



CROWDSOURCING PARTISIPASI PUBLIK DALAM PROSES MENANGKAL BERITA BOHONG

CROWDSOURCING PUBLIC PARTICIPATION PROCESS FOR SOLVE HOAKS

Musfiah Saidah

Universitas Indonesia

Program Pascasarjana UI Salemba Raya No.4 Jakarta, Indonesia

Email: musfiahsaidah@gmail.com

(Diterima: 09-04-2019; Direvisi: 27-05-2020; Disetujui terbit: 25-5-2020)

Abstrak

Kehadiran media sosial memberikan peluang sekaligus tantangan bagi keterlibatan publik. Kemajuan teknologi saat ini, menjadi ajang berekspresi melalui gagasan tanpa memperhatikan aspek kebenaran. Model berbasis web dapat membantu mendistribusikan kontra narasi berita bohong dengan menggunakan partisipasi warga. Membangun dan memperkuat gerakan pengawasan berbasis *crowdsourcing* pada berita hoaks yang beredar di masyarakat hendaknya dapat berupa gerakan strategis dalam melawan penyebaran hoaks dan menangkal informasi bohong dalam tatanan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma penelitian konstruktivis. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan analisis tematik. Penelitian ini mencoba mengeksplorasi tantangan publik dalam upaya meredam hoaks, khususnya dengan menggunakan solusi kreatif. Konsep yang digunakan adalah *crowdsourcing* dengan media web sebagai teknologi tepat guna untuk memanfaatkan potensi masyarakat secara luas. Penggambaran dari *crowdsourcing* dalam contoh penanggulangan isu hoaks yang dilakukan oleh Mafindo dan situs *turn back hoaks*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *crowdsourcing* partisipasi publik merupakan salah satu cara dalam menangkal berita hoaks di era keterbukaan informasi seperti saat ini. Pemanfaatan daya manusia dan kemampuan kolektif dapat dimanfaatkan dalam membuat kontra narasi. Hal tersebut didukung oleh kecenderungan masyarakat akan mencari suatu wadah berbasis teknologi untuk berkontribusi.

Kata Kunci: *Crowdsourcing*, Partisipasi, Publik, dan Hoaks

Abstract

The presence of social media provides opportunities as well as challenges for public involvement. Current technological advances have become an arena for expression through ideas without regard to aspects of truth. The web-based model can help distribute the counter narrative of false news by using citizen participation. Building and strengthening a crowdsourcing-based surveillance movement on hoaxes circulating in the community should be in the form of a strategic movement against hoaxes and counteracting hoaks information in the public order. Research uses a qualitative approach with constructivist research paradigms. Data collection techniques in this study used observation, semi-structured interviews, and documentation. The data that has been collected is analyzed using thematic analysis. This research tried to explore public challenges in efforts to reduce hoaxes, especially by using creative solutions. The concept is crowdsourcing with web media as an appropriate technology to exploit the potential of the wider community. The description of crowdsourcing in the example of tackling hoaks issues is done by mafindo and the hoaks turn back site. The results showed that crowdsourcing public participation is one way to counter hoaks news in the era of information openness as it is today. Utilization of human resources and collective abilities can be utilized in making contranarations. This is supported by the tendency of the community to look for a technology-based container to contribute.

Keywords: *Crowdsourcing*, Participation, Public, and Hoaks

PENDAHULUAN

Sebagai negara demokrasi, penyampaian gagasan adalah sebuah keniscayaan. Tidak dapat dipungkiri jika komunikasi terarah antara pemerintah dan warganya adalah praktik pragmatis serta kewajiban moral yang berasal dari prinsip-prinsip demokrasi (Graham and Avery, 2013). Namun dengan kemajuan teknologi saat ini, kebebasan berpendapat dapat menjadi ajang berekspresi melalui gagasan tanpa memperhatikan aspek kebenaran. Bahkan di kondisi teknologi pemrosesan informasi modern, penentuan nasib sendiri individu mengandaikan bahwa individu pergi dengan kebebasan mengambil keputusan tentang tindakan yang harus diambil atau dihilangkan, termasuk kemungkinan untuk mengikuti keputusan itu dalam praktik. (McIntyre, 2010).

Media tidak hanya dapat melaporkan peristiwa terkait keamanan, tetapi juga memiliki kesempatan untuk mempengaruhi rasa aman masyarakat dan pengetahuan mereka tentang ancaman atau masalah (Klepka, 2019). Munculnya fenomena hoaks menjadi bukti. Di sinilah *research gap* yang terjadi. Di satu sisi media memudahkan dalam akses informasi, tetapi di sisi lain media membawa pengaruh dalam perubahan pola pikir masyarakat.

Bijak dalam menggunakan media dapat dilakukan dengan gerakan bersama menyebarkan kebenaran dan kebaikan. Sejauh ini sudah terdapat beberapa gerakan untuk menangkal hoaks dan *hatespeech* misalnya gerakan masyarakat anti berita bohong (hoaks), maupun gerakan anti hoaks Indonesia. Selain itu terdapat gerakan di media sosial dalam upaya menangkal hoaks. Terdapat kelompok diskusi anti hoaks, misalnya Forum Anti Fitnah. Selain itu, dari sisi upaya pemerintah terdapat

layanan pengaduan konten negatif ke Kementerian Komunikasi dan Informatika melalui email aduankonten@mail.kominfo.go.id.

Artinya sudah banyak wadah yang tersedia namun dalam praktiknya belum terlalu optimal. *Crowdsourcing* (urun daya) merupakan gerakan sebar berita benar secara pribadi dan terhubung dengan kecerdasan kolektif. Internet telah melahirkan pandangan baru kecerdasan kolektif. Alat perangkat lunak berbasis web memungkinkan orang untuk berinteraksi dan berkolaborasi dengan cara baru. Jika konsep berita viral dapat tersebar dari satu orang ke orang lain secara singkat, tentu hal serupa juga dapat dilakukan saat menyebarkan berita benar.

Membangun dan memperkuat gerakan pengawasan berbasis *crowdsourcing* pada berita hoaks dapat dilakukan dengan melibatkan masyarakat. *Crowdsourcing* tertanam di media sosial dan memungkinkan organisasi untuk menarik pengetahuan dan membangun modal kerumunan, yang mengarah pada keunggulan kompetitif (Paniagua and Korzynski 2020). *Crowdsourcing* merupakan sebuah cara dengan menggunakan individu-individu dalam sebuah jaringan untuk mencapai sebuah hasil tertentu. Artikel ini mengkaji lebih mendalam tentang fenomena *crowdsourcing* partisipasi publik dalam proses menangkal berita bohong.

LANDASAN TEORI

Crowdsourcing berawal dari istilah outsourcing atau sering disebut dengan alih daya. *Crowdsourcing* adalah jenis aktivitas *online* partisipasi di mana seorang individu, sebuah lembaga, organisasi nirlaba, atau perusahaan, suatu kelompok individu

dengan beragam pengetahuan, heterogenitas, dan jumlah, melalui fleksibel panggilan terbuka, tugas sukarela dari suatu tugas (Garrigos-Simon, Gil-Pechuán, and Estelles-Miguel 2015). *Crowdsourcing* merupakan istilah umum untuk berbagai pendekatan yang memanfaatkan potensi banyak orang dengan mengeluarkan seruan terbuka untuk kontribusi pada tugas-tugas tertentu (Brocke et al. 2012).

Crowdsourcing didefinisikan sebagai strategi *online*, di mana organisasi mengusulkan tugas yang ditentukan untuk anggota kerumunan melalui panggilan terbuka yang fleksibel. Dengan melakukan tugas, anggota berkontribusi pekerjaan, pengetahuan, keterampilan dan/atau pengalaman mereka dan menerima hadiah, termasuk hadiah ekonomi, pengakuan sosial, atau pengembangan keterampilan individu. Organisasi akan mendapatkan kontribusi ini dan memanfaatkan hasilnya untuk tujuan yang ditentukan (Antunes et al. 2013).

Kerumunan memang memberikan berbagai pendekatan yang berbeda untuk membantu perusahaan beroperasi lebih efisien di tengah perubahan kebijakan, ilmu pengetahuan, teknologi dan keterampilan yang berkelanjutan (Howe, 2009). Oleh karena itu, beberapa konsep yang pada awalnya dipandang sebelah mata mulai dilirik secara lebih serius, antara lain *open System dan co-creation*). Selain itu, konsep alih daya tersebut turut mengkatalisasi metode *sourcing* selanjutnya yakni *crowdsourcing* (Andriansyah, et al. 2009).

Berdasarkan konsep awal mula *crowdsourcing* tersebut, *crowdsourcing* dapat didefinisikan sebagai jenis aktivitas *online* partisipasi di mana individu, lembaga, organisasi, maupun perusahaan dapat mengusulkan kepada sekelompok

individu dengan beragam pengetahuan dan perbedaan untuk sukarela melakukan tugas melalui panggilan terbuka yang fleksibel. Partisipasi Bersama membuat pengguna akan menerima kepuasan dari jenis kebutuhan tertentu, baik itu ekonomi, pengakuan sosial, maupun pengembangan keterampilan individu.

Sedangkan *crowdsourcer* akan memperoleh dan memanfaatkan untuk keuntungan apa yang telah dibawa pengguna ke perusahaan, yang bentuknya akan tergantung pada jenis aktivitas yang dilakukan. (Estellés-Arolas and González-Ladrón-De-Guevara 2012). Istilah *crowdsourcing* diciptakan oleh Jeff Howe dalam artikel Wired pada tahun 2006. Kata '*crowdsourcing*' adalah gabungan dari 'kerumunan' dan '*outsourcing*'. Ini merujuk pada 'model penyelesaian masalah dan produksi yang didistribusikan yang memanfaatkan kecerdasan kolektif komunitas *online*', di mana kerumunan terdiri dari komunitas *online* (Brabham 2009). Artinya, *crowdsourcing* dapat diartikan sebagai proses memberdayakan suatu proyek dengan suatu teknik *outsourcing* yang didukung oleh banyak orang.

Dalam kaitan media *crowdsourcing* berita hoaks memanfaatkan teknologi komputer dan menjadikan komunikasi dapat termediasi. Berbagai pelanggaran yang terjadi tidak terlepas dari kenyataan jika saat ini komunikasi dimediasi melalui interaksi teknologi digital, institusi dan praktik komunikasi sehari-hari. Dalam perspektif komunikasi *Computer Mediated Communication* (CMC) didefinisikan sebagai suatu transaksi komunikasi yang terjadi melalui penggunaan dua atau lebih komputer jaringan. CMC berfokus terutama pada dampak sosial yang berbeda yang

didukung teknologi komputer (Griffin 2011). Penggunaan media sosial dalam membangun komunikasi untuk saling membantu melalui media. Seseorang dapat saling berinteraksi dengan orang lain untuk memberikan bantuan kontra narasi tanpa harus bertemu.

Crowdsourcing menekankan pada pemecahan masalah dan berfokus pada konten dan informasi. Pada dasarnya, *crowdsourcing* bertujuan untuk mengumpulkan kecerdasan kolektif berdasarkan asumsi bahwa pengetahuan adalah yang paling banyak terbentuk secara akurat ketika ide-ide dari populasi yang beragam digabungkan. (Lastovka 2015). Konsep *crowdsourcing* melibatkan sumber daya manusia dengan berbagai latar belakang. Hal yang diutamakan adalah kontribusi untuk memberikan solusi terhadap suatu permasalahan. Ada delapan karakteristik umum untuk *crowdsourcing* yaitu: (Arolas & Fernando, 2012)

- a. Ada kerumunan yang jelas (ukuran dan tipologi - keterampilan/pengetahuan kerumunan)
- b. Ada tugas dengan tujuan yang jelas (berbasis tugas, apa yang harus dilakukan peserta)
- c. Kompensasi yang diterima oleh kerumunan jelas (apa yang mereka dapatkan sebagai imbalan - materi atau tidak)
- d. *Crowdsourcer* diidentifikasi dengan jelas (entitas atau individu)
- e. Kompensasi yang akan diterima oleh *crowdsourcer* didefinisikan dengan jelas (apa manfaatnya bagi *crowdsourcers*)
- f. Jenis proses yang ditugaskan secara *online* dari tipe partisipatif (tipe proses)
- g. Menggunakan panggilan terbuka dengan tingkat variabel (jenis panggilan).

Dengan berbagai tahapan yang ada maka dapat dilihat jika kegiatan urun daya melibatkan beberapa orang dalam menyukseskan programnya. Hal tersebut menjadi suatu fenomena tersendiri ketika perkembangan dunia membuat sebagian besar orang sibuk mencapai tujuannya sendiri. Namun urun daya hadir memberikan sebuah alternatif kegiatan bersama. Hal ini yang menyebabkan *crowdsourcing* memiliki manfaat di antaranya penyebaran informasi dan integrasi dunia. Penyebaran informasi dapat menjadi daya tarik yang besar karena dengan adanya konsep *crowdsourcing*, informasi yang akan didapatkan masyarakat lebih terbuka luas dan masyarakat tidak lagi ketergantungan dengan suatu vendor tertentu.

Konsep *crowdsourcing* pada awalnya dilakukan untuk proyek-proyek organisasi nirlaba dan salah satu Negara yang memiliki organisasi nirlaba dengan menggunakan konsep *crowdsourcing* adalah Amerika Serikat. Jimmy Wales adalah sosok yang menggunakan konsep *crowdsourcing* dalam situs referensi yaitu Wikipedia. Di Indonesia, ada beberapa penelitian terkait *crowdsourcing*, seperti penelitian yang dilakukan Rahmawati dkk pada tahun 2014 dalam penelitiannya mengembangkan aplikasi *mobile* dalam bidang kesehatan.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Arthana dkk pada tahun 2016, dalam penelitiannya Arthana dkk membuat aplikasi POTWIS. Aplikasi *mobile* POTWIS berisi informasi-informasi terkait potensi atau objek wisata yang diketahui dan menampilkan informasi objek wisata. Aplikasi ini menggunakan konsep *crowdsourcing* di mana konten, tanggapan dan penilaian diberikan langsung oleh masyarakat. Selain itu Pradana pada tahun

2016 juga melakukan penelitian berbasis *crowdsourcing* dengan membuat aplikasi sebagai upaya penanggulangan penduduk miskin.

Crowdsourcing dapat digunakan untuk mengumpulkan daya manusia berdasarkan kecerdasan kolektif. Urun daya tersebut jika dikaitkan dengan fenomena di Era digital dengan kehadiran hoaks maka dapat menjadi solusi untuk menjawab kemunculan berita bohong secara bersama.

Hoaks dapat diartikan sebagai informasi yang tidak berdasarkan fakta atau data tetapi tipuan dengan tujuan untuk memperdaya masyarakat dengan model penyebaran yang masif. Hoaks merupakan informasi sesat dan berbahaya karena menyesatkan persepsi manusia dengan menyampaikan informasi palsu sebagai kebenaran. Sederhananya, hoaks adalah tipuan yang dirancang untuk merusak kepercayaan publik terhadap suatu organisasi, produk, layanan, atau orang. (Veil, Sellnow, and Petrun 2011)

Hoaks tidak mencari keuntungan moneter, melainkan dirancang untuk menipu kritik masyarakat sebagai tantangan intelektual atau karena alasan pribadi (Foster 2005). Sering kali, orang membuat berita palsu sebagai semacam cerita rakyat untuk melindungi diri dari yang tidak diketahui. Memalsukan data memungkinkan cerita memiliki konten yang diinginkan, sehingga peristiwa yang tampaknya acak dan tidak rasional disusun sedemikian rupa sehingga memaksakan kontrol, ketertiban, dan harapan. (Ljunberg & David, 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk melihat untuk mempelajari pemahaman dalam memperlakukan urun

daya berita bohong dengan mengacu pada pengalaman unik dan spesifik dari informan. Paradigma yang digunakan adalah konstruktivis. Karakteristik konstruktivis adalah metodologi empiris yang logis dalam arti luas dan undangan untuk menerapkan kerangka kerja ini pada penelitian manusia. Konstruktivis mengklaim bahwa manusia tidak menemukan atau memperoleh pengetahuan tetapi menyusun dan membentuknya (Lincoln, 2009).

Sedangkan Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan non-probabilitas dengan teknik purposive sampling sebagai teknik pengumpulan sampel. Purposive sampling adalah teknik pengumpulan sampel yang telah ditentukan oleh para peneliti (Neuman, 2003). Penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan jenis expert sampling. Subjek dalam penelitian ini adalah dua orang informan dengan dengan memilih informan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan yaitu memiliki pemahaman dan pengalaman seputar penanganan berita hoaks. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah *crowdsourcing* dalam menangkal berita bohong.

Kehadiran komunitas yang memiliki perhatian untuk memerangi berita palsu di Indonesia perlu diapresiasi, salah satunya Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO). Dengan model *crowdsourcing*, MAFINDO berusaha menyaring dan mengklarifikasi informasi yang meragukan kebenarannya. Sejak diresmikan pada 19 November 2016, MAFINDO giat mengampanyekan perang terhadap berita bohong atau hoaks dengan tujuan untuk menghentikan penyebaran

berita bohong di media sosial yang mengancam kerukunan antar warga masyarakat, keluarga, pertemanan dan seluruh elemen bangsa.

MAFINDO mengajak pengguna internet untuk berkontribusi dalam upaya menghentikan penyebaran berita bohong. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara melaporkan berita terutama berita yang berasal dari media *online* maupun media sosial yang dicurigai sebagai hoaks melalui situs www.turnbackhoaks.id atau aplikasi Hoaks *Buster Tools*. Berbagai upaya tersebut dapat terealisasi dengan perantara empat pilar utama yang dimiliki yaitu melalui narasi Anti Hoaks, Edukasi Literasi, Advokasi dan Silaturahmi untuk memecah dinding polarisasi akibat isu sosial politik dan SARA.

MAFINDO mengumpulkan konten berita melalui forum di jejaring sosial Facebook bernama Forum Anti Fitnah Hasut dan Hoaks (FAFHH). Konten berita tersebut akan diarsip dan didiskusikan di dalam forum, kemudian hasil diskusi tersebut akan dibagikan melalui situs resmi yang dimiliki MAFINDO yaitu www.turnbackhoaks.id. *Turn Back Hoaks* adalah situs yang merupakan arsip hasil diskusi grup Forum Anti Fitnah, Hasut dan Hoaks (FAFHH) di Facebook. Situs ini dikelola oleh MAFINDO. Di mana sumber kontennya berasal dari Forum FAFHH, Forum Anti Fitnah Hasut dan Hoaks (<https://turnbackhoaks.id>). Situs ini diresmikan oleh Menteri Kominfo Rudiantara pada 8 Januari 2017. Sebagai *database* yang berisi referensi berita hoaks dan menampung aduan hoaks dari para pengguna media sosial (Kominfo, 2017).

Masyarakat dapat melaporkan informasi atau berita yang dianggap hoaks dengan dengan masuk melalui akun facebook yang telah terhubung dengan

FAFHH. Kemudian mengeklik menu kemudian pilih opsi Forum Anti Fitnah. Dan menjelaskan kronologi hoaks dengan menyertakan fakta dan bukti gambar yang relevan. Selanjutnya, masyarakat dapat melihat berbagai berita hoaks dalam situs ini pada menu utama *turn back* hoaks. Namun pengguna harus melakukan pengecekan kembali secara detail dengan melihat kolom komentar sehingga masyarakat bisa mengambil kesimpulan yang lebih valid.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Partisipasi Publik, Solusi Kreatif dan Demokrasi

Mengacu pada data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) diketahui bahwa pada tahun 2017 terdapat 87,13% pengguna sosial media dari 143.26 juta jiwa pengguna internet di Indonesia. Jumlah tersebut menunjukkan jika sosial media digunakan oleh sebagai besar penduduk Indonesia. Selama ini media lebih ditunjukkan untuk kepentingan hiburan. Padahal tidak dapat dimungkiri jika media memiliki peran besar dalam menyampaikan ide maupun kebaikan. Sebagai bagian dari komunitas, seseorang perlu berbagi konten yang baik dengan anggota masyarakat. Hal tersebut telah membantu orang lain memahami permasalahan dengan lebih baik. (Kirchner and Nabeth, 2000).

Urun daya ditujukan untuk mengembangkan solusi inovatif untuk masalah sosial skala besar. Semakin banyak warga negara yang terlibat dapat mengunggah satu atau lebih solusi, dapat terlibat dalam kritik yang berarti tentang rencana orang lain di situs Web, dan bisa aktif pemilih pada rencana terbaik.

Sementara itu, warga yang kurang terlibat mungkin setidaknya mengunjungi situs dan memberikan beberapa suara untuk membantu orang lain. Sederhananya, beberapa orang lebih tertarik menghasilkan ide, sementara ada yang lebih tertarik dalam mengkritik. Aplikasi *crowdsourcing* dapat mengakomodasi keduanya (Brabham, 2008).

Oleh karena itu teknik urun daya dapat dielaborasi sebagai solusi dalam menangkal hoaks. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan Hafizah Larashati selaku tim humas pemerintah yang menyatakan bahwa hadirnya organisasi seperti MAFINDO dapat memberikan pilihan kepada masyarakat untuk bersama memerangi hoaks. Namun keberadaan web pemerintah melalui Kominfo memberikan pilihan yang lain dengan tujuan yang sama yaitu memerangi hoaks dan memberikan informasi yang valid kepada masyarakat.

“Semakin lama masyarakat semakin belajar membedakan antara hoaks dan berita benar. Namun perlu ada publikasi yang lebih masif lagi dalam menyosialisasikan cara klarifikasi berita. Masyarakat bisa cek di Kominfo maupun Mafindo” (Hafizah Larashati, 2019)

Keberadaan *crowdsourcing* sebagai upaya penyelesaian masalah hoaks dapat menjadi solusi di era keterbukaan seperti saat ini. Ruang publik baru di internet telah memberikan peluang untuk berdiskusi secara bebas. Upaya *crowdsourcing* dengan menyebarkan berita benar melalui media masing-masing dan terintegrasi dalam suatu wadah dapat menjadi jalan menyebarkan kebenaran untuk diteruskan.

Hoaks dan Partisipasi Warga

Dalam perspektif situs web, pertimbangan harus diberikan pada kualitas keseluruhan konten yang diunggah adalah untuk memastikan tingkat kualitas yang menawarkan kredibilitas dan legitimasi untuk situs *crowdsourcing* dan proyek penelitian (Bassi et al. 2019). Untuk menawarkan beberapa solusi potensial untuk masalah-masalah "pasca-kebenaran" ini, Butler-Adam (2017) menekankan peran akademisi dan universitas dalam menjadi lebih aktif dalam memerangi data pasca kebenaran dan tidak dapat dipercaya.

Kemampuan yang disediakan oleh beberapa aplikasi *crowdsourcing* ini adalah pandangan tentang penyelesaian masalah model yang dapat digeneralisasi, diterapkan pada berbagai industri untuk menyelesaikan keduanya tugas biasa dan sangat kompleks. *Crowdsourcing* bukan hanya kata kunci web 2.0 tetapi sebaliknya merupakan model strategis untuk menarik kerumunan individu yang tertarik dan termotivasi mampu memberikan solusi yang unggul dalam kualitas dan kuantitas dibandingkan yang bahkan bentuk bisnis tradisional bisa. Kerumunan memecahkan masalah yang menghambat perusahaan peneliti ilmiah (Brabham, 2008)

Dalam *crowdsourcing*, komunitas atau kerumunan yang sering diselenggarakan secara *online* diundang untuk berpartisipasi dalam tugas-tugas biasanya diselesaikan oleh organisasi atau oleh spesialis. Panggilan ke kerumunan mungkin berusaha menghasilkan volume konten yang besar, atau untuk mengurangi beban tugas dengan mendistribusikan itu di antara banyak orang. Itu menggunakan teknik *crowdsourcing* asumsikan yang menempatkan masalah ke grup besar meningkatkan kemungkinan menghasilkan

inovasi penting. *World Wide Web* sangat penting komponen *crowdsourcing*. Ini adalah cara paling umum yang dibuat organisasi kontak dengan orang banyak orang yang secara layak dapat menyumbangkan ide, konten, atau waktu. Ini juga menyediakan alat di mana kerumunan dapat melakukan tugasnya. (Hana Sepherd).

Kampanye *crowdsourcing* memiliki potensi besar untuk digunakan sebagai alat pemasaran untuk menghasilkan respons yang menguntungkan tidak hanya dari peserta tetapi juga dari non-peserta. (Kumar, Meng, and Kabiraj, 2019). Teknologi *crowdsourcing* mengantarkan pendekatan generatif untuk strategi organisasi.

Literatur yang masih ada menawarkan beberapa studi empiris yang menjelaskan teknologi biaya dan bagaimana *crowdsourcing* mempengaruhi strategi organisasi. (Aten and Thomas, 2016). Namun dalam upaya meningkatkan partisipasi publik untuk bersama menangkalkan hoaks upaya *crowdsourcing* dapat dilakukan dengan menyampaikan kontra narasi terhadap suatu berita yang diketahui kesalahannya dengan memberikan bukti kebenaran. Sebagaimana pernyataan dari peneliti Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), Praditya Mer Hananto

“Saat ini penanggulangan hoaks semakin sulit karena jumlahnya juga semakin massif, artinya jika ingin bersama menanggulangi hoaks artinya jumlah website maupun sumber daya yang melakukan kontra narasi juga harus banyak sehingga bisa lebih massif dalam menyebarkan berita yang benar.” (Praditya Mer Hananto, 2019).

Perspektif Teknologi dan Industri

Dalam kritis mengeksplorasi dinamika produksi dalam *crowdsourcing* proyek media partisipasi perlu dikritisi untuk mempertimbangkan bahan pedoman yang diproduksi untuk menentukan dan mengarahkan potensi kontribusi dan pembuatan konten (Ashton, 2015). Artinya *crowdsourcing* dapat dikaitkan dengan konsep *user generated content*. Konsep tersebut memberikan peluang bagi setiap orang untuk menjadi produsen suatu informasi. Media saat ini dapat berupa aplikasi komunikasi berbasis Internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna. Pengguna dapat mencari konten, mengunduh dan menggunakan konten yang tersedia. Konten tersebut yang dihasilkan oleh pengguna. dikenal sebagai *crowdsourcing* (Dowerah Baruah 2012). Keberadaan *crowdsourcing* dalam menangkan berita bohong memberikan peluang bagi masyarakat untuk berdaya bersama melawan berita hoaks.

Meskipun model pembiayaan *online* jauh lebih populer, mereka tidak selalu berhasil dalam memastikan pendanaan atau distribusi produksi. Untuk skema *crowdsourcing* di mana pendukung harus memutuskan apakah akan melakukannya berinvestasi (Sørensen, 2012). Namun proses *crowdsourcing* dengan mengandalkan daya masyarakat secara sukarela sehingga tidak membutuhkan biaya untuk setiap berita kebenaran yang disampaikan.

Diskusi Pembahasan

Saat *crowdsourcing* menghapus kepengarangan, melarutkan kesengajaan, konteks atau elemen budaya lainnya, itu

bukan alat yang efektif untuk mentransmisikan komunikasi informasi. (Sutherland, 2013). Oleh karena itu *crowdsourcing* dalam proses penangkalan berita hoaks bersifat fleksibel, tidak mengikat namun memiliki tujuan yang sama untuk menyampaikan sebuah kebenaran.

Kecerdasan kolektif menggambarkan jika kekuatan banyak orang bisa menjadi model yang lebih baik untuk penyelesaian masalah daripada bergantung pada beberapa ahli yang berpengetahuan luas. *Crowdsourcing* akan menjadi hampir seperti komoditi layanan yang dikomodifikasikan digunakan untuk keamanan nasional, jurnalisme dan kesehatan.

Demikian pula James Surowiecki (2004), yang mempopulerkan gagasan kecerdasan kolektif itu pekerjaan yang dirancang sebelumnya dalam *crowdsourcing*, berpendapat untuk kebutuhan keragaman dan pemikiran independen hindari penyebaran *groupthink*. 'Salah satu cara tercepat untuk membuat penilaian orang bias sistematis adalah untuk membuat mereka saling bergantung satu sama lain untuk mendapatkan informasi. *Crowdsourcing* memfasilitasi kerumunan orang bijak yang sama sekali tidak 'bertindak seperti orang banyak' (Howe, 2009).

Dalam kaitan tentang hoaks, tipuan tidak mencari keuntungan moneter, melainkan dirancang untuk menipu kritik masyarakat sebagai tantangan intelektual atau karena alasan pribadi. Kategori lelucon yang diimplementasi dengan sengaja ini kemudian menjadi penting dalam mengidentifikasi teks sebagai tipuan (Foster, 2005). Artinya penyebar hoaks dapat dilakukan oleh siapa saja dengan

berbagai motif sehingga dalam upaya menangkalnya diperlukan banyak orang dengan tujuan yang sama yaitu menyampaikan kebenaran dalam ruang publik.

Masa depan *crowdsourcing*

Mengacu pada penelitian yang telah dilakukan maka dapat dikatakan jika *crowdsourcing* di masa mendatang memiliki potensi yang besar. Kecanggihan teknologi, keinginan untuk melakukan sesuatu hal positif secara bersama membuat masa depan perkembangan *crowdsourcing* menjadi menarik. Masyarakat akan mencari suatu wadah berbasis teknologi untuk menunjukkan eksistensi bukan hanya sebagai individu tetapi sebagai makhluk sosial yang ingin berkontribusi dan dekat dengan teknologi.

PENUTUP

Kesimpulan

Crowdsourcing dapat dilakukan dengan melibatkan masyarakat untuk membangun dan memperkuat gerakan pengawasan berbasis *crowdsourcing* pada berita hoaks. *Crowdsourcing* membangun modal kerumunan dengan melibatkan partisipasi publik sebagai salah satu cara dalam menangkal berita hoaks di era keterbukaan informasi seperti saat ini. Pemanfaatan daya manusia dan kemampuan kolektif dapat dimanfaatkan dalam membuat kontra narasi terhadap suatu berita bohong yang tersebar. Hal tersebut dilakukan melalui wadah teknologi digital berbasis web sebagai wadah partisipasi publik. Konsep *crowdsourcing* partisipasi publik memberikan peluang bagi setiap orang untuk menjadi produsen suatu informasi.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan hendaknya dibentuk gerakan strategis dalam melawan penyebaran hoaks dan menangkal informasi bohong di semua tatanan masyarakat. Oleh karena itu, demi terwujudnya konsep *crowdsourcing* partisipasi publik dalam menangkal hoaks, maka penulis menghimbau kepada berbagai pihak. Pertama, kepada pemerintah hendaknya dapat menjalin kerja sama dengan pihak organisasi maupun industri yang bergerak dalam upaya penangkalan hoaks. Kedua, kepada kalangan akademisi maupun peneliti semoga semakin banyak penelitian tentang *crowdsourcing* partisipasi publik sebagai upaya meramu formula terbaik dalam penyelesaian masalah hoaks.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriansyah, Miftah., Oswari, Teddy., & Budi Prijanto. *Crowdsourcing: Konsep Sumber Daya Kerumunan dalam Abad Partisipasi Komunitas Internet*. Depok : Universitas Gunadarma. 2009.
- Arthana, I Ketut Resika., Setemen, Komang., I Ketut Purnawarman., Nyoman Dini Andiani. Penggalan Dan Penyebaran Potensi Wisata Melalui Aplikasi Mobile Dengan Konsep Crowdsourcing. Universitas Pendidikan GaneshaAntunes, P, M Gerosa, A Sylvester, J Vassileva, and G de Vreede. 2013. "Collaboration and Technology, 19th International Conference, CRIWG 2013 Wellington, New Zealand, October 30 – November 1, 2013 Proceedings." *Lncs* 8224 (October). doi:10.1007/978-3-642-41347-6. 2016.
- Ashton, Daniel. "Producing Participatory Media: (Crowd) Sourcing Content in Britain/Life in a Day." *Media International Australia*, no. 154: 101–11. 2015.
- Aten, Kathryn, and Gail Fann Thomas. "Crowdsourcing Strategizing: Communication Technology Affordances and the Communicative Constitution of Organizational Strategy." *International Journal of Business Communication* 53 (2): 148–80. 2016. doi:10.1177/1329878X1515400113.
- Bassi, Harpreet, Laura Misener, Christopher Lee, and Andrew M. Johnson. "Exploring the Characteristics of Crowdsourcing: An Online Observational Study." *Journal of Information Sciences*. 2019. doi:10.1177/0165551519828626.
- Brabham, Daren C. "Crowdsourcing as a Model for Problem Solving." *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 14 (1): 75–90. 2008. doi:10.1177/1354856507084420.
- . "Crowdsourcing the Public Participation Process for Planning Projects." *Planning Theory* 8 (3): 242–62. 2009. doi:10.1177/1473095209104824.
- Brocke, Jan, Richard T Watson, Cathy Dwyer, William Street, and Nigel Melville. "G Reen I Nformation S Ystems :." *ICIS 2012 Proceedings*, no. May 2014: 1–11. 2012.
- Dowerah Baruah, Trisha. "Effectiveness of Social Media as a Tool of Communication and Its Potential for Technology Enabled Connections: A Micro-Level Study." *International Journal of Scientific and Research Publications* 2 (5): 1–10. 2012. www.ijsrp.org.
- Estellés-Arolas, Enrique, and Fernando González-Ladrón-De-Guevara. "Towards an Integrated Crowdsourcing Definition." *Journal of Information Science* 38 (2): 189–200. 2012.

- doi:10.1177/0165551512437638.
- Foster, Paul. "Secret Mark: Uncovering a Hoaks." *The Expository Times* 117 (2): 66–68. 2005. doi:10.1177/001452460511700207.
- Garrigos-Simon, Fernando J., Ignacio Gil-Pechuán, and Sofia Estelles-Miguel. "Advances in Crowdsourcing." *Advances in Crowdsourcing*, no. May: 1–183. 2015. doi:10.1007/978-3-319-18341-1.
- Graham, Missy, and Ej Avery. "Government Public Relations and Social Media: An Analysis of the Perceptions and Trends of Social Media Use at the Local Government Level." *Public Relations Journal* 7 (4): 1–21. 2013. <http://dev.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Documents/2013GrahamAvery.pdf>.
- Griffin, Em. *A First Look at Communication Theory (8th Ed)*. McGraw Hill. 2011.
- HL. "Wawancara Langsung Dengan Tim Humas Pemerintah." 2019.
- Howe, Jeff. "What Is Crowdsourcing? 'Not Everyone in the Crowd Wants to Make Silly Videos.'" 4–8.
- Kirchner, Kathrin, and Thierry Nabeth.. "Social Media in Organizations : " 40 (X): 0–32. 2000. doi:10.1080/09668136.2012.671567.3
- Kumar, Prashant, Tao Meng, and Sajal Kabiraj. "Effect of Crowdsourcing on Consumer Brand Perceptions and Behavioral Intentions." *Business Perspectives and Research* 7 (1): 42–58. 2019. doi:10.1177/2278533718800190.
- Lastovka, Maria. "Crowdsourcing as New Instrument in Policy-Making: Making the Democratic Process More Engaging." *European View* 14 (1): 93–99. 2015. doi:10.1007/s12290-015-0345-7.
- Lincoln, Denzin and. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009,
- McIntyre, T.J. *Reinventing Data Protection? Computer Law & Security Review*. Vol. 26. 2010. doi:10.1016/j.clsr.2010.07.003.
- Neuman, W. "W. Lawrence Neuman, Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches," no. January: 4–6. 2003.
- Paniagua, Jordi, and Pawel Korzynski. "Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship." *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship*, no. October. 2020. doi:10.1007/978-1-4614-6616-1.
- Praditya Mer Hananto. "Wawancara Langsung Dengan Peneliti LIPI." 2019.
- Sørensen, Inge Ejbye. "Crowdsourcing and Outsourcing: The Impact of Online Funding and Distribution on the Documentary Film Industry in the UK." *Media, Culture and Society* 34 (6): 726–43. 2012. doi:10.1177/0163443712449499.
- Sutherlin, Gwyneth. "A Voice in the Crowd: Broader Implications for Crowdsourcing Translation during Crisis." *Journal of Information Science* 39 (3): 397–409. 2013. doi:10.1177/0165551512471593.
- "The Role of Media in Informing and Acting for the Sake of National Security." February. 2019.
- Veil, Shari R., Timothy L. Sellnow, and Elizabeth L. Petrun. 2011. "Hoaxes and the Paradoxical Challenges of Restoring Legitimacy." *Management Communication Quarterly* 26 (2): 322–45. doi:10.1177/0893318911426685.