

Ancaman Hoax Jelang Pemilu 2019

Selasa, 19 Maret 2019

The Indonesian Institute

Ratih Ibrahim, M.M., Psikolog

Presidium MAFINDO,

CEO & Founder Personal Growth



personal  growth
counseling and people development



Ratih Ibrahim, M.M., Psikolog



Founder & CEO Personal Growth
Counseling and People Development

Psikolog Klinis
pengalaman praktik lebih dari 25 tahun

Consultant, KOL, Brand Expert
untuk berbagai produk premium

Narasumber untuk berbagai seminar,
pelatihan, dan media nasional

Pengurus Pusat Ikatan Psikolog
Klinis Indonesia

Presidium Masyarakat Anti Fitnah Indonesia
(MAFINDO)

MAFINDO:

Masyarakat Anti Fitnah Indonesia



Berawal dari grup Facebook FAFHH (Forum Anti Fitnah, Hasut, dan Hoax) yang dibentuk oleh Harry Sufehmi pada tahun 2015

Harry Sufehmi, Judith Lubis, Catharina Widyasrini, Aribowo Sasmito, Eko Juniarto, Faisal Aditya, dan Septiaji Eko Nugroho meresmikan **pendirian MAFINDO** pada tanggal **19 November 2016**

MAFINDO:

Masyarakat Anti Fitnah Indonesia



VISI

Menjadi organisasi masyarakat yang independen dan dinamis yang berpartisipasi aktif untuk mencerahkan dan mengembangkan kemampuan publik untuk berpikir kritis

Meningkatkan kewaspadaan publik terhadap bahaya hoax, ujaran kebencian, dan provokasi

Mewujudkan masyarakat sipil yang aktif, damai, dan sejahtera

MAFINDO:

Masyarakat Anti Fitnah Indonesia



MISI

Bekerja sama dengan pihak lain dalam upaya memerangi hoax dan ujaran kebencian

Mengembangkan organisasi yang kuat, kredibel, dan akuntabel untuk mencapai tujuannya

Menggabungkan semua aspek sosial positif untuk menciptakan masyarakat yang terdidik dan antihoax

MAFINDO:

Masyarakat Anti Fitnah Indonesia

KERJA-KERJA MAFINDO



Cek fakta terhadap isu yang beredar

Grup Facebook FAFHH

Pelaporan hoax: www.turnbackhoax.id

Sosialisasi dan pendidikan publik

Online: Media sosial

Offline: Seminar, kampanye, pelatihan

Konvensional: radio, TV, media cetak

MAFINDO:

Masyarakat Anti Fitnah Indonesia

KERJA-KERJA MAFINDO



Kerja sama dengan para pemangku kepentingan:

Institusi/lembaga negara:

Kementerian, POLRI, BNPT RI, KPU RI, Bawaslu RI

Media & organisasi profesi jurnalis:

AJI, AMSI, Detik, Kompas, CNNIndonesia, Tempo

Organisasi masyarakat sipil:

Netgrit, Perlugrim, Indonesian Hoax Community, Indonesian Hoax Buster, dll.

Organisasi perusahaan internasional:

Google, Facebook, Whatsapp, Twitter, Youtube, IFES, Internews

MAFINDO:

Masyarakat Anti Fitnah Indonesia

BUAH KARYA KERJA SAMA



Aplikasi Hoax Buster Tools (HBT):

Aplikasi untuk mencari berita valid, pelaporan hoax, dan membongkar hoax

turnbackhoax.id:

Web yang mengumpulkan hasil investigasi FAFHH, berfungsi sebagai *data base*

cekfakta.com:

Fact checking atas isu-isu yang beredar, berfungsi sebagai *data base*

Kalimasada:

Layanan untuk mendeteksi hoax di aplikasi *whatsapp*

Yudistira:

Mesin antihoax yang memungkinkan siapa pun mengembangkan solusi antihoax

MAFINDO:

Masyarakat Anti Fitnah Indonesia



ALAMAT MAFINDO

Jl. HR. Rasuna Said, Kawasan Epicentrum Utama
Mall Epicentrumwalk – Office Suite A529,
Kuningan, Jakarta Selatan 12940, Indonesia

Telp: +62 895 333 930063

Fax: +62 21 5602810

E-mail: info@mafindo.or.id

Facebook

[Facebook.com/groups/fafhh](https://www.facebook.com/groups/fafhh)
[Facebook.com/mafindoid](https://www.facebook.com/mafindoid)

Twitter

[Twitter.com/turnbackhoax](https://twitter.com/turnbackhoax)
[Twitter.com/mafindoid](https://twitter.com/mafindoid)

Instagram

[Instagram.com/turnbackhoaxid](https://www.instagram.com/turnbackhoaxid)
[Instagram.com/mafindoid](https://www.instagram.com/mafindoid)

Website

Turnbackhoax.id
Mafindo.or.id

| **Indonesia Bergerak**

**INDONESIA adalah bagian dari
Masyarakat DUNIA**



**Masyarakat dunia:
DINAMIS, INTENS, BERUBAH SANGAT CEPAT, dan
SANGAT KOMPETITIF**

Global Competitiveness Index 4.0

(World Economic Forum Report, 2018)

Mengukur **daya saing** suatu negara, yaitu kumpulan faktor, kebijakan, dan regulasi yang menentukan tingkat produktivitas suatu negara.

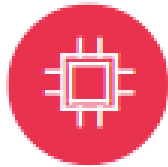
The 12 Pillars Competitiveness



Institutions



Infrastructure



ICT adoption



Macroeconomic
Stability



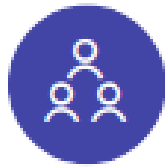
Health



Skills



Product
Market



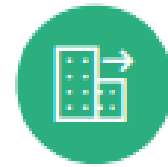
Labour
Market



Financial
System



Market Size



Business
Dynamism



Innovation
Capability

Global Competitiveness Index 4.0

(World Economic Forum Report, 2018)

TOP 10 WORLD

Note:

- Scale ranges from 0 to 100
- Covering 140 countries
- Rank and score differences with 2017 index, calculated using the GCI 4.0 methodology

Rank	Economy	Score ¹	Diff. from 2017 ²	
			Rank	Score
1	United States	85.6	—	+0.8
2	Singapore	83.5	—	+0.5
3	Germany	82.8	—	+0.2
4	Switzerland	82.6	—	+0.2
5	Japan	82.5	+3	+0.9
6	Netherlands	82.4	-1	+0.2
7	Hong Kong SAR	82.3	—	+0.3
8	United Kingdom	82.0	-2	-0.1
9	Sweden	81.7	—	+0.1
10	Denmark	80.6	+1	+0.7

Global Competitiveness Index 4.0

(World Economic Forum Report, 2018)

INDONESIA



PERINGKAT

47



PERINGKAT

45

TOP 5 ASEAN

2

Singapore

25

Malaysia

38

Thailand

45

Indonesia

62

Brunei Darussalam

Cita-cita Indonesia

INDONESIA



Menjadi bangsa yang **UNGGUL** dan **MAJU**

Generasi Emas Indonesia 2045



**Bonus Demografi bangsa
pada tahun 2020 – 2045**

Dalam rentang waktu tersebut, Indonesia memiliki sekitar 70% penduduk dalam **usia produktif** (15-64 tahun)

Generasi Emas 2045

Working Age Population Indexed: 2000 = 100





Indonesia
BUTUH sumber
daya manusia
yang **UNGGUL**

Sumber Daya Manusia yang UNGGUL



Kompeten

Kompetitif

Bisa diandalkan

Etos kerja baik

Mencintai Indonesia

(Ratih Ibrahim)

Tantangan yang Dihadapi Bangsa Untuk SDM Unggul

Gizi buruk
(Stunting, kurus, kegemukan)

HOAX

Adiksi
(NAPZA, pornografi, gadget, game)

Kekerasan
(fisik, seksual, *bullying*, *cyber bullying*)

Ajaran anti toleransi dan radikalisme



1 | HOAX

Definisi HOAX



HOAX

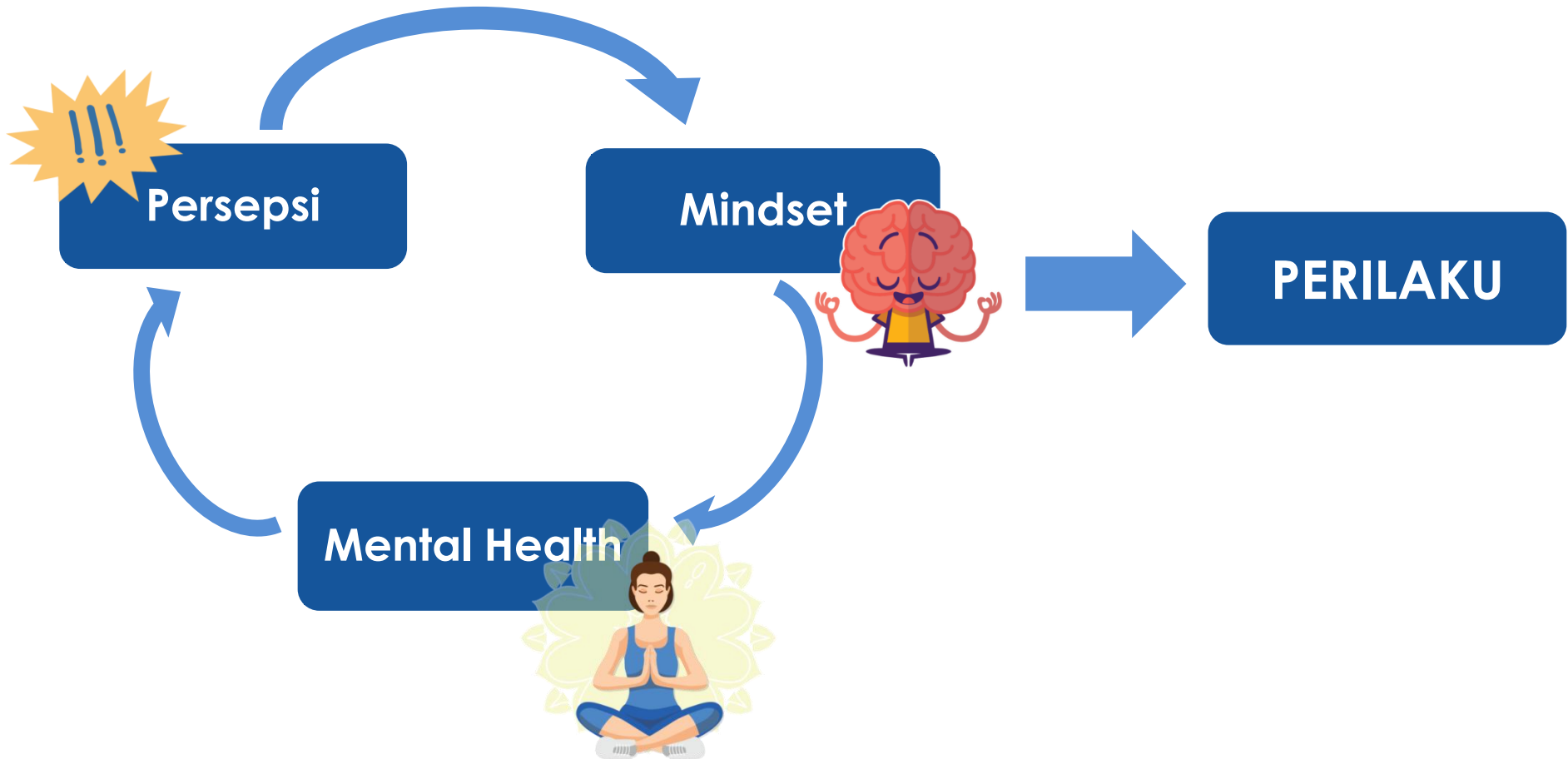
HO.AKS (KBBI)

1. Tidak benar; bohong
(tentang berita pesan dan sebagainya)

2. Berita bohong

Bagaimana HOAX bekerja?

It's all about perception!



(Ratih Ibrahim)



HOAX adalah Racun Otak

**HOAX
meracuni
nalarmu**

“..HOAX dapat menyerang satu generasi dan tidak ada jaminan ia akan sembuh di generasi berikutnya”

(Ratih Ibrahim; Masyarakat Anti Fitnah Indonesia)

Mengapa kita mudah percaya dengan HOAX?



1

Kegagalan dalam diri kita sendiri

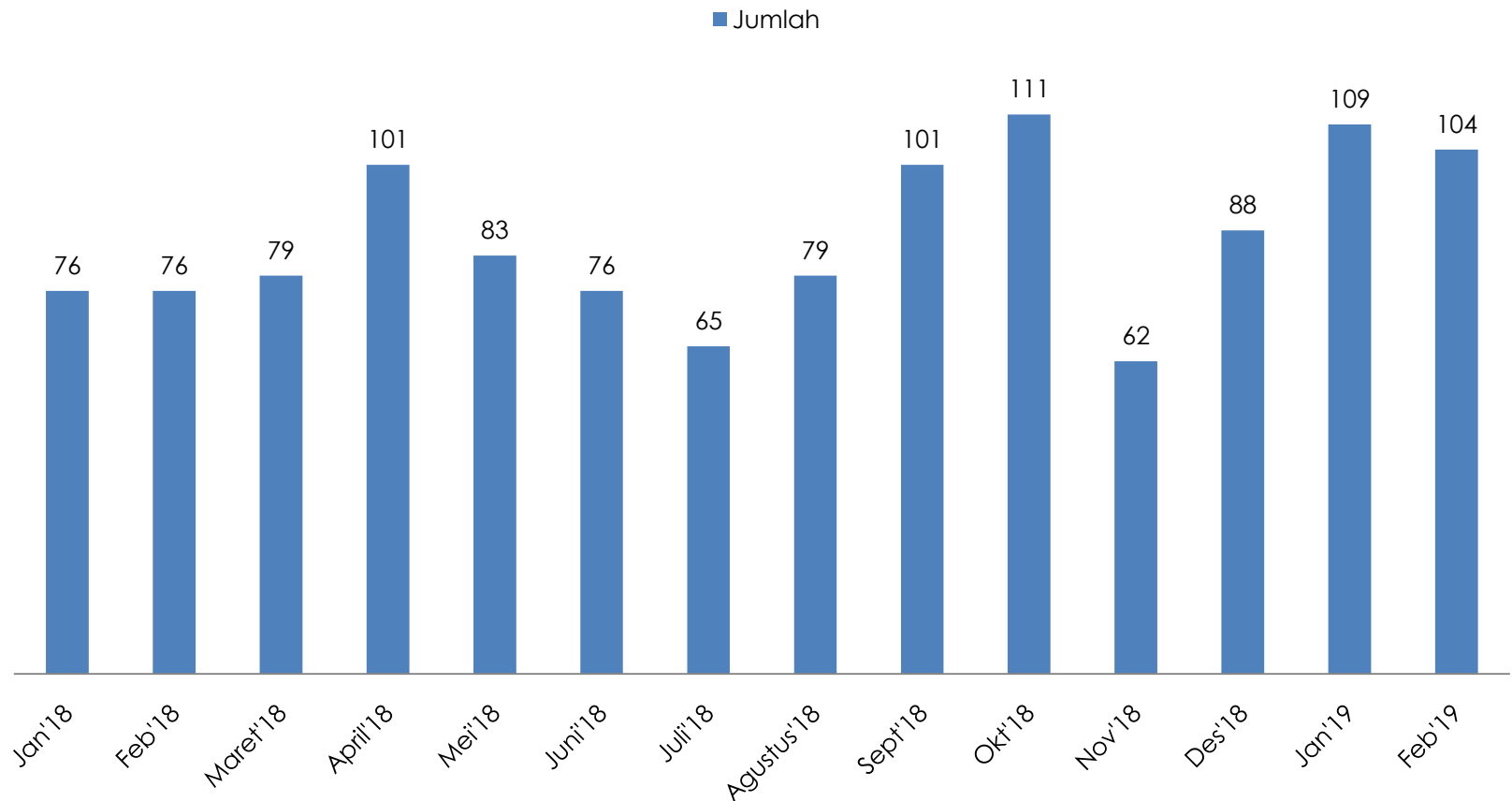
2

Ruang lingkup sosial yang sempit

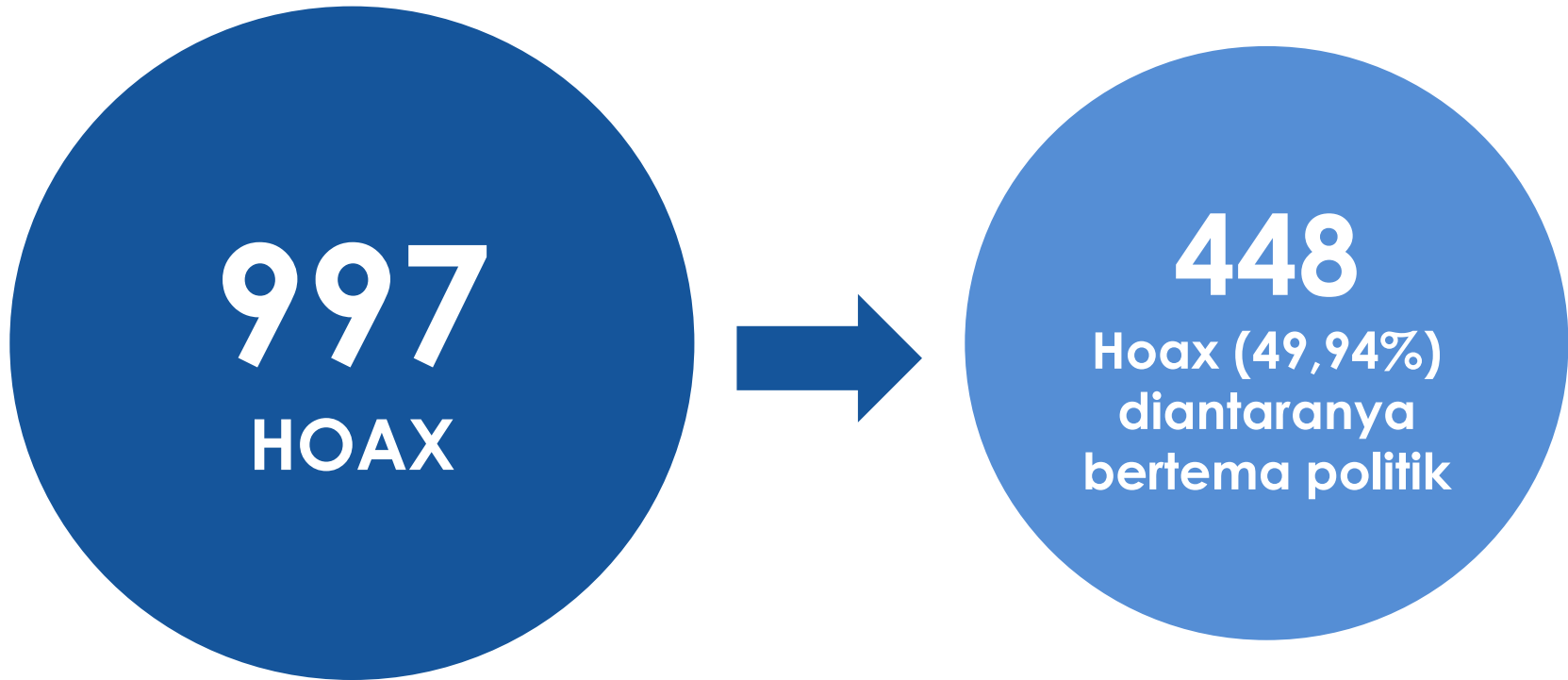
2 | Perkembangan HOAX di masa kampanye Pemilu 2019

Data Jumlah HOAX di Indonesia Januari 2018-Februari 2019

Jumlah Hoax Januari 2018-Februari 2019



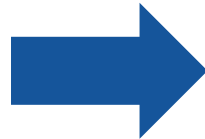
Data HOAX di Indonesia Pada Tahun 2018



Data HOAX di Indonesia Pada Juli-Desember 2018

506
HOAX

259
Hoax
(51,19%)
diantaranya
bertema
politik



Paslon 01 → 75 hoax (28,96%)

Pemerintah → 60 hoax (23,16%)

Figur terkemuka → 57 hoax (22,01%)

Paslon 02 → 54 hoax (20,85%)

Parpol → 9 hoax (3,48%)

Pemda → 4 hoax (1,54%)

Data HOAX di Indonesia Pada Januari 2019

109
HOAX

58
Hoax
(53,21%)
diantaranya
bertema
politik

Paslon 02 → 21 hoax (36,20%)

Paslon 01 → 19 hoax (32,75%)

Pemerintah → 8 hoax (13,79%)

Figur Terkemuka → 7 hoax (12,06%)

Parpol → 3 hoax (5,12%)

Pemda → 0 hoax (0%)

Data HOAX di Indonesia Pada Februari 2019

104
HOAX

71
Hoax
(68,27%)
diantaranya
bertema
politik

Paslon 01 → 28 hoax (39,43%)

Figur terkemuka → 20 hoax (28,17%)

Pemerintah → 13 hoax (18,31%)

Paslon 02 → 8 hoax (11,27%)

Parpol → 2 hoax (2,82%)

Pemda → 0 hoax (0%)

Platform Media Sosial untuk Penyebaran HOAX

Facebook

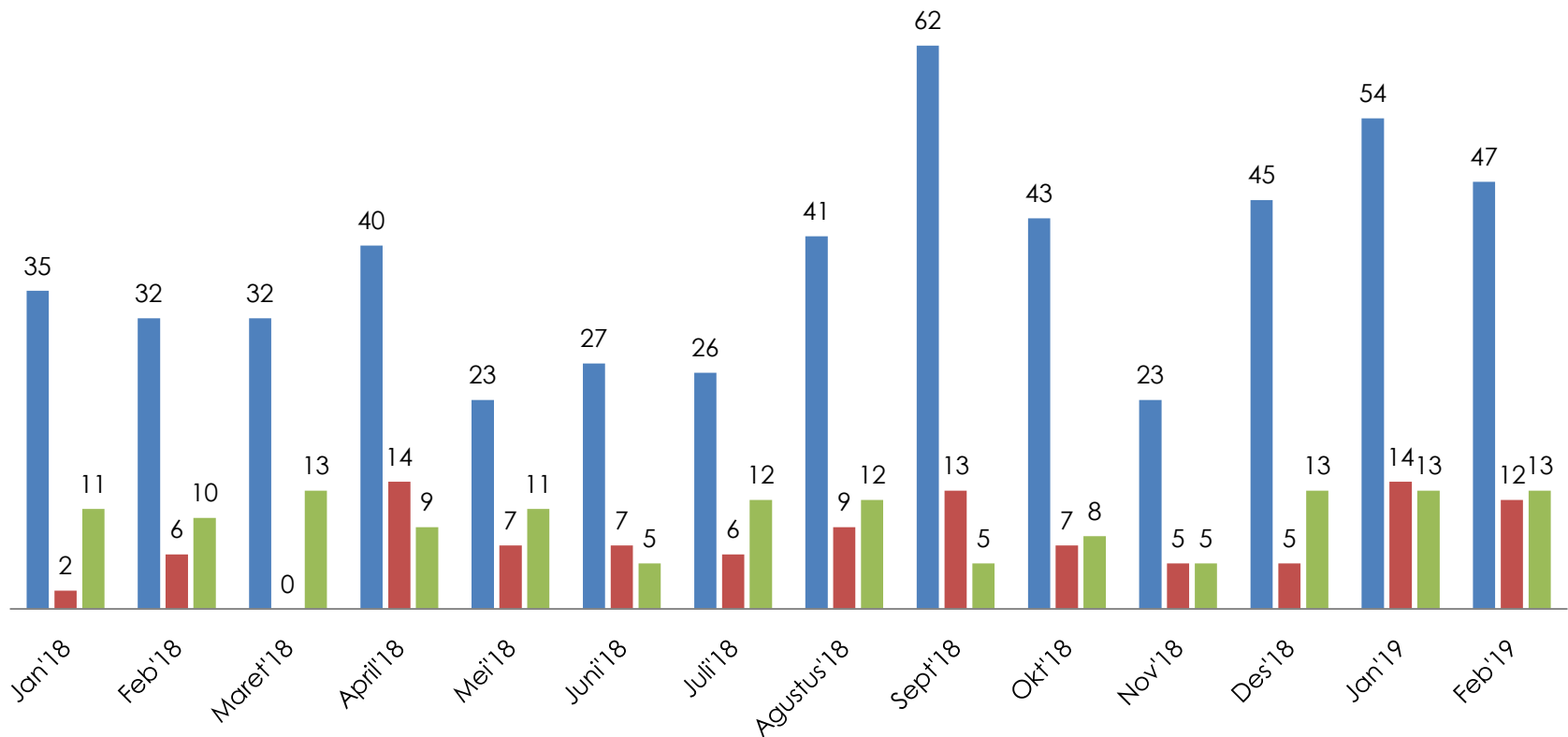
Twitter

Whatsapp

Platform Media Sosial untuk Penyebaran Hoax Januari 2018-Februari 2019

Media Sosial

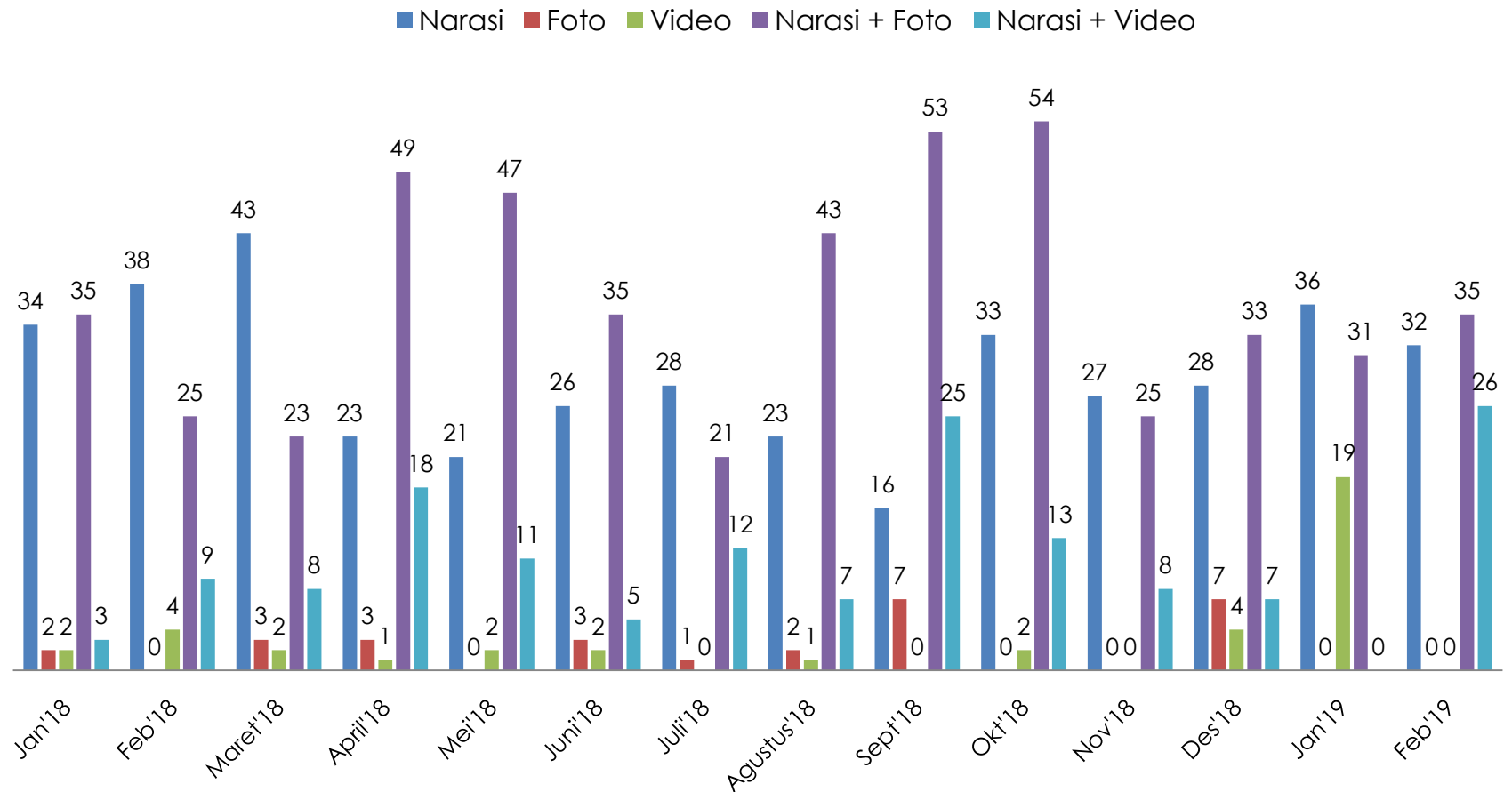
■ Facebook ■ Twitter ■ Whatsapp



(Mafindo, 2019)

Data Elemen HOAX di Indonesia Januari 2018-Februari 2019

Elemen Hoax



Belajar dari Pemilihan Presiden 2014

1

HOAX sebagai senjata konflik, dimunculkan dalam bentuk informasi/kampanye hitam yang penuh permusuhan, dengan niat untuk mengelabui dan memperkecil kemungkinan lawan untuk menang

2

HOAX paling banyak berhubungan dengan SARA.
Dilakukan secara *online* dan *offline*

Dampak Penggunaan HOAX Pada Pemilihan Presiden 2014

- 1 Kredibilitas & integritas penyelenggara pemilu menurun
- 2 Kualitas pemilihan menurun
- 3 Merusak rasionalitas pemilih
- 4 Menimbulkan konflik sosial (ujaran kebencian, propaganda)
- 5 Menjadi contoh pemilihan lain di berbagai level
- 5 Disintegrasi nasional

3 | Dampak HOAX

Pilpres 2019, dengan adanya HOAX, harga apa ya kita bayarkan?



Hatred

Suspicion

Resentment

Hostility

Violence



Trust

Respect

Appreciation

Openness

Honesty

Compassion

Understanding

Common ground & goals

Dampak HOAX di Masyarakat (3K)

3K

Ketakutan

Kebencian

Khayalan tidak nyata

(Ratih Ibrahim)

Dampak HOAX di Individu

Daya Critical Thinking Terganggu

Critical thinking = kemampuan untuk berpikir secara jelas dan rasional mengenai apa yang akan dilakukan atau dipercaya

Ciri-ciri orang berpikir kritis:

Mampu memahami informasi & ide secara logis

Mengidentifikasi & mengevaluasi suatu argumen

Mendeteksi ketidakkonsistensi & kesalahan suatu ide

Menyelesaikan masalah secara sistematis

Mengidentifikasi relevansi & pentingnya suatu ide

(Lau, 2011)

4 | *How to Overcome HOAX?*

Koreksi 5W + 1H Suatu Informasi

1

WHO?

Siapa yang menyampaikan?
Apakah terpercaya?

2

WHAT?

Apa isi informasinya? Fakta/opini?

3

WHERE?

Dimana informasi tersebut tersebar?
Publik/privat?

4

WHEN?

Kapan informasi disampaikan?
Sebelum, sesudah, saat kejadian?

5

WHY?

Mengapa informasi tersebut
disampaikan?

6

HOW?

Bagaimana penulis menyampaikan
informasi tersebut?

7 Cara Mengenal HOAX

1 Siapa yang membagikannya

2 Baca judulnya

3 Baca narasi postingannya

4 Lihat alamat URL-nya

5 Lihat nama penulis & susunan tim redaksinya

6 Isi artikel sejalan/tidak dengan narasi dan judul

7 Sumber tulisan tidak jelas

7 Cara Mengenal HOAX

1 Siapa yang membagikannya

2 Baca judulnya

3 Baca narasi postingannya

4 Lihat alamat URL-nya



(Mafindo)

7 Cara Mengenal HOAX

5

Lihat nama penulis & susunan tim redaksinya

6

Isi artikel sejalan/tidak dengan narasi dan judul

7

Sumber tulisan tidak jelas



(Mafindo)

Cara Menyikapi HOAX

1

Melakukan konfirmasi

baik secara langsung (menanyakan pada sumber berita) atau tidak langsung (membandingkan dengan sumber lain)

2

Tidak perlu membagikan berita atau gambar bila dirasa tidak ada manfaatnya

Jadi, apa yang harus dilakukan?

1

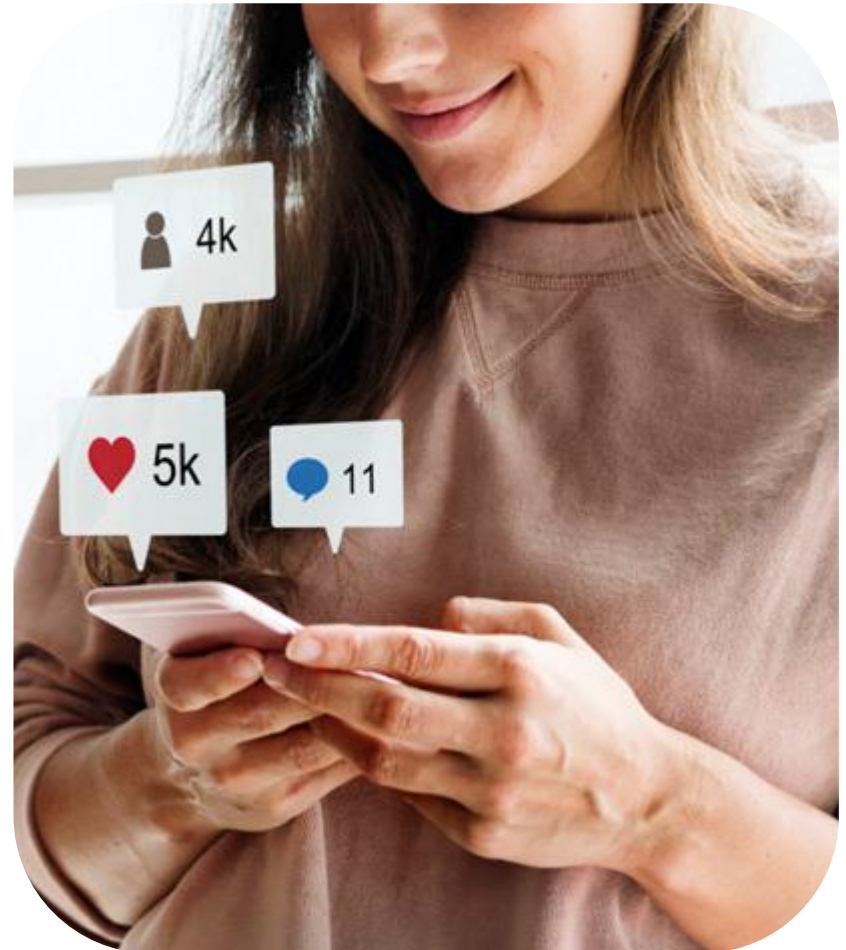
Tahan jempol dulu!

2

Sebar konten positif

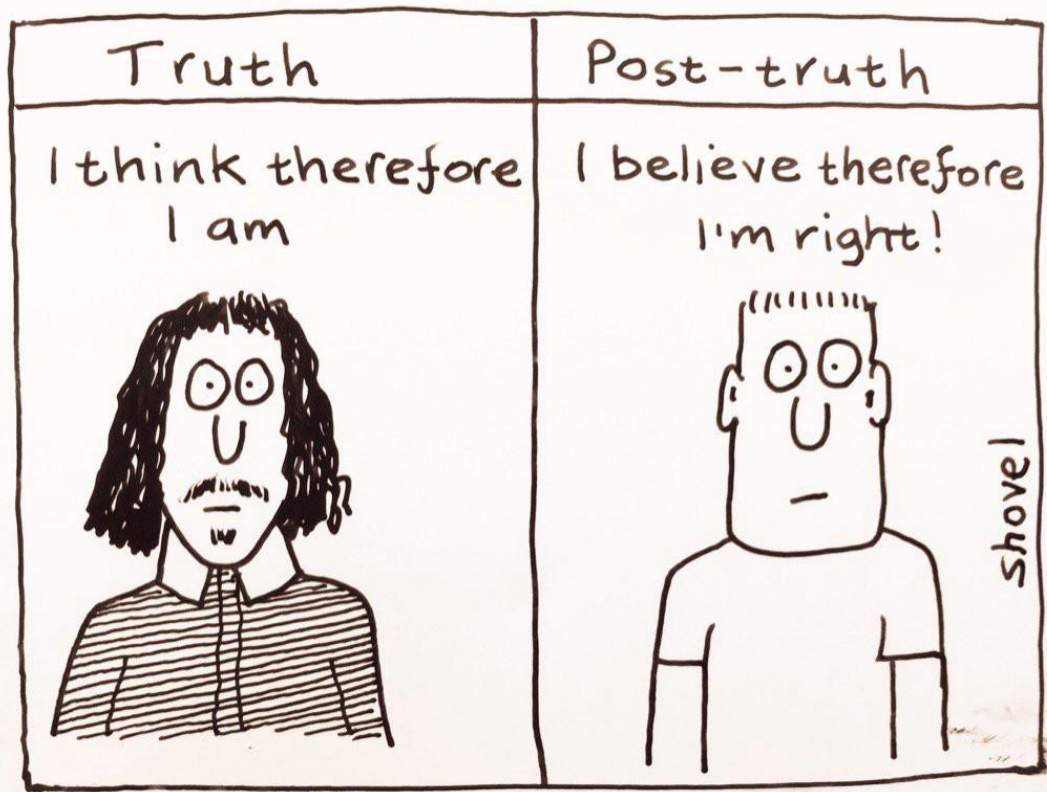
3

Periksa ulang
kebenaran berita



(Ratih Ibrahim)

Tantangan Terbesar Saat Ini → POST TRUTH



POST-TRUTH → Masyarakat lebih menerima argumen atau informasi berdasarkan **emosi dan apa yang mereka percayai** daripada fakta yang sebenarnya

Apa yang harus dilakukan?

Kembali kepada TUJUAN para PENDIRI BANGSA

Cita-cita Bangsa Indonesia:

Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia, yaitu mencapai **masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila.**

Alinea kedua Pembukaan UUD 1945:
“..Negara Indonesia, yang merdeka, bersatu, berdaulat, adil, dan makmur”

Sebagai anak BANGSA

1

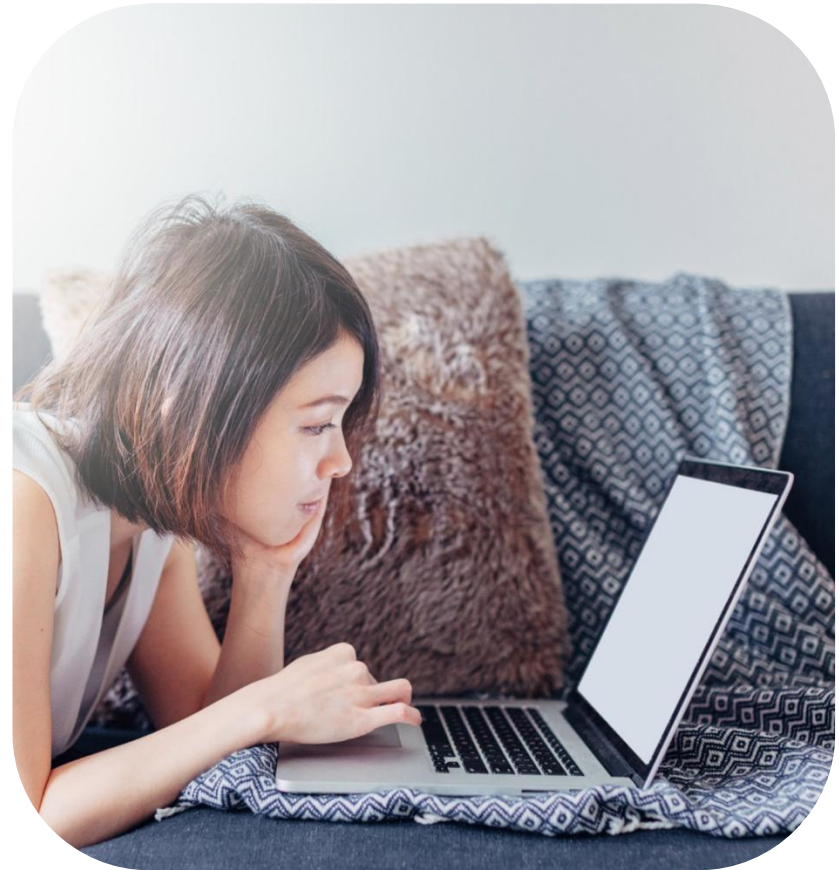
Persenjатаi diri:
Imunisasi HOAX

2

Cek semua sumber,
Tidak hanya dari sumber
kelompok sendiri

3

Tanamkan dalam diri:
**Ada sesuatu yang jauh lebih
besar daripada Pilpres**



Kerja bersama melawan HOAX di Tahun Politik



1

Para kandidat, parpol pengusung, dan tim kampanye harus **buka mata** atas penggunaan HOAX dalam proses pemilu. **Komitmen melawan HOAX harus konkrit dan gigih** dalam bentuk tindakan nyata yang efektif.

2

Tokoh masyarakat & agama dapat membantu menanamkan **kode etik bermedsos** kepada masyarakat, membantu menyebarkan **klarifikasi, dan mendorong serta menggiatkan silaturahmi dan tabayyun** antar warga

Kerja bersama melawan HOAX di Tahun Politik

3

Masyarakat, komunitas, dan organisasi masyarakat sipil secara giat dapat melakukan **edukasi literasi dan siskamling digital**

4

Penegakan hukum yang **tegas** dan memberi efek **jera**



Cara Melaporkan Situs Media Sosial

Turn Back Hoax
MAFINDO

turnbackhoax.id

Nawala

www.nawala.org/form-pengaduan

Polisi Online

www.polisionline.net

Email Kominfo

aduankonten@mail.kominfo.go.id

Email POLRI

cybercrime@polri.go.id

Facebook POLRI

www.facebook.com/DivHumasPolri

Facebook Polisi Online

www.facebook.com/LaporPolisiOnline

Cara Melaporkan Situs Media Sosial

Google

safebrowsing.google.com/safebrowsing/report_badware/?hl=id

support.google.com/blogger/contact/spam

www.google.com/webmasters/tools/spamreport

safebrowsing.google.com/safebrowsing/report_phish/?hl=en

Facebook

Pojok kanan atas postingan → Feedback

Twitter

Report tweet

Wordpress

wordpress.com/abuse/

“Kembalikan Pilpres yang bermartabat dan manusiawi. Berkompetisi secara sehat dan suportif. Ajari masyarakat menjadi pemilih yang cerdas dan berakal sehat”

- Anita Wahid

“Jangan cepat terpancing dengan sebaran berita yang kita terima lewat media sosial. Dimulai dari diri sendiri agar orang di sekitar kita terselamatkan dari dampak berita HOAX. Dan yang terpenting, agar si penyebar berita, tak bisa memprovokasi kita”

- Ratih Ibrahim