

“Fake news” dan Pemolisian: Pendekatan Diagram Kreativitas

“Fake news” and policing: a creativity diagram approach

I Nyoman Sudama

*Program Doctoral Sekolah Tinggi Ilmu Kepolisian
(STIK-PTIK) Jakarta*

E-mail: nsdama@gmail.com

Abstract

Policing and fake news have been viewed has a linier relation, particularly by the practice of conventional policing that focus on law enforcement activities. Fake news are negative modes in nature that must be handled in such away so will not triger society disorders or influence people to engage in criminal behaviours. By utilizing conceptual application method, this paper analyses fake news as a meme – holon-parton defined in creative practice theory. Therefore, it is part of a field that could make fake news become popular memes as there are competition in the field to gain fake news popularity which also depends upon the purpose and goals of creating them. The popularities give advantages for fake news creators in term of capital and influence agen’s habitus. Overall, the presence of fake news and its popularities affect agents in the field of sosical system. These fake news (negativity) impacts are the police domain to take necessaries actions in the form of policing choices so fake news cycles to become popular can be controlled for security and wellbeing purposes.

Key Words: Fake news; Creative Practice Theory; Social Bourdieu Theory; Policing

Abstrak

Hubungan antara pemolisian dan fake news selama ini dilihat sebagai hubungan linier melalui kacamata pemolisian konvensional dengan latar belakang penegakan hukum. Fake news dipandang sebagai kenegatifan yang harus dicegah perkembangannya karena bisa menimbulkan kegaduhan yang bermuara pada gangguan keamanan dan ketertiban masyarakat. Dengan menggunakan metodologi aplikasi konseptual, penelitian ini menganalisis fake news sebagai sebuah meme – holon-parton dari segi teori praktis kreativitas. Dengan demikian, analisis dalam paper ini mengajukan kerangka baru bahwa fake news merupakan bagian dari ranah (field) yang bisa mendapatkan popularitas dalam bentuk persaingan motif dan latar belakang dibuatnya fake news. Fake news

dan popularitasnya bisa menciptakan modal (*capital*) dan membuat habitus baru sehingga secara keseluruhan keberadaannya mempengaruhi agen-agen dalam ranah yang ada dalam sistem sosial. Kerangka hubungan *fake news* dan pemolisian dalam artikel ini menemukan lima tahapan keberadaan *fake news* yang menyebabkan gangguan keamanan dan ketertiban masyarakat. Hal inilah yang menjadi domain kepolisian untuk mengambil tindakan dalam bentuk pemolisian dalam siklus *fake news* dari pembuatannya sampai menjadi populer untuk mewujudkan keamanan dan ketertiban masyarakat.

Kata Kunci: Berita Bohong, Teori Kreatif Praktis, Teori Sosial Bourdieu dan Pemolisian

Pendahuluan

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat akses pada informasi semakin mudah namun menimbulkan masalah baru di masa depan. Sumber informasi yang dulunya berupa media cetak seperti koran atau majalah telah bergeser ke media berbasis internet dengan kontrol informasi yang lebih rendah.¹ Kemudahan menempatkan dan akses informasi mengakibatkan *Brandolini's law* menjadi kenyataan dimana biaya untuk menanggulangi misinformasi (informasi salah) jauh lebih besar dari biaya membuatnya atau menyebarkannya. Meningkatnya popularitas internet sebagai sumber informasi utama masyarakat bahkan elit politik, mensyaratkan jaminan kualitas informasi *online* dengan memberikan peringkat sesuai dengan tingkat kebenarannya.²

Indonesia sebagai negara dengan penduduk keempat terbanyak di dunia menjadi target informasi dari berbagai sumber dengan beraneka ragam jenis. Ada berita yang merupakan kenyataan yang terjadi di lapangan, berita yang tidak benar (*false information*) dan ada berita yang merupakan opini perseorangan.

Jenis-jenis informasi tersebut akan menjadi pedang bermata dua jika tidak dipahami secara benar oleh berbagai komunitas yang ada Indonesia. Berita salah yang ditafsirkan benar akan membuat bias dalam persepsi masyarakat sehingga bisa mengancam keamanan dan ketertiban umum. Berita benar yang tidak dipercaya juga bisa menjadi masalah bagi kelompok tertentu. Di sisi lain, informasi yang baik bisa memberikan kemajuan karena merupakan sumber pengetahuan yang bisa digunakan sebagai dasar pengembangan baru dalam berbagai bidang.

Di era desentralisasi dan demokratisasi yang sudah berumur hampir dua dekade di Indonesia, keberadaan *fake news* ini bisa menjadi sebuah perlakuan yang tidak baik bagi perkembangan demokrasi. Kepercayaan akan pemerintah bisa dipengaruhi

¹ P. Williamson, "Take the time and effort to correct misinformation," *Nature*, Vol.540 No.7632, (2016): 171

² Ibid

melalui berita-berita bohong dan propaganda negatif. Model-model penyebaran berita bohong dan salah seperti pada pemilihan presiden tahun 2014 dan 2019 menjadi contoh bagaimana *fake news* bisa menggiring opini publik. Penyebaran *fake news* pada masa-masa terjadinya bencana juga sangat besar peluangnya menimbulkan keresahan di masyarakat (seperti *fake news* terkait covid-19, gempa bumi, banjir dan bencana lainnya). Kerusakan material dan lingkungan akibat perilaku anarkis terhadap fasilitas umum dan perkantoran juga bisa dipicu oleh *fake news*.³ Selain latar belakang politik maka penyebaran ini juga didukung unsur kreativitas dan kemudahan pembuatan dan penyebaran *fake news* yang difasilitasi kemajuan teknologi informasi.

Ada tiga alasan kenapa perkembangan teknologi khususnya sosial media menjadi sebuah alat yang efektif menyebarkan *fake news*.⁴ Pertama, berbohong dengan sosial media lebih mudah dan lebih berhasil dibandingkan dengan berbohong dalam kehidupan nyata. Kedua, sosial media mampu memfasilitasi penyebaran informasi secara cepat dan langsung dari mereka yang ada pada tempat kejadian berita dengan meniru pola "*race of the bottom*" untuk menjadi yang pertama yang merilis suatu peristiwa. Ketiga, dengan pengguna yang sangat luas, sosial media menjadi media yang bisa dipakai dengan sedikit usaha dan bisa dilakukan berulang kali.

Berbagai literatur menganalisa *fake news* dari sudut pandang yang berbeda. Ada satu hal yang umum yang disajikan dalam berbagai analisis bahwa dilihat dari strukturnya *fake news* terdiri dari judul, isi, tujuan dan dukungan gambar dan suara. Dengan demikian maka dari sudut pandang teori *Creative Practice Theory* maka *fake news* termasuk *meme* karena berisi unsur ide, proses dan produk. Hubungan struktur dari *fake news* (judul, isi, tujuan dan gambar-suara) menunjukkan bahwa *fake news* juga merupakan sebuah *holon-parton*.⁵

Agen yang memproduksi *fake news* sebagai sebuah ide yang memerlukan proses dan berakhir dengan sebuah produk berada pada arena (*field*) tertentu dalam sistem sosial dimana terjadi persaingan dalam bentuk kelas atau *group* dengan distribusi modal yang berbeda. *Fake news* yang diproduksi bisa menjadi populer dengan demikian mempengaruhi *habitus* individu yang bisa membentuk modal baru berupa materi, koneksi, budaya atau simbolik⁶. Dalam proses mempengaruhi *habitus* dan pembentukan modal inilah terjadi konflik persaingan kelas sosial atau persaingan yang mengarah pada konflik sosial sehingga mengganggu keamanan dan ketertiban

³ Terjadinya perusakan Polsek Ciracas diberitakan oleh Tribunnews.com (Dilakukan Oknum TNI, Berawal dari Hoax, Ratusan Orang Terlibat-Senin, 31 Agustus 2020 08:56) dipicu oleh berita salah atau manipulasi informasi. Kerusakan akibat fake news Undang-undang cipta kerja tanggal 8 Oktober 2020 telah mengakibatkan kerusakan berbagai fasilitas umum di berbagai daerah.

⁴ Tompros, L.W., Crudo, R.A., Pfeiffer, A., and Boghossian, R. "The Constitutionality of Criminalizing False Speech Made on Social Networking Sites in a Post-Alvarez, Social Media-Obsessed World," *Harvard Journal of Law & Technology* Vol.31 No.1, (2017): 65-109.

⁵ Istilah memes dan holon-parton merupakan istilah dalam creative practice theory (Velikovskiy 2012, 2014, 2016a, 2016b) yang akan dijelaskan pada bagian landasan konsep dan teori.

⁶ Field, capital dan habitus dan empat jenis modal (economy, social, cultural dan symbolic) adalah bagian dari teori sosial Bourdieu yang digunakan dan dijelaskan pada bagian selanjutnya paper ini

masyarakat (Kamtibmas).

Di sisi lain polisi sebagai penjaga kamtibmas melakukan berbagai kegiatan yang tercakup dalam pemolisian untuk menanggulangi *fake news*. Kegiatan ini bisa dilakukan dalam rentang waktu dari proses *fake news* menjadi populer (*canon meme*). Dalam rentang waktu ini berbagai model pemolisian bisa diterapkan untuk mencegah *fake news* dan popularitasnya dalam bentuk pemolisian konvensional maupun pemolisian modern.

Bertolak dari hal tersebut maka sangat penting untuk meneliti bagaimana *fake news* ini memberikan akibat kepada gangguan keamanan dan ketertiban masyarakat. Bagaimana masyarakat sebagai agen pembuat dan penyebar *fake news* dan keterkaitannya dengan langkah-langkah aparat kepolisian mencegah akibat negatif dari *fake news*. *Paper* ini berusaha menjembatani *fake news* dan pemolisian dari sudut pandang teori kreativitas dan teori sosial Bourdieu. Sejauh ini belum ada yang melihat *fake news* dari sudut pandang teori praktis kreativitas dan teori *habitus*, ranah (*field*) dan modal (*capital*) Bourdieu dengan analisis konseptualnya dikaitkan dengan pemolisian di Indonesia.

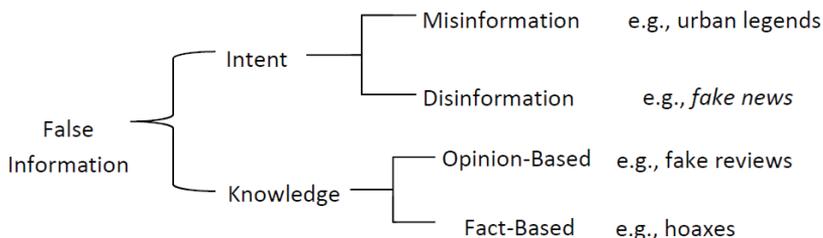
Dengan demikian *paper* ini menjawab pertanyaan (1) bagaimana *fake news* dipandang dari teori praktis kreativitas bisa dijelaskan? (2) sejauh mana teori sosial Bourdieu memfasilitasi penjelasan *fake news* dalam teori praktis kreativitas dilihat dari konstelasi ranah politik di Indonesia? (3) bagaimana *fake news* dalam sistem sosial Bourdieu dan teori kreativitas bisa dihubungkan dengan pemolisian? Selanjutnya artikel ini akan menyajikan tinjauan pustaka berupa konsep dan teori yang digunakan yang diikuti dengan metodologi, pembentukan kerangka hubungan *fake news* dan pemolisian berikut pembahasannya dan diakhiri dengan penutup yang berisi kesimpulan menyeluruh serta kemungkinan pengembangan model untuk penelitian di masa yang akan datang.

1. Tinjauan Pustaka

1.1. *Fake news*

Berbagai penelitian tentang *fake news* menggambarkan bahwa masalah ini merupakan kecenderungan yang akan menjadi trending topik di masa depan seiring dengan kemajuan teknologi informasi. *Fake news* diklasifikasikan sebagai bagian dari disinformasi yang merupakan sub-bagian dari informasi salah yang ditujukan untuk tujuan tertentu.⁷ Mereka dengan jelas membedakan antara *fake news* dan *hoaxes* dimana *hoaxes* merupakan bagian dari informasi salah berdasarkan kenyataan yang ada di lapangan. Lebih lengkapnya diagram klasifikasinya adalah sebagai berikut:

⁷ S. Kumar and N. Shah, False Information on Web and Social Media: A Survey. 1, 1 (April 2018), <https://doi.org/10.1145/nnnnnnn.nnnnnnn>.



Gambar 1. Klasifikasi informasi salah (Kumar and Shah, 2018)

Perbedaan antara informasi yang salah dalam sosial media dengan berdasarkan beberapa kriteria seperti penulis, motif, tujuan politik, mempengaruhi pembaca, hiburan atau melakukan perubahan sosial digambarkan dalam sebuah matrik visual⁸. Hasil penelitian tersebut bisa dilihat dalam matrik pada tabel 1.

Tabel 1
Matrik visual informasi salah dalam sosial media⁹

	Fake	Satire	Propaganda
Written by professional writers	No	Maybe	Maybe
Financial motive	Yes	Maybe	No
Political motive	No	No	Yes
Intention of deception	Yes	No	Yes
Intention of entertainment	No	Yes	No
Intention of transforming social messages	no	No	Yes

Dapat disimpulkan bahwa penyebaran dan serangan *hoaxes* dalam skala luas dilatarbelakangi oleh teknik yang sangat kreatif, khusus, unik dan menggunakan bermacam-macam *platform* yang memerlukan metode penanggulangan lebih dari hanya berdasarkan analisis teks.¹⁰ Lebih lanjut dijelaskan bahwa kolaborasi antara kemajuan *Natural Language Processing (NLP)*, *Library and Information Science (LIS)*, *big data* dan *journalism* akan menjadi harapan untuk membuat deteksi berita dan sumber *online* secara otomatis. Deteksi *fake news* dan rumor *debunking* memerlukan analisis bagaimana sebuah berita dipresentasikan, siapa yang mempresentasikan dan dalam format serta konteks yang bagaimana berita tersebut disebarkan.¹¹

⁸ A. Shirsat, "Understanding the Allure and Danger of Fake news in Social Media Environments." (Doctor Dissertation, Bowling Green State University, Ohio, United States, 2018).

⁹ Ibid.

¹⁰ V.L. Rubin, Y. Chen and N.J. Conroy, (2015). Deception detection for news: three types of fakes. Proceedings of the 78th ASIS&T Annual Meeting: Information Science with Impact: Research in and for the Community, American Society for Information Science, 83.

¹¹ V.L. Rubin, Deception detection and rumor debunking for social media, The SAGE Handbook of Social Media Research Methods, (2016): 342-364.

Masalah mendasar pada berita di media sosial (Medsos) adalah bukan dari jumlah atau kuantitas dari *fake news* tetapi yang lebih berbahaya adalah kemana target dari *fake news* tersebut.¹² Hal ini beralasan bila ditinjau dari kenyataan bahwa *fake news* akan sangat berpengaruh pada mereka yang kurang informasi sehingga disarankan bahwa disamping regulasi yang perlu dijalankan maka membanjiri *fake news* dengan berita tandingan yang benar adanya merupakan salah satu alternatif anti-*fake news* di masa depan.¹³

Ada dua motivasi utama orang menyebarkan *fake news* yang meliputi latar belakang ekonomi (uang, iklan, profit) dan latar belakang ideologi (politik, agama, paham, teroris, kepentingan golongan).¹⁴ Dalam proses ekonomi, kedua motivasi ini akan menimbulkan paling tidak empat konsekuensi masalah sosial antara lain: pertama, konsumen berita yang memilih berita dari produsen *fake news* akan salah dalam menentukan pilihan produk atau kandidat (dalam pemilu) dari yang berkualitas lebih baik. Kedua, kesalahan akibat memilih produk *fake news* menyebabkan kepercayaan pada kualitas produk yang baik menjadi rendah sehingga efek eksternalitas positifnya menjadi rendah yang secara umum berakibat buruk pada keseluruhan perekonomian atau pada area politik berakibat buruk pada proses demokrasi. Ketiga, konsumen berita akan menjadi ragu terhadap sumber berita yang baik karena sudah terpengaruh *fake news* yang berakibat pada akibat keempat bahwa permintaan akan berita yang benar menurun dan keuntungan memproduksi berita baik menjadi rendah sehingga secara umum akan lebih baik memproduksi *fake news* dengan pasar yang lebih luas dan menguntungkan.

Sebuah uji hubungan kecenderungan menempatkan *fake news* di medsos dengan beberapa karakteristik kependudukan.¹⁵ Hasil penelitian tersebut adalah bahwa penduduk dengan usia lebih tua cenderung melakukan tindakan menyebarkan *fake news*. Pendapatan juga menjadi faktor yang berpengaruh dalam penyebaran *fake news* dimana penduduk berpendapatan rendah lebih cenderung menyebarkan *fake news*. Persepsi tentang *fake news* juga menjadi temuan mereka dimana semakin meningkatnya persepsi penduduk tentang *online fake news* semakin tinggi peluang penyebaran *fake news*.

Dari aspek sosiologi tentang *fake news*, ada dua kategori masalah dalam *fake news* yang dikelompokkan dalam *post truth era* dan *information disorder*.¹⁶ Mooney menyatakan bahwa ada hubungan mendasar antara sosiologi, *fake news* dan melek informasi. Oleh karena itu kunci permasalahan dalam *fake news* adalah melek

¹² A. Alemanno, (2018), "How to Counter Fake news? A Taxonomy of Anti-Fake news Approaches" *European Journal of Risk Regulation*, Vol.9 No.1 (2018): 1-5.

¹³ Ibid.

¹⁴ H. Allcott and M. Gentzkow, "Social Media and Fake news in the 2016 Election," *Journal of Economic Perspectives*, Vol.31 No.2, (2017): 211-236.

¹⁵ M. Goyanes and A. Lavin, A. "The Sociology of Fake news, Media". @LSE Working Paper Series, *London School of Economic*. (2018).

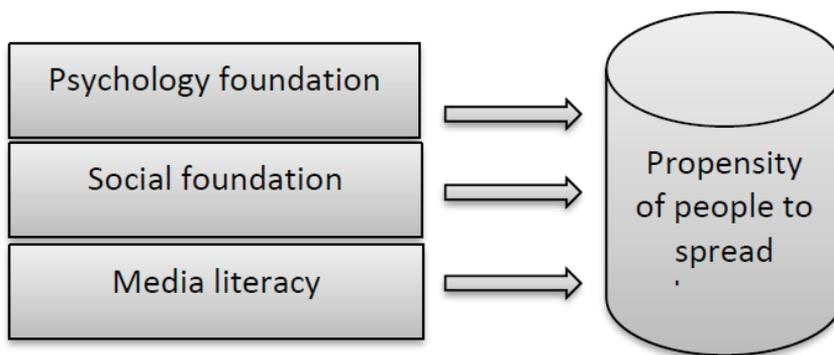
¹⁶ H. Mooney, "Fake news" and the Sociological Imagination: Theory Informs Practice", *LOEX Quarterly*, Vol.44 No.4, (2018):4-16.

informasi yang merupakan bagian dari kesadaran publik yang perlu dikembangkan dengan berangkat dari kaedah sosiologi. Dengan kaedah sosiologi kita bisa melihat masalah perseorangan sebagai masalah umum sehingga bisa diidentifikasi masalah sosial dan siklus keterkaitannya dalam skala yang lebih luas.

Sedangkan berbeda dengan di Indonesia, faktor demografi seperti umur, pendidikan dan jenis kelamin tidak menentukan atau mempengaruhi penyebaran *fake news*.¹⁷ Penelitian ini dilakukan di Provinsi Jawa Barat dan menyimpulkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi seseorang menyebarkan *fake news* adalah lama penggunaan internet dan biaya yang dikeluarkan untuk melakukan aktivitas *online*. Survei ini juga menemukan bahwa hampir 70 persen responden berkecenderungan untuk tidak menyebarkan *fake news*.

Sementara itu penelitian lain menemukan bahwa ada tiga hal yang mempengaruhi tendensi seseorang menyebarkan informasi berupa *hoax*s yang mencakup pondasi psikologi (*psychology foundation*), pondasi sosial (*social foundation*) dan melek media informasi (*media literacy*). Ketiga unsur tersebut digambarkan dalam bagan seperti dalam gambar 2.¹⁸

Dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa seseorang yang mempunyai pandangan yang sama dengan berita yang dibaca akan cenderung menyebarkan berita tersebut walaupun belum mengetahui berita tersebut berupa *hoax*s. Orang yang tidak peduli dengan status sosial juga sangat rentan menyebarkan *hoax*s di Indonesia. Pemahaman terhadap medsos dan cara-cara berkomunikasi lewat medsos dalam berbagai *platform* juga menjadi faktor yang mempengaruhi penyebaran *hoax*s di Indonesia.



Gambar 2. *Framework* seseorang menyebarkan *hoaxes* (Nugroho, 2018)

¹⁷ K.A. Wibowo, D. Rahmawan and E. Maryani, (2019). In Indonesia, young and old share fake news on social media, *The Conversation*.

¹⁸ A. Nugroho, "The Analysis of Hoax Spread in Social Media, IOSR J". *Humanit* Vol.23 No.6, (2018): 50-60.

1.2. Creative Practice Theory (CPT)

Kreatif praktis teori (*Creative Practice Theory*) yang selanjutnya dalam tulisan ini akan disebut dengan singkatan CPT merupakan teori yang digagas oleh Velikovsky.¹⁹ Velikovsky menjelaskan lebih lanjut bahwa CPT dikembangkan dengan menggabungkan teori praktis Bourdieu²⁰ dan model sistem kreativitas Csikszentmihalyi.²¹

1.2.1. Holon-Parton

Untuk memahami teori kreativitas dalam kaitannya dengan *fake news* maka perlu dipahami terlebih dahulu konsep *holon* dan *holon-parton*. Konsep ini perlu dijelaskan karena menyangkut unit analisis yang akan dijadikan dasar perbandingan untuk menentukan posisi *fake news* dalam pembahasan.

Konsep *holon* diadopsi oleh Velikovsky dari buku *The Ghost in The Machine* karya Arthur Koestler.²² Dalam buku tersebut *holon* diartikan sebagai bagian yang merupakan keseluruhan diwaktu yang sama. Penjelasan ini terkesan paradoks karena mengandung arti bahwa *holon* adalah merupakan bagian dari sesuatu dan di sisi lain dia adalah keseluruhan. Velikovsky juga menemukan konsep yang sama dalam *quantum physic* yang diistilahkan dengan *parton*. Dengan dua istilah dengan arti yang kurang lebih sama maka Velikovsky menggunakan keduanya sebagai satu terminologi dengan nama *holon-parton*.

¹⁹ J.T. Velikovsky, "Creative Practice Theory, StoryAlity" Wordpress. com, Sydney, 2017.

<http://storyality.wordpress.com/creative-practice-theory>

Velikovsky, J.T., (2014). 'Two Successful Transmedia Film Case Studies: The Blair Witch Project (1999) and The Devil Inside (2012)'. In D. Polson, A.-M. Cook, J. Velikovsky & A. Brackin (Eds.), *Transmedia Practice: A Collective Approach* (<https://storyality.wordpress.com/2013/11/18/storyality-96-transmedia-practice-a-collectiveapproach-2014/>) (pp. 103-117). London: ID-Press (InterDisciplinary.Net).

Velikovsky, J. T. (2016a). 'Communication, Creativity and Consilience in Cinema: A comparative study of the top20 Return-on-Investment (RoI) Movies and the Doxa of Screenwriting'. PhD Thesis, University of Newcastle, Newcastle Australia. Retrieved from <http://hdl.handle.net/1959.13/1324018>

Velikovsky, J. T. (2016b). The Holon/Parton Theory of the Unit of Culture (or the Meme, and Narreme): In Science, Media, Entertainment and the Arts. In A. Connor & S. Marks (Eds.), *Creative Technologies for Multidisciplinary Applications*. New York: IGI Global.

²⁰ P. Bourdieu, (1986). *The Forms of Capital*, in John G. Richardson (ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (Westport, CT: Greenwood Press), 241-58.

Bourdieu, P. and Nice, R. *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press, 1977.

P. Bourdieu and R. Johnson, "The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature". New York: Columbia University Press, 1993.

Bureau of Justice Assistance (1994) *Understanding Community Policing A Framework for Action*, U.S. Department of Justice Monograph, Washington DC.

²¹ M. Csikszentmihalyi, (1996). *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*, New York: HarperCollins.

M. Csikszentmihalyi, and R. Wolfe, (2000). *New Conceptions and Research Approaches to Creativity: Implications for a Systems Perspective of Creativity in Education*, in K. A. Heller, et al.(eds.), *International Handbook of Giftedness and Talent* (2nd ed. edn.; Amsterdam; Oxford: Elsevier).

M. Csikszentmihalyi and J. Henry, (2006). *Creative Management and Development*, London: SAGE.

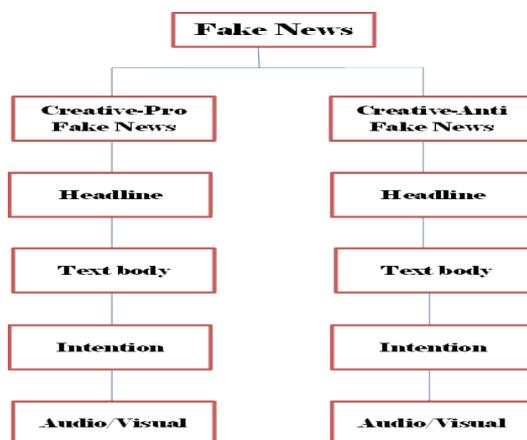
M. Csikszentmihalyi, (2014). *The Systems Model of Creativity and Its Applications*. In D. K. Simon-ton (Ed.), *The Wiley Handbook of Genius*. Chichester, West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.

²² A. Koestler, (1967). *The Ghost. In The Machine*. London: Hutchinson

Konsep ini seperti banyak dijelaskan dalam konsep keberadaan Tuhan di area spiritualitas dimana Tuhan dijelaskan sebagai bagian yang merasuki semua ciptaan dan di sisi lain merupakan keseluruhan semesta itu sendiri. Analogi ini untuk memberikan gambaran lebih lanjut tentang *holon-parton* yang dijelaskan oleh Velikovsky dalam berbagai karyanya. Contoh nyata yang bisa diberikan adalah tubuh kita sendiri. Kepala bisa dikatakan sebagai sebuah *holon-parton*. Kepala merupakan keseluruhan kepala yang terdiri dari mata, telinga, lidah, kulit, hidung dan sebagainya. Kepala juga merupakan bagian dari keseluruhan sistem yang lebih besar yaitu tubuh manusia. Contoh-contoh lain bisa diberikan misalnya daun atau bunga yang mempunyai bagian-bagian kecil merupakan bagian dari tanaman.

Untuk keperluan penelitian ini maka *fake news* bisa digolongkan sebagai *holon-parton* karena bisa dibagi dalam beberapa sub-bagian dan merupakan bagian keseluruhan dari berita (*news*). Untuk lebih jelasnya bisa dilihat dalam gambar 3.

Berbeda dengan paper lain yang mengklasifikasikan *fake news* dalam tiga sub-bagian yaitu *content*, *form* dan *stance*²³ maka dalam *paper* ini *fake news* dibagi dalam judul (*headline*), isi tulisan (*text body*), tujuan (*intention*) dan suara-gambar (*audi-visual*). Pembagian ini lebih kepada perimbangan bahwa dalam kreativitas maka keempat komponen ini lebih sering menjadi aktualisasi dari bentuk-bentuk ide pembuatan *fake news*.²⁴ Sementara sub-bagian *creative-pro fake news* dan *creative-anti fake news* merupakan terminasi yang dibuat dalam *paper* ini sebagai bagian pengelompokan *fake news* dari segi agen pembuatnya yang akan dijelaskan dalam bagian pengelompokan *fake news* pada bagian hasil dan pembahasan.



Gambar 3. *Fake news* sebagai *holon-parton* (elaborasi penulis)

²³ Seperti pada P. Utami, "Hoax in modern politics: the meaning of hoax in Indonesian politics and democracy," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol.22 No.2, (2018): 85-97.

²⁴ A. Shirsat, *Understanding the Allure and Danger of Fake news in Social Media Environments*, (Doctor Dissertation, Bowling Green State University, Ohio, United States, 2018) Lihat juga Utami, P

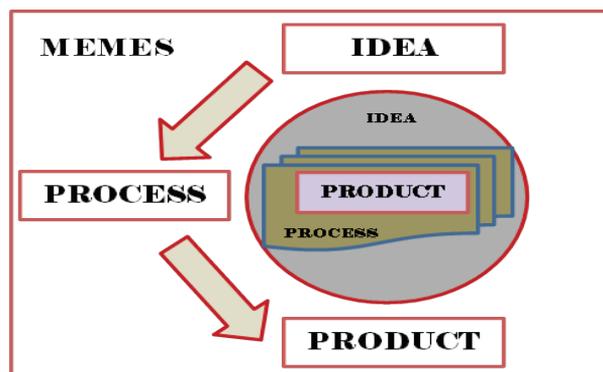
Lebih lanjut Velikovsky menjelaskan bahwa *holon-parton* ini mengatur diri (*holarchy*) dalam tiga aturan yang juga dikenal dengan tiga hukum evolusi. Ketiga hukum atau aturan tersebut adalah:

- Kompetisi dan kerjasama (*competition and/or co-operation*) sub-bagian *holon-parton* berkompeterisi atau melakukan koordinasi antar sub-bagian satu level. Kompetisi antar *headline fake news* yang satu dan yang lainnya dalam memperebutkan pembaca.
- Integrasi ke atas (*integration upwards*), sub bagian *holon-parton* terintegrasi dalam sub-bagian di atasnya. Tujuan (*intention*) dari *fake news* harus diintegrasikan dalam narasi teks yang merupakan tubuh dari *fake news*.
- Kontrol dan perintah (*control and command*), perintah dari sub-bagian lebih atas ke sub-bagian di bawahnya. Tujuan dari *fake news* mengontrol dan menentukan gambar atau video apa yang harus diisi dalam struktur *fake news* dan bagaimana gambar dan video tersebut seharusnya mendukung tujuan.

1.2.2. Meme

Istilah *meme* digunakan menggambarkan *fake news* sebagai sebuah produk sehingga *meme* selain dipandang sebagai model hoaks maka *meme* juga dipandang sebagai struktur dari *fake news*.²⁵ Dalam pengertian ini maka pemahaman *meme* bisa menimbulkan persepsi yang mirip dari pandangan *fake news* sebagai *holon-parton*.

Velikovsky mendefinisikan *meme* sebagai unit dari kebudayaan. Velikovsky menjelaskan bahwa *meme* adalah ide, proses dan produk. Dengan pengertian ini maka *fake news* merupakan sebuah produk dari sebuah proses pembuatannya dan merupakan ide yang mendasari proses pembuatan tersebut. Pengertian *meme* dapat dilihat dalam gambar 4.



Gambar 4. *Meme*, ide, proses dan produk (dielaborasi dari Velikovsky (2012, 2014, 2016a, 2016b))

²⁵ A. Salam, "The Hoax Phenomenon in Indonesian Society: Observing Anti-Diversity Memes since 2014," *Humaniora*, Vol.30 No.3, (2018): 315-324. Lihat juga Utami, P., (2018).

1.2.3. Tahapan CPT

Velikovsky menjelaskan CPT dalam 12 tahapan. Teori ini bisa bervariasi tergantung dari bidang dan lingkungan pengembangan model yang diteliti. Secara umum ke 12 tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Lahir dengan latar belakang bawaan *bio-psycho-socio-cultural* atau talenta
2. Membangun atau mengembangkan *habitus*
3. Menyerap domain tertentu
4. Menginternalisasikan domain pada diri sendiri
5. Mempraktekkan kemampuan dalam kurun waktu tertentu (dalam hal ini Velikovsky menetapkan aturan 10 tahunan)
6. Bergerak dalam ranah tertentu (*field*) dan menentukan posisi dalam ranah
7. Mendapatkan atau memperoleh modal ekonomi, sosial dan budaya
8. Mengaplikasikan kreativitas berupa *output* tertentu
9. Hasil kreativitas mendapatkan penilaian agen-agen dalam ranahnya
10. Kreativitas mendapatkan popularitasnya
11. Karena kepopulerannya maka mendapatkan modal simbolik
12. Siklus berulang dari no 1 atau lanjut ke 13
13. Mengakhiri siklus karena pensiun atau meninggal

Dari tahapan tersebut maka jelas bisa dipahami bahwa seseorang lahir dengan kemampuan bawaan yang kemudian membangun *habitus* berupa cara-cara memecahkan permasalahan (dari proses penyerapan dan pembelajaran). Selanjutnya individu menyerap domain yang merupakan bagian dari sistem budaya dan dalam sistem sosial ini seseorang melatih kemampuannya dan memasuki ranah tertentu dan memposisikan posisinya dalam ranah tertentu (*field*). Dalam siklus ini seseorang memperoleh tiga jenis modal yaitu material (modal ekonomi), jaringan (modal sosial) dan pendidikan (modal budaya). Dalam interelasinya maka orang yang kreatif melakukan kegiatan dan dinilai dalam ranahnya sebagai kegiatan kreatif sehingga dari hasil ini memperoleh pengakuan dimana pengakuan (popularitas) ini akhirnya bermanifestasi sebagai modal simbolik.

1.3. Teori Sosial Bourdieu

Kontribusi terbesar teori sosial Bourdieu adalah adanya konsep *habitus*, *field* dan *capital* untuk menjelaskan dinamika masyarakat. Ketiga konsep ini memberikan penjelasan yang sangat mendalam akan hubungan antar agen dan nilai-nilai yang berkembang di masyarakat. Pertentangan dan distribusi *capital* dalam arena juga bisa dijelaskan dengan mengistilahkan arena sebagai area mempertahankan eksistensi kekuasaan²⁶.

²⁶ S. Grusendorf, (2016). "Bourdieu's field, capital, and habitus in religion," *Journal for the Sociological Integration of Religion & Society*, Vol.6 No.1: (2016): 1-13. R. Friedland, "The endless fields of Pierre Bourdieu," *Organizations*, Vol.16 No.6, (2009): 1-31. Chan, J., (2004). "Using Pierre Bourdieu's frame-

Habitus dipahami sebagai nilai-nilai yang berkembang dalam pola pengajaran individu sejak lahir dari lingkungan sosial ataupun dari orang tua yang melekat dalam dirinya sebagai bagian dari sistem sosial. Sejalan dengan siklus hidupnya dan interaksi dengan sistem sosial dan budaya, individu membentuk *habitus* lebih lanjut sepanjang perjalanan hidupnya. Jadi ada hubungan timbal balik antara pengaruh dan pembentukan baru dalam siklus *habitus*.²⁷ . Ruang dimana *habitus* ini terekspresikan disebut dengan *field* (ranah atau arena). Bourdieu mengistilahkan *field* sebagai ranah pertarungan agen-agen untuk mendapatkan hegemoni dalam ruang sosial dengan melindungi dan mencari posisi yang memberikan keuntungan tertinggi bagi kelas mereka. *Field* adalah ranah kompetisi pertarungan modal dimana individu maupun kelompok bersaing yang pada akhirnya selain menempatkan pemenang juga memberikan terbentuknya simbol kemenangan yang diistilahkan Bourdieu sebagai modal simbolik.²⁸

Field membuat *habitus* menemukan eksistensinya dan merupakan ranah untuk memahami distribusi modal dalam berbagai bentuknya. Distribusi modal yang saling berinteraksi inilah yang kemudian bisa dipandang sebagai asal muasal konflik dalam realita dinamika masyarakat. Dengan konsep ini maka pemahaman dinamika sosial bukanlah agregasi individual tetapi merupakan keseluruhan interelasi individu dalam *field* tempatnya beraksi.

Modal sebagai bagian penting yang memberikan roh pada *habitus* dan *field* dibedakan menjadi empat oleh Bourdieu yang meliputi modal ekonomi, modal sosial, modal kultural dan modal simbolik.²⁹ Masing-masing modal ini muncul sepanjang perjalanan hidup individu dan saling mendukung pembentukan satu dengan yang lainnya. Individu dengan modal ekonomi yang kuat bisa mendapatkan pendidikan yang baik sehingga memberikan modal kultural yang kuat pula yang akhirnya memungkinkan mendapatkan jaringan berupa modal sosial serta modal simbolik melalui kreativitas praktek pengetahuan yang dimilikinya.³⁰

Modal ekonomi dipahami sebagai modal kepemilikan sumberdaya material, tenaga kerja, tanah, rumah dan kekayaan material lainnya. Berbeda dengan modal ekonomi, modal sosial merupakan modal potensial yang dimiliki sebagai keuntungan jaringan koneksi dalam sistem sosial. Keberuntungan mempunyai koneksi orang-orang berpengaruh dan menentukan kebijakan menjadikan agen tertentu mendapatkan perlakuan khusus yang menguntungkannya dalam kehidupan bermasyarakat. Modal sosial ini juga bisa menentukan posisi kewenangan dan

work for understanding police culture." *Droit et société* Vol. 1 (2004): 327-346. Shammas, V.L. and Sandberg, S. "Habitus, Capital and Conflict: Bringing Bourdieusian Field Theory to Criminology," *Criminology & Criminal Justice*, Vol. 16 No. 2 (2016): 195-213. Shammas, V. L.. "Bourdieu's five lessons for criminology," *Law and Critique* Vol.29 No.2, (2018): 201-219.

²⁷ Friedland, 2009; Shammas, 2018

²⁸ Bourdieu (1986, 1993)

²⁹ Bourdieu (1986)

³⁰ Friedland, T. Bennett, dan E. Silva, (2006). "Cultural Capital and Inequality – Policy Issues and Contexts." *Cultural Trends*, Vol. 15 No.2 (2006): 87-106

kekuasaan agen dalam struktur masyarakat.

Modal budaya didapat sebagai bagian dari proses pembelajaran dan interaksi yang menciptakan nilai-nilai tertentu yang dipakai sebagai pedoman hidup dalam tataran hubungan kreativitas. Kemampuan mengorganisir diri dan kelompok berdasarkan sistem aturan tertentu yang memberikan keunggulan adalah bentuk-bentuk dari modal budaya. Pendidikan dan kemampuan yang didapat melalui proses belajar juga dimasukkan dalam modal budaya dalam teori sosial Bourdieu. Berbeda dengan modal sosial yang diperoleh dalam domain sosial maka modal budaya adalah produk dari domain kultural.

Modal terakhir yang dimiliki oleh agen adalah modal simbolik. Modal ini sangat bervariasi dan bisa berkembang di berbagai *field* sebagai akibat dari matangnya pemanfaatan modal lainnya oleh individu tertentu. Karena modal ini bisa dihasilkan sebagai produk sampingan dari penggunaan modal-modal lainnya maka kerap kali modal ini dimainkan sebagai kekerasan terstruktur dalam kehidupan sosial.³¹ Kekerasan ini tanpa disadari telah mengubah distribusi modal lainnya yang menguntungkan agen tertentu dan merugikan agen lainnya.

1.4. Pemolisian

Tidak seperti pelayanan publik lainnya, dukungan masyarakat pada kepolisian sangat penting agar pelayanan yang diberikan bisa efektif dan berhasil.³² Dengan menggunakan data tahun 2003-2004 dari *British Crime Survey* dan data tahun 2006/2007 *London Metropolitan Police Safer Neighbourhoods Survey* Jackson and Bradford menyimpulkan bahwa pandangan masyarakat tentang polisi lebih kepada penilaian pada kedekatan sosial (*social cohesion*) dan konsensus moral (*moral consensus*) dibandingkan dengan resiko keselamatan pribadi. Sehingga Polisi tidak dipandang sebagai personal pengamanan tetapi sebagai simbol penjaga kestabilan sosial sehingga bertanggung jawab pada nilai-nilai sosial kemasyarakatan dan kontrol sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pandangan masyarakat terhadap tindak kriminal dan pemolisian ada pada struktur sosial, bagaimana perlakuan terhadap sistem kemasyarakatan berupa sistem nilai dan moral dan bagaimana masyarakat sukses mengatur dirinya. Dengan demikian maka kepedulian akan penyelesaian masalah konflik tindak kriminal dan pemolisian yang bertujuan pada kedekatan sosial dan konsensus moral harus di dasarkan pada bagaimana pandangan masyarakat tentang kontrol sosial dan kedekatan, norma, moral dan nilai-nilai dari kelompok-kelompok dalam masyarakat.

Kesimpulan Jackson dan Bradford ini mengindikasikan bahwa penanganan masalah *fake news* mengarah pada metode pemolisian berbasis masyarakat.

³¹ W.L. Wiegmann, (2017). Habitus, Symbolic Violence, and Reflexivity: Applying Bourdieu's Theories to Social Work, *The Journal of Sociology & Social Welfare*, 44(4), 95-116.

³² J. Jackson and B. Bradford, (2009). Crime, policing and social order: on the expressive nature of public confidence in policing. *British journal of sociology*, 60 (3). pp. 493-521

Sebagaimana diungkapkan dalam *Bureau of Justice Assistance* bahwa "*community policing is democracy in action*" yang dilandasi dengan kesadaran baru bahwa pemerintah dan masyarakat harus memikul tanggung jawab terhadap kamtibmas.³³ Dengan slogan bahwa Pemolisian Masyarakat (polmas) adalah aksi nyata dari demokrasi maka partisipasi pemerintah daerah, tokoh bisnis dan tokoh sipil, lembaga pemerintah dan swasta, masyarakat umum, lembaga sosial keagamaan, sekolah dan rumah sakit menjadi pemain utama mewujudkan kamtibmas yang ditimbulkan oleh masalah *fake news*.

Berkaitan dengan kepuasan masyarakat dan legitimasi polisi, Gill menyimpulkan bahwa polmas mempunyai pengaruh positif pada kepuasan masyarakat, persepsi ketidakpastian dan legitimasi polisi tetapi pengaruhnya sangat terbatas pada tindak kejahatan dan ketakutan akan tindak kriminal.³⁴ Dengan menggunakan metode meta-analisis mereka menyimpulkan bahwa untuk menciptakan keamanan dan ketertiban jangka panjang dalam masyarakat maka aplikasi polmas harus dikombinasikan dengan penanganan yang terpusat, tepat sasaran dan mengacu pada spesifikasi kasus tindak kejahatan. Hal ini sejalan dengan penanganan *fake news* yang tidak menemui sasaran jika gaya pemolisiannya tidak fokus pada akar permasalahan yang memicu konflik berkelanjutan.

Chrysnanda menjelaskan bahwa "*Konsep pemolisian (Policing), pada dasarnya adalah segala usaha atau upaya untuk memelihara keamanan, pencegahan dan penanggulangan kejahatan, melalui pengawasan atau penjagaan dan tindakan untuk memberikan sanksi atau ancaman hukum*"³⁵. Penjelasan konsep tersebut mengacu pada gaya pemolisian yang meliputi *crime fighter, social agent, law enforcer* dan *watchman* yang menurut Chrysnanda (2005) bisa dilihat secara berjenjang dalam kelembagaan kepolisian di Indonesia dari Markas Besar (Mabes), Kepolisian Daerah (Polda), Kepolisian Wilayah (Polwil), Kepolisian Resort (Polres) dan Kepolisian Sektor (Polsek).

Dalam perkembangannya gaya pemolisian ini mengalami perubahan paradigma (*paradigm shift*) karena adanya perubahan-perubahan atau kecenderungan baru dalam kehidupan sosial dan pola-pola tindak kejahatan. Seperti misalnya perubahan pemolisian yang dikenal dengan *community-oriented policing* (COP) setelah adanya serangan terroris 9/11 pada bulan September 2001.³⁶ Perubahan paradigma ini umumnya adalah perubahan dari pemolisian konvensional ke model pemolisian berbasis masyarakat atau komunitas. Tidak menutup kemungkinan juga perubahan paradigma pada penanggulangan gangguan kamtibmas akibat *fake news*.

³³ Bureau of Justice Assistance (1994) *Understanding Community Policing A Framework for Action*, U.S. Department of Justice Monograph, Washington DC

³⁴ Gill, Charlotte, David Weisburd, Cody W. Telep, Zoe Vitter, and Trevor Bennett. (2014). Community-oriented policing to reduce crime, disorder and fear and increase satisfaction and legitimacy among citizens: A systematic review. *Journal of Experimental Criminology*, 10: 399-428.

³⁵ Chrysnanda D., (2005) "Pola-Pola Pemolisian di Polres Batang", Disertasi, Universitas Indonesia

³⁶ M. Kim dan M.C. de Guzman, (2012). Police paradigm shift after the 9/11 terrorist attacks: the empirical evidence from the United States municipal police departments, *Criminal Justice Studies: A Critical Journal of Crime, Law & Society*, 25: 323-342

2. Metodologi

Penelitian ini merupakan penelitian literatur³⁷ yang dikombinasikan dengan pengalaman penulis sebagai polisi (*practitioner-based enquiry research methodology*) dengan menggunakan konsep dari *Creative Practice Theory* dari Velikovskiy dan Teori Sosial Bourdieu yang banyak diadopsi dalam publikasi-publikasi penelitian sosial dan budaya.³⁸ Dengan menggunakan konsep-konsep dalam teori tersebut maka penulis menerapkan metode aplikasi konseptual (*conceptual application method*) untuk membentuk kerangka hubungan *fake news* dan pemolisian dan mensintesis hasilnya.

Dengan metode ini maka konsep, teori, informasi politik di Indonesia, informasi *fake news*, periode waktu dan analisis dalam literatur diperlakukan sebagai data.³⁹ Data-data ini akan dilihat hubungan korelasi dan hubungan pemikiran teoritisnya dan kemudian dianalisis dalam diagram alur. Dari diagram alur ini maka pertanyaan-pertanyaan penelitian akan dijelaskan dan dijawab dengan dasar-dasar konsep dan teori sebagai pendukungnya. Untuk lebih lengkapnya penelitian ini terdiri dari tahapan berikut:

1. Mengumpulkan data-data yang dibahas dalam pembahasan tinjauan pustaka
2. Mengelompokkan agen dan *fake news* berdasarkan komponen *meme*
3. Menentukan posisi *fake news* dalam konsep-konsep yang digunakan dalam CPT
4. Mengelompokkan jenis pemolisian
5. Membuat diagram kreativitas *fake news*
6. Menggabungkan langkah 1, 2, 3, 4 dan 5 dalam kerangka Bourdieu *habitus, capital* dan *field* dengan membuat diagram kreativitas
7. Menganalisa diagram kreativitas hubungan *fake news* dan pemolisian

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pro dan Anti Fake news

Keberadaan *fake news* di Indonesia seringkali disamakan dengan hoaks dan *mis-information*. Pengelompokan ini didasarkan pada konsep misinformasi dan kebanyakan dilakukan sebagai bagian dari konsep dan definisi penelitian dan metode yang digunakan. Pengelompokan lainnya adalah dengan melihat dari jenis *fake news* yang beredar ditinjau dari isi, tujuan dan ideologi yang melatarbelakangi⁴⁰.

Berdasarkan penelitian dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) dalam survei kebebasan beragama di sembilan provinsi di Indonesia (Gambar 5) maka

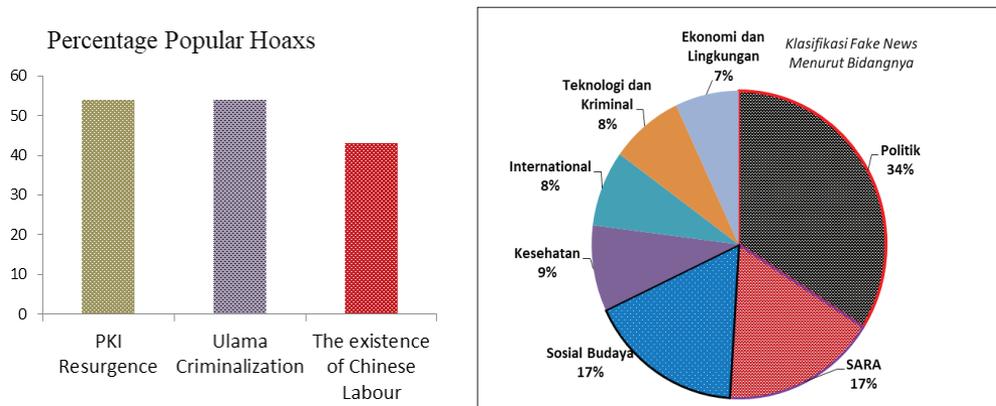
³⁷ H. Snyder, (2019). Literature Review as a Research Methodology: An overview and Guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. Jaakkola, E. (2020). Designing conceptual articles: four approaches. *AMS Review*, (10), 18–26.

³⁸ Practitioner-based enquiry research methodology merupakan kombinasi pengalaman penulis dan teori terkait yang merupakan bagian terpenting dalam menganalisis pengetahuan di bidang tertentu (Demettrion, 2000; Gordon, 2016) . Lihat juga Grusendorf ,2016; Friedland, 2009; Chan, 2004; Metelits, 2018; Shammas and Sandberg, 2016; Mckinon, 2012.

³⁹ Snyder, 2019; Jaakkola, 2020

⁴⁰ Nadzir et al, 2019; Utami, 2018; Kusumarani and Zo, 2018

ada tiga golongan besar kelompok hoaks yang diketahui masyarakat yaitu hoaks tentang kebangkitan Partai Komunis Indonesia (PKI), pemerintah dengan sengaja merancang tindak kejahatan pada ulama dan keberadaan jutaan tenaga kerja China di Indonesia.⁴¹ Sejalan dengan hasil penelitian LIPI, Kusumarani dan Zo yang mengolah data dari 518 *fake news* yang didapat dari data Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) menemukan bahwa sebagian besar (34 %) *fake news* berkaitan dengan ranah politik, diikuti oleh sosial (17 %) dan budaya (17 %). Sementara *fake news* terkait bidang ekonomi, lingkungan, kesehatan dan topik internasional besarnya kurang dari 10 persen.⁴²



Gambar 5. Pengelompokan *Fake news* berdasarkan jenisnya dan pengetahuan masyarakat (diringkas dari Nadzir et al, 2019; Kusumarani and Zo, 2018).

Utami menggunakan pendekatan *memetic* (*a memetic practice approach*) untuk menganalisa hoaks pada periode Januari-Maret 2017 dalam kaitannya dengan pemilihan gubernur Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta.⁴³ Hoaks pada periode tersebut dikelompokkan dan dianalisis dalam strukturnya yang bisa dilihat dalam isi (*content*), bentuk (*form*) dan dukungan yang diberikan (*stance*). Dengan pengelompokan ini maka Utami menemukan bahwa 14 dari 15 sampel berisi isu politik yang menggambarkan bahwa Ahok tidak berkompeten menjadi pemimpin atau gubernur DKI Jakarta. Dilihat dari bentuknya sebagian besar merupakan editan isi dari berbagai sumber yang sebenarnya tidak ada hubungannya dan dikaitkan dengan kebencian pada salah satu kandidat calon gubernur. Dilihat dari dukungan politik maka sebagian besar sejalan dengan isinya yang memposisikan pembuat hoaks dan penyebarannya menentang salah satu kandidat gubernur.

⁴¹ Nadzir et al., 2019

⁴² R. Kusumarani and H.J. Zo, (2018). Exploring Digital Fake news Phenomenon in Indonesia CPR South. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3275115>

⁴³ P. Utami, "Hoax in modern politics: the meaning of hoax in Indonesian politics and democracy," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol.22 No.2, (2018): 85-97

Berbeda dengan ketiga sampel literatur tersebut maka penelitian ini mengelompokkan *fake news* dalam tiga kelompok dipandang dari individu dalam sistem sosial atau yang diistilahkan agen dalam teori sosial Bourdieu. Ada tiga kelompok *fake news* terkait kelompok (*group*) dalam konstelasi politik di Indonesia yaitu:

- **Creative-Pro *Fake news***

Creative-Pro *fake news* dihasilkan oleh kelompok yang anti pemerintah. Kelompok ini adalah mereka yang setuju (*pro*) pada keberadaan *fake news* karena mereka ingin mendiskreditkan pemerintahan sehingga mereka adalah *group* anti pemerintahan. Termasuk dalam kelompok ini adalah mereka yang memberikan ide *fake news*, termasuk organisator, narator, perancang desain, mereka yang terlibat dalam penempatan berita (*placement*), melakukan proses manipulasi sehingga berita nampak benar (*layering*) dan mereka yang meletakkan *fake news* dalam jaringan tertentu (*integration*). Kelompok ini juga termasuk mereka yang setuju dengan isu *fake news* dan mempunyai pandangan dan tujuan yang sejalan dengan misi *fake news* sehingga dengan sukarela menyebarkannya. Mereka yang tidak mengetahui apakah *fake news* itu benar atau salah dan menyebarkannya, dalam penelitian ini juga dikategorikan kelompok yang *pro fake news*. Kelompok ini umumnya adalah kelompok oposisi yang menentang pemerintahan dalam kasus Utami.⁴⁴

- **Creative-Anti *Fake news***

Creative-Anti *fake news* di sebar oleh kelompok *pro* pemerintah. Kelompok ini adalah kelompok yang menentang (*anti*) adanya *fake news* dan melakukan perlawanan dengan memberikan penjelasan bahwa ada berita bohong yang disebarkan ke masyarakat. Mereka berasal dari kelompok yang *pro* pada pemerintahan dan mendukung pemerintah yang sah. Kelompok ini juga termasuk mereka yang tahu maupun tidak tahu kebenaran *fake news* dan memutuskan untuk tidak menyebarkan berita yang diterimanya.

- **Dubious *Fake news***

Dubious *fake news* merupakan *fake news* yang tidak jelas tujuan dan latar belakang pembuatannya yang umumnya dihasilkan oleh kelompok pasif. Kelompok ini membuat *fake news* yang tidak jelas dan hanya untuk keisengan, atau humor atau mengisi waktu luang. Kelompok ini adalah kelompok yang netral yang bersikap apatis pada perkembangan politik dan pemerintahan di Indonesia. Mereka tidak peduli dengan berita yang diterima, apakah itu *fake news* atau berita yang benar sehingga kelompok ini tidak menyebarkan berita yang akhirnya dikategorikan *fake news*. Berbeda dengan kelompok anti *fake news* yang berusaha mengetahui berita sebelum memutuskan apakah menyebarkan atau tidak *fake news* maka kelompok ini

⁴⁴ Utami, P., (2018).

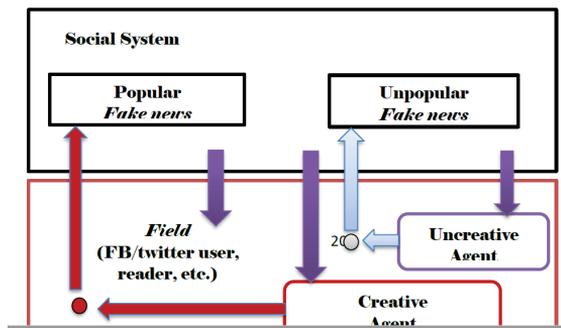
tidak peduli sama sekali bahkan tidak membaca *fake news* karena mereka menganggap ada masalah lain yang lebih penting daripada menilai atau menyebarkan berita-berita tersebut.

3.2. *Fake news* dan Popularitasnya

Dengan penjelasan tentang konsep *meme* dan holon-parton yang diintegrasikan dalam tahapan CPT maka kita bisa menganalisa kenapa *fake news* bisa populer dan kenapa beberapa *fake news* gagal mempengaruhi masyarakat.

Dalam sistem sosial yang merupakan keseluruhan dari unsur-unsur sosial kemasyarakatan yang berkaitan satu sama lainnya maka ada individu-individu (agen-agen) yang mempunyai ide dan memproses ide tersebut menjadi sebuah produk. Dalam kaitannya dengan *paper* ini produk tersebut adalah *fake news*. Kesatuan unit dari ide *fake news*, dan produk *fake news* kita sebut sebagai *meme* sesuai pembahasan pengertian *meme* dalam bagian tinjauan pustaka. *Meme* yang dibuat ini disampaikan dalam ranah masing-masing (*field*) dan dibaca oleh agen lainnya yang ada dalam ranah tempat *meme* tersebut.

Fake news yang menarik banyak minat pembaca sebagai sebuah kreativitas atau *fake news* yang berhasil memanipulasi berita sehingga kelihatan asli dan menarik pembaca untuk menyebarkannya menjadi sangat terkenal dan viral. Kepopuleran *fake news* ini tidak terlepas dari keberadaannya sebagai sebuah holon-parton yang terdiri dari judul (*headline*), isi (*text-body*), tujuan (*intention*) dan gambar-suara (*audio-visual*).



Gambar 6. Sistem model kreativitas *Fake news* (elaborasi penulis dengan mengikuti model Velikovsky).

Berlawanan dengan *fake news* yang viral adalah *fake news* yang tidak viral atau tidak populer. *Fake news* semacam ini dinilai sebagai *fake news* yang tidak kreatif yang bisa dilihat dari struktur holon-partonnya. Bisa juga dikatakan bahwa *fake news* ini tidak berhasil memanipulasi pembaca dan meyakinkan mereka bahwa itu berita asli sehingga pembaca mengenalinya sebagai produk atau berita palsu. Dengan demikian dalam sistem sosial kepopuleran dari *meme* ditentukan oleh pengakuan dari agen-agen. Sebuah *meme* dikatakan memenuhi syarat sebagai sebuah

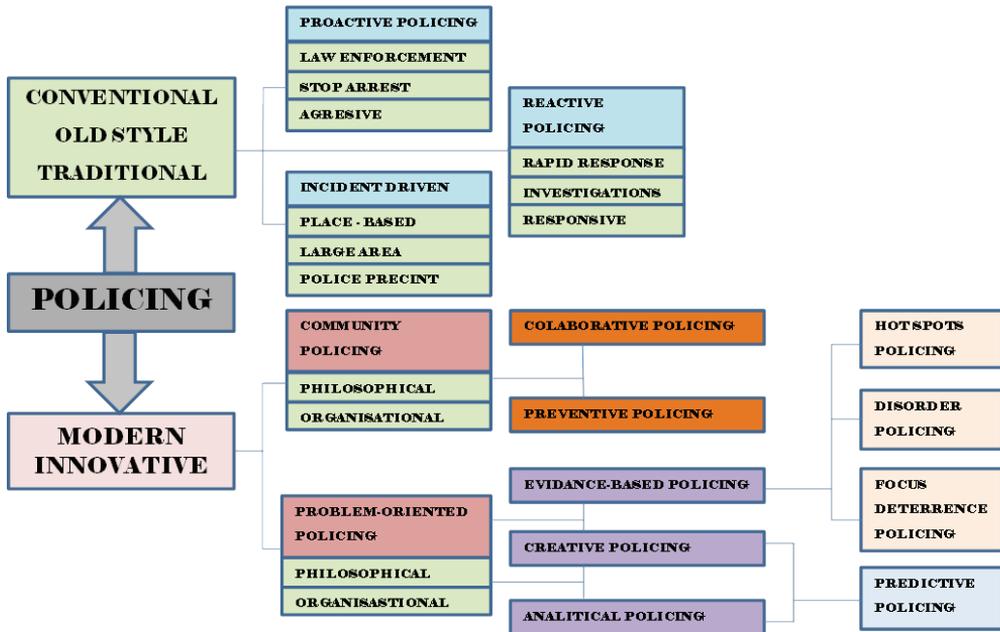
produk kreatif setelah berada dalam ranah tertentu dimana individu (agen) saling berinteraksi memberikan penilaian dan bersaing demi kepentingannya (Gambar 6).

3.3. Kategori Pemolisian

Pemolisian digolongkan dalam berbagai macam sesuai dengan latar belakang dan tujuan penelitian. Penggolongan tersebut kadang-kadang tumpang tindih antara yang satu dengan lainnya karena model-model pemolisian diintegrasikan dengan berbagai strategi dalam praktek kegiatannya. Apalagi pengkategorian pemolisian yang berbasis kerjasama dengan masyarakat seringkali menimbulkan pemahaman yang berbeda tergantung konteks penerapannya. Mengingat hal tersebut maka *paper* ini mengkategorikan pemolisian berdasarkan berbagai sumber literatur dan menggunakan fokus kegiatan dari pemolisian sebagai dasar pengkategorian.

Dalam kelompok besar, pemolisian dibagi dalam dua kelompok yaitu pemolisian tradisional dan pemolisian modern. Pengkategorian ini juga sering menimbulkan pemahaman berbeda dengan pengkategorian pemolisian konvensional dan pemolisian inovatif. Dalam berbagai literatur pemolisian konvensional adalah nama lain dari pemolisian tradisional dan kadang-kadang disebut juga sebagai pemolisian model lama (*old style policing*). Pemolisian modern disebut sebagai pemolisian inovatif karena menyangkut ide-ide baru dalam pola kegiatannya yang disesuaikan dengan keadaan lingkungan setempat (Gambar 7).

Pemolisian tradisional digolongkan menjadi tiga jenis yaitu pemolisian proaktif, pemolisian reaktif dan pemolisian berbasis kejadian. Penggolongan ini didasarkan pada model kegiatannya seperti misalnya pemolisian berbasis kejadian yang tergantung dan bercirikan penyesuaian kegiatan dengan tempat kejadian, dalam ruang area yang besar yang menjadi area penugasan pemolisian. Pemolisian ini terkadang dikaburkan dengan pengertian pemolisian *hot spots policing* karena sama-sama berbasis lokasi. Perbedaan keduanya adalah bahwa kegiatan dan cakupan ruang lingkungannya yang berorientasi jangka panjang dan berbeda dalam tujuannya dimana yang satu bersifat pencegahan dan yang lainnya hanya menyelesaikan satu perkara. Pemolisian reaktif dan proaktif mengusung kemurnian pemolisian profesional dengan ciri penegakan hukum, penangkapan yang agresif dan responsif, investigasi dan respon yang cepat.



Gambar 7. Penggolongan pemolisian (elaborasi penulis dari berbagai literatur)

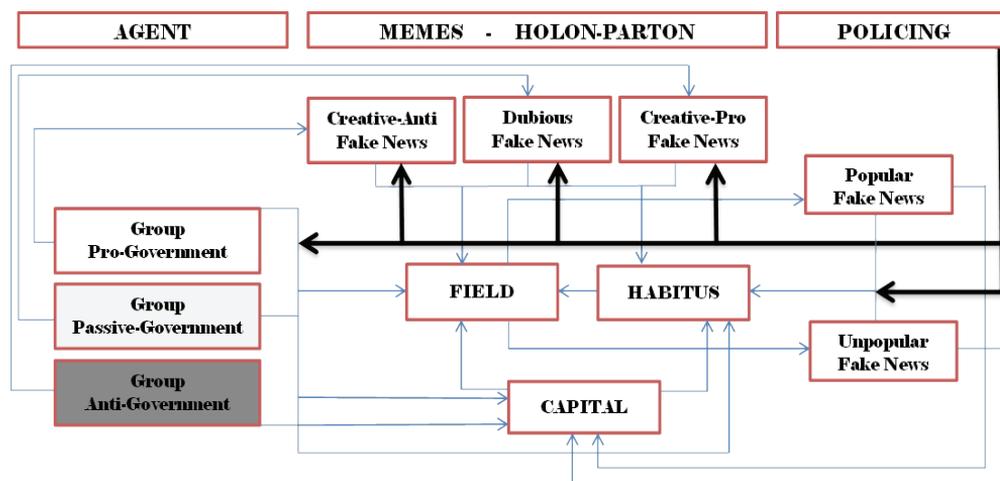
Pemolisian modern di sisi lain merupakan perubahan paradigma yang mengusung model-model pencegahan dan melibatkan komunitas dalam menjaga kamtibmas. Pemolisian ini dibedakan menjadi pemolisian masyarakat (*community policing*) dan pemolisian berorientasi pemecahan masalah (*problem-oriented policing*). Pemolisian masyarakat dibedakan menjadi pemolisian kolaborasi dan pemolisian preventif. Pemolisian berbasis pemecahan masalah dibedakan menjadi pemolisian berbasis fakta di lapangan dan pemolisian kreatif dan analitik. Pemolisian berdasarkan kenyataan di lapangan dibedakan menjadi pemolisian *hot spots*, *disorder* dan *focus deterrence policing*. Yang membedakan pemolisian kreatif analitik dengan pemolisian lainnya adalah bahwa pemolisian ini menggunakan data-data dan algoritma tertentu untuk memprediksi tindak kejahatan sehingga sering disebut sebagai pemolisian prediktif.

3.4. Fake news dan Pemolisian

Bagaimana pemolisian dan *fake news* berada dalam satu diagram kreativitas merupakan penggabungan antara pemahaman konsep *holon-parton*, *meme*, *fake news*, *habitus*, *field*, *capital*, pemolisian dan CPT. Semua teori ini menjelaskan bahwa keberadaan *fake news* sebagai sebuah kreativitas negatif dalam perspektif pemolisian merupakan target penerapan strategi pemolisian.

Fake news yang mendapatkan popularitasnya akan mempengaruhi masyarakat dan membentuk *habitus* yang baru yang bisa mempengaruhi bagaimana individu mereposisi dirinya dalam ranah di dalam sistem sosial. Reposisi ini bisa

menimbulkan polarisasi dalam masyarakat yang bisa memunculkan kelompok kelas baru yang bersaing dalam distribusi modal untuk mencapai tujuannya atau mempertahankan *status quo* kelasnya sehingga menimbulkan konflik di dalam sistem sosial kemasyarakatan. Konflik inilah yang pada akhirnya menimbulkan gangguan kamtibmas atau berpotensi menjadi konflik yang muncul sewaktu-waktu di masa depan.



Gambar 8. Diagram kreativitas *fake news* dan pemolisian (elaborasi penulis)

Diagram pada gambar 8 menunjukkan bahwa kegiatan pemolisian terkait *fake news* bisa dilakukan pada lima titik (tanda panah tebal hitam). Pemolisian pada titik pertama dilakukan pada saat *fake news* menjadi sesuatu yang viral dan populer. Dalam hal ini *fake news* sudah berhasil menebarkan pengaruhnya dan pengaruhnya ini harus dianalisis apakah menimbulkan keresahan masyarakat atau hanya menyebar secara lokal yang tidak berakibat pada gangguan kamtibmas. Jika pengaruh ini sudah menimbulkan gangguan kamtibmas maka pemolisian konvensional dan pemolisian profesional adalah pilihan yang tidak bisa dihindarkan.

Berbeda dengan empat titik lainnya dimana pemolisian modern bisa diterapkan dalam menangani *fake news* karena titik-titik ini adalah titik dimana *fake news* belum menjadi sebuah *meme* yang populer. Pada titik-titik ini langkah-langkah preventif menjadi sangat dimungkinkan untuk mencegah pengaruh *fake news* menjadi penyebab polarisasi dalam masyarakat. Keempat titik tersebut adalah tiga pada saat *meme* tersebut berada dalam ranah (*field*) yang meliputi *fake news* yang disebarkan oleh kelompok anti pemerintah dalam bentuk *creative-pro fake news*, titik kedua adalah *creative-anti fake news* dari golongan pro pemerintah dan pergerakan kelompok pasif atau netral yang mungkin akan menjadi kelompok yang sangat potensial terpengaruh *fake news*. Titik keempat adalah fokus kegiatan pada kelompok atau agen-agen yang melakukan kegiatan kreatif pembuatan *fake news* sebelum ide mengalami proses menjadi sebuah produk *fake news*. Penggunaan data

dengan pemetaan daerah-daerah potensial yang dijadikan basis operasi *fake news* bisa menjadi target pemolisian sehingga gabungan pemolisian prediktif dan *hot spots* diharapkan memberikan hasil yang maksimal.

Penutup

Berbagai literatur membahas *fake news* di Indonesia dari sudut pandang realita yang seringkali kehilangan pondasi dasar konseptual sehingga dari kaca mata pemolisian menemukan kesulitan dalam menentukan pola pikir kegiatan pemolisian. Dasar konseptual ini penting untuk memberikan arah kebijakan dan pengambilan keputusan terutama yang terkait kamtibmas⁴⁵.

Hubungan antara pemolisian dan *fake news* bukanlah hubungan yang linier yang kebanyakan terlihat dalam titik akhir (diagram kreativitas) setelah *fake news* menjadi populer dan menimbulkan gangguan kamtibmas sehingga pemolisian tradisional atau konvensional-profesional menjadi alternatif satu-satunya. Siklus *fake news* menjadi sebuah *meme* adalah siklus kreatifitas yang bermakna kenegatifan ketika menjadi sumber polarisasi masyarakat dan menimbulkan keresahan dan gangguan kamtibmas. Siklus ini meliputi penyebaran *fake news* dalam ranah yang membentuk *habitus* masyarakat dan menimbulkan pertentangan antar kelas sebagai bagian dari kompetisi kelas karena pengaruh provokasi *fake news*. Pencegahan akibat negatif *fake news* inilah yang menjadi tugas Polri untuk melakukan kegiatan pemolisian yang sesuai dengan pola siklus *fake news*.

Berbagai pemolisian inovatif bisa menjadi pilihan penanganan *fake news* antara lain memprediksi pola penyebaran *fake news* (*predictive policing*), memetakan *fake news* di daerah-daerah yang sering menjadi sasaran penyebarannya (*hot spots policing*), melakukan pencegahan dengan kolaborasi masyarakat (*collaborative dan preventive policing*) atau melakukan pemolisian sesuai dengan kasus dan keadaan lingkungan sekitar (*focus deterrence and disorder policing*). Semua model pemolisian tersebut berpotensi memberikan hasil yang baik dalam upaya menanggulangi *fake news* di Indonesia yang tentu saja juga sangat tergantung dari faktor-faktor lainnya seperti kesiapan aparat dalam menerapkan model-model pemolisian tersebut.

Penelitian ini menggunakan beberapa sampel konsep dan landasan teori terkait analisis data. Penggunaan sampel yang lebih bervariasi seperti bidang konsep dan teori dari disiplin keilmuan antropologi dan psikologi akan memberikan variasi yang membuka kemungkinan pembentukan model lain tentang keterkaitan *fake news* dan pemolisian. Perspektif kajian di tingkat global dengan mengkaitkan *fake news* dan pemolisian berdasarkan kerangka pikir hubungan internasional juga menjadi area penelitian konseptual yang menarik di masa depan.

⁴⁵ Adrianus Meliala, "Memahami Kebijakan Sosial Bidang Keamanan dan Ketertiban Masyarakat," *Jurnal Studi Kepolisian*, 057, (2003): 12-20.

Daftar Pustaka

- Alemanno, A. "How to Counter *Fake news*? A Taxonomy of Anti-*Fake news* Approaches." *European Journal of Risk Regulation*, Vol.9 No.1, (2018): 1-5.
- Allcott, H. and Gentzkow, M., "Social Media and Fake news in the 2016 Election." *Journal of Economic Perspectives*, Vol.31 No.2, (2017): 211–236.
- Bennett, T. dan Silva, E. "Cultural *Capital* and Inequality – Policy Issues and Contexts." *Cultural Trends*, Vol.15(2-3): (2006): 87-106.
- Bourdieu, P. The Forms of *Capital*, in John G. Richardson (ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (Westport, CT: Greenwood Press, 1986).
- Bourdieu, P. and Nice, R. *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press, 1977.
- Bourdieu, P. and Johnson, R. *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. New York: Columbia University Press, 1993.
- Bureau of Justice Assistance (1994) Understanding Community Policing A Framework for Action, U.S. Department of Justice Monograph, Washington DC.
- Chan, J., (2004). Using Pierre Bourdieu's framework for understanding police culture. *Droit et société* 1: 327–346.
- Chryshnanda D. "Pola-Pola Pemolisian di Polres Batang." *Disertasi*, Universitas Indonesia, 2005.
- Csikszentmihalyi, M., *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*, New York: Harper Collins, 1996.
- Csikszentmihalyi, M. and Wolfe, R. (2000). New Conceptions and Research Approaches to Creativity: Implications for a Systems Perspective of Creativity in Education', in K. A. Heller, et al.(eds.), *International Handbook of Giftedness and Talent* (2nd ed. edn.; Amsterdam; Oxford: Elsevier).
- Csikszentmihaly, M. and Henry, J. *Creative Management and Development*, London: SAGE, 2006.
- Csikszentmihalyi, M. The Systems Model of Creativity and Its Applications. In D. K. Simonton (Ed.), *The Wiley Handbook of Genius*. Chichester, West Sussex: John Wiley & Sons Ltd, 2014.
- Demetron, G. "Practitioner-based Inquiry: Theoretical Probings." *Adult Basic Education*, Vol.10 Issue.3, (2000): 119-146.
- Friedland, R. "The endless *fields* of Pierre Bourdieu." *Organizations*, Vol.16 Issue.6, (2009): 1–31.
- Gill, Charlotte, David Weisburd, Cody W. Telep, Zoe Vitter, and Trevor Bennett. Community-oriented policing to reduce crime, disorder and fear and increase satisfaction and legitimacy among citizens: A systematic review. *Journal of Experimental Criminology*, Vol.10, (2014): 399–428.
- Gordon, S.P. (2016). "Expanding Our Horizons: Alternative Approaches to Practitioner Research." *Journal of Practitioner Research*: Vol.1 Issue.1, (2016): Article 2.

- Goyanes, M. and Lavin, A. (2018). *The Sociology of Fake news, Media@LSE Working Paper Series*, London School of Economic.
- Grusendorf, S. "Bourdieu's field, capital, and habitus in religion." *Journal for the Sociological Integration of Religion & Society*, Vol.6 Issue.1, (2016): 1-13.
- Jackson, J. and Bradford, B., "Crime, policing and social order: on the expressive nature of public confidence in policing." *British journal of sociology*, Vol.60 Issue.3, (2009): 493-521.
- Jaakkola, E. "Designing conceptual articles: four approaches." *AMS Review*, Vol.10, (2020): 18-26.
- Juditha, C. "Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya." *Jurnal Pekommas*, Vol.3 Issue.1, (2018): 31-44.
- Kim, M, dan de Guzman, M.C., (2012). **Police paradigm shift after the 9/11 terrorist attacks: the empirical evidence from the United States municipal police departments**, *Criminal Justice Studies: A Critical Journal of Crime, Law & Society*, 25: 323-342.
- Koestler, A. *The Ghost. In The Machine*. London: Hutchinson, 1967.
- Kumar, S. and Shah, N., (2018). False Information on Web and Social Media: A Survey. 1, 1 (April 2018),
<https://doi.org/10.1145/nnnnnnn.nnnnnnn>
- Kusumarani, R. and Zo, H. J., (2018). Exploring Digital Fake news Phenomenon in Indonesia *CPR South*. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3275115>
- McKinnon, A. M. "Metaphors in and for the Sociology of Religion: Towards a Theory after Nietzsche." *Journal of Contemporary Religion*, Vol.27 No.2, (2012): 203-216.
- Meliala, Adrianus. "Memahami Kebijakan Sosial Bidang Keamanan dan Ketertiban Masyarakat." *Jurnal Studi Kepolisian*, 057, (2003): 12-20.
- Metelits, C.M., "Bourdieu's capital and insurgent group resilience:a field-theoretic approach to the polisario front" *Small Wars & Insurgencies*, 29:4, (2018): 680-708.
- Mooney, H. (2018) "Fake news" and the Sociological Imagination: Theory Informs Practice." *LOEX Quarterly*, Vol.44 No.4, (2018): 4-16.
- Nadzir, I., Seftiani, S., and Permana, Y.S. "Hoax and Misinformation in Indonesia: Insights from a Nationwide Survey." *Perspective* 92. ISEAS, Singapore, 2019.
- Nugroho, A., (2018). The Analysis of Hoax Spread in Social Media, *IOSR J. Humanit.* Vol.23 Issue.6, (2018): 50-60.
- Rubin, V. L., Chen, Y. and Conroy, N. J. (2015). Deception detection for news: three types of fakes. Proceedings of the 78th ASIS&T Annual Meeting: Information Science with Impact: Research in and for the Community, *American Society for Information Science*, 83.
- Rubin, V.L., Deception detection and rumor debunking for social media, *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*, (2016): 342-364.
- Salam, A., "The Hoax Phenomenon in Indonesian Society: Observing Anti-Diversity Memes since 2014, *Humaniora*, Vo.30 Issue.3, (2018): 315-324.

- Shammas, V.L. and Sandberg, S. "Habitus, Capital and Conflict: Bringing Bourdieusian Field Theory to Criminology." *Criminology & Criminal Justice*, Vol.16 Issue.2, (2016): 195-213.
- Shammas, V. L., "Bourdieu's five lessons for criminology." *Law and Critique* Vol.29 Issue. 2 (2018): 201-219.
- Shirsat, A., *Understanding the Allure and Danger of Fake news in Social Media Environments*, Doctor Dissertation, Bowling Green State University, Ohio, United States, 2018.
- Snyder, H. (2019). "Literature Review as a Research Methodology: An overview and Guidelines." *Journal of Business Research*, 104, (2019): 333-339.
- Tapsell, R., Indonesia's Policing of Hoax News Increasingly Politicised, *Yusof Ishak Institute, ISEAS PERSPEVTIVE No 75*, Singapore, 2019.
- Tompro, L.W., Crudo, R.A., Pfeiffer, A., and Boghossian, R., "The Constitutionality of Criminalizing False Speech Made on Social Networking Sites in a Post-Alvarez, Social Media-Obsessed World." *Harvard Journal of Law & Technology* 31(1), (2017): 65-109.
- Utami, P., Hoax in modern politics: the meaning of hoax in Indonesian politics and democracy, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol.22 No.2, (2018): 85-97.
- Velikovsky, J.T., *Creative Practice Theory*, StoryAlity, Wordpress. com, Sydney, 2012. <http://storyality.wordpress.com/creative-practice-theory>
- Velikovsky, J.T., (2014). Two Successful Transmedia Film Case Studies: *The Blair Witch Project* (1999) and *The Devil Inside* (2012). In D. Polson, A.-M. Cook, J. Velikovsky & A. Brackin (Eds.), *Transmedia Practice: A Collective Approach* (<https://storyality.wordpress.com/2013/11/18/storyality-96-transmedia-practice-a-collectiveapproach-2014/>) (pp. 103-117). London: ID-Press (InterDisciplinary.Net).
- Velikovsky, J. T. (2016a). 'Communication, Creativity and Consilience in Cinema: A comparative study of the top20 Return-on-Investment (RoI) Movies and the Doxa of Screenwriting'. PhD Thesis, University of Newcastle, Newcastle Australia. Retrieved from <http://hdl.handle.net/1959.13/1324018> (<http://hdl.handle.net/1959.13/1324018>)
- Velikovsky, J. T. (2016b). The Holon/Parton Theory of the Unit of Culture (or the Meme, and Narreme): In Science, Media, Entertainment and the Arts. In A. Connor & S. Marks (Eds.), *Creative Technologies for Multidisciplinary Applications*. New York: IGI Global.
- Wibowo, K. A., Rahmawan, D., and Maryani, E., (2019). In Indonesia, young and old share fake news on social media, *The Conversation*.
- Wiegmann, W.L., (2017). *Habitus, Symbolic Violence, and Reflexivity: Applying Bourdieu's Theories to Social Work*, *The Journal of Sociology & Social Welfare*, 44(4), 95-116.
- Williamson, P., Take the time and effort to correct misinformation. *Nature*, 540(7632), (2016): 171-171.