

Infodemik Masa Pandemi

By Christiany Juditha

WORD COUNT

6008

TIME SUBMITTED

22-JAN-2021 04:03AM

PAPER ID

68134341

INFODEMIK DI MASA PANDEMI: ANALISIS PETA HOAKS COVID-19 TAHUN 2020

INFODEMIC IN THE PANDEMIC TIME: ANALYSIS OF THE 2020 COVID-19 HOAX MAP

Christiany Juditha

Balai Pengembangan SDM dan Penelitian Komunikasi dan Informatika Manado
Kementerian Komunikasi dan Informatika RI
Jl. Pumorro 76 Manado
Email: christiany.juditha@kominfo.go.id

Abstrak- Masalah Covid-19 tidak hanya berhubungan dengan penyebaran virus semata, tetapi juga diikuti dengan penyebaran informasi Covid-19 yang semakin masif baik yang akurat maupun tidak. Inilah yang disebut dengan 'infodemik'. Infodemik memiliki dampak yang sangat besar bagi masyarakat yang sehari-hari menggunakan media baru untuk mendapatkan informasi yang kredibel. Masyarakat menjadi bingung di tengah banjir informasi hoaks. Peta 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. Banyak 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

Abstract- The Covid-19 problem is not only related to the spread of the virus itself, but is also followed by information on the increasingly massive spread of Covid-19, both accurate and not. This is what is called an 'infodemic'. Infodemics have a huge impact on people who daily use new media to obtain credible information. 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 reach the public. Meanwhile, Facebook is the social media that is mostly used in the hoax distribution. The result of the follow-up was that the majority 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

PENDAHULUAN

Wabah Covid-19 secara global terjadi ditandai dengan penyebaran virus yang di seluruh dunia termasuk di Indonesia menular dengan cepat setiap saat. 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).

Menurut WHO, Infodemik didefinisikan 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 langsung pada kesehatan masyarakat dan respon kesehatan masyarakat serta merusak kepercayaan. Infodemik juga dapat menyebarkan misinformasi, disinformasi, hoaks dan rumor seputar wabah Covid-19 sepanjang terjadinya kondisi darurat. Selain dapat menghambat respon, infodemik juga mengakibatkan masyarakat bingung dan tidak percaya (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% mengatakan sangat mengganggu kerukunan masyarakat, 76,4% berpendapat hoaks menghambat pembangunan, dan 54,3% responden berpendapat bahwa opini publik dapat tergiring karena hoaks yang menjadi alatnya termasuk dalam *black campaign* atau kampanye hitam (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 ke masyarakat. Apalagi bencana nonalam terbesar yaitu Covid-19 mulai melanda dunia sejak tahun 2020 lalu. Hasil survei yang dilakukan oleh 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 12 April 2020 lalu (Kominfo, 2020).

Ketua Masyarakat Hukum Kesehatan Indonesia, Mahesa Paranadipa membenarkan banyaknya hoaks tentang kesehatan beredar terkait virus Corona. Menurutnya, dampak hoaks kesehatan sangat berbahaya dibanding hoaks jenis lain karena dapat mengancam jiwa seseorang. Apalagi ada hoaks kesehatan yang membuat masyarakat tidak mau ke rumah sakit untuk berobat dan lebih memilih mengkonsumsi obat-obat herbal yang belum teruji khasiatnya (Wibisono, 2020).

Tujuan penyebaran hoaks dan disinformasi ada beberapa macam. Salah satunya adalah karena ketidaktahuan masyarakat tentang informasi yang terindikasi hoaks. Penelitian yang dilakukan Juditha 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 ini. Sehingga informasi yang terindikasi hoaks tetap saja menyebar dengan tujuan mulia agar masyarakat dapat menerima informasi yang berguna baik untuk mencegah maupun mengobati penyakit (Juditha, 2020). Tujuan penyebaran hoaks lainnya adalah ada pihak-pihak yang memiliki kepentingan tertentu sehingga menyebarkan informasi menyesatkan tersebut agar tujuan dan ambisi kelompok dapat tercapai (Astuti, 2017). Hoaks juga memiliki tujuan untuk kepentingan dengan motif-motif tertentu seperti motif ekonomis, ideologis-politis, dan asal 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. Upaya tersebut diantaranya memberikan penjelasan tentang temuan-temuan hoaks di media daring, agar masyarakat dapat paham informasi yang termasuk hoaks. Satu diantaranya yang dilakukan oleh Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional. Sebagai institusi gugus tugas penanganan kasus Covid-19, dalam websitenya (<https://covid19.go.id>) terdapat salah satu fitur ‘*Hoax Buster*’ yang khusus mendeteksi dan memuat keseluruhan informasi hoaks tentang Covid-19 yang beredar.

Manakala 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. Hal ini secara praktis, kajian ini bermanfaat untuk meminimalisir penyebaran hoaks di masa pandemi. Hal lain juga untuk melihat kecenderungan pola infodemic yang berderas 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 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.

⁷ 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

⁴ 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 ini 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 Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional yang memang khusus menangani segala sesuatunya 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 1 tahun penuh di 2020. Penelitian yang mengangkat persoalan infodemic di Indonesia juga belum ada sebelumnya, sehingga penelitian ini memiliki kebaruan dan penting untuk dilakukan.

Pandemi Covid-19 sepanjang tahun 2020 lalu sangat memengaruhi kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat dunia termasuk juga Indonesia. Tidak hanya wabah yang menular cepat yang menjadi persoalan tetapi juga dengan beredarnya begitu banyak informasi yang kredibilitas dan kebenarannya tidak dijamin yang juga membawa kebohongan dan distorsi. Hal ini dikenal dengan istilah ‘infodemic’. Infodemic didefinisikan sebagai tsunami informasi yang sebagian akurat dan sebagian lagi tidak, dan menyebar bersamaan dengan epidemik (WHO, 2020).

Sementara menurut Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES) Fisip UGM, infodemik diartikan informasi yang berlebihan yang kebenarannya tidak dapat dilacak. Infodemik juga berkembang dan kemudian menyebar tanpa kendali didalam keadaan emergensi kesehatan (Wahyuni & Ambardi, 2020). Infodemik dapat berdampak negatif langsung pada kesehatan masyarakat, jika tidak dikelola sebagaimana mestinya. Apalagi peluang penyebarannya didukung oleh teknologi baru media sosial, infodemik yang menyertai pandemi pertama era digital ini semakin terlihat dan menantang daripada sebelumnya. Informasi yang berlimpah dan tidak mengenal batas ini kemudian yang dapat memengaruhi ruang fisik maupun digital masyarakat (WHO, 2020).

Beberapa produk infodemik 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. Hoak 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* (tahapan bencana), lokasi, tempat, *evidentiality* (bukti), saluran distribusi, tindak lanjut, *scale of severity* (skala kekerasan), dan bentuk hoaks (Mafindo, 2020).

METODOLOGI

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 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 penelitian ini adalah website resmi dari Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional. Lembaga dibentuk pemerintah sebagai institusi gugus tugas

penanganan kasus Covid-19. Pada website <https://covid19.go.id/> ini 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/disinformasi 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 disinformasi/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 1 bulan ditetapkan 10 hari (dengan asumsi dalam setiap minggu terdapat 2 dan 3 hari yang menjadi sampel kajian) antara tanggal 1-31. Setelah ditentukan secara random oleh randomizer maka penentuan 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 coding yang disusun sesuai kategori penelitian yang telah ditetapkan untuk dikaji yaitu dengan menggunakan kategori *Mapping Hoax*

Corona dari Mafindo 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.

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

Kategori	Hit Kategori	Keterangan
Tema	24	Politik, agama, etnis/sara, kesehatan/nutrisi, bencana kesehatan, lain-lain
Tipe Hoaks	52	<i>Satire, leading, false content, fabricated content, false connection, false context, dan manipulated content</i>
Aktor Utama	24	Pemerintah, pihak asing, tokoh agama, warga negara, lain-lain
Lokasi		Lokal; international
Tempat		Rumah sakit, sekolah, kompleks perumahan, instansi pemerintah, industri/pasar, kota/daerah, lainnya
Evidentiality		Pengalaman tangan pertama; lampiran url; kutipan dari orang/org; sumber kutipan tidak dapat diverifikasi; lampiran

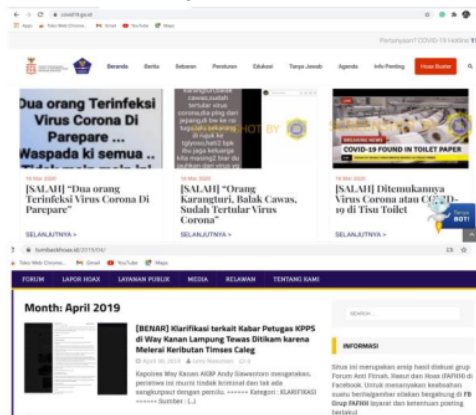
	gambar; penggunaan penalaran; lebih dari satu bukti, tidak ada bukti	
Saluran Distribusi	Berita media <i>online</i> , Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp, Line, lainnya, tidak ada penjelasan, lebih dari satu saluran	Media yang digunakan dalam penyebaran konten
Tindak Lanjut	Diklarifikasi oleh pihak 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 penelitian yang telah dikumpulkan kemudian dikelola secara kuantitatif yaitu dengan cara mencatat frekuensi kemunculan unit analisis yang telah ditentukan pada lembar koding. Hasilnya kemudian digambarkan dalam bentuk grafik guna mempermudah analisis penelitian. Hasil penelitian ini juga kemudian digambarkan secara deskriptif guna membahas pembenaran infodemic yang beredar dimasyarakat. Hasil penelitian juga didiskusikan dengan membandingkan hasil-hasil penelitian-penelitian sejenis yang pernah dilakukan juga dari sumber-sumber ilmiah lainnya yang ada kaitannya dengan hasil penelitian. Dekripsi keseluruhan diskusi ini diharapkan dapat menjawab tujuan dari penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

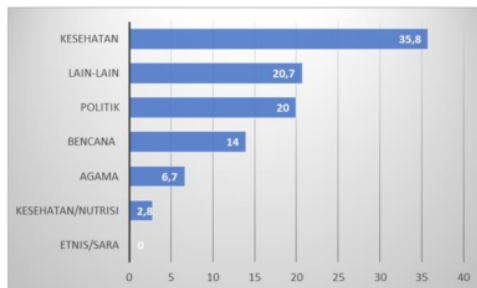
Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional adalah sebuah komite yang dibentuk oleh pemerintah dalam pemulihan ekonomi dan penanggulangan penyakit Corona virus 2019 dan Pandemi Covid-19 di Indonesia. Lembaga ini memiliki website <https://covid19.go.id/> yang juga memiliki fitur 'Hoax Buster'. Fitur ini terhubung dengan situs dari Forum Anti Fitnah, Hasut dan Hoax (FAFHH) <https://turnbackhoax.id/2019/04/> yang juga memuat arsip tentang hoaks yang beredar umum 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](https://turnbackhoax.id/)" atau muncul pertama kali di [TurnBackHoax](https://turnbackhoax.id/) (Gambar 1). Hoaks Covid-19 mulai terdeteksi 16 Maret 2020 dan dimuat di situs covid19.go.id. Sehingga analisis data dimulai pada tanggal ini dengan keseluruhan jumlah sampel konten (n) sebanyak 179.



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

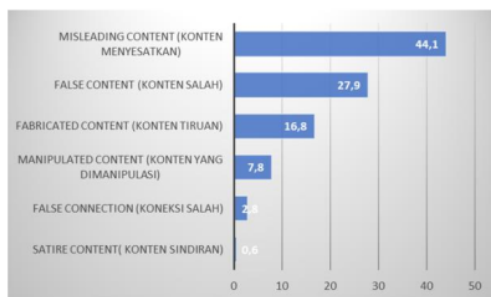
Ada 9 kategori yang dikaji dalam penelitian ini yaitu tema, tipe hoaks, aktor utama lokasi, tempat, bukti hoaks, saluran distribusi, tindak lanjut, dan bentuk hoaks.

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%), *fabricated content* (16,8%). Sisanya adalah *manipulated content* (konten yang dimanipulasi), *false connection* dan *satire content* atau konten sindiran (Gambar 3).



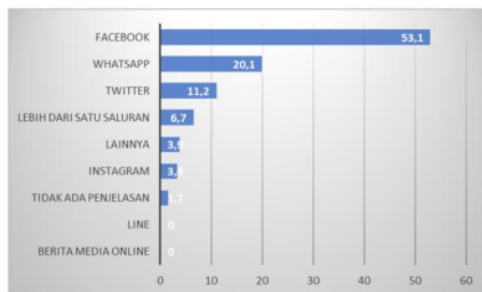
Gambar 3. Tipe Hoaks Covid-19 tahun 2020

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

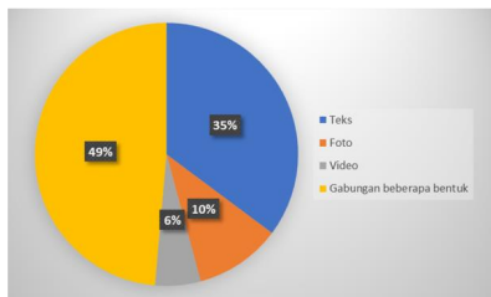
Hoaks menyebar dengan cepat dan masif karena ada saluran yang menjembatannya untuk mendistribusinya. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa media sosial Facebook menjadi saluran yang paling banyak digunakan dalam distribusi hoaks ini mencapai 53,1%, menyusul aplikasi pesan instan WhatsApp sebanyak 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 dibantah oleh pemeriksa fakta sebanyak 59,2%, menyusul diklarifikasi oleh pihak berwenang (23,5%), diberikan 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% dan 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

an 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 hasil terdeteksi misalnya “Ditemukan Virus Corona atau Covid-19 di Tisu Toilet”, “Satu Pasien Pertama Subject Corona Terdeteksi di Atambua” dan “Minum Banyak air dan Berkumur dengan Air Hangat dan Garam atau Cuka dapat Menangkal 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 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. Grace (2020) dan Larson, (2020) menyebutkan bahwa hal ini membuat keaslian ekosistem berita terganggu keseimbangannya.

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 Ronald Charles Rorimpandey ini 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. Ronald 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 memproduksinya 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 juga 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 umum adalah 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 ¹¹ meresahkan masyarakat serta dianggap lebih berbahaya jika dibanding hoaks jenis lain karena berdampak fatal mengancam jiwa seseorang. Misalnya saja saat mereka mengonsumsi 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. Apalagi hasil penelitian ini juga menemukan bahwa kebanyakan informasi yang disebarakan dilampirkan gambar-gambar pendukung sehingga menambah kepercayaan pembaca terhadap informasi tersebut. Seperti yang ¹kemukakan 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 terliterasi dengan penggunaan media digital, namun belum tentu mereka terliterasi dengan kontennya. Sejalan dengan hasil penelitian Mariela (2017) yang menyimpulkan bahwa kebanyakan pengguna media digital kurang memiliki kemampuan literasi identifikasi hoaks melalui media sosial, meski mereka sehari-hari telah menggunakan media tersebut. Kondisi ini yang membuat hoaks tersur disebarakan.

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 ¹Kementerian 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.

19 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 dari 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 hoak ini kemudian diarsipkan di website *Turn Back Hoax*. Mafindo bekerjasama dengan pemerintah termasuk dengan Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional dalam hal memerangi hoaks Covid-19 yang beredar di masyarakat.

Hasil penelitian yang juga menyimpulkan 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). Mengetahui 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 agak kepercayaan dan rasa aman public 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 menjadi menyediakan sumber informasi krusial yang dapat dipercaya. Hal ini penting karena transportasi informasi yang semakin banyak dan tidak dapat dibendung akibat pesatnya kemajuan teknologi informasi (Wahyuni & Ambardi, 2020). Karena seperti yang di kemukakan 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 para bagi kesehatan masyarakat.

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang peta infodemic khususnya hoaks Covid-19 tahun 2020. Pemetaan dilakukan dengan tujuh kategori yaitu tema, tipe hoaks, aktor utama, lokasi, tempat, *evidentiality* (bukti), saluran distribusi, tindak lanjut dan bentuk hoaks. 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 di bantah atau diklarifikasi oleh tim pemeriksa fakta.

Rekomendasi dari penelitian ini adalah bahwa antisipasi penyebaran hoak tidak saja menjadi tanggungjawab dari pemerintah saja, namun membutuhkan berbagai dukungan serta inisiatif baik dari masyarakat, lembaga swasta, perguruan tinggi, Lembaga swadaya Masyarakat, dan lainnya. Peningkatan Kerjasama yang berkelanjutan 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 yang terpenting lainnya adalah membangun inisiatif serta peran masyarakat sehingga dapat cerdas mengenal dan menangkalhoaks. 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.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tidak

sehingga hasil penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA⁴

- Astuti, Y. K. (2017). *Pemetaan Pesan Hoaks Dan Sumber Penyebarannya Di Media Sosial Facebook Dan Instagram*.⁴ Cripsi. Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.
- Bafadhhal, O. M., Santoso,³ 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.) *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 6(2), 235–249.
- BPSDMP. (2020). *Survey Perilaku Masyarakat Terkait Penyebaran Hoaks Covid19 (Corona Virus)*. BPSDMP¹⁵ Kominfo Manado.
- Chen, Y.Y., Yong, S.-P. & Ishak, A. (2014). Email Hoax Detection System Using Levenshtein Distance Method. *Journal of Computers.*, 9(2), 44²³46. <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.³
- 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%0A203.28604.5b>
- Grace, R. (2020). *COVID-19 prompts the spread of disinformation across MENA* | Middle East Institute. <https://www.mei.edu/publications/COVID%0AD-19-prompts-spread-disi%0A203.28604.5b>
- 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, C. (2013). News Accuracy in Online Journalism (News of Alleged Corruption The Constitutional Court in Detiknews). *Jurnal Pekommas*, 16(3), 132–154. <https://media.neliti.com/media/publications/222363-akurasi-berita-dalam-jurnalisme-onlin22.pdf>
- Juditha, C. (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/027rotan_media%0A
- Kominfo. (2020). *Kominfo: Aduan konten negatif dan minimasi pornografi*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/24960/kominfo-aduan-konten-negatif-didominasi-pornografi/0/sorotan_media
- Kominfonext. (2020). Tumpas Hoaks Kominfo Fungsikan Mesin AIS Pantau KOnTen Internet. *Kominfo*.
- Larson, H. J. (2020). *Blocking information on COVID-19 can fuel the spread of misinformation*.⁴⁴ Nature. <https://pesquisa.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/resource/en/covidwho-19578>

- 3 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 11 *Mafindo* (Issue maret).
- Mariela, A. P. (2017). *Literasi informasi hoax di media sosial: Mengungkap pola konsumsi informasi digital terkait fenomena hoax oleh digital natives*.
- Masykat Telematika Indonesia. (2019). Hasil Survey Wabah Hoax Nasional 2019. *Website Masyarakat Telematika Indonesia*, 35. <https://mastel.id/hasil-survey-wabah-hoax-nasional-2019/>
- 29 Nasir, N.M, Baequni, Nurmansyah, M. I. (2020). *Misinformation Related To Covid-19 In Indonesia*. 8(1). <https://doi.org/10.20473/jaki.v8i2.2020.51-59>
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial*. Simbiosia 1 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].
- 10 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>
- 5 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), 107–603. <https://doi.org/10.17583/rimcis.2020.5386>
- 1 Rudiantara. (2019). Jadi Pintar Sekaligus Baik dalam Ombak Hoaks. *Majalah Kominfonext*.
- 9 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>
- 13 Turn Back Hoax. (2020). *Arsip hasil diskusi Hoaks di grup Forum Anti Fitnah, Hasut dan Hoax (FAFHH) di Facebook*. FAFHH. <https://turnbackhoax.id/>
- 3 Vladutescu, S., & Tenescu, A. (2014). *Current Communication Difficulties* (Issue January).
- 7 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>
- 21 WHO. (2020). *Call for Action: Managing the Infodemic*. <https://www.who.int/news/item/11-12-2020-call-for-action-managing-the-infodemic>
- 12 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>

Infodemik Masa Pandemi

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	jurnal.kominfo.go.id Internet	205 words — 3%
2	bppkibandung.id Internet	103 words — 2%
3	journal.ubm.ac.id Internet	81 words — 1%
4	eprints.undip.ac.id Internet	47 words — 1%
5	Michael Haman. "The use of Twitter by state leaders and its impact on the public during the COVID-19 pandemic", Heliyon, 2020 Crossref	46 words — 1%
6	ardhashbc003.wordpress.com Internet	45 words — 1%
7	e-journal.unair.ac.id Internet	41 words — 1%
8	gfd.turnbackhoax.id Internet	37 words — 1%
9	onlinelibrary.wiley.com Internet	35 words — 1%
10	www.tandfonline.com Internet	33 words — 1%

11	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet	32 words — < 1%
12	radarmalang.jawapos.com Internet	30 words — < 1%
13	turnbackhoax.id Internet	29 words — < 1%
14	media.neliti.com Internet	28 words — < 1%
15	journal.lasigo.org Internet	27 words — < 1%
16	danilbahari.wordpress.com Internet	26 words — < 1%
17	search.taylors.edu.my Internet	23 words — < 1%
18	raiith.iith.ac.in Internet	23 words — < 1%
19	id.123dok.com Internet	23 words — < 1%
20	pomeps.org Internet	22 words — < 1%
21	Carolyn A. Lin. "A Year like No Other: A Call to Curb the Infodemic and Depoliticize a Pandemic Crisis", <i>Journal of Broadcasting & Electronic Media</i> , 2021 Crossref	21 words — < 1%
22	jurnal.upnyk.ac.id Internet	20 words — < 1%
23	knepublishing.com Internet	20 words — < 1%

24	www.mafindo.or.id Internet	19 words — < 1%
25	policyreview.info Internet	18 words — < 1%
26	afriansyahyusuf.blogspot.com Internet	18 words — < 1%
27	www.antaraneews.com Internet	17 words — < 1%
28	ir.canterbury.ac.nz Internet	17 words — < 1%
29	ejurnal.stikeskesdamudayana.ac.id Internet	15 words — < 1%
30	sttberea.ac.id Internet	14 words — < 1%
31	Christiany Juditha, Josep J. Darmawan. "USE OF DIGITAL MEDIA AND POLITICAL PARTICIPATION MILENIAL GENERATION", JURNAL PENELITIAN KOMUNIKASI DAN OPINI PUBLIK, 2018 Crossref	14 words — < 1%
32	www.journals.mindamas.com Internet	13 words — < 1%
33	www.cnnindonesia.com Internet	13 words — < 1%
34	eprints.upnjatim.ac.id Internet	13 words — < 1%
35	baliexpress.jawapos.com Internet	12 words — < 1%
36	coronainfo.langkatkab.go.id Internet	12 words — < 1%

37	www.beritakorupsi.co Internet	12 words — < 1%
38	www.slideshare.net Internet	12 words — < 1%
39	mastel.id Internet	11 words — < 1%
40	diskominfo.pangkalpinangkota.go.id Internet	11 words — < 1%
41	www.beritasatu.com Internet	11 words — < 1%
42	mediaindonesia.com Internet	11 words — < 1%
43	Anjarie Dharmastuti, Fressi Apriliyanti, Fitri Wahyuni. "Exploring the Impact of COVID-19 Hoax on the Mental Health of Millennial Moms", KnE Social Sciences, 2021 Crossref	10 words — < 1%
44	cannavistazo.com Internet	10 words — < 1%
45	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet	10 words — < 1%
46	jhanuarpratama.blogspot.com Internet	10 words — < 1%
47	www.bentengsumbar.com Internet	10 words — < 1%
48	repository.unhas.ac.id Internet	10 words — < 1%
49	link.springer.com Internet	10 words — < 1%

10 words — < 1%

50 jurnal.ugm.ac.id
Internet

9 words — < 1%

51 majalah.tempo.co
Internet

9 words — < 1%

52 Senja Yustitia, Panji Dwi Asharianto. "Misinformation and Disinformation of COVID-19 on Social Media in Indonesia", Proceeding of LPPM UPN "VETERAN" YOGYAKARTA CONFERENCE SERIES 2020 – POLITICAL AND SOCIAL SCIENCE SERIES, 2020
Publications

9 words — < 1%

53 text-id.123dok.com
Internet

9 words — < 1%

54 www.batamnews.co.id
Internet

9 words — < 1%

55 worldwidescience.org
Internet

9 words — < 1%

56 journal.kpu.go.id
Internet

8 words — < 1%

57 www.candiedu.com
Internet

8 words — < 1%

58 belajarrenang.com
Internet

8 words — < 1%

59 www.solopos.com
Internet

8 words — < 1%

60 www.medrxiv.org
Internet

7 words — < 1%

61 Christiany Juditha. "INTERAKSI SIMBOLIK DALAM KOMUNITAS"

VIRTUAL ANTI HOAKS UNTUK MENGURANGI
PENYEBARAN HOAKS", Jurnal Penelitian
Komunikasi dan Pembangunan, 2018

Crossref

6 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES

OFF

EXCLUDE MATCHES

OFF

EXCLUDE

OFF

BIBLIOGRAPHY