

BUKTI BARU

Dr. Hendri: Perang Kognitif Tidak Selalu Bohong, Kadang Memakai Fakta yang Dipelintir

Updates. - BUKTIBARU.COM

Jan 11, 2026 - 22:08



OPINI - Dalam bayangan banyak orang, perang informasi identik dengan hoaks, kabar palsu, atau berita bohong yang sepenuhnya dibuat-buat. Padahal, dalam perang kognitif, serangan terhadap pikiran publik tidak selalu dilakukan dengan kebohongan mentah. Justru yang lebih berbahaya adalah ketika fakta yang benar dipotong, dipindahkan konteksnya, diberi bingkai emosional, lalu diarahkan untuk

menghasilkan kesimpulan yang keliru.

Inilah karakter halus perang kognitif. Ia tidak selalu menciptakan realitas palsu dari nol, tetapi memanipulasi cara publik memahami realitas. Fakta tetap ada, tetapi maknanya dibelokkan. Data tetap ditampilkan, tetapi konteksnya dihilangkan. Foto dan video asli tetap digunakan, tetapi ditempelkan pada peristiwa yang berbeda. Kutipan benar tetap disebar, tetapi dipotong agar terdengar provokatif.

Perang kognitif bekerja pada wilayah persepsi, emosi, keyakinan, dan pengambilan keputusan. Deppe dan Schaal (2024) menjelaskan bahwa cognitive warfare berupaya menghasilkan efek kognitif yang dapat memengaruhi cara individu maupun masyarakat memahami informasi dan bertindak dalam ruang strategis. Dengan demikian, sasaran utamanya bukan hanya apa yang diketahui publik, tetapi bagaimana publik menafsirkan apa yang mereka ketahui.

Di sinilah fakta yang dipelintir menjadi senjata. Kebohongan murni relatif lebih mudah dibantah jika data pembandingan tersedia. Namun, fakta yang dipelintir lebih sulit dilawan karena ia membawa sebagian kebenaran. Publik merasa sedang menerima bukti, padahal bukti itu sudah diarahkan untuk mendukung tafsir tertentu. Manipulasi seperti ini sering kali lebih efektif karena tidak terasa sebagai kebohongan.

Misalnya, sebuah foto kerumunan dapat digunakan untuk menunjukkan kemarahan publik, padahal foto itu berasal dari peristiwa lain. Sebuah pernyataan pejabat dapat dipotong sehingga kehilangan konteks penjelasannya. Sebuah data ekonomi dapat dipilih hanya bagian buruknya, sementara tren pembandingnya dihilangkan. Sebuah video konflik dapat diputar tanpa kronologi sehingga korban tampak sebagai pelaku, atau pelaku tampak sebagai korban.

Dalam kajian komunikasi, praktik semacam ini berkaitan erat dengan framing. Entman (1993) menjelaskan bahwa framing bekerja dengan memilih aspek tertentu dari realitas dan membuatnya lebih menonjol untuk membentuk definisi masalah, penyebab, penilaian moral, dan rekomendasi penyelesaian. Artinya, framing dapat membuat publik melihat satu peristiwa dari sudut tertentu, bahkan ketika fakta dasarnya tidak sepenuhnya palsu.

Framing tidak selalu buruk. Dalam jurnalisme, framing diperlukan agar informasi yang kompleks dapat dipahami publik. Namun, dalam perang kognitif, framing dipakai bukan untuk menjelaskan, melainkan untuk mengarahkan emosi. Pilihan kata seperti “pengkhianatan”, “ancaman”, “kebohongan rezim”, “rakyat ditipu”, atau “konspirasi tersembunyi” dapat mengubah cara publik membaca peristiwa. Peristiwa yang sebenarnya rumit dibuat tampak sederhana: ada pihak jahat, ada korban, dan ada musuh yang harus dilawan.

Bahaya terbesar dari fakta yang dipelintir adalah kemampuannya menipu orang yang merasa kritis. Orang yang menolak hoaks terang-terangan belum tentu kebal terhadap manipulasi konteks. Mereka mungkin tidak mudah percaya berita palsu, tetapi bisa terpengaruh oleh potongan data, grafik tanpa penjelasan, atau video asli yang diberi narasi menyesatkan. Inilah mengapa perang kognitif sering menyerang bukan hanya orang yang tidak tahu, tetapi juga orang yang merasa sudah tahu.

Penelitian tentang out-of-context visual misinformation menunjukkan bahwa gambar asli yang ditempatkan dalam konteks keliru dapat menjadi bentuk misinformasi yang kuat. Qian, Shen, dan Zhang (2023) menyebut visual yang autentik tetapi disajikan dalam konteks salah sebagai salah satu sumber penting misinformasi visual; intervensi literasi digital bahkan diarahkan untuk mendorong publik memakai reverse image search ketika menemukan konten visual mencurigakan.

Masalahnya, manusia cenderung percaya pada sesuatu yang tampak konkret. Foto terasa seperti bukti. Video terasa seperti kenyataan. Grafik terasa seperti data ilmiah. Padahal, foto dapat salah konteks, video dapat dipotong, dan grafik dapat dimanipulasi melalui skala, periode, pilihan variabel, atau cara penyajian. Dalam perang kognitif, tampilan yang tampak objektif sering dipakai untuk menyembunyikan kepentingan yang subjektif.

Fakta yang dipelintir juga bekerja melalui efek pengulangan. Ketika satu narasi terus-menerus diulang, publik mulai merasa bahwa narasi itu benar. Tidak penting lagi apakah konteks awalnya lemah. Yang penting adalah narasi itu muncul berkali-kali di linimasa, grup percakapan, kanal video, dan potongan komentar. Dalam situasi ini, persepsi dibentuk bukan oleh kedalaman bukti, melainkan oleh intensitas paparan.

Pennycook, Bear, Collins, dan Rand (2020) menunjukkan adanya implied truth effect, yaitu ketika pemberian label peringatan hanya pada sebagian berita palsu dapat membuat berita yang tidak diberi label tampak lebih benar. Temuan ini memperlihatkan betapa rumitnya upaya melawan misinformasi, karena publik sering menafsirkan tanda, ketiadaan tanda, dan konteks platform sebagai bagian dari penilaian kebenaran.

Dalam perang kognitif, fakta yang dipelintir juga digunakan untuk melemahkan kepercayaan publik. Tujuannya bukan selalu membuat masyarakat percaya pada satu versi kebenaran, tetapi membuat masyarakat ragu terhadap semua versi. Ketika publik terus-menerus menerima potongan fakta yang saling bertentangan, mereka akhirnya lelah membedakan mana yang benar, mana yang keliru, dan mana yang sengaja dipelintir.

Pada titik ini, masyarakat dapat masuk ke dalam kondisi sinisme digital. Semua sumber dianggap punya kepentingan. Semua media dianggap berbohong. Semua klarifikasi dianggap pembelaan. Semua data dianggap rekayasa. Ketika kepercayaan runtuh, manipulasi justru lebih mudah bekerja karena publik tidak lagi mencari kebenaran, melainkan mencari narasi yang paling cocok dengan kekecewaan dan kemarahannya.

Lewandowsky, Ecker, Seifert, Schwarz, dan Cook (2012) menjelaskan bahwa misinformasi dapat terus memengaruhi ingatan dan penilaian seseorang meskipun koreksi sudah diberikan. Ini disebut continued influence effect. Artinya, ketika fakta yang dipelintir sudah terlanjur membentuk kesan awal, klarifikasi sering kali tidak cukup untuk menghapus dampaknya.

Karena itu, melawan perang kognitif tidak cukup hanya dengan mengatakan “ini hoaks” atau “ini benar”. Tantangannya lebih rumit: publik harus diajarkan

membedakan fakta, konteks, tafsir, opini, dan propaganda. Satu informasi bisa benar secara potongan, tetapi keliru secara makna. Satu gambar bisa asli, tetapi menipu secara konteks. Satu data bisa valid, tetapi menyesatkan karena disajikan tanpa pembandingan.

Masyarakat digital perlu membiasakan beberapa pertanyaan kritis sebelum percaya dan menyebarkan informasi. Dari mana asal fakta ini? Apakah konteksnya utuh? Siapa yang memilih bagian ini untuk ditonjolkan? Apa yang tidak ditampilkan? Apakah judul sesuai dengan isi? Apakah foto dan video benar berasal dari peristiwa yang sama? Apakah ada sumber pembandingan yang kredibel? Apakah narasi ini sedang mengajak berpikir, atau hanya memancing marah?

Pertanyaan-pertanyaan sederhana ini penting karena perang kognitif sering menang bukan karena publik bodoh, tetapi karena publik terburu-buru. Terburu-buru marah. Terburu-buru percaya. Terburu-buru membagikan. Terburu-buru menyimpulkan. Dalam ruang digital yang cepat, kemampuan menunda reaksi menjadi bentuk kecerdasan.

Aïmeur, Amri, dan Brassard (2023) menegaskan bahwa deteksi berita palsu tetap menjadi tantangan besar karena konten manipulatif sering dirancang menyerupai kebenaran dan sulit dinilai tanpa informasi tambahan dari pihak ketiga. Dengan kata lain, publik tidak cukup hanya mengandalkan intuisi; mereka membutuhkan kebiasaan verifikasi.

Di sinilah media, pemerintah, kampus, sekolah, dan masyarakat sipil memiliki tanggung jawab bersama. Media harus disiplin menjaga konteks, bukan hanya mengejar kecepatan dan klik. Pemerintah harus berkomunikasi secara terbuka dan konsisten agar ruang kosong tidak diisi rumor. Kampus dan sekolah harus mengajarkan literasi digital sebagai literasi berpikir, bukan sekadar kemampuan menggunakan teknologi. Masyarakat sipil perlu membangun budaya cek fakta yang tidak elitis, tetapi mudah dipraktikkan sehari-hari.

Perang kognitif yang memakai fakta yang dipelintir adalah ancaman serius karena ia merusak batas antara benar dan salah. Ia membuat publik percaya bahwa mereka sedang berpikir kritis, padahal sedang diarahkan oleh framing yang licik. Ia membuat orang merasa sedang membela kebenaran, padahal sedang menyebarkan makna yang sudah dimanipulasi.

Karena itu, pertahanan utama masyarakat digital bukan hanya kemampuan mengenali hoaks, melainkan kemampuan membaca konteks. Fakta tanpa konteks dapat menjadi senjata. Data tanpa penjelasan dapat menjadi propaganda. Video tanpa kronologi dapat menjadi alat provokasi. Kutipan tanpa keutuhan dapat menjadi pemantik kebencian.

Pada akhirnya, perang kognitif mengajarkan bahwa kebenaran tidak hanya bergantung pada fakta, tetapi juga pada kejujuran dalam menyajikan fakta. Masyarakat yang kuat bukan hanya masyarakat yang memiliki banyak informasi, melainkan masyarakat yang mampu menafsirkan informasi secara jernih.

Di tengah derasnya arus digital, tugas warga bukan sekadar menerima dan membagikan informasi, tetapi menjaga makna agar tidak dipelintir. Sebab dalam

perang kognitif, yang diserang bukan hanya pikiran, melainkan kemampuan publik untuk memahami kenyataan secara utuh.

Jakarta, 11 Januari 2026

Dr. Ir. Hendri, ST., MT

Ketua Umum Jurnalis Nasional Indonesia (INI)