

Dr. Hendri: Fakta, Emosi, dan Kepercayaan sebagai Medan Tempur Baru

Updates. - KORLANTAS.ID

Jan 6, 2026 - 21:21



OPINI - Perang modern tidak lagi hanya berlangsung di darat, laut, udara, dan siber. Medan tempur paling menentukan hari ini adalah **pikiran manusia**: bagaimana masyarakat menerima fakta, mengolah emosi, dan menaruh kepercayaan. Sebuah bangsa bisa memiliki pertahanan fisik yang kuat, tetapi tetap rapuh bila rakyatnya mudah dibuat bingung, marah, curiga, dan tidak percaya lagi kepada kebenaran.

Di era digital, fakta tidak otomatis menang hanya karena ia benar. Fakta harus bersaing dengan emosi. Ia harus berhadapan dengan judul provokatif, potongan video tanpa konteks, rumor yang dikemas meyakinkan, meme yang menyindir, hingga narasi yang sengaja dirancang untuk membelah masyarakat. Penelitian Vosoughi et al. (2018) menunjukkan bahwa berita palsu di Twitter menyebar lebih jauh, lebih cepat, lebih dalam, dan lebih luas daripada berita benar; bahkan penyebaran itu lebih banyak digerakkan oleh manusia daripada bot. Ini menunjukkan bahwa persoalan utama bukan sekadar teknologi, tetapi kecenderungan manusia untuk membagikan informasi yang terasa mengejutkan, emosional, dan sesuai dengan keyakinannya.

Di sinilah **emosi menjadi bahan bakar utama perang persepsi**. Informasi yang memancing marah, takut, cemas, bangga, atau tersinggung lebih mudah bergerak daripada informasi yang tenang dan rasional. Berger dan Milkman (2012) menemukan bahwa konten yang membangkitkan emosi berintensitas tinggi, seperti kagum, marah, atau cemas, cenderung lebih viral dibandingkan konten yang datar atau rendah rangsangan emosi. Sementara itu, Brady et al. (2017) menunjukkan bahwa bahasa moral-emosional dapat meningkatkan penyebaran pesan politik di jejaring sosial.

Akibatnya, ruang publik sering berubah dari tempat bertukar gagasan menjadi arena adu emosi. Orang tidak lagi bertanya, “Apakah ini benar?” tetapi “Apakah ini membuat saya marah?”; bukan “Apakah datanya kuat?” tetapi “Apakah ini membela kelompok saya?”; bukan “Apakah konteksnya lengkap?” tetapi “Apakah ini cocok dengan perasaan saya?” Ketika emosi menjadi hakim utama, fakta sering datang terlambat.

Namun, perang kognitif tidak berhenti pada manipulasi fakta dan emosi. Sasaran akhirnya adalah **kepercayaan**. Bila masyarakat tidak percaya kepada lembaga negara, media, akademisi, aparat, pemimpin agama, pengadilan, data resmi, dan bahkan sesama warga, maka ruang publik kehilangan fondasi bersama. Pada titik itu, kebenaran tidak lagi ditentukan oleh bukti, melainkan oleh identitas kelompok.

Fenomena ini diperkuat oleh ruang gema digital. Cinelli et al. (2021) menunjukkan bahwa media sosial dapat membentuk *echo chamber*, yaitu lingkungan informasi ketika pengguna cenderung berinteraksi dengan kelompok yang sepemikiran dan menerima informasi yang menguatkan pandangannya sendiri. Dalam situasi seperti ini, masyarakat tidak hanya berbeda pendapat, tetapi mulai hidup dalam kenyataan yang berbeda.

Lebih jauh, polarisasi bukan hanya soal perbedaan pilihan politik atau pandangan sosial. Ia bisa menjadi permusuhan emosional. Finkel et al. (2020) menyebut gejala ini sebagai *political sectarianism*, yaitu ketika identitas politik atau kelompok berubah menjadi moralitas tertutup: kelompok sendiri dianggap benar, kelompok lain dianggap buruk, berbahaya, atau tidak layak dipercaya. Törnberg (2022) juga menjelaskan bahwa media digital dapat mendorong polarisasi afektif dengan menyortir perbedaan sosial ke dalam kubu-kubu partisan yang makin keras.

Di sinilah fakta menjadi korban pertama. Fakta yang berasal dari kelompok

sendiri dipercaya. Fakta yang datang dari kelompok lain dicurigai. Data yang menguntungkan kelompok sendiri disebar. Data yang tidak sesuai dianggap pesanan, rekayasa, atau propaganda. Dalam perang kognitif, tujuan utama bukan selalu membuat orang percaya pada satu kebohongan, tetapi membuat orang kehilangan standar bersama untuk membedakan benar dan salah.

Yang lebih berbahaya, koreksi tidak selalu berhasil menghapus dampak informasi keliru. Lewandowsky et al. (2012) menjelaskan adanya *continued influence effect*, yaitu kondisi ketika informasi salah tetap memengaruhi penilaian seseorang meskipun sudah dikoreksi. Inilah sebabnya klarifikasi sering kalah oleh kesan pertama. Setelah fitnah menyebar, sebagian orang tetap menyimpan kecurigaan: “Mungkin memang hoaks, tetapi jangan-jangan ada benarnya.”

Karena itu, pertahanan bangsa di era perang persepsi tidak cukup hanya dengan membantah hoaks. Membantah tetap penting, tetapi tidak cukup. Yang harus dibangun adalah **ketahanan kognitif**: kemampuan masyarakat untuk tetap berpikir jernih saat diserang emosi, tetap mencari fakta saat dibanjiri narasi, dan tetap menjaga kepercayaan saat diprovokasi untuk saling mencurigai.

Pertama, masyarakat harus dilatih membedakan fakta, opini, interpretasi, propaganda, dan manipulasi emosi. Literasi digital tidak boleh hanya berarti mampu memakai teknologi. Literasi digital harus berkembang menjadi literasi kognitif: kemampuan mengenali kapan pikiran sedang dipancing, kapan emosi sedang dimobilisasi, dan kapan kepercayaan sedang dirusak.

Kedua, lembaga publik harus menjaga kredibilitas. Kepercayaan tidak bisa diminta; kepercayaan harus dibuktikan. Pemerintah, media, aparat, kampus, dan tokoh masyarakat harus berbicara dengan data, bekerja dengan integritas, serta mengakui kesalahan bila memang ada. Dalam era serangan persepsi, ketertutupan adalah bahan bakar kecurigaan.

Ketiga, media harus kembali menjadi penjaga akal sehat publik. Media yang hanya mengejar klik dan kemarahan akan menjadi bagian dari mesin perang persepsi. Sebaliknya, media yang kuat dalam verifikasi, konteks, koreksi terbuka, dan jurnalisme data akan menjadi benteng kepercayaan sosial.

Keempat, masyarakat perlu membangun kebiasaan sederhana tetapi penting: berhenti sejenak sebelum membagikan informasi. Pennycook et al. (2021) menunjukkan bahwa kerentanan terhadap berita palsu partisan lebih banyak berkaitan dengan kurangnya penalaran daripada sekadar bias politik. Artinya, mengaktifkan nalar kritis adalah bagian dari pertahanan warga negara.

Kelima, perlu pendekatan pencegahan, bukan hanya koreksi. Roozenbeek et al. (2022) menunjukkan bahwa inoculasi psikologis atau *prebunking* dapat meningkatkan ketahanan masyarakat terhadap misinformasi di media sosial. Dengan kata lain, publik perlu diberi “vaksin kognitif” sebelum diserang narasi palsu: mengenali pola manipulasi, taktik adu domba, bahasa provokatif, dan cara kerja propaganda.

Pada akhirnya, fakta, emosi, dan kepercayaan adalah tiga pilar ruang publik. Fakta memberi arah. Emosi memberi energi. Kepercayaan memberi ikatan. Bila fakta dipelintir, emosi diprovokasi, dan kepercayaan dihancurkan, maka bangsa

akan mudah diguncang dari dalam. Tetapi bila fakta dijaga, emosi dikendalikan, dan kepercayaan dibangun dengan integritas, maka masyarakat akan lebih tahan menghadapi perang kognitif.

Medan tempur baru bukan hanya layar gawai. Medan tempur baru adalah hati dan pikiran warga. Karena itu, bela negara hari ini juga berarti menjaga akal sehat: tidak mudah marah, tidak mudah percaya, tidak mudah menyebarkan, dan tidak mudah membenci. Bangsa yang kuat bukan bangsa yang bebas dari perbedaan, melainkan bangsa yang tetap mampu mempercayai fakta di tengah perbedaan.

Jakarta, 06 Januari 2026

Dr. Ir. Hendri, ST., MT

Ketua Umum Jurnalis Nasional Indonesia (INI)