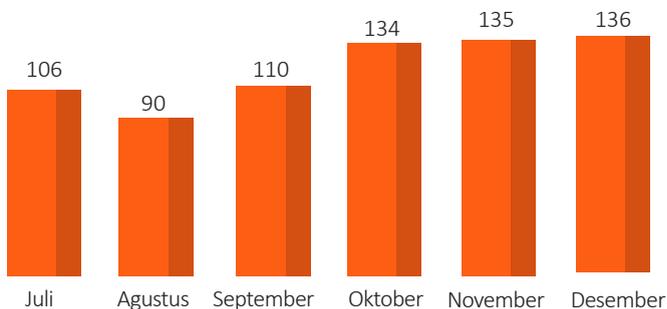
Pada semester II Tahun 2022, jumlah hoaks per bulan cenderung meningkat tiap bulannya, kecuali di bulan Agustus yang terjadi tren penurunan dengan jumlah 90 hoaks. Angka tersebut merupakan jumlah terkecil dalam jumlah hoaks per bulan. Jumlah hoaks tertinggi pada semester kedua adalah di bulan Desember 2022 dengan 136 hoaks. Meski demikian, jika dilihat dalam data jumlah hoaks perbulan dalam setahun, angka tersebut lebih kecil dibandingkan dengan hoaks tertinggi di semester pertama, yakni pada bulan Februari 2022 dengan 181 hoaks. Pada September 2022 jumlah hoaks meningkat menjadi 110 hoaks. Tren peningkatan terus terjadi di bulan berikutnya. Pada Oktober 2022, jumlah hoaks meningkat menjadi 134 hoaks, bulan November 2022 dengan 135 hoaks, dan ditutup di bulan Desember 2022 berjumlah 136 hoaks.

**Tabel 3.1. Jumlah Hoaks per Bulan Semester II 2022**

No.	Bulan	Frekuensi	Persentase
1	Juli	106	14,9%
2	Agustus	90	12,7%
3	September	110	15,5%
4	Oktober	134	18,8%
5	November	135	19,0%
6	Desember	136	19,1%
	TOTAL	711	100,0%

**Grafik 3.1. Jumlah Hoaks per Bulan Semester II 2022**

### Jumlah Hoaks per Bulan



## B. Jumlah per Kategori

### 1. Tema

Pada kategori tema hoaks, data pemetaan di semester kedua tahun 2022 menunjukkan bahwa hoaks politik kian menguat dengan total 276 hoaks. Angka tersebut menunjukkan bahwa terdapat 38,8% hoaks bertema politik dari keseluruhan total 711 hoaks. Dibandingkan dengan semester sebelumnya, data menunjukkan tren peningkatan jumlah hoaks politik. Meskipun tidak terlalu signifikan dari segi jumlah namun terdapat kenaikan 10% secara persentase. Salah satu hoaks terkait isu politik misalnya adalah hoaks dengan narasi “Ma’ruf amin: kas negara menipis Ma’ruf Amin minta rakyat sisihkan harta bantu pemerintah.” (turnbackhoax.id, 4 September 2022).

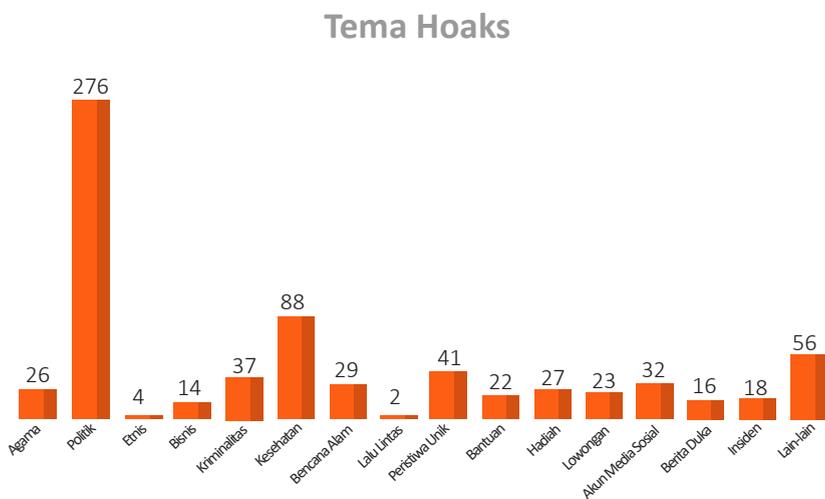
**Tabel 3.2. Tema Hoaks Semester II 2022**

No	Tema	Frekuensi	Persentase
1	Agama	26	3.7%
2	Politik	276	38.8%
3	Etnis	4	0.6%
4	Bisnis	14	2.0%
5	Kriminalitas	37	5.2%
6	Kesehatan	88	12.4%
7	Bencana Alam	29	4.1%
8	Lalu lintas	2	0.3%
9	Peristiwa Unik	41	5.8%
10	Bantuan	22	3.1%
11	Hadiah	27	3.8%
12	Lowongan	23	3.2%
13	Akun Media Sosial	32	4.5%
14	Berita Duka	16	2.3%
15	Insiden	18	2.5%
16	Lain-lain	56	7.9%
Total		711	100.0%

Kategorisasi tema hoaks tertinggi kedua dan ketiga di semester 2 adalah kesehatan dengan jumlah 88 hoaks (12,4%)

dan hoaks dengan tema lain-lain berjumlah 56 hoaks (7,9%). Tingginya jumlah hoaks pada kategori kesehatan sepanjang tahun 2022 sangat terkait dengan isu kesehatan dan perkembangan penyebaran Covid-19. Sejak akhir tahun 2021, pemerintah telah mencanangkan tahun 2022 sebagai tahun terakhir pandemi. Hal itu didukung dengan target pemerintah sebanyak 70% penduduk telah menerima vaksin Covid-19 ([https://covid19.go.id/edukasi/masyarakat-umum/jadikan-2022-tahun-terakhir-indonesia dalam-pandemi](https://covid19.go.id/edukasi/masyarakat-umum/jadikan-2022-tahun-terakhir-indonesia-dalam-pandemi)). Selebihnya, beberapa topik lain yang muncul di semester II ini adalah terkait tema peristiwa unik (41 hoaks), kriminalitas (37 hoaks) dan akun media sosial (32 hoaks).

**Grafik 3.2. Tema Hoaks Semester II 2022**



## 2. Tipe Misinformasi/Disinformasi

Kategorisasi pada tipe misinformasi/disinformasi didominasi oleh jenis ‘Konten yang Menyesatkan’ dengan total 344 hoaks. Hampir separuh dari keseluruhan hoaks menggunakan tipe ini (48,4%). Hoaks dengan tipe ini secara teknis dibuat dengan cara menggunakan informasi yang sesat untuk membingkai sebuah isu atau individu. Salah satu contoh hoaks viral dari jenis konten yang menyesatkan ialah dengan judul artikel “JOKOWI TAGIH HUTANG MALAYSIA 100 MILIAR LEWAT BANK DUNIA” (turnbackhoax.id, 30 Agustus 2022).

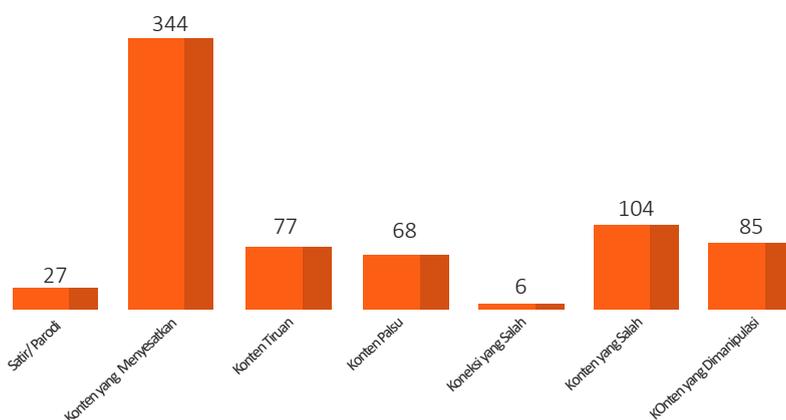
Di urutan kedua, hoaks dengan jenis ‘Konten yang Salah’ berjumlah 104 hoaks (14,6%) diikuti dengan tipe hoaks ‘Konten yang Dimanipulasi’ sebanyak 85 hoaks (12,0%). Konten yang salah adalah hoaks yang menggunakan konten asli untuk dipadankan atau dikaitkan dengan konteks informasi yang salah. Sedangkan konten yang dimanipulasi dibuat dengan cara memanipulasi informasi atau gambar yang asli (sengaja) untuk menipu.

**Tabel 3.3. Tipe Mis/Disinformasi Semester II 2022**

No	Tipe Mis/Disinformasi	Frekuensi	Persentase
1	Satir/Parodi	27	3.8%
2	Konten yang Menyesatkan	344	48.4%
3	Konten Tiruan	77	10.8%
4	Konten Palsu	68	9.6%
5	Koneksi yang Salah	6	0.8%
6	Konten yang Salah	104	14.6%
7	Konten yang Dimanipulasi	85	12.0%
Total		711	100.0%

**Grafik 3.3. Tipe Mis/Disinformasi Semester II 2022**

### Tipe Mis/ Disinformasi



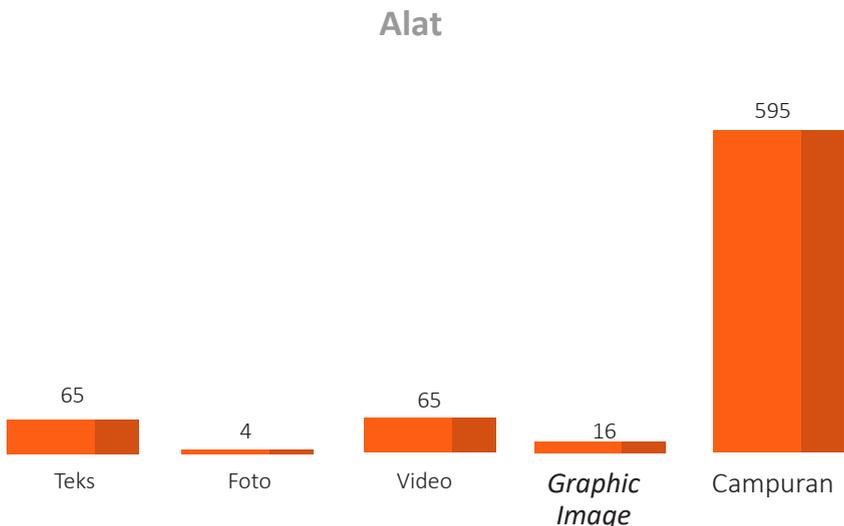
### 3. Alat

Berdasarkan alat penyusunnya, hoaks pada semester II disusun menggunakan sejumlah perangkat: teks, foto, video, dan *graphic image*. Berdasarkan sumber First Draft, metode gabungan dari sejumlah alat adalah modus terbanyak pada periode ini. Tercatat 595 hoaks atau 83,7% hoaks menggunakan sejumlah alat secara bersamaan. Baik itu teks, foto, video, maupun *graphic image*. Selebihnya, dengan persentase yang sangat kecil, hoaks tipe teks sejumlah 65 hoaks (9,1%), dan hoaks tipe video dengan jumlah 31 hoaks (4,4%). Berikut ini detail tabel dari grafik pemetaan hoaks pada semester II tahun 2022 berdasarkan alat yang digunakannya.

**Tabel 3.4. Alat Menyusun Hoaks Semester II 2022**

No	Alat	Frekuensi	Persentase
1	Teks	65	9.1%
2	Foto	4	0.6%
3	Video	31	4.4%
4	<i>Graphic Image</i>	16	2.3%
5	Campuran	595	83.7%
	Total	711	100.0%

**Grafik 3.4. Alat Menyusun Hoaks Semester II 2022**



Penggunaan sejumlah alat secara bersamaan yang sangat dominan menunjukkan adanya upaya untuk membuat hoaks memiliki tingkat kepercayaan yang semakin tinggi. Secara psikis, semakin banyak bukti yang diberikan, maka orang akan semakin mudah percaya atas sebuah narasi. Sebuah foto memiliki kekuatan yang jauh lebih besar dibandingkan teks yang dapat dengan mudah dituliskan siapapun. Begitu pula dengan video yang memiliki kekuatan “validasi” yang lebih tinggi dibandingkan dengan hanya sekedar teks atau foto. Dengan metode campuran, orang semakin diyakinkan dengan narasi hoaks yang dibuat.

Salah satu contoh narasi hoaks yang menggunakan alat teks dan video adalah “Video Luhut Perintahkan Kabareskrim Untuk Mengusut Kasus Pembunuhan Brigadir J.” (turnbackhoax.id, 31 Agustus 2022). Video ini tersebar di Facebook dan masuk dalam kategori konteks yang salah. Potongan video terkait penanganan kasus COVID-19 tersebut ditambahkan teks yang salah dengan mengaitkannya dengan pengusutan kasus pembunuhan Brigadir J. Betul bahwa dalam video tersebut terlihat Menko Luhut memerintahkan Komjen Agus supaya “jangan ragu-ragu” untuk “mencabut sampai akar-akarnya”, namun konteks aslinya adalah terkait dengan penanganan COVID-19, dalam kapasitasnya sebagai Menko sekaligus Koordinator PPKM Darurat. Penggunaan video dengan konteks yang salah tersebut, seolah sangat meyakinkan. Bagi publik yang tidak memahami konteks asli, akan memiliki potensi percaya dibandingkan dengan hanya membaca teks tulisan saja.

#### **4. Saluran**

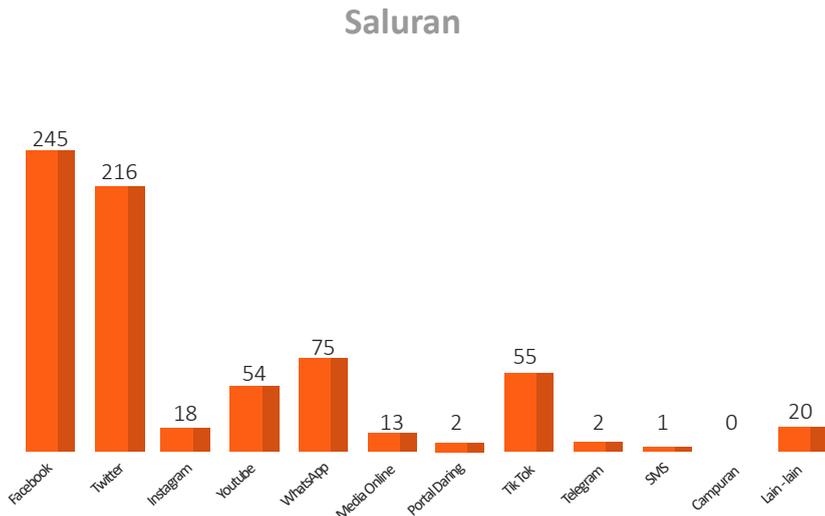
Salah satu karakteristik dari penyebaran hoaks yang semakin masif adalah penggunaan media sosial yang semakin dominan sebagai media komunikasi. Data “We Are Social” Januari 2022 menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial meningkat 12,6%. Dari segi jumlah, terdapat kenaikan jumlah pengguna media sosial dari 170 juta pada tahun 2021 menjadi 190,4 juta pada awal 2022. Berikut ini pemetaan penggunaan media sosial sebagai

saluran hoaks pada semester 2 tahun 2022.

**Tabel 3.5. Saluran Penyebaran Hoaks Semester II 2022**

No	Saluran	Frekuensi	Persentase
1	Facebook	245	34.5%
2	Twitter	216	30.4%
3	Instagram	18	2.5%
4	YouTube	54	7.6%
5	WhatsApp	75	10.5%
6	Media Online	13	1.8%
7	Portal Daring	2	0.3%
8	Tik Tok	65	9.1%
9	Telegram	2	0.3%
10	SMS	1	0.1%
11	Campuran	0	0.0%
12	Lain-lain	20	2.8%
Total		711	100.0%

**Grafik 3.5. Saluran Penyebaran Hoaks Semester II 2022**



*Platform* paling yang banyak digunakan sebagai media penyebaran hoaks adalah Facebook. Media sosial paling populer di Indonesia ini menjadi saluran yang paling banyak digunakan pada semester II tahun 2022. Sepertiga dari hoaks yang beredar

(34.5%) tersebar melalui media sosial ini. Itu artinya, terdapat 245 narasi hoaks. Saluran kedua yang banyak digunakan adalah Twitter. Sebanyak 216 narasi hoaks (30,4%) tersebar melalui Twitter. Di urutan ketiga, aplikasi WhatsApp menjadi saluran hoaks sejumlah 75 hoaks (10,5%). Yang menarik, sekaligus mengkhawatirkan, Tiktok mulai muncul sebagai media penyebaran hoaks, walaupun jumlahnya masih sedikit.

## 5. Tipe Narasi

Narasi hoaks setidaknya dapat dipetakan dalam tiga kategori utama: *pipe dream (wish dream-based hoax)*, *boogies (fear-based hoax)*, dan *wedge driver*. Masing-masing tipe narasi tersebut menasar pada dimensi harapan atau angan-angan, rasa takut, dan upaya menyusupkan pesan yang sedang tren dengan menyisipkan agenda lain. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa narasi hoaks yang menyusup pada agenda lain merupakan narasi dominan dalam pemetaan semester II tahun 2022. Hampir separuh (44%) dari keseluruhan hoaks menggunakan tipe narasi *wedge driver*. Sejumlah 313 narasi hoaks menggunakan jenis narasi ini dengan cara menyisipkan agenda lain dalam narasi-narasi yang sedang populer yang ada di tengah masyarakat.

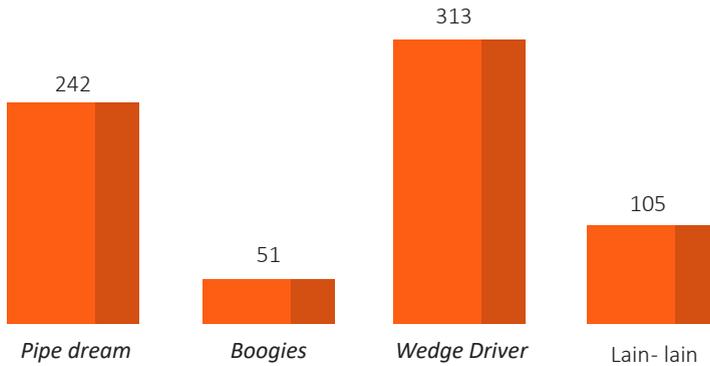
Pada urutan kedua, terdapat 242 narasi hoaks menggunakan narasi hoaks dengan tipe *pipe dream*. 34%, hoaks menggunakan angan-angan dan harapan publik dalam membangun narasinya. Sisanya, elemen ketakutan digunakan dalam 7.2% (51 narasi hoaks) tipe *boogies*. Sisanya, terdapat 14.8% hoaks yang menggunakan narasi lainnya.

**Tabel 3.6. Tipe Narasi Hoaks Semester II 2022**

No	Tipe Narasi	Frekuensi	Persentase
1	<i>Pipe dream</i>	242	34.0%
2	<i>Boogies</i>	51	7.2%
3	<i>Wedge Driver</i>	313	44.0%
4	Lain-lain	105	14.8%
Total		711	100.0%

**Grafik 3.6. Tipe Narasi Hoaks Semester II 2022**

**Tipe Narasi**



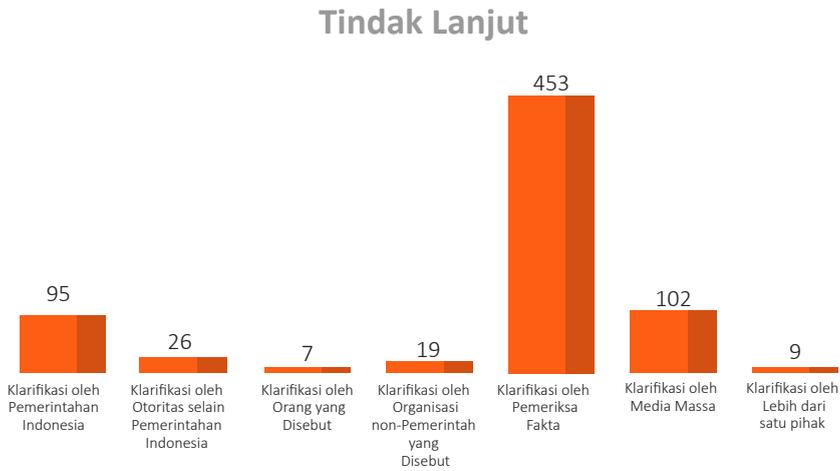
**6. Tindak Lanjut**

Sebagai bagian dari upaya melakukan *debunking*, klarifikasi atas hoaks yang menyerang sejumlah entitas merupakan salah satu elemen yang penting untuk dilakukan. Pada bagian ini, dipetakan siapa saja aktor yang secara aktif melakukan upaya klarifikasi narasi hoaks pada semester II tahun 2022. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa Pemeriksa Fakta adalah institusi yang paling banyak melakukan klarifikasi. Terdapat 453 narasi hoaks yang diklarifikasi oleh institusi ini. Itu artinya, lebih dari separuh dari total hoaks (63,7%) diklarifikasi oleh Tim Pemeriksa Fakta.

**Tabel 3.7. Tindak Lanjut atas Hoaks Semester II 2022**

No	Tindak Lanjut	Frekuensi	Persentase
1	Klarifikasi oleh Pemerintahan Indonesia	95	13.4%
2	Klarifikasi oleh Otoritas selain Pemerintahan Indonesia	26	3.7%
3	Klarifikasi oleh Orang yang Disebut	7	1.0%
4	Klarifikasi oleh Organisasi non-Pemerintah yang Disebut	19	2.7%
5	Klarifikasi oleh Pemeriksa Fakta	453	63.7%
6	Klarifikasi oleh Media Massa	102	14.3%
7	Klarifikasi oleh Lebih dari Satu Pihak	9	1.3%
Total		711	100.0%

**Grafik 3.7. Tindak Lanjut atas Hoaks Semester II 2022**



Media massa dalam periode ini berada pada urutan kedua sebagai entitas yang melakukan cek fakta dengan total 102 narasi hoaks yang berhasil diklarifikasi. Meski secara persentase agak jauh dibandingkan dengan jumlah klarifikasi yang dilakukan oleh Tim Pemeriksa Fakta (media massa melakukan klarifikasi sebesar 14,3% dari total 711 narasi hoaks), namun perannya cukup berarti. Setidaknya, hal itu menunjukkan tren naiknya kesadaran media untuk terlibat dalam aktivitas cek fakta. Sekalipun demikian, jumlah ini hanya berdasarkan arsip di [turnbackhoax.id](http://turnbackhoax.id) yang mengumpulkan klarifikasi dari berbagai sumber. Beberapa media massa juga memiliki kanal periksa faktanya sendiri, yang mungkin memuat klarifikasi yang belum teridentifikasi di situs [turnbackhoax.id](http://turnbackhoax.id). Di urutan selanjutnya, pemerintahan Indonesia melalui sumber *website* sebagai informasi bagi publik melakukan klarifikasi sebanyak 95 kali, atau sama dengan 13,4% dari total hoaks pada semester II tahun 2022.

## **7. Bukti Klaim**

Sebagai upaya meyakinkan calon korban, narasi hoaks menggunakan sejumlah bukti klaim yang beragam. Pemetaan oleh Tim Litbang Mafindo mencatat setidaknya terdapat sejumlah cara yang digunakan sebagai klaim hoaks: pengalaman langsung,

pencantuman tautan *url*, kutipan pernyataan dari individu atau organisasi, sumber-sumber yang tidak dapat diverifikasi, penggunaan gambar dan video, penggunaan *reasoning*, serta penggunaan beberapa bukti klaim sekaligus.

**Tabel 3.8. Bukti Klaim Hoaks Semester II 2022**

No	Bukti Klaim	Frekuensi	Persentase
1	Pengalaman langsung	10	1.4%
2	Pencantuman URL	37	5.2%
3	Kutipan dari orang/organisasi	14	2.0%
4	Kutipan dari sumber yang tidak dapat diverifikasi	7	1.0%
5	Penggunaan gambar/video	524	73.7%
6	Penggunaan <i>reasoning</i>	6	0.8%
7	Tanpa penjelasan	35	4.9%
8	Campuran	78	11.0%
Total		711	100.0%

**Grafik 3.8. Klaim Bukti Hoaks Semester II 2022**



Hasil pemetaan pada periode semester II tahun 2022 menunjukkan bahwa penggunaan gambar, video, atau keduanya paling banyak digunakan dalam narasi hoaks dengan total 524 hoaks. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa 73,7% dari total hoaks menggunakan bukti klaim gambar, video, atau keduanya. Urutan kedua, sebanyak 78 hoaks (11%) menggunakan kombinasi dari beberapa klaim hoaks yang ada. Tren dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa kecenderungan penggunaan video dan

kombinasi semakin banyak digunakan sebagai klaim hoaks. Kondisi tersebut membuat narasi hoaks berpotensi semakin tinggi mempengaruhi publik. Tren yang lain adalah pencantuman *url* pada 37 hoaks (5,2%). *Url* yang dicantumkan menimbulkan persepsi kepercayaan atas narasi tersebut semakin meningkat. Tautan *url* seolah menjadi “bukti” bahwa narasi yang disebarakan adalah benar.

## 8. Latar: Lokasi

Berdasarkan latar lokasinya, hoaks secara umum dapat dibedakan menjadi hoaks domestik (dalam negeri) dan hoaks dalam latar lokasi internasional. Sebanyak 500 hoaks atau 70,3% dari total 711 hoaks pada semester II tahun 2022 merupakan hoaks dengan latar domestik. Salah satunya ialah narasi hoaks yang berjudul Foto ‘Kevin Sanjaya calon pemimpin dari Partai Perindo’ (turnbackhoax.id, 8 September 2022). Hoaks ini mengambil latar nasional dengan mencatat nama seorang atlet bulu tangkis nasional dengan membuat narasi yang salah dengan latar domestik.

Data pemetaan dari tahun ke tahun menunjukkan dominasi dari hoaks dengan latar domestik. Hal itu dapat dipahami mengingat secara psikologis, orang akan lebih tertarik dengan isu yang memiliki kedekatan (*proximity*) dengan dirinya, baik kedekatan fisik-geografis maupun secara emosional. Tokoh Kevin Sanjaya memiliki kedekatan emosional dengan publik, terutama pecinta olah raga bulu tangkis. Hal itu semakin menguat terutama ketika ia memenangkan juara ganda putra All England 2017 dan 2018, serta Asian Games 2018. Dengan demikian, publik akan lebih tertarik pada narasi hoaks yang dibuat.

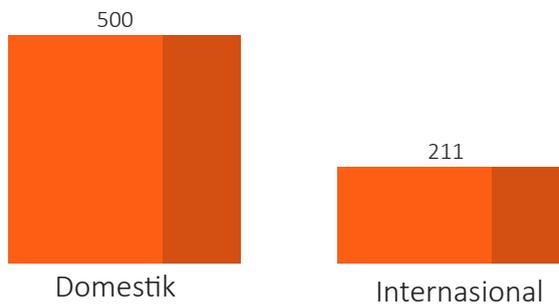
Di sisi lain, konten hoaks dengan berlatar internasional meski tidak memiliki kedekatan fisik dan geografis, masih berpeluang untuk menarik dibaca karena adanya kedekatan emosional. Tercatat sebanyak 211 hoaks (29,7%) pada semester II tahun 2022 dibuat dengan latar internasional.

**Tabel 3.9. Latar Hoaks Semester II 2022**

No	Lokasi	Frekuensi	Persentase
1	Domestik	500	70.3%
2	Internasional	211	29.7%
Total		711	100.0%

**Grafik 3.9. Latar Hoaks Semester II 2022**

### Latar Hoaks



## 9. Pihak Tiruan

Terakhir, siapakah yang paling banyak dicatut namanya dalam narasi hoaks di semester II tahun 2022? Berikut ini hasil pemetaan Tim Litbang Mafindo. Entitas pemerintah Indonesia merupakan entitas yang paling banyak mendapatkan serangan dengan total 175 hoaks. Sekitar seperempat dari keseluruhan hoaks (24,6%) mengambil nama tokoh atau entitas yang merepresentasikan pemerintah Indonesia. Salah satu adalah narasi yang berjudul “Ibu Kandung Jokowi Bernama Sulami yang Merupakan Aktivistis GERWANI.” (turnbackhoax.id, 14 September 2022) yang sempat *trending* di tengah masyarakat. Pada urutan selanjutnya, dari kategori lain-lain memiliki intensitas yang paling cukup tinggi dengan jumlah 133 hoaks atau 18,7%, lalu campuran ada sebanyak 102 hoaks (14,3%). Berikut ini data selengkapnya dalam bentuk tabel dan grafik.

**Tabel 3.10. Pihak Tiruan dalam Hoaks Semester II 2022**

No	Pihak Tiruan	Frekuensi	Persentase
1	Pemerintahan Indonesia	175	24.6%
2	Tokoh Agama	0	0.0%
3	Profesional	2	0.3%
4	Akademisi	0	0.0%
5	Politisi/Parpol	12	1.7%
6	<i>Influencer</i>	5	0.7%
7	Warga	58	8.2%
8	Pemerintah/Negara Asing	63	8.9%
9	Selebriti/Tokoh Masyarakat	34	4.8%
10	CSO/NGO/Ormas	3	0.4%
11	Selebriti/Tokoh Masyarakat Asing	22	3.1%
12	Warga Asing	54	7.6%
13	Organisasi Dunia/Internasional	5	0.7%
14	BUMN	13	1.8%
15	Korporasi Domestik	22	3.1%
16	Korporasi Internasional/Multinasional	8	1.1%
17	Campuran	102	14.3%
18	Lain-lain	133	18.7%
Total		711	100.0%

**Grafik 3.10. Pihak Tiruan dalam Hoaks Semester II 2022**



# BAB IV

## HOAKS SEPANJANG TAHUN 2022

Tahun 2022 jumlah hoaks yang telah *di-debunk* oleh tim pemeriksa fakta Mafindo berjumlah 1698 artikel. Apabila dibandingkan dengan jumlah hoaks sepanjang tahun 2021, ada penurunan kurang lebih 10%, dimana hoaks tercatat sejumlah 1888 buah. Rata-rata hoaks per bulan juga menurun dari 5 hingga 6 hoaks per hari di tahun 2021 menjadi 4 hingga 5 hoaks di tahun 2022.

Pemetaan secara lebih terperinci berdasarkan kategorisasi yang disusun dapat dijabarkan sebagai berikut.

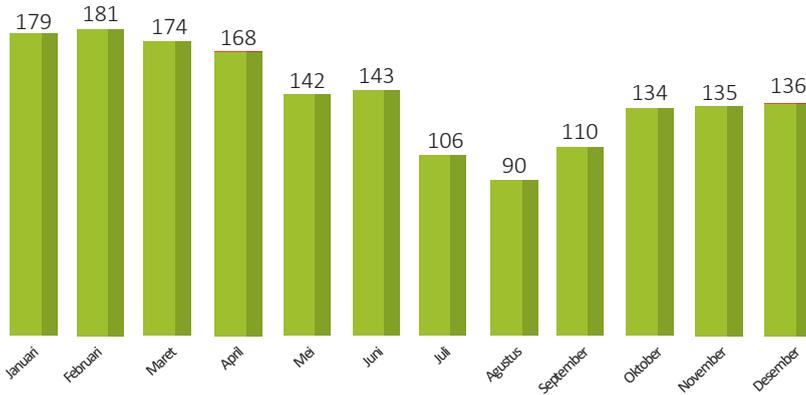
### A. Akumulasi per Bulan - Jumlah Hoaks

**Tabel 4.1. Jumlah Hoaks Sepanjang Tahun 2022**

No.	Bulan	Frekuensi	Persentase
1	Januari	179	10,5%
2	Februari	181	10,7%
3	Maret	174	10,2%
4	April	168	9,9%
5	Mei	142	8,4%
6	Juni	143	8,4%
7	Juli	106	6,2%
8	Agustus	90	5,3%
9	September	110	6,5%

10	Oktober	134	7,9%
11	November	135	8,0%
12	Desember	136	8,0%
TOTAL		1698	100,0%

**Grafik 4.1. Jumlah Hoaks Sepanjang Tahun 2022**  
**Jumlah Hoaks per Bulan**



Sepanjang tahun 2022, Bulan Januari dan Februari merupakan bulan dengan jumlah hoaks yang paling banyak, yaitu masing-masing berjumlah 179 hoaks (10,5) dan 181 hoaks (10,7%). Ini artinya terdapat rata-rata 4 hingga 5 hoaks per hari. Pada bulan-bulan berikutnya, yaitu Maret, April, Mei, Juni, dan Juli jumlah hoaks yang *di-debunk* semakin menurun, hingga pada bulan Agustus mencapai titik yang terendah yaitu 90 hoaks (5,3%). Walaupun hoaks yang beredar masih seputar kesehatan dan politik, namun jumlahnya menurun drastis. Di pertengahan tahun 2022, tren pembicaraan tentang Covid-19 juga sudah jauh menurun, sementara suhu politik juga belum terlalu panas. Baru pada bulan September 2022, jumlah hoaks merangkak naik kembali hingga akhir tahun 2022, ditutup dengan jumlah hoaks sebesar 136 (8%) di bulan Desember 2022. Isu-isu politik mulai diperbincangkan, seiring persiapan penyelenggaraan pemilu 2024.

Pemetaan secara lebih terperinci berdasarkan kategorisasi yang disusun dapat dijabarkan dalam tabel-tabel di bawah ini.

## B. Jumlah per Kategori

### 1. Tema

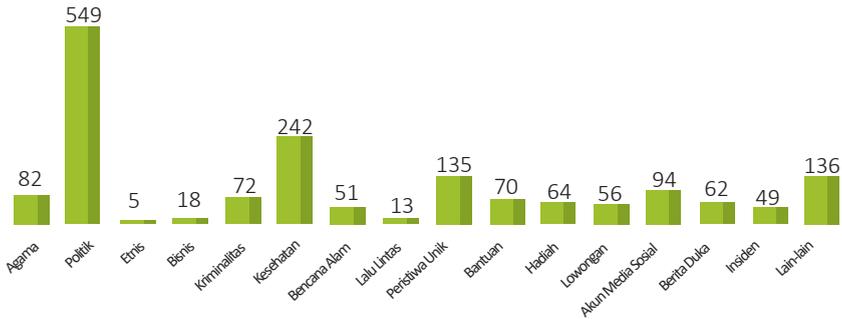
Dari hasil pemetaan terkait tema hoaks yang beredar selama tahun 2022, bisa dilihat bahwa tema politik tetap mendominasi yaitu sebesar 549 (32,3%), bahkan jumlahnya *double* dibanding tema kesehatan yang berjaya sebagai tema hoaks paling populer pada awal tahun 2020. Pada tahun 2022 tema kesehatan menempati posisi kedua sebesar 242 (14,3%), diikuti oleh hoaks bertema lain-lain dan peristiwa unik dengan jumlah yang hampir sama yaitu sekitar 8 persen. Sementara tema yang lain berjumlah di bawah 5,5 persen, seperti tema akun media sosial 94 buah (5,5%), agama 82 buah (4,8%), kriminalitas 72 buah (4,2%), bantuan 70 buah (4,1%), hadiah 64 buah (3,8%), berita duka 62 buah (3,7%), lowongan 56 buah (3,3%), bencana alam 51 buah (3,0%), insiden 49 buah (2,9%), bisnis 18 buah (1,1%). Bahkan ada tema yang memiliki porsi di bawah satu persen yaitu tema lalu lintas (0,8%) dan etnis (0,3%).

**Tabel 4.2. Tema Hoaks Sepanjang Tahun 2022**

No	Tema	Frekuensi	Persentase
1	Agama	82	4.8%
2	Politik	549	32.3%
3	Etnis	5	0.3%
4	Bisnis	18	1.1%
5	Kriminalitas	72	4.2%
6	Kesehatan	242	14.3%
7	Bencana Alam	51	3.0%
8	Lalu lintas	13	0.8%
9	Peristiwa Unik	135	8.0%
10	Bantuan	70	4.1%
11	Hadiah	64	3.8%
12	Lowongan	56	3.3%
13	Akun Media Sosial	94	5.5%
14	Berita Duka	62	3.7%
15	Insiden	49	2.9%
16	Lain-lain	136	8.0%
Total		1,698	100.0%

**Grafik 4.2 Tema Hoaks Sepanjang Tahun 2022**

**Tema Hoaks**



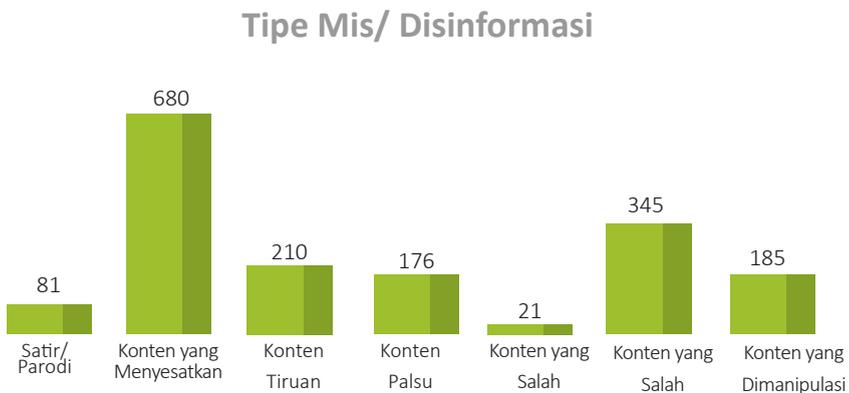
Banyak pihak yang meyakini bahwa hoaks tema politik akan terus merangkak tajam seiring dengan semakin dekatnya pemilu 2024 yang akan diselenggarakan pada bulan Februari 2024. Di era digital ini, hoaks sudah menjadi bagian dari permainan politik yang diolah untuk mencapai kepentingan pribadi atau golongan. Belajar dari pengalaman pemilu 2019, hoaks menyerang banyak entitas, mulai dari kandidat dan pendukung kandidat, sebagai bentuk fanatisme buta dari para suporter, hingga menyerang lembaga Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu). Proses pemilunya sendiri juga diserang dengan hoaks. Dari kejadian tersebut banyak pengamat menduga ada pihak-pihak yang berupaya untuk menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pemilu dan mendelegitimasi hasil dari pemilu tersebut. Hal ini menjadikan hoaks bertema politik selalu mengemuka.

## 2. Tipe Misinformasi/Disinformasi

**Tabel 4.3. Tipe Misinformasi/Disinformasi Hoaks Sepanjang Tahun 2022**

No	Tipe Mis/Disinformasi	Frekuensi	Persentase
1	Satir/Parodi	81	4.8%
2	Konten yang Menyesatkan	680	40.0%
3	Konten Tiruan	210	12.4%
4	Konten Palsu	176	10.4%
5	Koneksi yang Salah	21	1.2%
6	Konten yang Salah	345	20.3%
7	Konten yang Dimanipulasi	185	10.9%
Total		1698	100%

**Grafik 4.3. Tipe Mis/Disinformasi Sepanjang Tahun 2022**



Sebesar 40% hoaks yang beredar sepanjang tahun 2022 memiliki tipe ‘Konten yang Menyesatkan,’ dan menempatkan tipe ini menjadi tipe mis/disinformasi yang paling populer. Produsen hoaks dengan sengaja menggunakan informasi untuk membingkai suatu isu atau individu tertentu dengan menghilangkan konteksnya dan mengarahkan opini pembaca agar sesuai dengan keinginan pembuatnya. Sementara ‘Konten yang Salah’ menempati posisi yang kedua, sebesar 345 buah (20,3%). Persis dibawahnya adalah ‘Konten yang Dimanipulasi’ sebesar 10,9 %. Sebenarnya manipulasi informasi ini sudah ada sejak dulu. Dalam kasus ini, informasi yang sesungguhnya memang pernah terjadi, namun ada manipulasi

penyampaian yang disengaja, bisa menggunakan gambar lama dalam penyajiannya, ataupun video/gambar baru dengan narasi baru yang sudah diubah pada bagian tertentu sehingga mengubah makna dengan tujuan mengecoh audien. Misinformasi jenis ini umumnya memiliki kepentingan propaganda dan tak jarang bersifat provokatif.

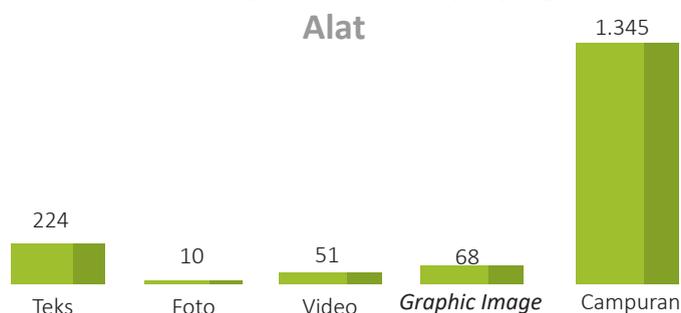
Walaupun jumlah tipe satir yang beredar hanya dibawah 5%, namun tetap berkontribusi dalam mendorong terjadinya misinterpretasi, karena masyarakat kesulitan dalam membedakan antara satir dan kabar bohong. Hal ini pernah dikaji oleh Schoentaler dan Bedard (2018). Menurut studi mereka, sosio-demografis *users* biasanya menjadi faktor utama sulitnya membedakan berita satir dan kabar bohong. Berita satir tanpa humor pun tidak jarang dilabeli kabar bohong oleh beberapa *users*. Dampaknya, kabar bohong pun sering dilabeli sebagai satir, terlebih lagi saat konten berita tersebut menggugah emosi dan menyinggung ideologi atau sikap dari audiens.

### 3. Alat

**Tabel 4.4. Alat Menyusun Hoaks Sepanjang Tahun 2022**

No	Alat	Frekuensi	Persentase
1	Teks	224	13.2%
2	Foto	10	0.6%
3	Video	51	3.0%
4	<i>Graphic Image</i>	68	4.0%
5	Campuran	1345	79.2%
Total		1698	100.0%

**Grafik 4.4. Alat Menyusun Hoaks Sepanjang Tahun 2022**



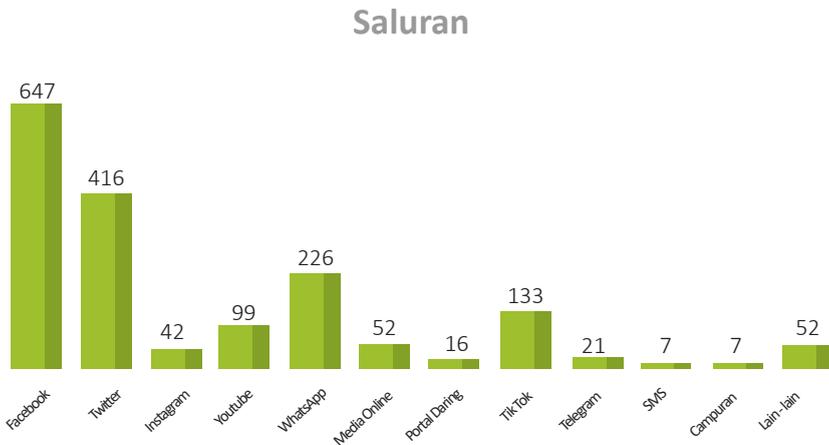
Sebagaimana terlihat pada tabel dan grafik 4.4, hampir 80% (1345) hoaks disusun dengan alat campuran, baik antara teks dan foto, teks dan *graphic Image*, teks dengan video, maupun campuran lainnya. Hoaks yang berupa *graphic image*, video, atau foto saja, jumlahnya sangat sedikit, hanya dibawah 4%. Walaupun bentuk visual/gambar digunakan sebagai material utama yang bersifat imajinatif, multi persepsi, dan mudah dimanipulasi dengan *software* tertentu, namun jika dipakai secara mandiri, kurang memberikan dampak yang signifikan terhadap pembentukan opini. Akan berbeda hasilnya jika disertai dengan narasi/teks yang provokatif. Masyarakat akan lebih mudah terpersuasi dan tergiring opininya. Begitupula dengan hoaks yang hanya berupa teks saja, jumlahnya hanya 13,2%, jauh dari jumlah hoaks yang memakai alat campuran.

#### 4. Saluran

**Tabel 4.5. Saluran Penyebaran Hoaks Sepanjang Tahun 2022**

No	Saluran	Frekuensi	Persentase
1	Facebook	627	36.9%
2	Twitter	416	24.5%
3	Instagram	42	2.5%
4	YouTube	99	5.8%
5	WhatsApp	226	13.3%
6	Media <i>Online</i>	52	3.1%
7	Portal Daring	16	0.9%
8	Tik Tok	133	7.8%
9	Telegram	21	1.2%
10	SMS	7	0.4%
11	Campuran	7	0.4%
12	Lain-lain	52	3.1%
Total		1,698	100.0%

**Grafik 4.5. Saluran Penyebaran Hoaks Sepanjang Tahun 2022**



Dari tabel di atas tampak bahwa Facebook tetap menjadi saluran terfavorit bagi produsen untuk menyebarkan hoaks, dengan angka mencapai hampir 37% (627 hoaks), sementara Twitter menempati posisi kedua dengan jumlah 416 hoaks (24,5%), dan WhatsApp menempati posisi ketiga dengan jumlah 226 hoaks (13,3%). Berdasarkan laporan Hootsuite, We Are Social, Facebook memiliki 1,98 miliar pengguna di dunia pada Januari 2023. Di Indonesia, per Februari 2023, Facebook telah mencatat 191,4 juta pengguna. Berdasarkan data Napoleon Cat, jumlah ini meningkat 11,09% dibandingkan bulan sebelumnya yang berjumlah 172,3 juta pengguna. Hal ini menempatkan Indonesia sebagai pengguna Facebook terbesar ketiga di dunia pada awal tahun 2023, setelah Amerika Serikat dan India (Sarnita Sadya, 2023). Lebih jauh lagi, dari jumlah tersebut, jika dilihat dari usianya, pengguna Facebook domestik terbesar berada pada kelompok usia 18-24 tahun (31,9%). Sebagian besar merupakan kelompok pemilih pemula, yang seringkali menjadi bagian target kampanye pasangan calon. Twitter menempati posisi kedua sebagai saluran yang digunakan untuk penyebaran hoaks, sebesar 416 hoaks (24,5%). Pengguna Twitter cukup besar di Indonesia, mencapai 24 juta pengguna pada awal tahun 2023 (We Are Social, 2023), bahkan Jakarta dijuluki sebagai ‘ibukota Twitter’ (Workshop “Social media in Indonesia: Trends and

challenges“ KITLV, 2023), menjadikan Twitter media yang sangat potensial untuk menyebarkan hoaks.

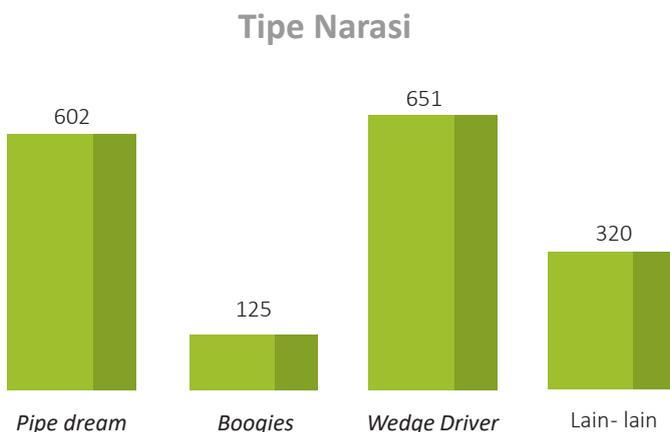
## 5. Tipe Narasi

**Tabel 4.6. Tipe Narasi Hoaks Sepanjang Tahun 2022**

No	Tipe Narasi	Frekuensi	Persentase
1	<i>Pipe dream</i>	602	35.5%
2	<i>Boogies</i>	125	7.4%
3	<i>Wedge Driver</i>	651	38.3%
4	Lain-lain	320	18.8%
Total		1,698	100.0%

Dalam menyusun hoaks, tipe *wedge driver* merupakan tipe yang paling banyak diproduksi dalam menciptakan hoaks selama kurun waktu 2022. Tipe *wedge driver* adalah hoaks dengan muatan tertentu, dan biasanya digunakan untuk menyerang seseorang. Akibatnya, hoaks tidak lagi hanya sekedar misinformasi/disinformasi, tetapi sudah menjadi ujaran kebencian (*hate speech*). Polarisasi yang terjadi di Indonesia menjadikan hoaks tipe *wedge driver* ini semakin dominan. Masing-masing kubu saling mengejek dan mengolok-olok kandidat yang didukung lawan melalui hoaks dan ujaran kebencian yang di-*posting* di sosial media sebagai bentuk fanatisme buta. Bahkan dengan kata-kata atau meme satir yang sangat kasar.

**Grafik 4.6. Tipe Narasi Hoaks Sepanjang Tahun 2022**



Posisi kedua ditempati oleh tipe *pipe dream* yang memiliki besaran yang hampir seimbang dengan tipe sebelumnya, yaitu 35,5%. Tipe *pipe dream* adalah narasi hoaks yang sifatnya *'too good to be true'* atau terlalu indah untuk menjadi kenyataan. Isinya hal-hal yang sangat positif, seperti mimpi untuk jadi kenyataan. Terdapat tipe yang ketiga yaitu tipe *boogies*, yang merupakan kebalikan dari tipe *pipe dream*. Tipe *boogies* ini bersifat *fear mongering* atau *scare mongering*, *boogies* bermakna *'too bad to be true'* terlalu buruk untuk jadi kenyataan. Tipe ini kurang diminati oleh produsen hoaks sepanjang tahun 2022, hanya sekitar 7,4% saja, cukup jauh dibanding dua tipe narasi hoaks yang telah dibahas sebelumnya.

## 6. Tindak Lanjut

Bagian yang tidak kalah penting adalah siapa saja aktor yang terlibat dalam upaya melakukan klarifikasi atas hoaks yang beredar. Peredaran hoaks penting untuk ditindaklanjuti untuk memberikan klarifikasi sehingga tidak merugikan pihak-pihak terkait. Dalam kategori ini, terdapat 6 aktor yang terlibat dalam upaya klarifikasi hoaks sepanjang tahun 2022. Enam aktor tersebut adalah pemerintah, otoritas lainnya, orang yang disebut dalam hoaks, organisasi non-pemerintah yang disebut dalam hoaks, organisasi pemeriksa fakta, dan terakhir media massa. Tabel 4.7 memperlihatkan hasil *mapping* atas hal tersebut.

**Tabel 4.7. Tindak Lanjut atas Hoaks Sepanjang Tahun 2022**

No	Tindak Lanjut	Frekuensi	Persentase
1	Klarifikasi oleh Pemerintahan Indonesia	248	14.6%
2	Klarifikasi oleh Otoritas selain Pemerintah Indonesia	86	5.1%
3	Klarifikasi oleh Orang yang Disebut	22	1.3%
4	Klarifikasi oleh Organisasi non-Pemerintah yang Disebut	56	3.3%
5	Klarifikasi oleh Pemeriksa Fakta	1011	59.5%
6	Klarifikasi oleh Media Massa	213	12.5%
7	Klarifikasi oleh Lebih dari Satu Pihak	62	3.7%
Total		1698	100 %

**Grafik 4.7. Tindak Lanjut atas Hoaks Sepanjang Tahun 2022**

Data menunjukkan bahwa lebih dari separuh (59.5%) klarifikasi dilakukan oleh pemeriksa fakta. Itu artinya dari total 1698 hoaks sepanjang tahun 2022, terdapat 1011 hoaks yang diklarifikasi oleh organisasi pemeriksa fakta. Adapun contoh hoaks yang diklarifikasi oleh tim pencari fakta seperti “Link untuk Mengecek Undian BRI” (turnbackhoax.id, 6 Maret 2022). Hoaks tersebut pihak yang dicatut adalah pihak BRI, namun tidak ditemukan klarifikasi dari pihak BRI atas hoaks tersebut. Begitu juga dengan hoaks “Giveaway RANS Entertainment 5 juta untuk 500 orang” (turnbackhoax.id, 8 Maret 2022). Sejauh ini, tidak ditemukan klarifikasi dari pihak RANS atas

hoaks tersebut. Klarifikasi dilakukan oleh tim pencari fakta.

Pihak kedua yang paling banyak melakukan klarifikasi adalah pemerintah Indonesia dengan total 248 klarifikasi (14.6%). Angka ini sangat jauh jika dibandingkan dengan jumlah klarifikasi oleh pemeriksa fakta. Sedikit di bawahnya, klarifikasi ketiga paling banyak dilakukan oleh media massa dengan 213 klarifikasi (12.5%). Data yang penting dilihat juga adalah perbandingan antara jumlah hoaks yang menyerang pemerintah sebanyak 417 hoaks, namun hanya sekitar separuh saja (59.4%) atau 248 klarifikasi saja yang dibuat. Dengan demikian, terdapat 169 hoaks yang menyerang pemerintah namun tidak diklarifikasi.

Contoh klarifikasi oleh pemerintah atas hoaks yang menyerangnya adalah “Akun WhatsApp Bupati Bojonegoro Anna Mu’awanah “+6281334073094” (turnbackhoax.id, 10 Maret 2022). Hoaks ditindaklanjuti oleh Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Pemkab Bojonegoro, Triguno Sudjono Prio. Ia menegaskan bahwa pesan WhatsApp yang beredar di masyarakat dan mengatasnamakan Bupati Bojonegoro, Anna Mu’awanah tersebut tidak benar alias hoaks.

Selbihnya, klarifikasi dilakukan oleh otoritas selain pemerintah Indonesia (86), organisasi non-pemerintah yang disebut (56), orang yang disebut (22), dan klarifikasi yang dilakukan oleh beberapa pihak (62 klarifikasi). Contoh tindak lanjut yang diklarifikasi oleh pihak media massa adalah “Yaqut Bepura-pura Jadi Mualaf Agar Menjadi Menteri Melalui NU” (turnbackhoax.id, 5 Maret 2022). Pihak media massa yang melakukan klarifikasi bahwa kabar tersebut adalah hoaks di situs [nu.or.id](http://nu.or.id). Secara visual, data lengkap dapat dilihat dalam grafik 4.7.

## **7. Bukti Klaim**

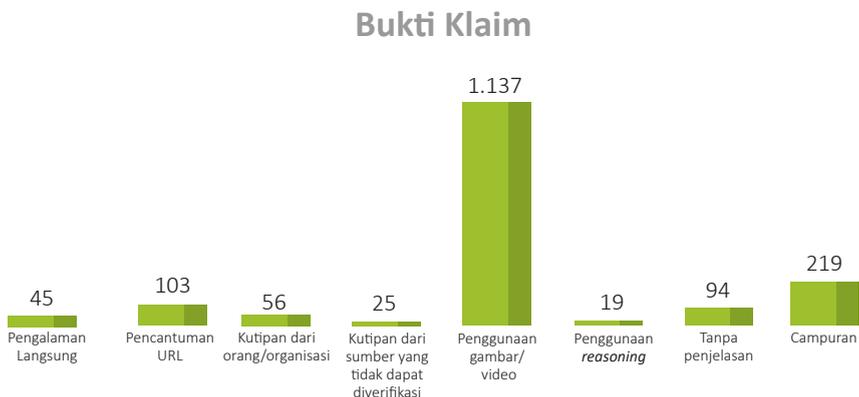
Berdasarkan hasil pemetaan, penggunaan gambar dan video merupakan bukti klaim hoaks yang paling tinggi di tahun 2022. Sebanyak 1137 narasi hoaks menggunakan kedua medium ini sebagai alasan penguat dari klaim hoaksnya. Secara psikologis, karakteristik visual dari keduanya memiliki kekuatan yang lebih tinggi dan mudah diterima oleh kalangan luas. Medium visual tidak

mensyaratkan ketrampilan membaca dan memahami kalimat, sehingga mereka yang berpendidikan rendah atau bahkan tidak dapat membaca dapat lebih mudah terkena serangan hoaks. Selain itu, video seringkali memiliki efek yang lebih meyakinkan dari pada tulisan. Lebih dari separuh (67%) hoaks menggunakan klaim argumen ini. Lebih detail, dapat dilihat pada tabel 4.8.

**Tabel 4.8. Bukti Klaim Hoaks Sepanjang Tahun 2022**

No	Bukti Klaim	Frekuensi	Persentase
1	Pengalaman langsung	45	2.7%
2	Pencantuman URL	103	6.1%
3	Kutipan dari orang/organisasi	56	3.3%
4	Kutipan dari sumber yang tidak dapat diverifikasi	25	1.5%
5	Penggunaan gambar/video	1137	67.0%
6	Penggunaan <i>reasoning</i>	19	1.1%
7	Tanpa penjelasan	94	5.5%
8	Campuran	219	12.9%
Total		1,698	100.0%

**Grafik 4.8. Klaim Bukti Hoaks Sepanjang Tahun 2022**



Selain menggunakan gambar/video, terdapat 219 hoaks yang menggunakan kombinasi dari beberapa klaim, baik itu gambar, video, pengalaman langsung, pencantuman *url*, kutipan dari orang/organisasi, kutipan dari sumber yang tidak dapat diverifikasi, maupun penggunaan *reasoning*. Efeknya tentu saja semakin maksimal. Hoaks yang menggunakan kombinasi dari beberapa bukti klaim tersebut.

Di urutan ketiga, pencantuman *url* merupakan klaim hoaks yang paling banyak digunakan dengan 103 narasi. Salah satunya adalah hoaks kesehatan yang berjudul *Daftar Kandungan Bahan Kimia Berbahaya dalam Vaksin Covid-19*. Hoaks ini beredar pada 16 Januari 2022. Pencantuman kandungan aluminium (Al) yang disebut dalam narasi tersebut masuk kategori *misleading content* atau konten yang menyesatkan. Aluminium dalam kandungan vaksin sudah berbentuk garam dan sudah memenuhi batas aman farmasi. Link yang dicantumkan dibuat dalam bahasa Inggris dan berusaha meyakinkan korban.

Selebihnya, hoaks menggunakan bukti klaim kutipan dari orang yang memiliki otoritas atau organisasi (56 narasi), mengaku sebagai sebuah pengalaman langsung (45 narasi), sumber kutipan yang tidak dapat diverifikasi (25 narasi), dan terakhir menggunakan *reasoning* (19 narasi). Selebihnya, terdapat 94 narasi hoaks yang dibuat tanpa penjelasan yang memadai.

## **8. Latar: Lokasi**

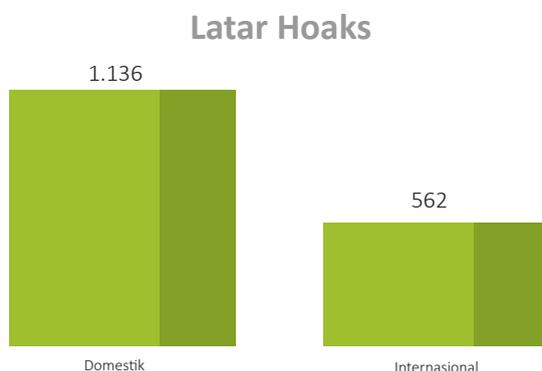
Hoaks yang terkumpul pada database Mafindo selama tahun 2022 paling banyak mengambil latar domestik. Jumlahnya mencapai 1.136 hoaks (66,9%). Sisanya terdapat 562 hoaks mengambil *setting*

luar negeri (33,1%). Sekalipun jauh lebih kecil dari persentase hoaks domestik, jumlah ini menunjukkan bahwa peristiwa-peristiwa di luar negeri juga digunakan untuk mengelabui dan menggerakkan opini masyarakat di dalam negeri.

**Tabel 4.9. Latar Hoaks Sepanjang Tahun 2022**

No	Lokasi	Frekuensi	Persentase
1	Domestik	1,136	66.9%
2	Internasional	562	33.1%
	Total	1,136	66.9%

**Grafik 4.9. Latar Hoaks Sepanjang Tahun 2022**



Kota-kota besar di Indonesia menjadi sasaran hoaks serta berulang kali muncul dalam hoaks-hoaks yang beredar. Tidak hanya kota besar, hoaks juga mengambil latar kota setingkat kabupaten. Penggunaan latar tempat dalam hoaks merupakan upaya untuk membuat hoaks tersebut benar terjadi. Contoh hoaks yang mengambil latar kota kota besar di Indonesia adalah: Jakarta dalam hoaks “Gambar Anies Baswedan Di Dalam Sumur Resapan” (turnbackhoax.id, 9 Januari 2022) dan “Video Anies Baswedan “Alhamdulillah blio gak mati klelep...” (turnbackhoax.id, 24 Januari 2022).

Selain dengan menyebut nama kota, hoaks dengan latar domestik juga muncul dalam cara pembuatan narasi hoaks dengan konteks lokal. Contoh judulnya adalah “Bubuk Jahe Dapat

Menyembuhkan Infeksi Varian Omicron” (turnbackhoax.id, 24 Januari 2022) dan “Siap-siap Suntik Vaksin Dosis Ketiga, Tak Punya Kartu BPJS Kesehatan Wajib Bayar” (turnbackhoax.id, 2 Februari 2022). Kata jahe dan BPJS tersebut digunakan untuk menunjukkan lokalitas dan upaya meyakinkan pembaca.

Hoaks dengan latar internasional biasanya sesuatu yang akan berkaitan langsung dengan situasi sosial di Indonesia. Contoh hoaks internasional adalah “Raja Salman Meninggal Dunia” (turnbackhoax.id, 3 Februari 2022) dan “Foto “this is an Amazing shot of San Francisco!!” (turnbackhoax.id, 28 Februari 2022). Artinya hoaks internasional dalam peredarannya masih dengan mudah dipercayai oleh masyarakat. Hal ini tentu tidak terlepas dari tingkat literasi masyarakat yang belum baik, sehingga mudah diperdaya hoaks, bahkan sekelas hoaks internasional.

## **9. Pihak Tiruan**

Dimensi penting yang juga perlu dipetakan dalam narasi hoak adalah pihak yang ditiru atau “dihोakskan.” Hasil pemetaan menunjukkan bahwa pemerintah merupakan pihak yang paling banyak dihoakskan sepanjang tahun 2022. Data pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa jumlah hoaks yang mencatut pemerintah Indonesia/lembaga negara/orang yang mewakilinya mencapai 417 narasi (24,6%). Hasil pembacaan menunjukkan kecenderungan umum hoaks yang menyerang pemerintah bertujuan untuk menurunkan citra pemerintah. Beberapa nama yang banyak dicatut adalah Presiden Joko Widodo, dan Wapres RI KH Ma’ruf Amin, Menteri, sejumlah Gubernur, dan Bupati. “FADLI ZON AKHIRNYA RESMI DIPECAT DARI KURSI DPR” (turnbackhoax.id, 29 Maret 2022) merupakan salah satu contoh konten narasi hoaks yang menghubungkan Fadli Zon dengan terorisme. Beberapa contoh hoaks yang lain adalah “Lowongan Kerja Dinas Kesehatan Kabupaten Kediri” (turnbackhoax.id, 14 April 2022), “Jokowi Mengatakan Revolusi Mental Akan Gagal Kalau Agama Tidak Dipisahkan dari Politik” (turnbackhoax.id, 17 April 2022), dan “Video Benda Asing Menabrak Bulan” (turnbackhoax.id, 17 April 2022).

**Tabel 4.10. Pihak Tiruan dalam Hoaks Sepanjang Tahun 2022**

No	Pihak Tiruan	Frekuensi	Persentase
1	Pemerintahan Indonesia	417	24.6%
2	Tokoh Agama	13	0.8%
3	Profesional	12	0.7%
4	Akademisi	8	0.5%
5	Politisi/Parpol	17	1.0%
6	<i>Influencer</i>	8	0.5%
7	Warga	142	8.4%
8	Pemerintah/Negara Asing	155	9.1%
9	Selebriti/Tokoh Masyarakat	97	5.7%
10	CSO/NGO/Ormas	4	0.2%
11	Selebriti/Tokoh Masyarakat Asing	67	3.9%
12	Warga Asing	133	7.8%
13	Organisasi Dunia/Internasional	13	0.8%
14	BUMN	46	2.7%
15	Korporasi Domestik	61	3.6%
16	Korporasi Internasional/ Multinasional	28	1.6%
17	Campuran	167	9.8%
18	Lain-lain	310	18.3%
Total		1,698	100.0%

Pada urutan kedua, kategori lain-lain berjumlah 310 hoaks (18,3%). Kategori lain-lain yang dimaksud salah satunya pihak non-human seperti dalam narasi hoaks *Vaksin mRNA Sebabkan Kematian Pada Lansia* (turnbackhoax.id, 13 Januari 2022). Dalam konteks tersebut, yang dihoakskan adalah vaksin mRNA sehingga masuk dalam kategori lain-lain. Tipe narasi hoaks yang juga banyak dibuat di urutan ketiga adalah campuran dari beberapa pihak dengan jumlah 167 hoaks (9,8%). Salah satu contohnya adalah “Berita Cnn Tentang “Teka-Teka Kehadiran Adae Armando Di Gedung Dpr-Ri, Babak Belur Di Hajar Sekelompok Orag Terjawab Sudah” (turnbackhoax.id, 20 April 2022) dan “Ketua Idi Resmi Dipecat” (turnbackhoax.id, 20 April 2022).

**Grafik 4.10. Pihak Tiruan dalam Hoaks Sepanjang 2022**



# BAB V

## PENUTUP

Dari kajian yang dilakukan, tema politik selalu menjadi tema hoaks yang paling banyak ditemukan, tidak hanya pada tahun 2022, tapi juga pada tahun-tahun sebelumnya. Walaupun pada tahun 2020 dan 2021 hoaks tema Kesehatan lebih banyak dari segi jumlah, terutama karena terjadinya pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia, namun tema politik tetap memiliki porsi yang cukup besar, bahkan isu Covid-19 pun banyak ditarik ke isu politik oleh banyak pihak melalui teori konspirasi. Jumlah hoaks politik sendiri juga meningkat dari tahun ke tahun, selalu ada agenda publik yang memiliki tendensi untuk dipelintir dan dijadikan hoaks. Dengan begitu kita menjadi sadar bahwasanya, ke depan, tantangan dalam perang melawan hoaks akan semakin tinggi, terlebih tahun 2023 adalah saat memasuki tahun politik dimana persiapan penyelenggaraan pesta demokrasi sudah mulai dilakukan, dan akan mencapai puncaknya pada saat pemilu berlangsung yaitu pada tanggal 14 Februari 2024.

Berbagai bentuk hoaks yang beredar terutama konten yang menyesatkan, yang menyangkut agama, ideologi, dan preferensi politik, seringkali menimbulkan kebingungan, kecemasan, penggiringan opini, mempengaruhi sikap, hingga tindakan nyata. Apalagi jika ditambah narasi yang begitu provokatif, akan semakin memperlebar jurang polarisasi yang telah terjadi selama satu

dekade terakhir ini.

Oleh karena itu sangat mendesak untuk memperluas kerjasama dengan pihak-pihak terkait dalam meningkatkan daya kritis masyarakat Indonesia dalam membaca dan minat dalam mengklarifikasi validitas suatu berita. Tidak hanya *debunking*, gerakan *prebunking* sebagai upaya peningkatan imun bagi masyarakat dalam menghadapi serangan hoaks yang semakin masif ini sudah tidak bisa ditunda lagi. Hal ini juga dilakukan sebagai upaya mendorong masyarakat untuk membaca berita tidak hanya sekedar membaca teks namun juga membaca konteksnya.

# DAFTAR PUSTAKA

- Altheide, D. L., & Schneider, C. J. (2013). Plugged-in research. *Qualitative media analysis*, 1-22.  
<https://andi.link/hootsuite-we-arefa-social-indonesian-digital-report-2021/>, diakses tanggal 15 Maret 2023  
*Laporan Survei Internet APJII, 2022.*
- Laseau, P. (2000). *Graphic thinking for architects and designers*. John Wiley & Sons.
- Michele Bedard and Chianna Schoenthaler. 2018. Satire or Fake News: Social Media Consumers' Socio-Demographics Decide. In Proceedings of The 2018 Web Conference Companion (WWW '18 Companion). ACM, New York, NY, USA, 7 pages.<https://doi.org/https://doi.org/10.1145/3184558.3188732>
- Sarnita Sadya, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-facebook-indonesia-largest-third-world-pada-awal-2023>, diakses tanggal 15 Mei 2023
- Satire or Fake News: Social Media Consumers' Socio-Demographics Decide*. Available from: [https://www.researchgate.net/publication/324634967\\_Satire\\_or\\_Fake\\_News\\_Social\\_Media\\_Consumers'\\_Socio-Demographics\\_Decide](https://www.researchgate.net/publication/324634967_Satire_or_Fake_News_Social_Media_Consumers'_Socio-Demographics_Decide) [accessed May 16 2023].

# BIODATA PENYUSUN

## Finsensius Yuli Purnama

Tahun 2019, Fins bergabung sebagai relawan Mafindo Yogyakarta. Empat tahun sesudahnya, tercatat sebagai peneliti di Divisi Litbang Mafindo. Fins merupakan staf pengajar di Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, dan dosen tamu di *Saint Louis University*, Filipina (2021-2022). Pada tahun 2020, berkesempatan menjadi *student fellow* di *National University of Singapore* melalui program *Asian Graduate Student Fellowship, Asia Research Institute*. Selama program tersebut, riset disertasinya terkait pertarungan wacana Pilpres 2019 dikerjakan dengan supervisi dari Eve Warburton. Gelar doktor di bidang *Media and Cultural Studies* diraih pada tahun 2022 dari Universitas Gadjah Mada dengan predikat *cumlaude*. Pada tahun 2023, ia terpilih menjadi *fellow* pada program *Indonesian-American Kavli Frontiers of Science, National Academy of Science - Akademi Ilmu Pengetahuan Indonesia*. Di tingkat internasional, selain sebagai anggota *International Communication Association Indonesia Chapter* (2023 - sekarang), ia tercatat sebagai anggota *Southeast Asia Media Studies Association* (2020 - sekarang). Artikel jurnal yang dihasilkannya selama 3 tahun terakhir adalah: *Tular Nalar: Upaya Melahirkan Lingkar Epistemik Literasi Digital* (2023), *Bukan Sekadar Paham”: A Quasi-Experimental Study on High School Students in Surabaya* (2023), *Paradigm Shift: From Ownership Issues to Political Mediatization* (2022), *Tweeting Populism in the 2019 Indonesian*

*Presidential Election Candidate* (2021). Fokus penelitiannya adalah pada kajian media digital, jurnalistik, dan isu-isu demokrasi. Dapat dihubungi di: finsensius@ukwms.ac.id.

### **Fitri Murfianti**

Fitri merupakan dosen di prodi Desain Komunikasi Visual ISI Surakarta, dan sejak tahun 2022 aktif sebagai peneliti di Divisi Litbang Mafindo. Pada tahun 2019 terpilih sebagai salah satu awardee LPDP untuk menempuh studi Ph.D di *Graduate School of Cultural Anthropology and Development Sociology, Social and Behavioral Science Faculty, Leiden University*. Kajian yang saat ini sedang digeluti adalah tentang *Exploring The Dynamics of Islamic-Inspired Memes in Indonesia Participatory Culture and Religious Discourse, From Humor to Social Impact*. Selama ini minatnya terhadap sosial media dan media/digital literacy telah menghasilkan beberapa tulisan yang di antaranya telah dipresentasikan di beberapa konferensi internasional, seperti *Confronting Media Prosumer People with Manipulated Political Memes in Indonesia's Post Truth Era, Revolution of Poster Protest Language Styles Z Generation In Indonesia, Social Climber and Hyperreality, Fake News, is it the faults of Social Media?*, dan *Photo: Identity and commodity in Instagram*. Pernah mengikuti beberapa workshop yang diselenggarakan oleh Kemenristekdikti tentang penulisan artikel ilmiah, *workshop Social Science and Humanities on Global Interaction and Citizenship* yang diselenggarakan di KITLV Leiden atas Kerjasama dengan Vrije University Amsterdam serta workshop tentang *How to do Social Media Research*. Penulis dapat dihubungi melalui email [f.murfianti@leidenuniv.nl](mailto:f.murfianti@leidenuniv.nl)

### **Nuril Hidayah**

Nuril Hidayah (a.k.a. Vaya Arina) sehari-hari adalah dosen di STAI Miftahul 'Ula Nganjuk. Sebagai bagian dari dedikasi akademiknya, selain mengajar ia memiliki minat untuk melakukan penelitian di bidang kajian teks keagamaan dan kajian masyarakat. Di kedua bidang itu bercita-cita untuk dapat mengaplikasikan *linguistik*

*interdisipliner* untuk menjadi alat bantu dalam menganalisis berbagai fenomena. Selain kegiatan akademik, ia juga menjadi relawan Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) yang turut aktif dalam kegiatan-kegiatan edukasi literasi digital dan riset-riset yang berkaitan dengan misinformasi/disinformasi. Sejak akhir 2022, ia ditunjuk menjadi Ketua Komite Litbang Mafindo. Beberapa risetnya tentang disinformasi telah dipresentasikan di beberapa forum internasional seperti 27<sup>th</sup> AMIC International Conference di Bangkok Thailand dan 17<sup>th</sup> AICIS (Annual International Conference on Islamic Studies) di Jakarta. Minatnya pada kajian tentang disinformasi dan pengaruhnya bagi masyarakat juga pernah menjadikannya sebagai salah satu penerima beasiswa *international academic writing course* di Monash University Australia. Ia juga sesekali menulis di situs *online* dengan topik literasi digital, budaya, dan agama. Ada 5 buku yang sudah dihasilkannya. Sebagian besarnya adalah proyek kolaborasi. Buku pertamanya yang ditulis secara mandiri berjudul *Negosiasi Identitas Kultural Melalui Bahasa* (2022: Literasi Media). Buku yang lain merupakan proyek kolaborasi, baik yang bergenre populer seperti *Salam Dendam!* (2019: Rumedia) dan *Dimash Beyond Music* (2022: Caraka Publishing), atau ilmiah populer seperti *Kolaborasi, Riset, dan Volunterisme: Membangun Resiliensi dalam Gejolak Pandemi* (2022: MAFINDO) dan *Esai Pengalaman: Merangkai Asa untuk Media Massa* (2022: Tiga Serenada). Penyusun dapat dihubungi via email: vayarina@gmail.com.

### **Muhammad Handar**

Selama 5 tahun terakhir Handar memiliki *concern* yang tinggi terhadap media sosial, disinformasi, dan literasi digital, termasuk di dalamnya secara aktif membantu *fact checker* Mafindo untuk memetakan hoaks secara berkala. Beberapa riset media pernah dilakukan, di antaranya terkait *Social Inoculation* dan Digital Lansia. Saat ini menjabat sebagai Wakil Ketua Komite Litbang Mafindo periode 2022-2025.

Berikut adalah publikasi atau karya yang sudah diterbitkan maupun sedang dalam proses: 1) Lentera Aksara, Kubukabuku (2019); 2)

Gagasan Pemuda untuk Jakarta, FIM Jakarta (2020); 3) Petualangan Si MoBa, LPI Dompot Dhuafa (2020); 4) Digital Detox, Komunitas AkuTahu (2021); 5) Meniti Jejak Pemimpin Muda, Youlead ID (2021), 6) Harapan untuk ASN Indonesia, Abdi Negara Muda (2020); 7) Belajar Menjadi Keren, Generasi Literat (2022); 8) Kolaborasi, Riset, dan Volunterisme: Membangun Resiliensi dalam Gejolak Pandemi, Mafindo (2022); 9) Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Bagi Radio Mers 93.9 FM, Jurnal Komunikasi Vol. II No.1, Maret 2020; 10) Penyusunan Program NGAPEL Oleh IPRAHUMAS Indonesia, Jurnal Riset Public Relations, Universitas Islam Bandung, 2022; 11) Proyek antologi RUU Perlindungan Pelajar RI di Luar Negeri, Divisi Penelitian dan Kajian – Tim Kajian Perlindungan Pelajar, PPI Dunia & BRIN, 2023 (sedang proses), 12) Proyek antologi buku Komisi Kesehatan PPI Dunia & BRIN, 2023 (sedang proses); 13) Penulis Proyek antologi buku penelitian dan pendidikan, KOPI PENA – LPI Dompot Dhuafa, 2023 (sedang proses). Penulis dapat dihubungi melalui email: [info.muhamadhandar@gmail.com](mailto:info.muhamadhandar@gmail.com), Instagram @kanghandar.

### **Priska Nur Safitri**

Priska sering *chit chat* melalui media sosial Instagram di [priska\\_books](#). yang membagikan kegiatan literasi melalui 'buku'. Ia sering dikira 'jualan buku', padahal BUKAN. Alumni pasca sarjana Magister Komunikasi Penyiaran Islam ini aktif dalam berbagai kegiatan kemanusiaan, literasi digital, yang sekarang merambah pada isu lingkungan. Saat ini ia merupakan relawan Mafindo Semarang Raya, dan sekretaris bidang penelitian dan pengembangan di Mafindo. Dalam kesehariannya ia juga berprofesi sebagai dosen Komunikasi Penyiaran Islam di Institut Pesantren Mathali'ul Falah Pati Jawa Tengah. Perempuan yang gak bisa lepas dengan kopi, dan di waktu luang menyukai kegiatan cocok tanam. Beberapa karya tulisnya berjudul "Keberagaman Sebagai Pemersatu Bangsa Indonesia" dalam Orang Muda Bicara Keragaman Intoleransi dan Nir Kekerasan (Kumpulan Esai dari ARMC 2018), "Peran Komunikasi Pembangunan Dalam Pemberdayaan Masyarakat Tani di Rembang" (*Islamic*

*Communications Journal* 2019), “Dinamika Media Komunikasi Sebagai Interaksi Politik” (*Jurnal Komunike* 2019), “Potret Dunia Pendidikan Era Pandemi COVID-19” (Bunga Rampai MAFINDO 2021). Juga pernah menjadi Anggota ACT Jateng 2018, Anggota Komunitas Sahabat Anak Yatim Piatu Kota Semarang, dan sebagai Tim Mapping di MAFINDO dan juga relawan MAFINDO Semarang, serta fasilitator “Tular Nalar”, sebuah program yang di-support Google.Org. Penulis dapat dihubungi melalui email: [priscanasafitri07@gmail.com](mailto:priscanasafitri07@gmail.com).



# HOAKS DI INDONESIA TAHUN 2022

Buku ini adalah persembahan tahunan dari Mafindo untuk masyarakat Indonesia yang diharapkan dapat memberikan gambaran singkat tentang sketsa hoaks di Indonesia dalam rentang waktu setahun. Tahun 2022 menjadi penting karena menjadi masa transisi pasca pandemi Covid-19 sekaligus dimulainya masa persiapan menuju Pemilu 2024. Dua peristiwa penting inilah yang mewarnai hiruk pikuk penyebaran informasi di dunia maya, ditandai oleh 1698 hoaks yang terjaring oleh para fact-checker Mafindo, terdokumentasi dalam situs [www.turnbackhoax.id](http://www.turnbackhoax.id), untuk kemudian dipetakan oleh Tim Litbang Mafindo.

Inilah alasan mengapa pemetaan hoaks menjadi penting, terutama untuk memahami tren hoaks dari tahun ke tahun berdasarkan isu, bentuk, modus, saluran penyebaran serta beberapa indikator lainnya. Setelah mengetahui tren, diharapkan bisa dilakukan prediksi tentang hoaks apa saja yang akan muncul bersamaan dengan dinamika aktivitas di masyarakat. Pengetahuan dan pemahaman ini akan mampu meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan kepekaan publik terhadap hoaks.

Dengan itu, diharapkan hoaks tidak lagi memiliki kekuatan untuk menimbulkan kekacauan di tengah masyarakat, publik juga tidak mudah dieksploitasi melalui manipulasi kebencian, harapan maupun rasa takut. Bahkan, dalam kaitan dengan hoaks politik, publik dapat mengantisipasi peningkatan hoaks politik jelang Pemilu 2024, terutama terkait penggunaan isu SARA dan upaya dini untuk mendelegitimasi penyelenggaraan Pemilu 2024.



ISBN 978-623-8091-66-9



9 786238 091669