

## EFEK HOAX COVID-19 BAGI IGENERATION DI KABUPATEN BURU

**A. Yusdianti Tenriawali**

Universitas Iqra Buru, Maluku, Indonesia, Jl. Prof. Dr. Abd. Bassalamah, S.E.,  
M.Si., Kab. Buru, 97571

E-mail: [tenriawali@gmail.com](mailto:tenriawali@gmail.com)

**Suryani**

Universitas Iqra Buru, Maluku, Indonesia, Jl. Prof. Dr. Abd. Bassalamah, S.E.,  
M.Si., Kab. Buru, 97571

E-mail: [suryaniuniqbu1@gmail.com](mailto:suryaniuniqbu1@gmail.com)

**Ibnu Hajar**

Universitas Iqra Buru, Maluku, Indonesia, Jl. Prof. Dr. Abd. Bassalamah, S.E.,  
M.Si., Kab. Buru, 97571

E-mail: [ibnuhjr423@gmail.com](mailto:ibnuhjr423@gmail.com)

**M Chairul Basrun Umanailo**

Universitas Iqra Buru, Maluku, Indonesia, Jl. Prof. Dr. Abd. Bassalamah, S.E.,  
M.Si., Kab. Buru, 97571

E-mail: [chairulbasrun@gmail.com](mailto:chairulbasrun@gmail.com)

### ABSTRACT

*Indonesia is prone to being affected by hoaxes because the number of internet accesses reaches more than 50 percent of Indonesia's population. The impact of the distribution of hoax content is relatively diverse. Starting from causing anxiety and fear in some community groups to becoming national attention through mass media coverage. This study aims to determine how the Covid-19 hoax effect for iGeneration in Buru Regency. This research is a field research. The population in this study were students of Universitas Iqra Buru, Buru Regency, Maluku. Data collection techniques in this study using observation, interviews, and documentation. The data that has been collected is analyzed based on the effect theory and mass communication function to determine the effects of hoax news. The results showed that the hoax issues that most circulated on social media during the Covid-19 pandemic were SARA hoaxes, health hoaxes, and politics hoaxes. Based on the research results, it can be seen that there is a tendency for SARA hoaxes and political hoaxes to have an affective effect on the community, especially for iGeneration in Buru Regency. Health hoaxes tend to have a conative effect on the community.*

**Keywords:** Social media; Hoaks Covid-19; iGeneration

### ABSTRAK

*Indonesia rentan terpengaruh hoaks karena jumlah pengakses internet mencapai lebih dari 50 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Dampak yang ditimbulkan dari sebaran konten hoaks itu relatif beragam. Mulai dari menimbulkan keresahan dan ketakutan di sebagian kelompok masyarakat hingga menjadi perhatian nasional melalui pemberitaan media massa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah efek hoaks covid-19 bagi iGeneration di Kabupaten Buru. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Iqra Buru, Kabupaten Buru, Maluku. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis berdasarkan teori efek dan fungsi komunikasi massa untuk mengetahui efek berita hoaks. Hasil penelitian menunjukkan isu hoaks yang paling banyak beredar di media sosial selama pandemi Covid-19 adalah hoaks SARA, kesehatan, dan politik. Berdasarkan hasil penelitian terlihat adanya kecenderungan hoaks SARA dan hoaks politik memberi efek afektif kepada masyarakat, khususnya bagi iGeneration di Kabupaten Buru. Adapun hoaks kesehatan cenderung memberi efek konatif kepada masyarakat*

**Kata kunci:** *Media sosial; Hoaks Covid-19; iGeneration*

## PENDAHULUAN

Penyebaran berita bohong atau hoaks bukanlah hal yang bisa dianggap remeh karena penyebaran berita bohong atau hoaks dapat dikenakan hukum. Hal tersebut berdasarkan Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (ITE); Undang-undang nomor 40 tahun 2008 tentang penghapusan diskriminasi ras dan etnis, serta tindakan ketika ujaran kebencian telah menyebabkan terjadinya konflik sosial; pasal 28 ayat 2 tentang SARA; serta Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika nomor 19 tahun 2014 tentang penanganan situs bermuatan negatif. Namun banyaknya pasal, undang-undang dan peraturan yang menjerat pelaku penyeberan hoaks tidak menghentikan peredaran berita bohong yang semakin meningkat setiap tahunnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa hingga saat ini belum ditemukan cara untuk memberantas penyebaran berita bohong atau hoaks yang efektif di Indonesia. Mengingat besarnya dampak negatif dari berita bohong seperti peristiwa Kerusuhan Wamena menjadikan penyebaran berita bohong atau hoaks tersebut harus dihentikan.

Indonesia sangat rentan terpengaruh hoaks karena jumlah pengakses internet mencapai lebih 50 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Sepanjang tahun 2018, terdapat 8.903 pelaporan konten negatif oleh masyarakat yang bersumber dari Facebook dan Instagram. Konten negatif yang dilaporkan berupa hoaks dan ujaran kebencian. Jika dibandingkan tahun 2017, jumlah pelaporan konten negatif yang bersumber dari Facebook dan instagram meningkat sebanyak 398,88 persen dari jumlah sebelumnya di tahun 2017 yaitu 2.232.

Penelitian yang membahas mengenai internet dan hoaks sudah pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Pada umumnya hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial memiliki kemampuan menyebarkan informasi secara cepat (Day, 2014). Kemampuan persebaran informasi yang cepat di media sosial ini secara otomatis menjadikan persebaran hoaks juga sangat cepat, sehingga menyebabkan berbagai efek tertentu seperti pengguna internet cenderung susah membedakan info yang benar dan yang salah (Zubiaga et al., 2016), kecenderungan masyarakat yang hanya membaca judul utama teks (Ribeiro & Ortellado, 2018), dapat menimbulkan kepanikan dan kekacauan (Bajelidze & Dolidze, 2011) serta merupakan ancaman serius bagi demokrasi (Farid, 2018). Selain itu, hoaks memiliki tema dan bentuk yang dapat berupa teks naratif yang berbentuk sederhana dan pendek (Shao et al., 2018). Beragamnya efek hoaks menjadikan penelitian mengenai efek dari berita bohong atau hoaks menarik dan urgen untuk dilakukan, terutama efek berita hoaks pada generasi Z atau iGeneration yang aktif mengakses internet, khususnya di kabupaten Buru. Bagaimana efek yang ditimbulkan dari berita hoaks pada iGeneration menjadi fokus permasalahan dalam penelitian ini. Pemilihan Kabupaten Buru sebagai lokasi penelitian didasari oleh fenomena efek sosial hoaks yang tidak hanya terjadi pada masyarakat di perkotaan, namun juga telah berdampak pada masyarakat sampai ke daerah terpencil. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai perkembangan hoaks yang berkembang di daerah timur Indonesia. Penelitian ini penting untuk dilakukan

mengingat jika diketahui fenomena hoax apa yang berkembang di pada generasi Z di Kabupaten Buru, hasil temuan tersebut dapat dijadikan bahan acuan bagi pemerintah dan praktisi pendidikan untuk menyusun pendidikan literasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah efek hoaks covid-19 bagi generasi Z yang lahir dalam rentang waktu 1995-2010 di kabupaten Buru yang aktif mengakses internet. Analisis efek hoaks yang dimaksud dalam penelitian ini adalah akibat yang ditimbulkan setelah membaca berita hoaks. Untuk mengetahui efek hoaks pada iGeneration di kabupaten Buru akan dilakukan observasi dan investigasi berdasarkan teori efek dan fungsi komunikasi massa.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu atau gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih (Soehartono, 2008). Metode deskriptif menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian, dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Suprayogo, I., 2003).

Jenis metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian jenis lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan dalam kancan kehidupan yang sebenarnya (Bin-Tahir et al., 2020), penelitian lapangan pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat ditengah masyarakat (Kartono, 1996). Tujuan penelitian lapangan adalah untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat (Narbuko & Achmadi, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Iqra Buru, Kabupaten Buru, Maluku. Sampel adalah sebagian dari elemen-elemen tertentu suatu populasi (Bin-Tahir, 2015). Dalam pengambilan sampel pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non random sampling* atau *non probability*, yaitu cara pengambilan sampel yang tidak semua anggota populasi diberi kesempatan untuk dipilih menjadi sampel (Bin-Tahir, 2017). Sampel dalam penelitian ini adalah 10 mahasiswa Sastra Indonesia dan Sastra Inggris semester II dan IV Universitas iqra Buru.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi (Iye et al., 2020). Observasi adalah pengamatan dengan menggunakan indera penglihatan yang berarti tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan (Bin Tahir, 2015). Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini berupa mengamati respon mahasiswa saat membaca berita bohong (hoax) mengenai covid-19. Selanjutnya dilakukan wawancara pada subyek penelitian. Kriteria mahasiswa yang dijadikan subjek penelitian adalah mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial berupa *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*. Pemilihan mahasiswa pengguna aktif media sosial sebagai subjek pemilihan dimaksudkan untuk mendapatkan hasil penelitian yang merepresentasikan efek hoaks yang terjadi pada mahasiswa di Universitas Iqra Buru. Peneliti mengajukan

pertanyaan seputar tanggapan subyek penelitian terhadap berita yang telah baca. Dokumentasi dilakukan peneliti selama proses pengumpulan data berlangsung.

Analisis data adalah proses sistematis pencarian dan pengaturan transkripsi wawancara, catatan lapangan, mengenai materi-materi tersebut, dan untuk memungkinkan anda menyajikan apa yang sudah anda temukan kepada orang lain (Emzir, 2010). Dalam hal ini penulis menggunakan analisis kualitatif, artinya data yang terkumpul tersebut kemudian digambarkan dengan kata-kata, dipisahkan menurut pola berfikir induktif, yaitu melihat fakta-fakta dan peristiwa-peristiwa secara khusus kemudian digeneralisasikan bersifat umum (Bin-Tahir, 2017). Proses analisis data yang penulis gunakan pada penelitian ini yaitu setelah data terkumpul, kemudian data dipilih terlebih dahulu, selanjutnya penulis akan mengolah dan menganalisis data hasil penelitian sehingga dapat dijadikan suatu keputusan yang objektif dengan mengambil kesimpulan yang berdasarkan pada fakta-fakta yang ada dan merangkainya menjadi solusi dalam permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penyebaran berita hoax di media sosial memiliki sanksi hukum. Setidaknya terdapat tiga ancaman UU ITE di Indonesia yang berpotensi menimpa pelaku penyebar berita hoax di antaranya penghinaan atau pencemaran nama baik pasal 27 ayat (3), ancaman pelanggaran kesusilaan pasal 27 ayat (1), dan penyebaran kebencian berdasarkan suku, agama, ras dan antar golongan (SARA) pasal 28 ayat (2) (Rifauddin, 2018). Namun sanksi hukum terhadap penyebar berita hoax di media sosial tidak menghentikan penyebaran hoax di media sosial bahkan selama masa pandemi Covid-19 di Indonesia.

Pandemi covid-19 menjadi topik pemberitaan utama media massa sejak bulan Maret 2020 hingga saat ini. Fenomena tingginya jumlah masyarakat yang terpapar covid-19 menjadikan munculnya berbagai informasi mengenai pandemi covid-19, baik itu informasi yang valid maupun informasi yang tidak benar. Berdasarkan data dari mafindo, terdapat total 301 hoaks yang beredar dari bulan januari hingga april 2020. 50 % hoaks tersebut beredar di Facebook, 26% beredar di WhatsApp, dan 13% beredar di Twitter. Berdasarkan data dari bulan Januari hingga April 2020, jenis hoaks yang beredar di Media social terdiri atas hoaks SARA, hoaks kesehatan, dan hoaks Politik.

Fenomena penyebaran berita mengenai pandemi Covid-19 termasuk dalam wilayah kajian komunikasi massa. Ada empat konsep yang penting untuk diketahui dalam penelitian ini yaitu; media massa, komunikasi massa, efek komunikasi massa, dan fungsi komunikasi massa.

## Media Massa

Media Massa adalah alat yang digunakan menyampaikan pesan-pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat mekanis seperti radio, surat kabar, televisi, film. Komunikasi Massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, 2003). Media Massa menampilkan diri sendiri dengan peranan yang diharapkan, dinamika masyarakat akan terbentuk, dimana media adalah pesan. Jenis media massa yaitu media yang berorientasi pada aspek: (1) Penglihatan misalnya media cetak; (2) Pendengaran misalnya radio dan tipe recorder; (3) Penglihatan dan Pendengaran misalnya televise, film, video yang bersifat verbal visual vocal (Liliweri, 2001)

Media Massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibandingkan dengan jenis komunikasi lain adalah dia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu (Nurdin, 2007). Media massa memberikan informasi tentang perubahan bagaimana hal itu bekerja dan hasil yang dicapai atau hasil yang akan dicapai. Fungsi utama media massa adalah untuk memberikan informasi pada kepentingan yang menyebar luas dan mengiklankan produk. Ciri khas dari media massa yaitu tidak ditentukan pada kontak perseorangan, mudah didapatkan, isi merupakan hal umum dan merupakan komunikasi satu arah. Peran utama yang diharapkan dihubungkan dengan perubahan adalah sebagai pengetahuan pertama. Media massa merupakan jenis informasi yang disegani oleh petani dalam tahap keasadaran dan minat dalam proses adopsi inovasi.

## Komunikasi Massa

Salah satu bentuk komunikasi adalah komunikasi massa. Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi, media komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks serta memiliki kekuatan yang lebih dari maa-masa sebelumnya, terutama dalam hal menjangkau komunikan. Dengan adanya media modern memungkinkan berjuta-juta orang di seluruh dunia untuk berkomunikasi ke hampir seluruh pelosok dunia.

Proses komunikasi massa pada hakekatnya merupakan proses pengoperan lambang-lambang yang berarti, yang dilakukan melalui saluran, yang biasanya dikenal dengan media. Dalam hal ini yang dimaksud dengan media adalah alat yang digunakan untuk mencapai massa. Dari uraian tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa komunikasi massa merupakan suatu proses yang melukiskan bagaimana komunikator menggunakan teknologi media massa secara proporsional guna menyebarluaskan pesannya melampui jarak untuk mempengaruhi konsumen dalam jumlah yang banyak.

“Mass communication is messages communicated throught a mass medium to large number people” (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang) (Ardianto & Lukiaty, n.d.).

Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara masal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen dan meninggalkan efek tertentu (Liliweri, 2001). Definisi lain mengenai komunikasi massa diungkapkan oleh Gebner (Ardianto & Lukiati, n.d.), yang mengatakan bahwa: “mass communication is technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies”. Meletze juga mengungkapkan pendapatnya bahwa komunikasi massa sebagai bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar. Media penyebaran tersebut dapat dilakukan melalui media surat kabar, baik melalui media cetak maupun media elektronik (Ardianto & Lukiati, n.d.).

### ***Efek Komunikasi Massa***

Komunikasi mempunyai efek tertentu. Secara umum terdapat tiga efek komunikasi massa (Liliweri, 2001), yaitu:

1. Efek kognitif, pesan komunikasi massa mengakibatkan konsumen berubah dalam hal pengetahuan, pandangan, dan pendapat terhadap sesuatu yang diperolehnya. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
2. Efek afektif, pesan komunikasi massa mengakibatkan berubahnya perasaan tertentu dari konsumen. Orang dapat menjadi lebih marah dan berkurang rasa tidak senangnya terhadap suatu akibat membaca surat kabar, mendengarkan radio atau menonton televisi. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai.
3. Efek konatif, pesan komunikasi massa mengakibatkan orang mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diminati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.

### ***Fungsi Komunikasi Massa***

Fungsi dari komunikasi massa secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Penafsiran (Interpretation), fungsi penafsiran ini berbentuk komentar dan opini yang ditujukan kepada konsumen, serta dilengkapi perspektif (sudut pandang) terhadap berita atau tayangan yang disajikan, sehingga membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
2. Penyebaran nilai-nilai (*Transmission Of Values*), dengan cara media massa itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa itu memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan oleh mereka.
3. Hiburan (Entertainment), berfungsi sebagai penghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran konsumen.
4. Fungsi Informasi, media massa berfungsi sebagai penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa.

5. Fungsi Pendidikan, salah satu cara media massa dalam memberikan pendidikan adalah dengan melalui pengajaran etika, nilai, serta aturan- aturan yang berlaku bagi pembaca atau pemirsa.
6. Fungsi Mempengaruhi, secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel dan sebagainya.
7. Fungsi Proses Pengembangan Mental. Media massa erat kaitannya dengan prilaku dan pengalaman kesadaran manusia.
8. Fungsi Adaptasi Lingkungan, yakni penyesuaian diri terhadap lingkungan konsumen dapat beradaptasi dengan lingkungannya dengan dibantu oleh media massa,dengan begitu seseorang dapat lebih mengenal lingkungannya.
9. Fungsi Memanipulasi Lingkungan, berusaha untuk mempengaruhi komunikasi yang digunakan sebagai alat kontrol utama dan pengaturan lingkungan.
10. Fungsi Meyakinkan (*To Persuade*), yaitu mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang. Mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang. Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu (Effendy, 2003).

Berdasarkan penjabaran teori di atas dapat disimpulkan bahwa berita, khususnya berita hoaks, memiliki tujuan tertentu. Isu kontroversial dalam bentuk berita yang beredar di masyarakat mengandung tujuan atau ideologi tertentu yang dapat menimbulkan dampak tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat tiga tema utama hoaks yang berkembang di media sosial, yaitu hoaks SARA, hoaks kesehatan, dan hoaks politik. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing tipe hoaks tersebut.

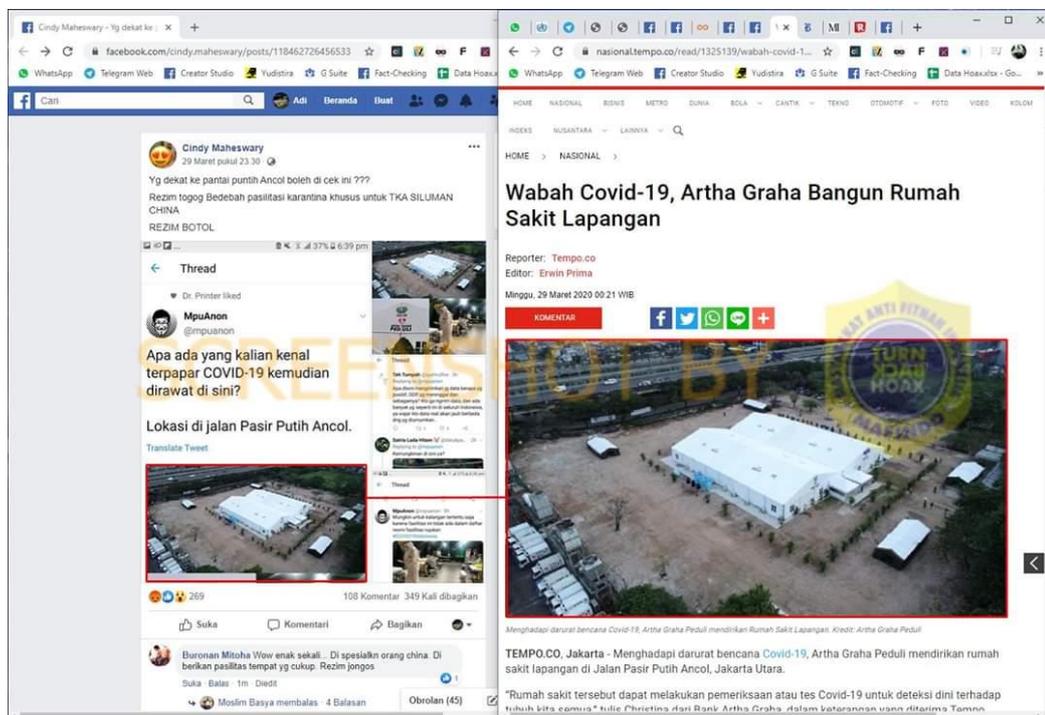
### Hoaks SARA



Gambar 1. Screenshot teks 1 (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Screenshot di atas merupakan salah satu contoh hoaks yang beredar di masyarakat. Wacana hoaks di atas membahas tentang rencana pemerintah untuk melakukan rapid tes terhadap 5000 ustadz di Jabar. Rencana pemerintah untuk melakukan rapid test pada 5000 ustadz tersebut didasari oleh kekhawatiran pemerintah terhadap para ustadz dan ulama yang lebih sering berinteraksi dengan masyarakat dan ditemukannya banyaknya kasus santri yang terpapar covid-19 menjadikan pemerintah mengambil langkah pencegahan dengan melakukan rapid tes kepada para ustad. Namun banyak wacana yang beredar di masyarakat mengenai rencana pemerintah untuk melakukan rapid tes kepada ustad tersebut tidak disertai dengan penjelasan yang memadai mengenai alasan pemerintah melakukan rapid tes tersebut.

Adapun penggunaan kata dan kalimat ‘Waspadalah’, ‘lho kenapa hanya ustadz?’, ‘kenapa nggak semua tokoh agama’, ‘ustads yang lurus bias divonis positif corona’, dan ‘Modus menghabisi Ustad’ memberi kesan negatif pada para pembaca berita. Kesan negative tersebut juga dipertegas oleh respon negative mahasiswa yang membaca Screenshot teks 1 tersebut. Terdapat 80% responden yang menilai setuju dengan wacana teks 1. Adapun 20% responden tidak setuju dengan wacana teks 1. Lebih banyaknya responden yang setuju dengan isi wacana teks 1 menunjukkan bahwa teks wacana 1 tersebut berhasil menggiring opini pembaca untuk memberi kesan negative terhadap rencana pemerintah. Efek lain dari teks 1 adalah responden menjadi tidak percaya kepada pemerintah.



Gambar 2. Screenshot teks 2 (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Judul : Fasilitas Karantina Untuk TKA Cina

Narasi : yang dekat pantai putih Ancol boleh di cek di sini???

**Rezim Togog bedebah fasilitasi karantina khusus untuk TKA SILUMAN CINA  
 REZIM BOTOL**

Narasi dari Screenshot teks 2 di atas merupakan wacana hoaks yang beredar akibat respon terhadap berita pembangunan fasilitas kesehatan khusus untuk penderita Covid-19. Beredarnya wacana yang menyebutkan bahwa rumah sakit yang dibangun oleh Yayasan Artha Graha merupakan rumah sakit untuk menampung para penderita Covid-19 khususnya untuk TKA Cina tersebut merupakan berita bohong/hoaks sebab Rumah Sakit tersebut dibangun untuk masyarakat dan terbuka untuk umum. Bagi masyarakat yang mengalami gejala Covid-19 dapat memeriksakan dirinya ke Rumah Sakit tersebut.

Penggunaan kalimat ‘Fasilitas khusus untuk TKA’ dan ‘Siluman Cina’ menunjukkan bahwa wacana hoaks yang beredar tersebut menunjukkan kesan negatif dan berusaha mengajak pembaca wacana untuk ikut mencurigai bahwa pemerintah berpihak pada TKA asing dan tidak berpihak pada masyarakat pribumi. Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada responden, 80% menganggap isi wacana teks 2 adalah benar. Responden juga memberikan kesan negatif setelah membaca berita. 80% responden menganggap hoaks tersebut benar karena para responden menyatakan berita tersebut meyakinkan. Selain itu berita tersebut disertai pula dengan bukti foto sehingga 80% responden menyatakan berita tersebut benar atau asli. Adapun 20% responden yang menyatakan tidak percaya informasi tersebut menyatakan telah melihat sumber lain yang mengklarifikasi informasi hoaks tersebut.

Berikut merupakan contoh respon responden terhadap berita hoaks:

Teks	Percaya	Tidak Percaya
Screenshot 1	Berita ini su banyak beta baca di facebook. Jadi su pasti benar informasinya. Beta bingung sa kenapa duluan Ustadz dong rapid. Kenapa bukan guru atau pegawai di rumah sakit atau orang yang karja di kantor daerah dong periksa. Padahal orang-orang yang kerja di sekolah, rumah sakit, deng kantor daerah itu ketemu banyak orang setiap hari. Jadi kenapa Ustadz yang dong periksa duluan. Ini aneh. Beta seng percaya deng pemerintah.	Beta seng percaya deng berita ini. Beta su baca di web Covid-19 pemerintah kalau ini berita hoaks. Beta selalu ikuti perkembangan berita covid di facebook deng Instagram.

<p>Screenshot 2</p>	<p>Berita ini benar. Beta su lia berita ini. Pemerintah bangun rumah sakit khusus par tenaga kerja asing dari Cina. Jadi kalau tenaga kerja Cina kena corona, pemerintah su bangun rumah sakit khusus par dong. Kalau untuk masyarakat biasa sa, katong masuk rumah sakit biasa sa. Padahal fasilitas di rumah sakit yang pemerintah bangun par tenaga kerja Cina itu lebih lengkap dibandingkan rumah sakit par masyarakat biasa. Makanya pemerintah di sini akang kayak pilih kasih ka. Masa masyarakat biasa yang orang asli Indonesia pemerintah seng fasilitasi seperti tenaga kerja Cina. Apa karena katong ini orang pribumi sa, seng penting dapat pelayanan kesehatan yang bagus.</p>	<p>Berita ini akang seng benar. Beta su baca berita yang klarifikasi hoaks tentang rumah sakit khusus yang tangani tenaga kerja asing dari Cina. Rumah sakit yang dong bangun itu rumah sakit yang dibangun sama yayasan Artha Graha. Dong buat rumah sakit par masyarakat umum yang kena covid-19. Jadi bukan rumah sakit khusus par tenaga kerja asing Cina. Biar masyarakat biasa bisa pi periksa di rumah sakit itu. Dan rumah sakit itu bukan pemerintah yang bangun. Yayasan Artha Graha yang bangun akang. Jadi rumah sakit itu punya swasta bukan pemerintah. Yayasan Artha Graha bangun rumah sakit itu par bantu pemerintah sa. Pasien covid-19 tiap hari makin bertambah banyak, pemerintah juga keteteran hadapi situasi pasien yang tiba-tiba tambah banyak. Makanya bantuan dari mana pun di masa pandemi ini pemerintah sambut baik.</p>
---------------------	--	---

## Hoaks Kesehatan

### Beredar Kabar Arus Angin Bawa Penyakit dalam 3 Hari ke Depan, BMKG: Hoax

Farih Maulana Sidik - detikNews

Kamis, 09 Apr 2020 22:08 WIB

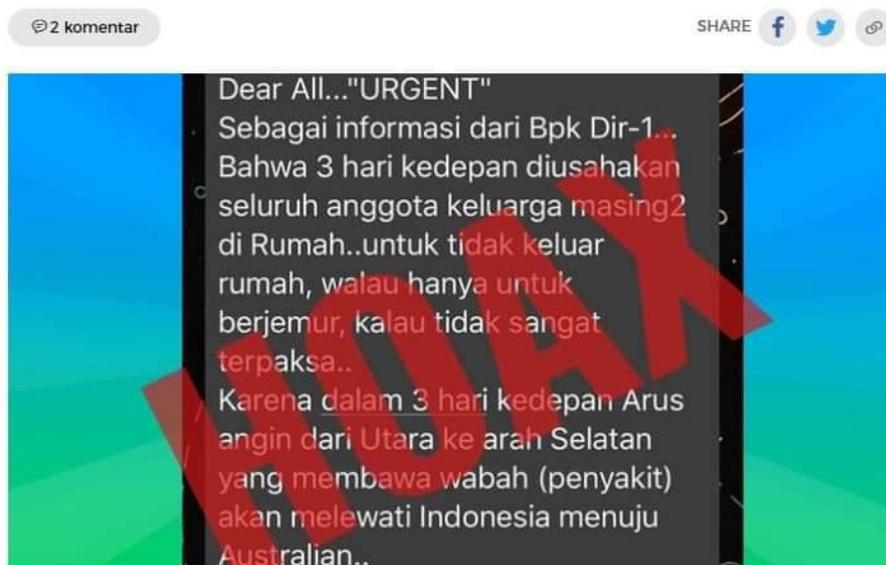


Foto: Dok. Istimewa

Gambar 3. Screenshot teks 3 (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Screenshot teks 3 di atas merupakan info yang beredar di media sosial mengenai kabar arus angin dari utara ke selatan yang membawa wabah (penyakit) covid-19. Kabar mengenai arus angin membawa penyakit tersebut diklarifikasi oleh BMKG sebagai berita hoaks. Selain itu, Satgas Covid-19 juga telah mengeluarkan konferensi pers mengenai cara penyebaran virus Covid-19 melalui *Droplet* bukan melalui udara, sehingga kabar yang menyatakan arus angin dari utara ke selatan yang melalui Indonesia merupakan berita bohong (hoaks).

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap responden, 70% responden menganggap bahwa teks 3 tentang 'Kabar Arus Angin Bawa Penyakit 3 Hari Kedepan' tersebut adalah berita benar, sedangkan 30% responden tidak mempercayai berita tersebut. 70% responden yang menyatakan percaya pada berita dan menjadi takut untuk keluar rumah. Adapun 30% yang tidak percaya dengan tersebut menyatakan telah membaca berita sanggahan dari BMKG dan Satgas Covid-19 sehingga responden tidak mempercayai berita tersebut. Alasan 70% responden yang percaya pada berita pada teks 3 tersebut benar karena berita tersebut telah tersebar di berbagai media sosial dan banyak orang yang telah membahas dan membagikan postingan pada teks 3 tersebut, sehingga 70% responden tersebut menyatakan berita pada teks 3 tersebut benar.



Gambar 4. Screenshot teks 4 (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Gambar screenshot 4 di atas merupakan informasi yang tersebar di dunia maya tentang isu mengonsumsi makanan dengan pH tertentu akan menghindarkan diri dari terkena virus Covid-19. Informasi tersebut menyebutkan bahwa mengonsumsi vitamin C dosis tinggi dapat mengobati virus Covid-19 dan dapat menghindarkan manusia terkena virus Covid-19 akibat mengonsumsi vitamin C dosis tinggi setiap hari. Isu mengonsumsi vitamin C dosis tinggi dapat menghindarkan diri dan dapat menyembuhkan virus Covid-19 tersebut merupakan berita bohong (hoaks). Seperti yang telah dikonfirmasi oleh tim [turnbackhoax.id](https://turnbackhoax.id) yang menyatakan belum ada penelitian yang pasti mengenai khasiat mengonsumsi vitamin C dosis tinggi dapat mengobati virus covid-19. Oleh karena itu, informasi yang beredar di media sosial mengenai mengonsumsi vitamin C dapat mengobati virus Covid-19 tersebut adalah berita bohong (hoaks).

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, 90% responden menganggap informasi tersebut benar, dan hanya 10% responden yang menganggap informasi tersebut tidak dapat dipercaya. 90% responden menyatakan percaya pada informasi tersebut dikarenakan telah banyak orang yang membagikan informasi tersebut di media sosial. Selain itu, 90% responden yang percaya pada informasi tersebut menyatakan mereka mempercayai vitamin C baik untuk kesehatan sehingga normal jika mengonsumsi vitamin C dapat mengobati virus

Covid-19. 90% responden yang percaya pada informasi tersebut mengaku setelah membaca informasi tersebut menjadi rajin mengkonsumsi makanan yang mengandung vitamin C dan juga mengkonsumsi vitamin C secara teratur. Selain itu, responden mengaku akibat informasi tersebut mereka menjadi lebih memperhatikan makanan yang mereka makan dan berusaha selalu mengkonsumsi makanan yang disebutkan di dalam informasi tersebut seperti jeruk, alpukat, bawang putih, dan manga. Adapun 10% responden yang menyatakan tidak percaya pada informasi tersebut mengaku telah membaca informasi sanggahan dari web pemerintah yang khusus memuat informasi tentang perkembangan Covid-19.

Adapun contoh respon responden terhadap berita hoaks adalah sebagai berikut:

Teks	Percaya	Tidak Percaya
Screenshot 3	Beta percaya. Beta barusan baca berita ini. Dong bilang kalau tiga hari kedepan ada angin bawa penyakit. Jadi katong jang keluar rumah. Katong disuruh tinggal di dalam rumah sa supaya seng kena angin yang bawa penyakit itu.	Seng mungkin ada angin yang bawa virus corona. Barang corona seng bisa tersebar lewat udara sendiri sa, dia harus lewat droplet. Jadi beta seng percaya berita ini. Lagian seng masuk akal ada angin bawa penyakit. Makanya berita ini seng benar.
Screenshot 4	Berita ini akang benar. Beta percaya karena vitamin C bagus par kesehatan. Jadi beta percaya vitamin C bisa par bunuh virus corona. Kalau katong kena corona, katong minum banyak-banyak sa vitamin C biar sembuh. Beta juga su baca komentar orang-orang yang katanya sembuh setelah dong rajin minum vitamin C. Jadi berita ini benar.	Beta su baca klarifikasi di berita kalau info vitamin C bisa par kas sembuh corona itu hoaks. Jadi beta seng percaya deng beita ini. Di berita klarifikasi juga dikas jelas kalau vitamin C par tambah daya tahan tubuh sa, bukan par kas sembuh virus Covid-19. Jadi untuk masyarakat yang belum kena covid-19, untuk supaya resiko kena covid-19 makin kecil,

		dianjurkan untuk jaga jarak deng orang lain kalau keluar rumah, jaga kesehatan deng konsumsi makan yang sehat deng vitamin, salah satunya rajin konsumsi vitamin C ini. Deng rajin olah raga di rumah biar tetap sehat.
--	--	---

### Hoaks Politik



Gambar 5. Screenshot teks 5 (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Narasi pada screenshot teks 5 di atas merupakan informasi yang beredar di media sosial. Narasi pada teks screenshot 5 tersebut merupakan respon terhadap berita yang beredar di situs berita daring mengenai tidak adanya ucapan bela sungkawa dari Presiden RI kepada tenaga medis yang wafat saat bertugas

menangani pasien Covid-19. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh tim [turnbackhoax.id](http://turnbackhoax.id), Presiden RI melalui akun twitter resminya telah mengucapkan bela sungkawa untuk para tenaga medis yang telah wafat dalam menangani pasien Covid-19. Presiden RI juga mengumumkan akan memberi penghargaan dan insentif kepada tenaga medis yang menangani pasien Covid-19. Oleh karena itu, informasi yang beredar di media sosial mengenai Presiden RI yang tidak memberi ucapan bela sungkawa kepada para tenaga medis yang wafat dalam menangani pasien Covid-19 adalah informasi palsu atau berita bohong (hoaks).

Berdasarkan hasil wawancara terhadap responden, 80% responden menganggap informasi pada screenshot teks 5 tersebut adalah benar. Para responden menyatakan tidak pernah membaca informasi atau berita yang memberitakan tentang Presiden RI yang memberi ucapan bela sungkawa kepada tenaga medis yang gugur dalam tugas. Oleh karena itu, 80% responden percaya bahwa informasi pada screenshot 5 tersebut benar. 80% responden memberi penilaian negatif terhadap sikap Presiden RI yang tidak memberi ucapan bela sungkawa terhadap tenaga medis yang gugur dalam tugas. Informasi pada teks 5 membuat para responden menganggap Presiden RI tidak menghargai usaha para petugas kesehatan yang berjuang mengatasi pandemi Covid-19 dan menilai negatif dan tidak percaya kepada Presiden RI. Adapun 20% responden yang tidak percaya pada informasi tersebut menyatakan telah membaca sumber lain yang menyanggah informasi hoaks pada teks 5 tersebut.



Gambar 6. Screenshot teks 6 (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Screenshot teks 6 di atas merupakan informasi yang beredar di media sosial mengenai adanya pernyataan Gubernur Sumatera Utara yang menyatakan untuk tetap membuka tempat ibadah di masa pandemi Covid-19. Informasi tersebut di atas beredar pada bulan Mei 2020 yang pada saat itu pembukaan tempat ibadah dilarang oleh pemerintah mengingat penyebaran virus Covid-19 se-Indonesia masih sangat

tinggi, sehingga pernyataan Gubernur Sumut tersebut menyalahi aturan. Namun berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan oleh tim turnbackhoax.id, tidak ada berita yang menyatakan Gubernur Sumut membolehkan pembukaan tempat ibadah di Provinsi Sumatera Utara selama masa pandemi Covid-19 di bulan Mei tersebut, sehingga informasi pada screenshot teks 6 di atas merupakan berita bohong (hoaks).

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, sebanyak 70% responden mempercayai informasi pada screenshot teks 6 dan menganggap benar informasi tersebut. 70% responden yang menganggap informasi pada screenshot teks 6 tersebut benar dikarenakan para responden melihat informasi tersebut telah dibagikan oleh banyak orang di media sosial sehingga informasi tersebut sudah pasti kebenarannya.

Adapun contoh respon responden terhadap berita hoaks adalah sebagai berikut:

Teks	Percaya	Tidak Percaya
Screenshot 5	Beta percaya deng berita itu. Beta seng pernah lihat berita kalau katong pung Presiden pernah bilang turut sedih untuk semua tenaga medis yang jadi korban akibat corona.	Beta su pernah lihat berita kalau katong pung Presiden bilang turut berduka cita di dia pung akun Twitter
Screenshot 6	Beta dukung Gubernur Sumut par tetap buka tempat ibada selama corona karena katong seng tau kapan Corona ini berhenti. Beta percaya kalau Gubernur Sumut pernah bilang seperti itu.	Gubernur Sumut seng pernah bilang begitu. Dia pung klarifikasi berita ada di <a href="https://www.kominfo.go.id/">https://www.kominfo.go.id/</a>

Responden yang menganggap benar informasi di atas juga menganggap wajar jika tempat ibadah tetap di buka selama pandemi Covid-19 selama para masyarakat mengikuti protokol kesehatan, maka tidak menjadi masalah jika masyarakat tetap beribadah di tempat umum. Adapun 30% responden yang menyatakan tidak percaya pada informasi tersebut mengaku telah membaca berita

sanggahan di situs berita lain, sehingga 30% responden tidak percaya pada informasi tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian di atas terlihat bahwa hoax di media sosial dapat mempengaruhi persepsi pembaca berita hoaks. Pada hoaks SARA rata-rata sebanyak 80% responden mempercayai berita hoaks. Pada hoaks kesehatan rata-rata sebanyak lebih dari 80% responden percaya pada hoaks yang beredar di media sosial tentang kesehatan. Adapun responden yang membaca hoaks politik sebanyak lebih dari 70% responden percaya tentang berita hoaks politik yang beredar di media sosial. Hoaks di media sosial tidak hanya berpengaruh kepada para remaja, namun berita hoaks di media sosial juga menimbulkan kecemasan pada lansia. Rata-rata keluarga lansia mengalami kecemasan sedang terhadap berita bohong dengan frekuensi 77 orang mengalami kecemasan sedang yaitu (48.1%) dari 160 responden (Rayani & Purqoti, 2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa hoaks di media sosial dapat mempengaruhi persepsi masyarakat dan dapat mengubah pendapat masyarakat mengenai isu yang beredar di media sosial, serta dapat menyebabkan berbagai macam dampak langsung seperti menyebabkan kecemasan. Oleh karena itu, sudah sebaiknya dilakukan pencegahan penyebaran berita hoaks di media sosial. Salah satunya dapat melalui pembelajaran literasi visual (Widiatmojo, 2020), serta menggalakkan pentingnya literasi media sebagai upaya peningkatan kemampuan masyarakat dalam mendeteksi berita hoaks khususnya di media sosial.

## **KESIMPULAN**

Selama masa pandemi Covid-19, isu hoaks yang paling banyak beredar di media sosial adalah hoaks SARA, kesehatan, dan politik. Berdasarkan hasil penelitian di atas terlihat kecenderungan bahwa hoaks SARA dan hoaks politik memberi efek afektif kepada masyarakat, khususnya bagi iGeneration di Kabupaten Buru. Adapun hoaks kesehatan cenderung memberi efek konatif. Pada hoaks SARA dan hoaks politik berita atau informasi yang beredar cenderung memiliki fungsi penafsiran dan fungsi memengaruhi, sedangkan pada hoaks kesehatan cenderung memiliki fungsi informasi.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kepada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, terkhusus kepada Kemenristek Brin yang telah mendanai penelitian ini. Peneliti juga berterima kasih kepada para responden yang telah bekerja sama dengan baik, dan terima kasih kepada LPPM Universitas Iqra Buru yang telah membantu selama proses penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., & Lukiati, K. (n.d.). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosia Rekatama Media.
- Bajelidze, T., & Dolidze, R. (2011). Analysis of using semiotic signs in tv news and process of decoding by viewers. *International Journal of Art & Science*, 4(17), 303–310.
- Bin Tahir, S. Z. (2015). Multilingual Behavior of Pesantren IMMIM Students in Indonesia. *Asian EFL Journal*, 86, 45–64.
- Bin-Tahir, S. Z. (2015). The Attitude of Santri and Ustadz Toward Multilingual Education at Pesantren. *International Journal Of Language and Linguistics*, 3(4), 210–216.  
<https://doi.org/www.sciencepublishinggroup.com/journal/paperinfo.aspx?journalid=501&doi=10.11648/j.ijll.20150304.13>
- Bin-Tahir, S. Z. (2017). Multilingual Teaching and Learning At Pesantren School in Indonesia. *Asian EFL Journal*, 98, 74–94.
- Bin-Tahir, S. Z., Hanapi, I. H. H., & Suriaman, A. (2020). Avoiding Maluku Local Languages Death Through Embedded Multilingual Learning Model. *Uniqbu Journal of Social Sciences*, 1(1), 53–60.
- Day, J. (2014). Healthy internet use in young people. *Community Practitioner*, 87(11), 45–47.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. PT Citra Aditya Bakti.
- Emzir. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers.
- Iye, R., Tenriawali, A. Y., Susiati, A., & Buton, D. (2020). Makna dan Fungsi Emosi Mahasiswa Kota Baubau dalam Ranah Demonstrasi. *Uniqbu Journal of Social Sciences*, 1(1), 25–37.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.47323/ujss.v1i1.4>
- Kartono, K. (1996). *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Mandar Maju.
- Liliweri, A. (2001). *Gatra-gatra Komunikasi Antar Budaya*. Pustaka Pelajar.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2013). *Metodologi Penelitian*. Remaja Rosdakarya.
- Nurdin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, J. (2003). *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Rayani, D., & Purqoti, D. N. S. (2020). Kecemasan Keluarga Lansia Terhadap Berita Hoax Di masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Realita*, 5(1), 906–912.
- Ribeiro, M. M., & Ortellado, P. (2018). Fake News: What it is and how to deal with it. *Int'l J. on Hum Rts*, 27, 69–81.
- Rifauddin, M. A. N. H. (2018). Waspada Cybercrime Dan Informasi Hoax Pada Media Sosial Facebook. *Khizanah Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan*,

*Informasi, Dan Kearsipan*, 6(2), 98–111.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24252/kah.v6i2a2>

Shao, C., Hui, P. M., Wang, L., Jiang, X., Flammini, A., Menczer, F., & Ciampaglia, G. L. (2018). Anatomy of an Online Misinformation Network. *PlosOne*, 13(4).

Soehartono, I. (2008). *Metode Penelitian Sosial*. PT Remaja Rosdakarya.

Suprayogo, I., & T. (2003). *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. Remaja Rosdakarya.

Widiatmojo, R. (2020). Literasi Visual Sebagai Penangkal Foto Hoax Covid-19. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 6(1), 114–127.

Zubiaga, A., Liakata, M., Procter, R., Wong Sak Hoi, G., & Tolmie, P. (2016). Analysing How People Orient To and Spread Rumours in Social Media By Looking At Conversation and Threads. *PlosOne*, 11(3).