

Darurat Hoaks COVID-19 di Indonesia

Agistha Vidyani Safitri, Santi Indra Astuti

Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

agisthasafitri22@gmail.com, santi@unisba.ac.id

Abstract— Hoax is a form of misinformation or disinformation that misleads the recipient. Often used as a tool to lead and frame public opinion on an issue that benefits certain parties. It is also used to manipulate the public and confuse the public during the COVID-19 outbreak. As part of the 'infodemic' phenomenon, the COVID-19 hoax not only deceives people, but also kills them because the hoax has misled people into making wrong decisions. Following this critical situation, the Indonesian Ministry of Communication and Information (Kominfo) through cyber drone operations discovered thousands of hoaxes related to the pandemic on various digital platforms. This study aims to determine the anatomy, aspects, and consequences of hoaxes found in the list compiled by Kominfo. By using a content analysis approach, this study found several findings, such as fake content that dominates the type of misinformation in every hoax found. Then, hoaxes in the form of narratives that scare the public also make up the majority of the findings.

Keywords— Hoax, Covid-19, Online Media, Kemkominfo.

Abstrak— Hoax adalah suatu bentuk misinformasi atau disinformasi yang menyesatkan penerimanya. Sering digunakan sebagai alat untuk menggiring dan membingkai opini publik atas suatu isu yang menguntungkan pihak-pihak tertentu. Ini juga digunakan untuk memanipulasi publik dan membingungkan publik selama wabah COVID-19. Sebagai bagian dari fenomena 'infodemic', hoaks COVID-19 tidak hanya menipu orang, tetapi juga membunuh mereka karena hoaks tersebut telah menyesatkan orang untuk mengambil keputusan yang salah. Menyusul situasi kritis tersebut, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) RI melalui operasi cyber drone menemukan ribuan hoaks terkait pandemi di berbagai platform digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui anatomi, aspek, dan akibat hoaks yang ditemukan dalam daftar yang dikumpulkan Kominfo. Dengan menggunakan pendekatan analisis isi, penelitian ini menemukan beberapa temuan seperti konten palsu yang mendominasi tipe misinformasi setiap hoax yang ditemukan. Lalu, hoax berbentuk narasi dan bersifat menakut-nakuti masyarakat juga menjadi mayoritas dalam temuan.

Kata Kunci— Hoaks, Covid-19, Media Online, Kemkominfo.

I. PENDAHULUAN

Proses pola komunikasi pada media terus berkembang dan selalu menciptakan hal yang baru. Hal ini pun mengubah bentuk media massa yang terus merentang dari sejak awal siklus penemuannya. Setiap model media

terbaru cenderung merupakan perpanjangan, atau evolusi dari model-model terdahulu. Dalam konteks ini, internet bukanlah suatu pengecualian. (Septiawan, 2005: 135) [1]

Fenomena yang berkembang di masyarakat saat ini adalah penyebaran berita hoaks. Hoaks adalah suatu bentuk informasi yang diciptakan dan disebarluaskan untuk menyesatkan penerimanya. Hoaks juga seringkali digunakan sebagai alat untuk menggiring opini publik mengenai sebuah isu yang menguntungkan pihak tertentu. Kanal The First Draft juga memaparkan bahwa istilah 'berita palsu' tidak hanya mencakup seluruh konten hoaks. Sebagian besar konten tersebut bahkan tidak palsu; sering kali asli, namun digunakan di luar konteks dan dijadikan senjata oleh orang-orang yang tahu bahwa kepalsuan berdasarkan dari sebuah kebenaran lebih cenderung dipercaya dan dibagikan. Dan sebagian besar dari ini tidak dapat digambarkan sebagai 'berita'.

Saat ini seluruh dunia tengah menghadapi wabah virus corona (COVID-19) yang tak hanya memakan jutaan korban jiwa, namun juga mengundang kekhawatiran masyarakat dunia termasuk Indonesia. Fenomena hoaks juga kian marak terjadi di tengah situasi ini. Berdasarkan data yang penulis temukan dari halaman detik.com, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) melalui cyber drone menemukan 474 isu hoaks terkait pandemi virus COVID-19 di berbagai platform digital per tanggal 8 April 2020. Menteri Informasi dan Komunikasi, Jhonny G Plate memaparkan, dari 1.125 sebaran hoaks, jika dirincikan terdapat 785 hoaks dari media Facebook, 10 dari Instagram, 324 dari Twitter, dan 6 dari YouTube.

Melalui laporan mapping tahunan Mafindo, Komite Litbang Mafindo menjelaskan bahwa merebaknya virus COVID-19 yang menimbulkan efek samping yaitu gelombang hoaks yang hingga kini telah mencapai lebih dari 60 buah (per 14 Februari 2020) menunjukkan tantangan baru. Hoaks yang muncul tidak hanya mengaitkan penyebaran virus COVID-19 menjadi „perang agama“, tetapi juga menguatkan *xenophobia* yang terbentuk dalam sentimen anti Cina di Indonesia. Situasi ini memperlihatkan bahwa upaya memberantas hoaks masih jauh dari kata “final”.

Wabah COVID-19 sejak awal disertai oleh sebuah fenomena lain yang disebut dengan —infodemil. Istilah ini merujuk pada “wabah” berupa informasi palsu dan menyesatkan, seperti klaim bahwa mengenakan masker menghambat pernapasan. Klaim lain, yaitu bahwa vaksin COVID-19 mengandung mikrocip, beredar secara luas di

berbagai platform digital sehingga mengganggu upaya pencegahan dan vaksinasi terhadap COVID-19.

Di Indonesia, salah satu negara dengan angka kasus COVID-19 tertinggi di Asia, sebuah survei nasional yang dilaksanakan pada tahun 2020 menemukan bahwa antara 64 hingga 79 persen responden tidak dapat mengenali misinformasi di dunia maya. Mayoritas responden di dalam survei yang dilaksanakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Katadata Insight Center (KIC) ini juga menyatakan media sosial sebagai sumber informasi mereka yang utama.

Fenomena penyebaran hoaks isu virus COVID-19 di Indonesia ini dirasa sudah mencapai situasi darurat ketika peneliti mendapati orang-orang di sekitar yang terpengaruh berita bohong sehingga enggan untuk mendapatkan vaksin atau bahkan tidak percaya akan keberadaan virus itu sendiri. Berdasarkan latar belakang masalah yang disebutkan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk membedah komponen yang membentuk hoaks isu virus COVID-19 yang beredar di Indonesia.

Selanjutnya, adapun tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui Bagaimana Topik/Tema hoaks terkait isu pandemi COVID-19
2. Untuk mengetahui Tipe Misinformasi hoaks terkait isu pandemi COVID-19
3. Untuk mengetahui Sumber hoaks terkait isu pandemi COVID-19
4. Untuk mengetahui Narasi Utama hoaks terkait isu pandemi COVID-19
5. Untuk mengetahui Daya Tarik hoaks terkait isu pandemi COVID-19
6. Untuk mengetahui Penguat hoaks terkait isu pandemi COVID-19
7. Untuk mengetahui Alat Bantu hoaks terkait isu pandemi COVID-19

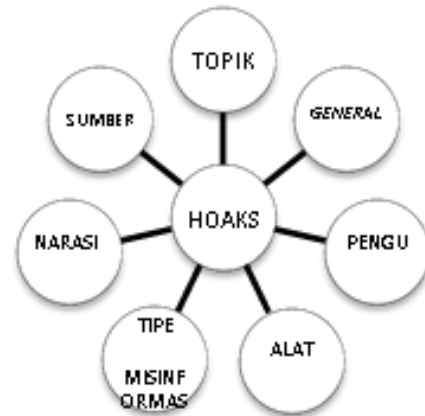
II. METODOLOGI

Dalam penelitian ini yang diteliti adalah teks yang dihasilkan pada media massa khususnya media siber atau online. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian kuantitatif. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan penelitian analisis isi.

Menurut Piper (dalam Floridi, 2011:336), disinformasi adalah bentuk misinformasi yang berusaha diproduksi dan disebarkan secara aktif untuk tujuan menyesatkan. Selain itu, diciptakan secara sengaja untuk menimbulkan kerugian ataupun kerusakan dengan mengikis kepercayaan target terhadap suatu isu tertentu. Sementara hoaks memiliki konsep tersendiri yaitu rangkaian informasi yang memang sengaja disesatkan, namun ditampilkan sebagai kebenaran (Silverman, 2015)

Dalam proses terjadinya sebuah hoaks, dibutuhkan komponen pendukung yang membuat hoaks tersebut dapat diterima oleh publik. Komite Litbang Mafindo melalui

laporan tahunannya juga mengklasifikasikan beberapa komponen penyusun hoaks. Diantaranya sebagai berikut:



1. Topik

Tema dari hoaks yang akan disebar. Biasanya melingkupi isu tertentu yang tengah hangat dibicarakan oleh publik.

2. Bentuk Misinformasi

Jenis hoaks apa yang digunakan dan berpaku pada 7 jenis Misinformasi ala *First Draft*

3. Sumber

Media apa yang akan digunakan untuk menyebarkan sebuah hoaks. Media yang digunakan pelaku penyebaran hoaks biasanya merupakan media yang memiliki paling banyak pengguna. Beberapa diantaranya adalah Jejaring Sosial (*Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dsb*) dan Media Sosial (*Whatsapp, Blog, Forum, dll*)

4. Narasi Utama

Gaya narasi apa yang digunakan. Narasi utama terdiri dari *Adding* yaitu melebih-lebihkan sebuah informasi yang salah, *Levelling* yaitu ketika isu hanya dijadikan latar belakang hoaks yang disebarkan, *Sharpening* yaitu menajamkan isu hoaks ke arah tertentu, dan *Assimilating* yang berarti gabungan dari ketiga gaya narasi diatas

5. General Appeals

Daya tarik apa yang mampu menarik minat pembacanya. Komite Litbang Mafindo juga mengklasifikasikan *General Appeals* ke dalam tiga bentuk yaitu *Pipe Dreams* (hoaks yang bertujuan untuk memberi harapan), *Boogies* (Hoaks yang bertujuan untuk menakut-nakuti), *Wedge Driver* (Hoaks yang digunakan untuk menyudutkan satu pihak tertentu).

6. Penguat

Untuk membuat sebuah hoaks dapat dipercaya oleh penerimanya, dibutuhkan sebuah bukti penguat agar hoaks dapat terasa meyakinkan. Penguat yang biasanya digunakan dalam hoaks adalah ketika dilakukan pencatutan nama pejabat, ilmuwan, tokoh masyarakat.

7. Alat Bantu

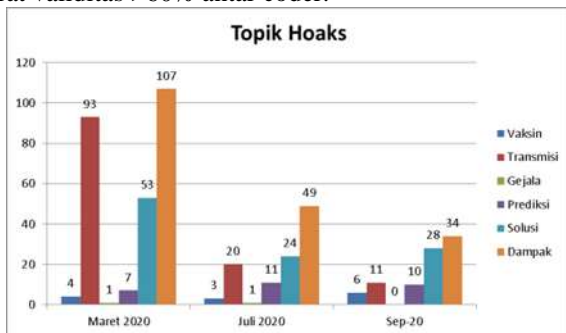
Alat bantu yang digunakan untuk membuat hoaks semakin diterima oleh publik seperti tambahan berupa gambar/foto untuk mendukung informasi. Alat bantu diklasifikasikan menjadi Narasi, Gambar/foto, Video, Ilustrasi Grafis, Media Massa, dan Campuran dari setiap alat.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Kemudian peneliti membagi objek penelitian menjadi tiga periode waktu. Periode pertama : bulan Februari, Maret, April. Lalu periode kedua : Mei, Juni, Juli. Terakhir periode ketiga : Agustus, September, Oktober. Masing-masing periode akan diambil satu bulan sampel hoaks untuk dijadikan objek penelitian.

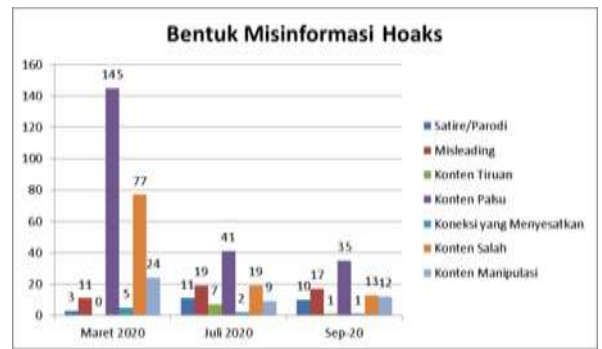
Pemilihan periode dilakukan secara acak menggunakan teknik undian guna menciptakan hasil penelitian tanpa bias. Periode pertama akan diambil bulan Maret dengan jumlah 265 hoaks, periode kedua diambil bulan Juli dengan jumlah 108 hoaks, dan periode ketiga akan diambil bulan September yang berjumlah 89 hoaks sehingga sampel yang digunakan berjumlah 265, 108, dan 89 hoaks lalu diuji hasilnya dengan menggunakan Koefisien Kontingensi Pearson lalu diuji reliabilitas dengan Indeks Reliabilitas Coding (IRC) dari tiap dimensi.

Berdasarkan hasil pengukuran IRC dari setiap periode waktu ditemukan bahwa, Kategori *General Appeals* di periode Maret menjadi yang paling tinggi dengan persentase 97,21%. Sementara kategori penguat di bulan Juli menjadi yang terendah dengan nilai 75,03%. Dengan ini penelitian dapat dinyatakan valid karena memenuhi syarat validitas >60% antar coder.



Gambar 1. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Topik

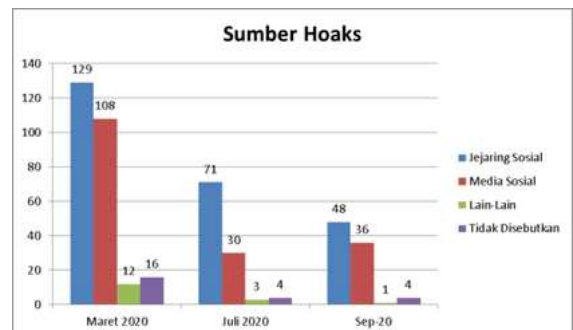
Selama tiga periode penelitian, hoaks dengan tema dampak virus COVID-19 mendominasi dengan total 190 hoaks. Posisi kedua topik hoaks isu COVID-19 ini berubah di dua periode akhir dan berganti menjadi topik solusi dengan total 105 hoaks. Hal ini sangat relevan dengan fenomena COVID-19 di Indonesia di tahun 2020 dimana terjadi penyebaran virus dengan jumlah besar dan menimbulkan kekhawatiran di tengah masyarakat sehingga hoaks yang bersifat solusi mudah muncul di permukaan karena mudah dipercaya dan diterima oleh masyarakat saat situasi tengah mengkhawatirkan bagi penerimanya. Peran emosi dalam penyebaran misinformasi juga harus diperhatikan. Dalam studi ilmu politik, emosi telah terbukti memengaruhi cara orang memproses informasi yang salah—dengan kemarahan, misalnya, mendorong evaluasi informasi yang partisan dan termotivasi (Weeks, 2015). [5]



Gambar 2. Hasil Distribusi Frekuensi Tipe Misinformasi

Berdasarkan penelitian selama tiga periode di tahun 2020, konten palsu merupakan tipe misinformasi yang paling dominan. Jumlahnya mencapai total 221 buah. Hoaks tipe ini berisi konten baru yang sepenuhnya salah dan di desain untuk menipu serta merugikan pihak tertentu. Dalam dua periode akhir, konten *misleading* atau muatan yang menyesatkan mengalami peningkatan dan menjadi terbanyak kedua di akhir periode dengan total 47 hoaks. Hoaks tipe ini menggunakan informasi yang sesat untuk membingkai sebuah isu atau individu tertentu.

Sebuah studi mutakhir yang dilakukan oleh tim riset *Massachusetts Institute of Technology* tahun 2018 menunjukkan bahwa jika dibandingkan dengan yang benar, berita palsu terbukti lebih awet umurnya, lebih jauh dan luas jangkauannya, lebih cepat perjalanannya mencapai publik, serta lebih mendalam efeknya terhadap masyarakat luas. Tim yang terdiri para insinyur tersebut melacak jejak digital dan membandingkan karakter digital dan persebaran kedua jenis berita tersebut, yang benar maupun yang palsu dalam studi tersebut. (UNESCO, 2020) [6]

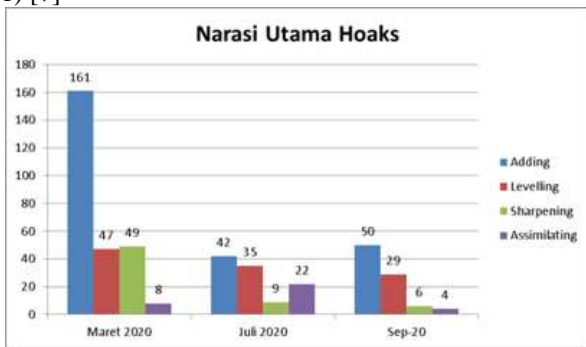


Gambar 3. Hasil Distribusi Frekuensi Sumber

Dalam pemetaan hoaks COVID-19 yang muncul selama semester 1 2020, Jejaring sosial dalam hal ini meliputi *Facebook, Instagram, Youtube, dll* mendapatkan persentase terbesar dengan total 248 hoaks. Saluran kedua tempat ditemukannya hoaks COVID-19 terbanyak adalah Media Sosial yang termasuk didalamnya Blog, Forum, *Whatsapp, Line, dll* dengan jumlah sebanyak 174 buah.

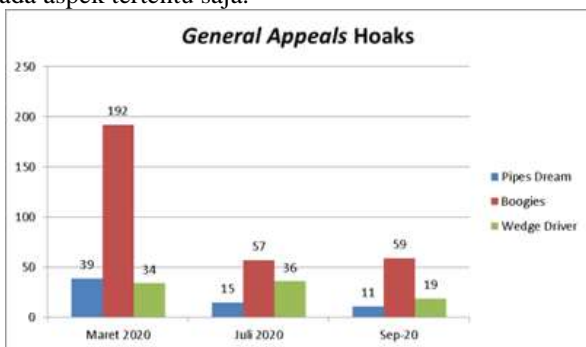
Media sosial memungkinkan individu untuk mengatur feed mereka sendiri, dan algoritma platform dapat lebih memperkuat silo informasi dengan memberikan saran berdasarkan perilaku masa lalu dan minat yang diungkapkan. Fitur-fitur ini membuat tidak mungkin

seseorang yang tergabung dalam ruang gema di mana informasi yang salah beredar akan terkena sudut pandang yang kontradiktif (dan dalam hal ini, akurat). (Chou et al., 2021) [7]



Gambar 4. Tabel Distribusi Frekuensi Narasi Utama

Gaya narasi hoaks COVID-19 cukup beragam. Salah satunya adalah gaya *adding* (menambahkan) yang berarti narasinya cenderung menambah-nambahkan informasi yang ada. Gaya narasi ini ditemukan paling dominan dengan jumlah mencapai 253 buah. Gaya narasi lain yang banyak ditemukan adalah *levelling*. Jumlahnya mencapai 111 buah. Dalam gaya ini, narasi cenderung memotong banyak informasi yang terkandung di dalamnya. Gaya narasi lainnya adalah *sharpening* (menajamkan pada aspek tertentu). Ciri utamanya adalah memberi penajaman hanya kepada aspek tertentu saja.

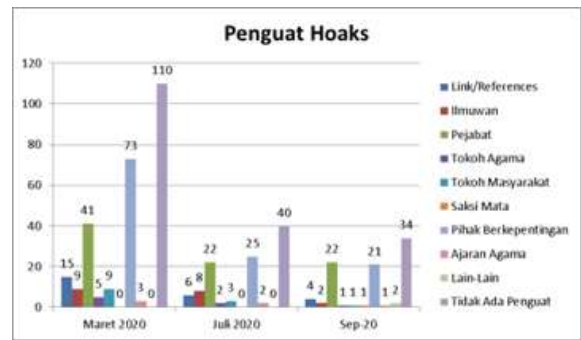


Gambar 5. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori General Appeals

Dalam mengklasifikasikan sebuah hoaks, dapat dilihat melalui tipe narasi yang cenderung terlalu baik untuk jadi nyata atau terlalu buruk untuk jadi nyata.

Berdasarkan klasifikasi yang dibentuk oleh Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO), terbentuklah tiga kategori *General Appeals* hoaks. Narasi tipe pertama digunakan untuk membangkitkan rasa takut dan dinamakan dengan *boogies*. Narasi *boogies* juga mendominasi selama tiga periode tahun 2020 dengan jumlah mencapai 308 hoaks.

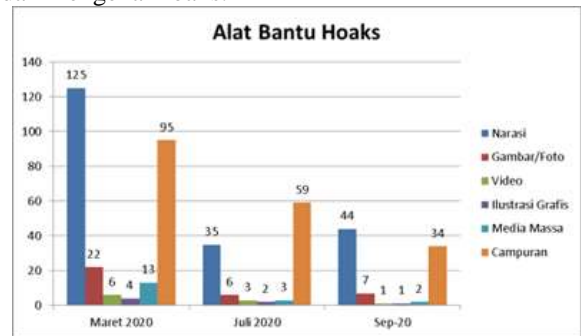
Tipe narasi *boogies* mendominasi selama tiga periode waktu dikarenakan publik masih berada di tengah kepanikan situasi pandemi dan penyebaran virus di sekitar mereka. Sehingga hoaks dengan jenis ini akan diterima dengan mudah oleh masyarakat yang tengah dilanda rasa takut terhadap virus COVID-19.



Gambar 6. Hasil Distribusi Frekuensi Penguat

Berdasarkan hasil pemantauan selama tiga periode waktu di tahun 2020, faktanya pelaku tidak membutuhkan penguat dalam hoaks yang disebar. Hal ini terbukti dengan kategori *Tidak ada penguat* mendominasi dengan total 184 hoaks.

Hal ini sangat mengkhawatirkan karena hoaks yang tidak menggunakan bukti pun dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat. Peneliti juga menemukan kebanyakan hoaks yang beredar hanya berupa opini asal dari satu individu namun ditanggapi dengan serius oleh penerima dengan tingkat literasi dan pengetahuan yang rendah mengenai hoaks.



Gambar 7. Hasil Distribusi Frekuensi Alat Bantu

Komponen alat memproduksi hoaks yang paling dominan adalah berbentuk teks dengan jumlah 204 buah. Hal ini menunjukkan bahwa hoaks dalam bentuk sederhana saja dapat dengan mudah tersebar di kalangan masyarakat.

Hoaks yang menggunakan alat bantu narasi terbentuk dalam berbagai jenis seperti opini singkat di media sosial, pertanyaan yang mengarah terbentuknya opini publik, hingga narasi panjang berupa kisah atau klaim tertentu dengan mencantumkan nama besar pejabat atau ilmuwan sebagai penunjang hoaks.

IV. KESIMPULAN

Hasil Indeks Reliabilitas Coding (IRC) telah menunjukkan bahwa hoaks isu virus COVID-19 berkembang bersamaan dengan pertumbuhan kasus COVID-19 di Indonesia.

Adapun penjabaran kesimpulan secara detail sebagai berikut:

1. Tema/topik hoaks isu virus COVID-19 sepanjang

tahun 2020 dominan dengan isu dampak. Sedangkan topik transmisi dan solusibergerak secara signifikan mengikuti perkembangan fenomena COVID-19 di Indonesia.

2. Bentuk Misinformasi yang dominan ditemukan dalam hoaks isu virus COVID-19 merupakan kontenpalsu dan konten yang salah. Sumber hoaks isu virus COVID-19 mayoritasditemukan di jejaring sosial yang termasuk didalamnya merupakan media *Facebook, Instagram, Youtube*, dsb. Sumber terbanyak selanjutnya ditemukan di media sosial yaknimedia *Whatsapp, Blog, Forum*.
3. Narasi utama yang menjadi ciri khas hoaks isuvirus COVID-19 dominan dengan tipe narasi *Adding* yaitu pelebaran wilayah hoaks lalu tipe narasi *Levelling* menjadi tipe narasi terbanyak selanjutnya yaitu ketika isu hanya dijadikan latar belakang hoaks.
4. *General Appeals* yang terkandung dalam hoaks isu virus COVID-19 dominan dengan tipe narasi *Boogies* atau upaya menakut-nakuti penerima lewat hoaks. Sementara hoaks tipe *Pipes Dream* dan *Wedge Driver* berkembang secara naik turun mengikuti fenomena COVID- 19 di masyarakat.
5. Penguat yang digunakan untuk menunjang keakuratan hoaks isu virus COVID-19 dominan tidak memiliki penguat. Sementara penguat berupa pihak yang berkepentingan dan pejabat menjadi terbanyak berikutnya dalam membuat hoaks yang beredar mudah dipercaya.
6. Alat bantu yang digunakan dalam menyebarkan hoaks isu virus COVID-19 dominan hanya berupa Narasi/teks saja. Hal inimembuktikan bahwa hoaks paling sederhana masih bisa diterima oleh masyarakat. Bentuk alat bantu terbanyak berikutnya merupakan campuran atau kombinasi dari berbagai alat bantu.

ACKNOWLEDGE

Bersamaan dengan penelitian ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dalam menyelesaikan penelitian ini. Selanjutnya Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Orang tua tercinta yang telah mendukung penulis selama masa perkuliahan,
2. Dekan Fikom Unisba, Pak Septiawan Santana
3. Ketua Bidang Kajian Jurnalistik, Bu Yenni Yuniati
4. Dosen Pembimbing Tercinta, Bu Santi Indra Astuti
5. Fadhila Nur Rizky Islami dan Sarah Safitri Ramdhiani yang telah membantu penelitian dengan menjadi coder
6. Anisa Shafarahmi, Sari Febriyanti, Putri Citra Pratiwi, Rahmi Anggia, Dwi Safitri, Nuralfiah Wahyudin terima kasih atas dukungannya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Raspati Panji Andika, Setiowati Endang. (2021). *Pengaruh Program Reality Show Kepolisian terhadap Sikap Penonton di Jakarta*. Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital, 1(1), 29-34.
- [2] Santana, Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- [3] Laporan Mapping Tahunan Mafindo. 2019. <https://docplayer.info/188445857-Executive-summary-013-2019-komite-litbang-mafindo-pemetaan-hoaks-2019.html> Diakses pada 6 Oktober 2020 pkl. 17.50 WIB
- [4] UNICEF : Melawan „infodemi“ di tengah pandemi <https://www.unicef.org/indonesia/id/coronavirus/cerita/melawan-infodemi-di-tengah-pandemi> Diakses pada 14 Juli 2021 pkl. 16.12
- [5] Pemetaan Hoaks COVID-19 Semester I 2020. https://www.mafindo.or.id/wp-content/uploads/2020/11/Executive-Summary_COVID19-Hoax-Mapping-Semester-1-2020.pdf Diakses pada 30 Juni 2021 pkl. 19.21 WIB
- [6] Weeks, B. E. (2015). *Emotions, partisanship, and misperceptions: How anger and anxiety moderate the effect of partisan bias on susceptibility to political misinformation*. Journal of Communication, 65(4), 699–719. <https://doi.org/10.1111/jcom.12164>
- [7] UNESCO. 2019. *Jurnalisme, “Berita Palsu”, & Disinformasi: Buku Pegangan Untuk Pendidikan dan Pelatihan Jurnalisme*. Jakarta
- [8] Chou, Wen-Ying Sylvia, Gaysynsky, Anna, Vanderpool, Robin C. The COVID-19 *Misinfodemic: Moving Beyond Fact-Checking* Journal of Health Education & Behavior <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1090198120980675>