

Infodemik Di Masa Pandemi: Analisis Peta Hoaks Covid-19 Tahun 2020

Infodemic In The Pandemic: Analysis of The 2020 Covid-19 Hoax Map

Christiany Juditha¹⁾, Josep J. Darmawan²⁾

¹Balai Pengembangan SDM dan Penelitian Komunikasi dan Informatika Manado

²Prodi Komunikasi Fisip Universitas Atma Jaya Yogyakarta

¹Jl. Pumorro 76 Manado, ²Jl. Babar Sari No.6 Yogyakarta

Email: christiany.juditha@kominform.go.id¹⁾; josepdarmawan@gmail.com²⁾

Diterima : 14 Juli 2021 || Revisi : 19 Oktober 2021 || Disetujui: 19 Oktober 2021

Abstrak- Masalah Covid-19 tidak hanya berhubungan dengan penyebaran virus semata, tetapi juga penyebaran informasi Covid-19 yang semakin masif baik yang akurat maupun tidak. Inilah yang disebut dengan ‘infodemik’. Infodemik memiliki dampak besar bagi masyarakat yang sehari-hari menggunakan media baru untuk mendapatkan informasi yang kredibel. Kini masyarakat menjadi bingung di tengah banjir informasi hoaks. Pemetaan hoaks penting dilakukan, agar masyarakat paham dan semakin kritis membedakan konten, sumber dan saluran hoaks. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang peta infodemik khususnya hoaks Covid-19 tahun 2020. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa tema kesehatan adalah tema hoaks terbanyak yang beredar dengan tipe konten menyesatkan serta melibatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama konten. Bentuk hoaks umumnya gabungan dari teks, gambar/foto dan video. Kebanyakan teks hoaks juga dilengkapi lampiran gambar untuk meyakinkan publik. Sementara Facebook adalah media sosial yang paling banyak digunakan dalam distribusi hoaks. Hasil tindak lanjut adalah mayoritas konten sudah dibantah atau diklarifikasi oleh tim pemeriksa fakta dengan menyertakan bukti terpercaya. Hal ini memudahkan masyarakat membedakan konten hoaks atau bukan.

Kata kunci: infodemik, hoaks, Covid-19, media baru

***Abstract-** The Covid-19 problem is not only related to the spread of the virus, but also the spread of information, both accurate and not. This is what is known as 'infodemic'. Infodemics have a huge impact on people who daily use new media to obtain credible information. Now, the public is confused amidst the flood of hoax information. Hoax maps are important to do, so that people understand and are increasingly critical in distinguishing hoax content, sources and channels. The purpose of this research is to get an overview of the information map, especially the Covid-19 hoax in 2020. The research method used is quantitative content analysis. The research results from the latest news that the theme of health is the topic most often viewed misleadingly and involving local people as the main content actor. The form of hoax is a combination of text, images / photos and videos. And most hoax texts also include images to reassure the public. Meanwhile, Facebook is the social media that is mostly used in the hoax distribution. The result of the follow-up was that most of the content had been denied or clarified by the truth-checking team by including reliable evidence. This makes it easier for people to differentiate between hoax or not.*

Key words: infodemic, hoax, Covid-19, new media

PENDAHULUAN

Wabah Covid-19 terjadi di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Data Satuan Tugas Penanganan COVID-19 (<https://covid19.go.id/>) menunjukkan bahwa kasus positif Covid-19 di Indonesia per Juli 2021 bertambah menjadi 3.409.658 kasus. Pasien sembuh bertambah menjadi 2.770.092 orang. Sementara pasien meninggal bertambah 1.808 menjadi 94.119 orang. Masalah Covid-19 ini tidak saja berhubungan dengan

penyebaran virus, tetapi juga diikuti dengan penyebaran informasi tentang virus Corona yang juga semakin masif. Informasi ini ada yang akurat tetapi ada juga yang tidak akurat atau tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Kondisi ini yang membuat masyarakat semakin bingung dalam menerima segala informasi tentang Covid-19. Fenomena ini yang disebut oleh organisasi kesehatan dunia WHO dengan sebutan ‘infodemik’. Infodemik

memiliki dampak yang sangat besar bagi masyarakat yang sehari-hari menggunakan media baru sebagai panduan untuk mendapatkan informasi yang kredibel serta dapat dipercaya (WHO, 2020). Infodemik sebagai gelombang tsunami informasi yang sebagian akurat namun sebagian lagi tidak. Gelombang informasi ini menyebar cepat bersamaan dengan epidemi. Jika tidak dikelola sebagaimana mestinya, infodemik dapat berdampak negatif pada kesehatan dan respon masyarakat serta merusak kepercayaan. Infodemik juga dapat menyebarkan mis-informasi, disinformasi, hoaks dan rumor seputar wabah Covid-19. Selain dapat menghambat respon, infodemik juga mengacaukan masyarakat bingung (WHO, 2020).

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya penyebaran hoaks atau misinformasi/ disinformasi adalah salah satu bagian dari infodemik. Sejarah mencatat bahwa fenomena ini bukanlah hal yang baru. Hoaks misalnya memiliki beragam jenis mulai dari dunia sains, militer hingga urusan agama sekali pun. Mulai dari hoaks dengan kategori serius yang mempertaruhkan dan mengorbankan nyawa hingga hoaks sepele yang sekedar humor para pembacanya juga ada. Tidak sedikit hoaks jenis ini justru memicu kerusuhan dan peperangan (Kominfonext, 2020). Masyarakat Telematika (Mastel) merilis temuannya di tahun 2019 yang menyebutkan bahwa sebanyak 81,9% responden berpendapat hoaks sangat mengganggu kerukunan masyarakat, 76,4% berpendapat menghambat pembangunan, dan 54,3% responden berpendapat bahwa opini publik dapat tergiring karena hoaks yang menjadi alat termasuk dalam *black campaign* (Masyarakat Telematika Indonesia, 2019).

Penyebaran hoaks pun semakin hari semakin sulit terbendung. Data dari Kementerian Kominfo menyebutkan bahwa selama periode Agustus 2018-31 Oktober 2020 total temuan isu hoaks mencapai 7.224. Dengan kategori hoaks tertinggi adalah isu pemerintahan sebanyak 1.430 konten, kesehatan (1.397), politik (1.186), kejahatan (475), penipuan (459), internasional (437), fitnah (377), bencana alam (302), agama (277), mitos (212), perdagangan (49) dan isu pendidikan sebanyak 47 konten (Kominfonext, 2020). Data dari Kominfo ini menyebutkan bahwa isu kesehatan menjadi konten hoaks kedua terbesar yang menyebar di masyarakat. Covid-19 mulai melanda dunia sejak tahun 2020 lalu. Hasil survei yang dilakukan BPSDMP Kominfo

Manado, menyebutkan bahwa sebanyak 76,6% responden mengaku menerima hoaks tentang Covid-19 setiap hari baik dalam bentuk teks maupun gambar. Adapun media sosial (79,5%) dan aplikasi pesan instan (75,5%) merupakan medium terbanyak dalam penyebaran hoaks Covid-19 (BPSDMP, 2020). Data ini diperkuat dengan hasil filter konten negatif yang dilakukan oleh Kementerian Kominfo. Terdapat 474 isu hoaks Covid-19 yang disebarkan melalui Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube, hingga 8 April 2020 lalu (Kominfo, 2020).

Banyaknya hoaks tentang kesehatan beredar terkait virus Corona sangat berbahaya dibanding hoaks jenis lain karena dapat mengancam jiwa seseorang. Ada hoaks kesehatan yang membuat masyarakat tidak mau ke rumah sakit untuk berobat dan lebih memilih mengonsumsi obat-obat herbal yang belum teruji khasiatnya (Wibisono, 2020).

Penyebab penyebaran hoaks dan disinformasi ada beberapa macam. Salah satunya adalah karena ketidaktahuan masyarakat tentang informasi yang terindikasi hoaks. Penelitian yang dilakukan Juditha (2020) dengan judul "Perilaku Masyarakat Terkait Penyebaran Hoaks Covid-19" menyimpulkan bahwa masyarakat umumnya tidak dapat membedakan informasi tentang Covid-19 yang terindikasi hoaks dan yang tidak. Ini karena begitu banyak informasi yang diterima oleh masyarakat disertai dengan kepanikan akan wabah Covid-19. Informasi yang terindikasi hoaks tetap saja menyebar. Hal ini karena penyebar hoaks tidak mengetahui apakah informasi tersebut hoaks atau bukan dan merasa bahwa informasi ini berguna baik untuk mencegah maupun mengobati penyakit (Juditha, 2020). Tujuan penyebaran hoaks lainnya adalah adanya pihak-pihak yang memiliki kepentingan tertentu sehingga menyebarkan informasi menyesatkan agar tujuan dan ambisinya dapat tercapai (Astuti, 2017). Hoaks juga memiliki tujuan untuk kepentingan dengan motif-motif tertentu seperti motif ekonomis, ideologis-politis, dan untuk berbagi/kesenangan (Juditha, 2018). Karena itu hoaks kesehatan di masa pandemi Covid-19 penting untuk diteliti karena dapat membahayakan masyarakat luas (Bafadhal et al., 2020).

Selama masa pandemi Covid-19, pemerintah maupun lembaga-lembaga anti hoaks telah melakukan beragam upaya, diantaranya memberikan penjelasan tentang temuan-temuan hoaks di media daring, agar masyarakat dapat paham informasi yang termasuk hoaks. Satu diantaranya yang dilakukan oleh Satuan

Tugas Penanganan COVID-19 melalui website <https://covid19.go.id> yang di dalamnya terdapat fitur 'Hoax Buster' yang khusus mendeteksi dan memuat keseluruhan informasi hoaks tentang Covid-19 yang beredar.

Maka kemudian menarik untuk dikaji dengan lebih mendalam tentang konten-konten hoaks apa saja yang banyak beredar, siapa saja sumbernya dan melalui saluran apa saja yang digunakan. Pemetaan informasi hoaks ini penting dilakukan, agar masyarakat juga paham dan semakin kritis membedakan konten, sumber dan saluran hoaks yang marak beredar melalui media daring. Kajian ini bermanfaat untuk meminimalisir penyebaran hoaks di masa pandemi. Hal lain juga untuk melihat kecenderungan pola infodemic yang berderer di media daring. Karena itu, sesuai latar belakang tersebut di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana peta infodemic khususnya hoaks Covid-19 tahun 2020? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang peta infodemic khususnya hoaks Covid-19 pada tahun 2020.

Penelitian tentang infodemic pernah dilakukan oleh Hu, et al. (2020) berjudul "*Infodemiological Study on Covid-19 Epidemic and Covid-19 Infodemic*". Penelitian ini menemukan bahwa ada penekanan yang kurang selaras telah diberikan antara infodemic Covid-19 dengan wabah Covid-19. Banyaknya tagar yang keliru secara global di media sosial berkontribusi pada reaksi balik terhadap orang Tionghoa. Karena itu diperlukan menekankan introspeksi heuristik dalam konvensi ilmiah dan paradigma sosiokultural. Analisis infodemiologis menjanjikan untuk mengartikulasikan bahwa orang-orang di seluruh dunia terpecah untuk mendukung moniker yang distigmatisasi dalam komunitas publik dan ilmiah karena bias persepsi.

Penelitian lain dengan judul "*Misinformation Related To Covid-19 In Indonesia*" juga dilakukan oleh Nasir, et al (2020). Penelitian ini menyebutkan bahwa sekelompok orang masih salah informasi dan kurang informasi tentang Covid-19 (asal, penularan, dan pencegahannya). Otoritas kesehatan masyarakat dan pihak lain yang peduli terhadap kesehatan pendidikan masyarakat harus lebih diperhatikan dengan mengklarifikasi masalah misinformasi tersebut, terutama penularan virus dan tindakan pencegahan. Mereka bisa menggunakan berbagai bentuk media sosial untuk menyebarkan kebenaran demi mengatasi kesalahan informasi. Bahkan publik

perlu diinformasikan beberapa kali, tentang bagaimana untuk memilih informasi yang akurat. Jika tidak, akan lebih banyak orang yang menerima informasi yang salah serta dapat menempatkan mereka pada risiko melakukan kesalahan protokol dan tindakan pencegahan.

"*Pemetaan Pesan Hoaks dan Sumber Penyebarannya di Media Sosial Facebook dan Instagram*" adalah penelitian yang dilakukan oleh Astuti (2017). Penelitian ini bertujuan mengkaji karakteristik pesan-pesan hoaks politik dan sumber penyebarannya di Facebook dan Instagram. Kesimpulannya bahwa dalam konteks politik, pihak pembuat hoaks dikategorikan sebagai *spin doctor* dan *cyber army* yang tugasnya menjalin komunikasi yang intens dengan khalayak. Keduanya juga bertugas membangun citra positif aktor ataupun partai politik.

Penelitian-penelitian tersebut mengkaji tentang infodemic dan misinformasi tentang Covid-19 serta pemetaan tentang hoaks namun di bidang politik. Sementara penelitian ini mengkaji soal infodemic khususnya memetakan hoaks yang dimuat pada website Data Satuan Tugas Penanganan COVID-19 yang memang khusus menangani segala yang berhubungan dengan informasi Covid-19 di Indonesia. Sebelumnya belum pernah dilakukan penelitian tentang pemetaan infodemic Covid-19 khususnya informasi hoaks yang beredar di masyarakat melalui media daring selama satu tahun penuh di 2020. Penelitian yang mengangkat persoalan infodemic di Indonesia juga belum ada sebelumnya, sehingga penelitian ini memiliki kebaruan dan penting untuk dilakukan.

Meurut Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES) FISIP UGM, infodemic diartikan informasi yang berlebihan yang kebenarannya tidak dapat dilacak. Infodemic juga berkembang dan kemudian menyebar tanpa kendali didalam keadaan emergensi kesehatan (Wahyuni & Ambardi, 2020).

Beberapa produk infodemic adalah hoaks, disinformasi. Hoaks didefinisikan sebagai informasi palsu, berbahaya dan sesat yang disampaikan seolah-olah sebagai sebuah kebenaran, sehingga menyesatkan persepsi manusia (Rasywir, 2015). Sedangkan menurut Juditha (2018) hoaks adalah berita yang tidak memiliki dasar fakta nyata/kebenaran. Hoaks diciptakan untuk mencapai tujuan tertentu. Penelitian ini mengkaji hoaks tentang Covid-19, sehingga dapat didefinisikan bahwa segala sesuatu tentang informasi

tentang Covid-19 yang tidak benar dan palsu.

Sementara disinformasi memiliki pengertian sebagai penyebaran informasi bohong, palsu, keliru, atau menyimpang yang disebar dengan sengaja. Tujuannya pun beragam ada yang untuk menyesatkan, menipu, serta membingungkan masyarakat yang menerimanya (Fetzer, 2014; Vladutescu & Tenescu, 2014). Sementara Grace (2020) dan Larson (2020) mengatakan bahwa beragam topik disinformasi Covid-19 yang ada antara lain soal etiologi, pencegahan dan penyembuhan virus, teori konspirasi pembuat virus ini sebagai senjata biologis dan lain sebagainya. Yang kemudian menjadi masalah, saat informasi ini viral dan masyarakat banyak yang mengkonsumsinya. Hal ini yang membuat keseimbangan keaslian ekosistem berita menjadi terganggu (Bafadhal et al., 2020)

Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) menyusun pemetaan konten hoaks Covid-19 (*mapping hoax Corona*) dengan kontruksi kategori yaitu tema, tipe konten, tipe hoaks, aktor utama, changing expression (perubahan ekspresi), stage of disaster (tahap bencana), lokasi, tempat, *evidentiality* (bukti), saluran distribusi, tindak lanjut, *scale of severity* (skala kekerasan), dan bentuk hoaks (Mafindo, 2020).

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif. Neuendorf dalam (Juditha, 2013) mengatakan bahwa analisis isi adalah suatu kegiatan meringkas secara kuantifikasi dari isi pesan-pesan tertentu yang didasari oleh metode ilmiah. Sedangkan Eriyanto (2011) mengatakan tujuan analisis isi adalah untuk mendapatkan gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi dengan teknik penelitian ilmiah. Tujuan lainnya adalah agar isi komunikasi yang tampak dapat diidentifikasi secara sistematis, objektif, valid, reliabel dan dapat direplikasi (Eriyanto, 2011).

Website yang digunakan dalam kajian ini adalah *website* resmi Satuan Tugas Penanganan COVID-19, <https://covid19.go.id/>. Pada *website* tersebut terdapat fitur '*Hoax Buster*' yang khusus mendeteksi dan memuat keseluruhan informasi hoaks tentang Covid-19 yang beredar di masyarakat setiap hari. Adapun unit rekaman dalam penelitian ini adalah keseluruhan isi teks berita tentang hoaks tentang Covid-19 sepanjang tahun 2020 (sejak Maret-Desember 2020). Bulan Maret dimulai karena pada saat itu hoaks

Covid-19 mulai terdeteksi.

Mengingat bahwa konten hoaks sangat banyak terdeteksi dalam satu bulan, maka ditentukan sampel probabilitas dengan menggunakan aplikasi online randomizer (<https://www.randomizer.org/>). Sampel ditentukan berdasarkan banyaknya bulan yang akan dikaji yaitu 10 bulan (Maret-Desember 2020), dimana dalam satu bulan ditetapkan 10 hari (dengan asumsi dalam setiap minggu terdapat dua dan tiga hari yang menjadi sampel kajian) antara tanggal 1-31. Setelah ditentukan secara random oleh randomizer maka penetapan tanggal yang akan dikaji dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penentuan Sampel Tanggal

Bulan	Tanggal
Maret	1, 5, 8, 9, 12, 16, 23, 26, 28, 29
April	1, 2, 4, 8, 13, 22, 23, 25, 28, 30
Mei	4, 5, 13, 16, 17, 18, 25, 28, 29, 30
Juni	1, 6, 8, 10, 11, 18, 21, 24, 26, 31
Juli	3, 5, 6, 10, 14, 20, 21, 22, 26, 27
Agustus	1, 4, 5, 6, 15, 17, 19, 21, 26, 27
September	3, 7, 8, 12, 15, 19, 22, 25, 26, 27
Oktober	6, 9, 17, 18, 19, 20, 22, 24, 28, 30
November	2, 3, 10, 13, 20, 23, 25, 27, 30, 31
Desember	4, 7, 9, 15, 18, 20, 23, 27, 28, 31

(Sumber: diolah dari <https://www.randomizer.org/>)

Metode pengumpulan data penelitian ini dengan menggunakan lembar koding yang disusun sesuai kategori penelitian yang telah ditetapkan untuk dikaji yaitu dengan menggunakan kategori Mapping Hoax Corona dari Mafindo (2020) yang dapat dilihat pada Tabel 2. Karena jumlah unit kategori cukup banyak, sehingga tidak semua digunakan. Dalam kajian ini digunakan kategori-kategori yang dianggap cukup menjawab pertanyaan penelitian. Kriteria inklusi dan eksklusi berita hoaks yang dikaji dalam penelitian ini juga ditetapkan. Kriteria inklusi adalah semua informasi hoaks terkait Covid-19 dijadikan sampel. Sedangkan kriteria eksklusi adalah informasi hoaks yang tidak terkait Covid-19. Dan *coding* dilakukan oleh satu orang (*single coder*).

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis secara kuantitatif dengan cara mencatat frekuensi kemunculan unit analisis yang telah ditentukan pada lembar koding. Hasilnya kemudian digambarkan dalam bentuk grafik guna mempermudah analisis. Hasil penelitian kemudian disajikan secara deskriptif guna membahas pemetaan infodemic yang beredar dimasyarakat dan didiskusikan dengan membandingkan hasil-hasil penelitian-penelitian sejenis yang pernah dilakukan. Dekripsi keseluruhan

diskusi ini diharapkan dapat menjawab tujuan dari penelitian.

Tabel 2. Kategori Pemetaan Infodemik (Hoaks) Covid-19

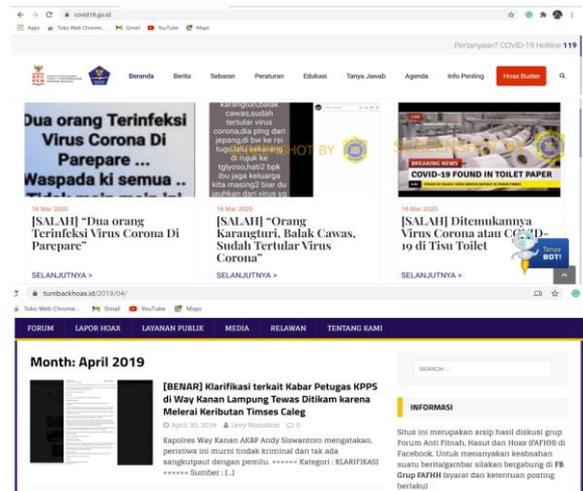
Kategori	Unit Kategori	Keterangan
Tema	Politik, agama, etnis/sara, kesehatan/nutrisi, bencana kesehatan, lain-lain	Tema merupakan suatu ide yang menjadi pokok pikiran atau dasar dari suatu teks
Tipe Hoaks	<i>Satire, misleading, false content, fabricated content, false connection, false context, dan manipulated content</i>	Tipe konten yang terindikasi misinformasi/disinformasi/hoaks yaitu <i>Satire</i> : sindiran; konten menyesatkan; konten tiruan; konten palsu, koneksi yang salah, konteks yang salah, konten yang dimanipulasi.
Aktor Utama	Pemerintah, pihak asing, tokoh agama, warga negara, lain-lain	Aktor-aktor yang terlibat dalam konten
Lokasi	Lokal; international	Lokasi dalam negeri atau luar negeri dalam konten
Tempat	Rumah sakit, sekolah, kompleks perumahan, instansi pemerintah, industri/pasar, kota/daerah, lainnya	Tempat kejadian yang dicantumkan dalam konten
Evidentiality	Pengalaman tangan pertama; lampiran url; kutipan dari orang/org; sumber kutipan tidak dapat diverifikasi; lampiran gambar; penggunaan penalaran; lebih dari satu bukti, tidak ada bukti	Bukti yang ada dalam konten
Saluran Distribusi	Berita media <i>online</i> , Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp, Line, lainnya, tidak ada penjelasan, lebih dari satu saluran	Media yang digunakan dalam penyebaran konten
Tindak Lanjut	Diklarifikasi oleh pihak berwenang; dijelaskan oleh orang/organisasi yang terlibat; dibantah oleh pemeriksa fakta; lebih dari satu tindak lanjut	Penjelasan yang diberikan untuk mengklarifikasi konten atau sanggahan konten dari pihak berwajib, pihak terlibat atau pihak pemeriksa fakta
Bentuk	Teks, foto, video, gabungan beberapa bentuk	Konten yang disebar dalam bentuk teks, foto, video atau gabungan

Sumber: diadaptasi dari Mafindo (2020)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Satuan Tugas Penanganan COVID-19 adalah sebuah komite yang dibentuk oleh pemerintah dalam penanggulangan Pandemi Covid-19 di Indonesia. Lembaga ini memiliki website <https://covid19.go.id/> yang juga memiliki fitur ‘Hoax Buster’. Fitur ini terhubung dengan situs dari Forum Anti Fitnah, Hasut dan Hoax (FAFHH) [https:// turnbackhoax.id/2019/04/](https://turnbackhoax.id/2019/04/) yang juga memuat arsip tentang hoaks yang beredar di media daring. Jika di situs FAFHH memuat seluruh hoaks dari semua bidang, di situs covid19.go.id hanya memuat hoaks yang berhubungan dengan Covid-19. Pada setiap konten juga ada keterangan “*appeared first on [TurnBackHoax]*” atau muncul pertama kali di TurnBackHoax (Gambar 1).

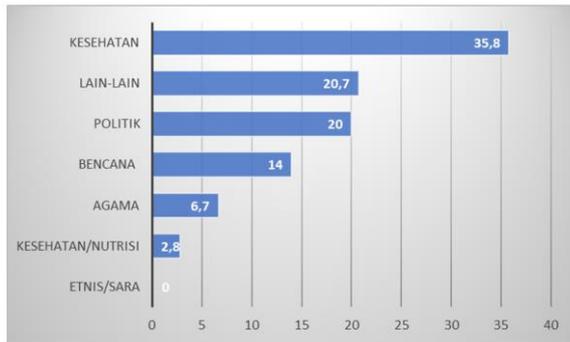
Hoaks Covid-19 mulai terdeteksi 16 Maret 2020 dan dimuat di situs covid19.go.id. Sehingga analisis data dimulai pada tanggal ini hingga bulan Desember 2020 dengan keseluruhan jumlah sampel konten (n) sebanyak 179.



Gambar 1. Fitur Hoax Buster <https://covid19.go.id/> yang terhubung ke situs Turn Back Hoax

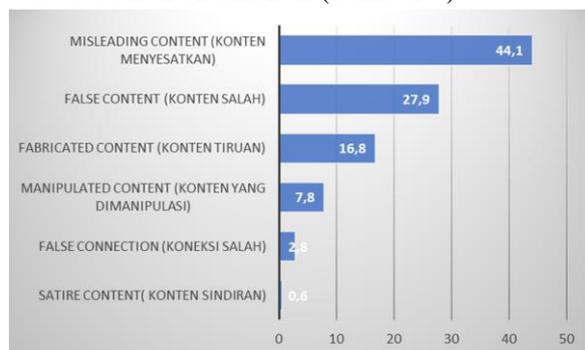
Ada sembilan kategori yang dikaji dalam penelitian ini yaitu tema, tipe hoaks, aktor utama lokasi, tempat, bukti hoaks, saluran distribusi, tindak lanjut, dan bentuk hoaks. Hasil penelitian menunjukkan hoaks dengan tema kesehatan yang paling banyak beredar dengan presentasi 35,8% menyusul tema lainnya sebanyak 20,7% (pariwisata, pendidikan, transportasi dan lain-lain), kemudian tema

politik (20%), dan selebihnya adalah tema bencana, agama, dan kesehatan (nutrisi) (Gambar 2).



Gambar 2. Tema Hoaks Covid-19 tahun 2020

Misleading content atau konten yang menyesatkan adalah tipe hoaks yang mendominasi penyebaran hoaks di media daring mencapai 44,1% menyusul konten *false content* atau konten yang isinya salah/tidak benar (27,9%), dan *fabricated content* (16,8%). Sisanya adalah *manipulated content* (konten yang dimanipulasi), *false connection* dan *satire content* atau konten sindiran (Gambar 3).



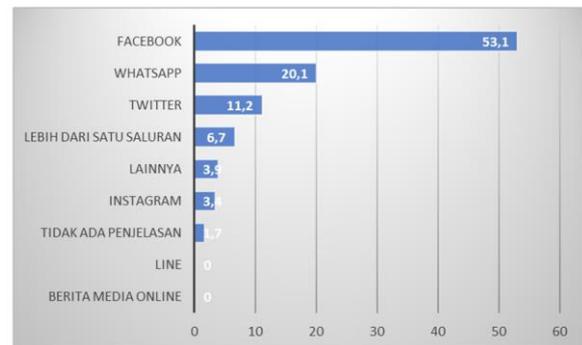
Gambar 3. Tipe Hoaks Covid-19 tahun 2020

Aktor utama dalam konten hoaks didominasi oleh warga. Atau isi hoaks banyak berfokus pada warga (33%), kemudian pemerintah 27,9%, pihak asing (24,6), lainnya (11,2) dan tokoh agama (2,8%). Sedangkan lokasi yang paling banyak dalam konten adalah lokal sebanyak 74% menyusul internasional sebanyak 26%. Sedangkan tempat kejadian menempatkan tempat lain-lain (tempat yang tidak disebutkan dalam konten) menempati urutan pertama (44,7%), menyusul kemudian kota daerah (26,3%), rumah sakit 10,6%, instansi pemerintah 8,9%, industri/pasar sebanyak 5,6% dan kompleks perumahan sebanyak 3,9%. Sedangkan sekolah tidak ada dalam satu konten hoaks pun.

Dalam menelusuri sebuah konten yang terindikasi hoaks atau tidak ada beberapa hal yang menjadi perhatian antara lain disertai bukti-bukti otentik (*evidentiality*) yang tergambar dalam konten tersebut. Penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar

hoaks yang terindikasi melampirkan gambar (45%), ada juga merupakan pengalaman tangan pertama (29,1%) atau merupakan orang pertama yang menyebarkan hoaks tersebut. Ada juga yang menyertakan kutipan dari orang/atau organisasi lain sebanyak 15,1%, dan sumber kutipan tidak dapat diverifikasi (7,8%). Selebihnya lebih dari satu bukti, penggunaan penalaran, lampiran URL dan tidak memiliki bukti.

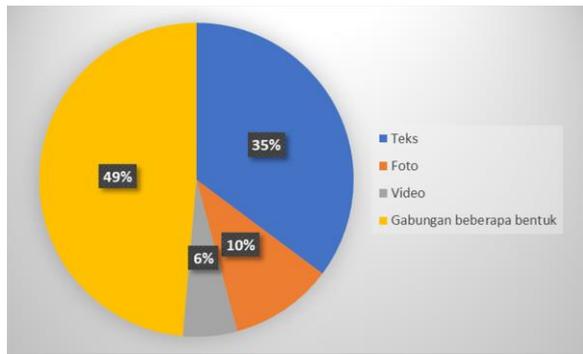
Hoaks menyebar dengan cepat dan masif karena ada saluran yang menjembatannya untuk mendistribusinya. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa media sosial Facebook menjadi saluran yang paling banyak digunakan dalam distribusi hoaks ini mencapai 53,1%, menyusul aplikasi pesan instan WhatsApp sebanyak 20,1%, Twitter (11,2%), lebih dari satu saluran (6,7%), sisanya adalah media lainnya sebanyak 3,9% (Gambar 4).



Gambar 4. Saluran Distribusi konten hoaks Covid-19 tahun 2020

Tindak lanjut dari penemuan hoaks yang beredar adalah hal yang penting dilakukan sehingga masyarakat juga yakin dan percaya bahwa informasi yang beredar ternyata hoaks. Dari hasil penelitian ini menyebutkan bahwa kebanyakan tindak lanjut yang dilakukan adalah bantahan dari pemeriksa fakta sebanyak 59,2%, menyusul klarifikasi oleh pihak berwenang (23,5%), penjelasan oleh orang atau organisasi yang terlibat dalam konten tersebut (9,5%) dan sebanyak 7,8% tindak lanjutnya lebih dari satu.

Hasil penelitian juga menemukan bahwa gabungan gambar, video dan teks adalah bentuk hoaks yang paling banyak beredar di masyarakat mencapai 49%, kemudian bentuk teks (35%), foto (10%) dan 6% berbentuk video (Gambar 5).



Gambar 5. Bentuk konten hoaks Covid-19 tahun 2020

Hasil ini menarik untuk didiskusikan, karena saat ini adalah masa pandemi, tidak heran jika tema kesehatan yang mendominasi hoaks yang beredar di tengah masyarakat melalui media daring. Umumnya konten hoaks ini tentang keberadaan virus yang sudah menyebar ke media apapun, berita tentang pasien yang terkonfirmasi positif Covid-19, tentang obat penawar virus dan lain-lain. Seperti beberapa judul hoaks yang berhasil terdeteksi misalnya “*Ditemukan Virus Corona atau Covid-19 di Tisu Toilet*”, “*Satu Pasien Pertama Suspect Corona Terdeteksi di Atambua*” dan “*Minum Banyak air dan Berkumur dengan Air Hangat dan Garam atau Cuka dapat Menghilangkan Corona Ditenggorokan*”. Hal ini sejalan dengan yang pernah diteliti oleh Bafadhal, et al (2020) bahwa berita disinformatif tentang kesehatan mendominasi dalam penyebarannya di media daring yang secara umum berusaha mengkonstruksi pembaca bagaimana karakteristik Covid-19 dan juga penyebab Corona.

Banyaknya hoaks tema kesehatan ini, menunjukkan bahwa disinformasi yang beredar sama cepatnya dengan virus itu sendiri Rodríguez et al., (2020). Disinformasi tentang Covid-19 menyebar dengan beragam topik seperti soal etimologi, pencegahan dan penyembuhan virus, dan lainnya (Bafadhal et al., 2020). Informasi hoaks ini kemudian akan menjadi masalah ketika masyarakat mulai percaya dan ikut menyebarkan sehingga menjadi viral dan dikonsumsi oleh banyak orang. Hal ini membuat keaslian ekosistem berita terganggu keseimbangannya (Grace, 2020); Larson, 2020).

Konten informasi yang beredar pun umumnya berisikan sesuatu yang menyesatkan. Seperti salah satu contoh hoaks yang terdeteksi berjudul “*Alkohol Bisa Membunuh Coronavirus Covid-19*” yang diunggah melalui Facebook tanggal 16 Maret 2020. Akun dengan inisial RCR mengunggah sebuah gambar ke grup Tetengkoren Sulut-Manguni 123

dengan narasi yang intinya mengatakan bahwa budaya dari leluhur yaitu minuman Cap Tikus (sejenis minuman lokal beralkohol seperti tuak), harus dipikirkan lagi jika harus ditiadakan. Karena alkohol dapat membunuh virus Corona. RCR juga menyertakan gambar dengan logo CNN, dengan narasi “*Alcohol kill coronavirus*”.

Berdasarkan hasil penelusuran Tim Cek Fakta Tempo, melalui organisasi pemeriksa PesaCheck, gambar tersebut adalah palsu atau hasil editan. Gambar ini berasal dari situs pembuat *template* meme yang sengaja mem-produksinya untuk digunakan sebagai parodi. *Times of India* melansir bahwa WHO membantah jika minum alkohol bisa membunuh virus Corona. Ketika virus telah masuk ke tubuh manusia, maka virus tersebut tidak akan mati dengan menyemprotkan atau meminum alkohol. Alkohol dan klorin hanya dapat digunakan untuk membersihkan (desinfeksi) permukaan sebuah benda saja. Tetapi itupun digunakan sesuai dengan rekomendasi yang tepat (Turn Back Hoax, 2020).

Gambaran ini menunjukkan bahwa konten-konten hoaks Covid-19 yang menyesatkan sekali pun dengan cepat menyebar dan dikonsumsi oleh masyarakat dikarenakan juga ketakutan masyarakat akan virus ini yang semakin hari semakin tidak kendali. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Juditha (2020) yang mengatakan bahwa masyarakat yang panik dengan adanya virus Corona membuat mereka tetap menyebarkan informasi-informasi tentang Covid-19 meski itu termasuk hoaks. Alasannya informasi yang dimaksud penting serta ada gunanya untuk pengobatan dan pencegahan penyakit. Disamping itu kondisi masyarakat yang tidak mampu membedakan konten hoaks dan konten yang benar, juga memberi andil besar bagi peredaran konten menyesatkan tentang Covid-19. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Juditha (2020) bahwa masyarakat ada yang tetap memilih menyebarkan hoaks Covid-19 karena merasa bahwa informasi tersebut tidak salah, dan dapat dimanfaatkan oleh orang lain dan diperoleh dari orang yang dapat dipercaya. Sebagian juga malas untuk mencari kebenaran serta ingin menjadi orang yang pertama mengirimkan informasi tersebut kepada orang lain. Bahkan ada juga yang mengaku hanya iseng belaka.

Hasil penelitian ini juga mengemukakan bahwa konten hoaks Covid-19 kebanyakan berisikan aktor utamanya adalah warga masyarakat lokal meski sebagian besar tidak menyebutkan secara rinci tempat

domisilinya. Beberapa contoh diantaranya berjudul “Covid-19 sudah sampai Purwakarta”, “Dua orang Terinfeksi Virus Corona di Pare-Pare”, “Corona sudah Masuk ke TB Telaga Bertari, Pramugrari Lion Air Sdh Terinfeksi dan Saat ini Dirawat di RS Annisa”.

Hasil ini menunjukkan bahwa masyarakat umum menjadi sasaran utama disinformasi Covid-19 ini. Karena kebanyakan berisikan kondisi yang meresahkan masyarakat itu sendiri apalagi memang masyarakat umumnya yang sedang menghadapi pandemi ini. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Vladutescu & Tenescu (2014) bahwa penyebaran hoaks bertujuan untuk menipu, menyesatkan, atau membingungkan pihak penerima. Sementara (Chen, et al, 2014) berpendapat bahwa hoaks sebagai informasi yang sesat dan berbahaya karena dapat menyesatkan persepsi manusia, tetapi informasi tersebut tetap dianggap benar dan terus disampaikan, sehingga lambat laun orang banyak yang menerimanya dapat terpengaruh. Hoaks bidang kesehatan juga meresahkan masyarakat serta dianggap lebih berbahaya jika dibanding hoaks jenis lain karena berdampak fatal mengancam jiwa seseorang. Misalnya saja saat mereka mengkonsumsi obat-obat yang direferensikan oleh informasi-informasi menyesatkan itu (Juditha, 2019).

Modifikasi bentuk hoaks yang semakin inovatif artinya menggabungkan beberapa bentuk seperti teks dengan gambar, teks dengan video atau menggabungkan ketiganya menjadikan konten ini semakin meyakinkan untuk dipercaya. Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa kebanyakan informasi yang disebarluaskan dilampirkan gambar-gambar pendukung se-hingga menambah kepercayaan pembaca terhadap informasi tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh Rudiantara (2019) bahwa hoaks merupakan produk konten kreatif yang dibuat oleh orang-orang yang memiliki keterampilan dalam desain komunikasi, *copywriting*, desain grafis, hingga *hypnowriting*. Dan setelah dikemas sedemikian rupa, hoaks justru mempunyai potensi besar untuk menjadi viral. Kenyataan ini juga menggambarkan realitas sesungguhnya meski masyarakat sangat paham dengan penggunaan media digital, namun belum tentu mereka paham dengan kontennya. Sejalan dengan hasil penelitian Mariela (2017) yang menyimpulkan bahwa kebanyakan pengguna media digital kurang memiliki kemampuan mengidentifikasi hoaks melalui media sosial, meski mereka sehari-hari telah

menggunakan media tersebut. Kondisi ini yang membuat hoaks terus disebarluaskan.

Hasil penelitian ini juga mengungkapkan bahwa Facebook dan WhatsApp menjadi *platform* media sosial terbanyak yang digunakan sebagai kendaraan penyebaran hoaks Covid-19. Hal ini tidak mengejutkan karena memang pengguna Facebook dan aplikasi pesan instan WhatsApp di Indonesia menduduki peringkat tertinggi dibanding *platform* lainnya. Hasil survei terbaru dari Kementerian Kominfo tahun 2020 menyebutkan bahwa sebanyak 98,9% masyarakat menggunakan WhatsApp dan sebanyak 89,8% menggunakan Facebook (Kemkominfo, 2020).

Jika dihubungkan dengan penyebaran hoaks Covid-19, data pendukung lainnya juga mengarah pada hasil yang sama seperti data hasil survei yang dilakukan oleh BPSDMP Kominfo Manado yang menyebutkan media sosial (79,5%) dan aplikasi pesan instan (75,5%) merupakan medium terbanyak dalam penyebaran hoaks Covid-19 (BPSDMP, 2020). Data ini diperkuat dengan hasil filter konten negatif yang dilakukan oleh Kementerian Kominfo yang menemukan 474 isu hoaks Covid-19 yang penyebarannya di 1.125 *platform* media sosial hingga April 2020 (Kominfo, 2020).

Kenyataan ini sekaligus menunjukkan bahwa media sosial yang digunakan dalam penyebaran hoaks Covid-19 karena memiliki sifat yang unik sehingga sebuah pesan dapat tersebar secara masif dan menjadi viral. Benkler dan Cross (dalam Nasrullah, 2017) menyatakan bahwa tidak hanya menghasilkan konten yang dapat dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi pengguna media sosial juga dapat aktif mendistribusikan sekaligus mengembangkan konten tersebut. Sebenarnya *smartphone*, media sosial, dan teknologi digital lainnya menjadi media dan saluran yang memiliki kontribusi besar dalam mengintervensi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kesehatan sekaligus untuk mencegah adanya penyakit-penyakit tertentu (Ridout & Campbell, 2018). Karena menurut (Lee Ventola, 2014) saluran tersebut memiliki beberapa keuntungan antara lain jangkauan khalayak yang jauh lebih luas serta memiliki biaya yang murah. Namun kenyataannya bahwa *platform* dan saluran ini juga telah membuktikan menjadi medium yang mendistribusikan penyebaran hoaks. Inilah yang juga menjadi karakteristik penting dari media sosial.

Sejak wabah hoaks mulai berkembang di Indonesia, berbagai upaya telah dilakukan baik oleh pemerintah maupun lembaga-lembaga peduli hoaks seperti Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo), Forum Anti Fitnah, Hasut, dan Hoax (FAFHH), *Fanpage & Group Indonesian Hoax Buster*, *Fanpage Indonesian Hoaxes*, dan Grup Sekoci dan lain-lain. Komunitas-komunitas anti hoaks ini dibentuk bertujuan untuk memerangi penyebaran hoaks di media daring. Mafindo misalnya membentuk grup di Facebook dengan nama Forum Anti Fitnah, Hasut, dan Hoax (FAFHH). Grup ini setiap harinya melakukan *crowling* hoaks dan menindaklanjutinya dengan bantahan dan klarifikasi oleh tim pemeriksa fakta yang merupakan relawan dari berbagai latar belakang pekerjaan yang peduli terhadap masalah hoaks. Hasil klarifikasi hoaks ini kemudian diarsipkan di website *Turn Back Hoax*. Mafindo bekerjasama dengan pemerintah termasuk dengan Satuan Tugas Penanganan COVID-19 dalam hal memerangi hoaks Covid-19 yang beredar di masyarakat.

Hasil penelitian yang juga menunjukkan bahwa umumnya konten hoaks Covid-19 diklarifikasi oleh tim pemeriksa fakta yang tergabung di Mafindo. Hal ini menunjukkan dedikasi para komunitas anti hoaks dalam meluruskan informasi yang beredar di masyarakat. Proses bantahan dan verifikasi ini adalah bagian penting agar masyarakat tidak ragu dan bulat hati sepenuhnya memisahkan hoaks dan bukan hoaks. Hasil penelusuran data di fitur *hoax buster covid19.go.id*, verifikasi dilakukan dengan menyertakan berbagai sumber data yang dipercaya dari lembaga-lembaga yang kredibel. Disamping itu juga menyertakan langsung bantahan dan klarifikasi dari pihak yang berwenang dan juga orang-orang atau lembaga yang terlibat dalam isi hoaks tersebut.

Proses verifikasi hoaks ini oleh Mafindo melewati lima langkah sederhana yaitu 1) Memperhatikan judul yang provokatif dan biasanya secara vulgar menuduh satu pihak tertentu. Kadang pembuat hoaks mengambil isi dari situs berita resmi yang kemudian diubah sesuai keinginan sehingga persepsi penerima akan terpengaruh; 2). Mencermati alamat situs. Jika menemukan situs yang belum terverifikasi sebagai institusi pers yang resmi (seperti berita pada blog), informasi tersebut meragukan. 3). Memeriksa fakta. Memperhatikan sumber berita dan siapa sebagai sumbernya. Tidak begitu saja percaya jika informasi tersebut berasal dari orang-orang terkenal seperti pegiat ormas, tokoh politik, atau pengamat. 4).

Mengecek keaslian foto. Caranya dengan menggunakan *Google search*, yaitu dengan melakukan *drag-and-drop* ke kolom pencarian *Google Images*. Akan tampil sajian gambar-gambar serupa yang ada di internet sehingga tim verifikasi dapat membandingkan setiap gambar; 5). Terlibat dalam komunitas diskusi anti-hoaks *online*. Karena di medium sini, setiap anggota dapat ikut berkontribusi untuk memberikan tambahan klarifikasi sehingga komunitas ini dapat berfungsi sebagai *crowdsourcing* (Kominfo, 2017).

Meski diyakini bahwa hoaks tetap akan terus menyebar, namun beberapa hal yang terpenting adalah masyarakat memiliki tingkat literasi yang memadai sehingga tidak mudah diprovokasi oleh konten-konten palsu yang menyesatkan. Disamping itu perlu dibangun komunikasi publik yang efektif oleh pemerintah. Komunikasi publik yang efektif menjadi hal terpenting sebagai usaha dalam mendiseminasikan informasi yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu juga agar kepercayaan dan rasa aman publik dapat tumbuh khususnya dalam situasi pandemi Covid-19. Di tengah situasi yang serba tidak pasti akibat pandemi, publik menuntut pemerintah bisa menjadi rujukan informasi yang otoritatif. Juga menyediakan sumber informasi krusial yang dapat dipercaya. Hal ini penting karena trans-portasi informasi yang semakin banyak dan tidak dapat dibendung akibat pesatnya kemajuan teknologi informasi (Wahyuni & Ambardi, 2020). Karena seperti yang dikemukakan oleh Scheufele & Krause (2019), bahwa fakta ini sebaiknya menjadi perhatian khusus ketika disinformasi mengacu pada persoalan kesehatan, jika warga negara, praktisi atau pemimpin publik salah memberikan informasi maka akan berimbas bagi kesehatan masyarakat.

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang peta infodemic khususnya hoaks Covid-19 tahun 2020. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa bahwa tema kesehatan adalah tema hoaks terbanyak yang beredar. Kebanyakan kontennya menyesatkan dan melibatkan warga masyarakat lokal sebagai aktor utama konten, namun umumnya konten hoaks yang terdeteksi tidak menyebutkan tempat domisili. Bentuk hoaks ini umumnya gabungan dari teks, gambar/foto dan video. Dan kebanyakan teks hoaks juga dilengkapi lampiran

gambar untuk meyakinkan pembaca. Sementara Facebook adalah media sosial yang paling banyak digunakan dalam proses distribusi hoaks. Sedangkan bagian penting dari proses bantahan dan klarifikasi hoaks yaitu tindak lanjut yang mayoritas dari kajian ini sudah dibantah atau diklarifikasi oleh tim pemeriksa fakta.

Rekomendasi dari penelitian ini adalah bahwa antisipasi penyebaran hoaks bukan menjadi tanggungjawab pemerintah saja, namun membutuhkan berbagai dukungan serta inisiatif baik dari masyarakat, lembaga swasta, perguruan tinggi, Lembaga Swadaya Masyarakat, dan lainnya. Peningkatan Kerjasama yang berke-lanjutan antar institusi terus dibutuhkan untuk memerangi hoaks tidak saja di masa pandemi Covid-19 tetapi juga hoaks secara umum, terutama dalam program edukasi serta literasi bagi masyarakat umum mengenai hoaks. Hal terpenting lainnya adalah membangun inisiatif serta peran masyarakat sehingga dapat cerdas mengenal dan menangkal hoaks. Pemerintah juga perlu mengembangkan komunikasi publik di masa krisis seperti sekarang ini. Komunikasi ini sifatnya lebih akurat, cepat, serta rumor dan kesalahpahaman dapat diminimalisir. Karena itu pemerintah diharapkan dapat menyediakan informasi yang memadai dengan prinsip terbuka, segera, akurat dan konsisten.

Keterbatasan penelitian ini hanya mengkaji tentang hoaks terkait Covid-19 saja, sehingga penelitian lanjutan tentang hoaks secara umum perlu dilakukan. Mengingat hoaks merupakan fenomena yang cukup berbahaya bagi masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tidak sehingga hasil penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Terima kasih untuk BPSDMP Kominfo Manado atas berbagai sarana yang dapat dimanfaatkan untuk pengerjaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardi, R. (2020). *Infodemik Di Saat Pandemi*. Himsi. <https://himpsi.or.id/blog/materi-edukasi-covid-19-5/post/infodemik-di-saat-pandemi-124>
- Astuti, Y. K. (2017). *Pemetaan Pesan Hoaks Dan Sumber Penyebarannya Di Media Sosial Facebook Dan Instagram*. Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.
- Bafadhal, O. M., Santoso, A. D., & Sriwijaya, U. (2020). Memetakan Pesan Hoaks Berita Covid-19 Di Indonesia Lintas Kategori, Sumber, Dan Jenis Disinformasi Mapping Hoax Messages of COVID-19 in Indonesia Accros Categories, Sources, and Types of Disinformation. *Magister Ilmu Komunikasi*, 6(2), 235–249.
- BPSDMP. (2020). *Survey Perilaku Masyarakat Terkait Penyebaran Hoaks Covid19 (Corona Virus)*. BPSDMP Kominfo Manado.
- Chen, Y.Y., Yong, S.-P. & Ishak, A. (2014). Email Hoax Detection System Using Levenshtein Distance Method. *Journal of Computers.*, 9(2), 441–446. <https://doi.org/doi:10.4304/jcp.9.2>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Kencana (Prenada Media Group).
- Fetzer, J. H. (2014). Disinformation: The Use of False Information. *Minds and Machines*, 14(2), 231–240. <http://doi.org/10.1023/B:MIND.000002%0A1683.28604.5b>
- Grace, R. (2020). *COVID-19 prompts the spread of disinformation across*. MENA | Middle East Institute. <https://www.mei.edu/publications/COVI%0AD-19-prompts-spread-disinformationacross-mena>
- Hu, Z., Yang, Z., Li, Q., Zhang, A., & Huang, Y. (2020). *Infodemiological Study on COVID-19 Epidemic and COVID-19 Infodemic*. March. <https://doi.org/10.20944/preprints202002.0380.v2>
- Juditha, C. (2019). Literasi Informasi Melawan Hoaks Bidang Kesehatan di Komunitas Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.24002/jik.v16i1.1857>
- Juditha, C. (2020). People Behavior Related To The Spread Of Covid-19's Hoax. *Journal Pekommas*, 5(2), 105. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050201>
- Juditha, Christiany. (2013). News Accuracy in Online Journalism (News of Alleged Corruption The Constitutional Court in Detiknews). *Jurnal Pekommas*, 16(3), 145–154. <https://media.neliti.com/media/publications/222363-akurasi-berita-dalam-jurnalisme-online-k.pdf>
- Juditha, Christiany. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya. *Journal Pekommas*, 3(1), 31. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>
- Kemkominfo. (2020). *Status Literasi Digital Indonesia 2020*. 1–90.
- Kominfo. (2017). *Ini Cara Mengatasi Berita "Hoax" di Dunia Maya Kategori Sorotan Media*. https://kominfo.go.id/content/detail/8949/ini-cara-mengatasi-berita-hoax-di-dunia-maya/0/sorotan_media%0A
- Kominfo. (2020). *Kominfo: Aduan konten negatif didominasi pornografi*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/24960/kominfo-aduan-konten-negatif-didominasi-pornografi/0/sorotan_media
- Kominfonext. (2020). Kominfo Fungsikan Mesin AIS Pantau Konten Internet. *Kemkominfo*, 25.
- Larson, H. J. (2020). *Blocking information on COVID-19 can fuel the spread of misinformation*. Nature. <https://pesquisa.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/resource/en/covidwho-19578>
- Lee Ventola, C. (2014). Social media and health care

- professionals: Benefits, risks, and best practices. *P and T*, 39(7), 491–500.
- Mafindo. (2020). Mapping Hoax Corona. In *Mafindo* (Issue maret).
- Mariela, A. P. (2017). *Literasi informasi hoax di media sosial: Mengungkap pola konsumsi informasi digital terkait fenomena hoax oleh digital natives*.
- Masyarakat Telematika Indonesia. (2019). Hasil Survey Wabah Hoax Nasional 2019. *Website Masyarakat Telematika Indonesia*, 35. <https://mastel.id/hasil-survey-wabah-hoax-nasional-2019/>
- Nasir, N.M, Baequni, Nurmansyah, M. I. (2020). Misinformation Related To Covid-19 In Indonesia. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 8(1). <https://doi.org/10.20473/jaki.v8i2.2020.51-59>
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rasywir, E. P. (2015). Eksperimen pada Sistem Klasifikasi Berita Hoax Berbahasa Indonesia Berbasis Pembelajaran Mesin. *Jurnal Cybermatika*, 3 (2) 2015. <http://cybermatika.stei.itb.ac.id/ojs/index.php/cybermatika/article/download/113/65/> [Accessed 12 Mei 2020].
- Ridout, B., & Campbell, A. (2018). The use of social networking sites in mental health interventions for young people: Systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 20(12). <https://doi.org/10.2196/12244>
- Rodríguez, C. P., Guo, M., Carballido, B. V., Ramis, M., Redondo-Sama, G., & Flecha, R. (2020). Untold false news around COVID-19 circulated less on sina weibo than on twitter. How to overcome false information? *International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences*, 9(2), 107–128. <https://doi.org/10.17583/rimcis.2020.5386>
- Rudiantara. (2019). Jadi Pintar Sekaligus Baik dalam Ombak Hoaks. *Majalah Kominfonext*.
- Scheufele, D. A., & Krause, N. M. (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 116(16), 7662–7669. <https://doi.org/10.1073/pnas.1805871115>
- Turn Back Hoax. (2020). *Arsip hasil diskusi Hoaks di grup Forum Anti Fitnah, Hasut dan Hoax (FAFHH) di Facebook*. FAFHH. <https://turnbackhoax.id/>
- Vladutescu, S., & Tenescu, A. (2014). *Current Communication Difficulties* (Issue January).
- Wahyuni, H. I., & Ambardi, K. (2020). Problem Infodemic dalam merespon Pandemi Covid-19. *Policy Brief*, 2201, 14. <https://fisipol.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/1056/2020/04/Policy-Brief-Problem-Infodemic-dalam-Merespon-Pandemi-COVID-19.pdf>
- WHO. (2020). *Call for Action: Managing the Infodemic*. <https://www.who.int/news/item/11-12-2020-call-for-action-managing-the-infodemic>
- Wibisono, G. (2020). *Ini Contoh Hoaks Kesehatan yang Berbahaya dari Berita Bohong Lainnya*. www.jawapos.com. <https://www.jawapos.com/kesehatan/29/02/2020/ini-contoh-hoaks-kesehatan-yang-berbahaya-dari-berita-bohong-lainnya/%0A>

Halaman ini sengaja dikosongkan