

BAB II. HOAKS VAKSIN COVID-19 DAN PENGARUHNYA DI MASYARAKAT

II.1 Tinjauan Mengenai Berita

II.1.1 Definisi Berita

Banyaknya konflik, kejahatan, dan kerusuhan di dunia ini membuat manusia ingin mencari tahu lebih dalam apa penyebabnya, siapa yang terlibat, dan juga di mana kejadian tersebut terjadi, dan menjadikan khalayak sebagai individual yang haus akan informasi, dikarenakan banyaknya informasi yang masuk penerima informasi harus memikirkan cara yang paling efektif untuk membagikan informasi yang telah diterima ke banyak orang dan akhirnya dengan bantuan banyak tokoh dunia akhirnya penemuan media berita seperti koran, spanduk, tv, dan masih banyak lagi ditemukan.

Maka dari itu beberapa orang membuat suatu media pemberitaan yang digunakan sebagai sarana memberikan informasi yang cepat, tepat kepada individual yang haus akan informasi tersebut.

Menurut Charnley dan James M. Neal Berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, mempunyai daya tarik, bersifat baru, dan disampaikan secepatnya kepada penikmat berita. Menurut Paul De Massener bahwa berita adalah sebuah informasi yang penting dan mempunyai daya tarik yang menarik para penikmat berita (Sumadiria 2005).

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa berita adalah suatu informasi yang telah didapatkan dari peristiwa yang sudah diolah berbagai macam rupa oleh penerima informasi untuk dibagikan melalui media massa dengan menggunakan koran, spanduk, radio, tv, dan lain lain.

II.1.2 Jenis-Jenis Berita

Menurut Romli (2020) jenis-jenis berita terbagi menjadi enam jenis, yaitu :

1. Penyelidikan

Berita penyelidikan yaitu berita yang diperoleh dari berbagai sumber lalu dikembangkan selaras dengan berbagai peristiwa yang muncul.

2. Langsung

Berita langsung adalah berita yang mengumpulkan peristiwa dan ditulis secara singkat, dan apa adanya. Biasanya berita langsung ini terdiri dari dua macam yaitu, berita keras dan juga berita yang lembut. Berita keras biasanya membahas berita yang menggemparkan, sedangkan berita lembut setingkat di bawah berita yang keras dari segi aktualisasi dan kepentingan.

3. Mendalam

Berita yang mendalam biasanya diambil dari berita yang sudah lama muncul tetapi di investigasi kembali dan ternyata berita lama tersebut belum selesai kasusnya.

4. Opini

Berita opini biasanya mengambil pendapat, gagasan, dan opini dari seseorang, biasanya berita tersebut muncul di surat kabar.

5. Penjelasan

Berita penjelasan adalah berita yang menjelaskan secara rinci alur dari peristiwa dari awal sampai dengan akhir secara lengkap ditambahkan dengan beberapa argumentasi atau pendapat dari penulisnya.

6. Interpretatif

Berita interpretatif adalah berita yang dikembangkan dari komentar narasumber ataupun wartawan yang informasinya bisa mendukung atas berita yang muncul sebelumnya, sehingga menjadikan gabungan antara interpretatif dan juga fakta.

II.1.3 Nilai dari Sebuah Berita

Berita tanpa ada hal yang menarik di dalamnya sama seperti nasi tanpa lauk. Maka para jurnalis berlomba lomba dalam mencari berita yang heboh agar atensi dari penonton atau pendengar menjadi tahan lama dan tidak sementara. Kriteria mengenai nilai dari sebuah berita merupakan patokan bagi reporter. Nilai sebuah berita merupakan suatu syarat yang diperlukan agar berita tersebut menjadi menarik. Menurut Septiawan (2017) beberapa elemen yang mendukung menarik tidaknya sebuah berita tersebut adalah, sebagai berikut :

1. Keterbaruan atau *timeline*

Keterbaruan terkait dengan baru tidaknya berita yang diterbitkan, semakin cepat berita yang diberikan kepada khalayak, maka semakin menarik berita tersebut. Unsur waktu amat penting dalam berita.

2. Jarak

Jarak dalam berita adalah kedekatan peristiwa dengan para khalayak yang membaca berita tersebut yang menyangkut tentang kehidupan khalayak lainnya, seperti keluarga, rekan, atau kota. Melalui unsur ini membuat koran-koran lokal berhasil dengan pesat.

3. Akibat

Akibat dalam berita adalah berita yang dapat mengubah hidup para pembaca yang mengandung nilai sebab akibat. Contohnya seperti berita kenaikan harga bahan bakar minyak, dampak dari berita tersebut adalah naiknya biaya pangan, dan lain lain.

4. Konflik

Contoh elemen konflik biasanya dalam berita biasanya menggambarkan berita perang antar negara, demonstrasi, atau kriminal, dan kejadian lain yang mengandung konflik.

5. *Oddity*

Biasanya berita *oddity* menceritakan peristiwa yang tidak biasa seperti lahirnya bayi kembar lima, manusia kebal, tsunami yang tidak menghancurkan tempat ibadah. Biasanya berita ini merupakan hal-hal yang diminati oleh masyarakat.

6. Seks

Peristiwa seks biasanya menjadi suatu sorotan berita yang menarik di masyarakat. Tetapi seks juga kerap menjadi suatu elemen yang ditambahkan di beberapa berita, seperti berita olahraga, selebriti, dan juga kriminal. Ada pula banyak artis yang disorot berita dan dibumbui oleh elemen seks.

7. Simpatisan

Elemen ini biasanya digunakan untuk mengundang simpati dari para pembaca berita, biasanya mengandung kisah-kisah yang sedih, romantis, kebencian, kebahagiaan, dan juga humor.

8. Cuatan

Elemen ini biasanya mengambil nama yang sudah terkenal untuk di liput dan menarik para pembaca berita, biasanya digunakan seperti keseharian para artis, konflik artis, dan juga info tempat liburan yang mengundang ketertarikan para pembaca.

9. *Suspense*

Elemen ini biasanya digunakan pada saat munculnya peristiwa yang mengundang ketegangan para masyarakat, seperti menunggu pecahnya perang, contohnya saat AS menginvasi Irak.

10. *Progress*

Elemen ini biasanya digunakan untuk mengikuti perkembangan peristiwa yang diikuti oleh para masyarakat, seperti bagaimana upaya negara-negara dalam menghadapi Covid-19.

II.2 Media Sosial

Semakin cepatnya zaman berlalu maka perkembangan di dunia pun semakin terasa begitu juga dengan berita dan informasi yang diterima. Berita dan informasi yang awalnya ditemukan melalui mulut ke mulut, radio, dan juga surat kabar. Pada akhirnya hal tersebut berkembang pesat dan mengalir bersama dengan perkembangan teknologi zaman sekarang yaitu media daring. Melalui media daring khalayak dapat menemukan informasi lebih cepat dari sebelumnya, berbagai macam media daring yang khalayak punya yaitu salah satunya adalah media sosial.

Menurut Van Dijk media sosial adalah medium daring yang memungkinkan para penggunanya merepresentasikan semua hal tentang dirinya, berinteraksi, berbagi, melakukan kerja sama, dan juga menjalin komunikasi dengan pengguna lainnya, dengan tujuan membentuk ikatan sosial yang lebih jauh lagi (Nasrullah 2015).

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah suatu media baru yang digunakan oleh para penerima informasi untuk membagikan berita dengan cepat tanpa harus menunggu beberapa lama berita tersebut akan tersampaikan kepada masyarakat.

II.2.1 Jenis-Jenis Media Sosial

Selain mengetahui arti dari media sosial tersebut, media sosial juga mempunyai beberapa jenis yang harus diketahui sebelum digunakan untuk membagikan informasi kepada banyak masyarakat, jenis dari media sosial ini menggambarkan berbagai macam media sosial yang disediakan oleh komunikasi daring yang dipakai sehari-hari. Menurut Kaplan dan Haelein (Kapita 2014) bahwa jenis-jenis media sosial terbagi menjadi tujuh jenis, yaitu :

1. Proyek Kolaborasi *website*



Gambar II.1 Logo Wikipedia

Sumber: Wikipedia

Proyek kolaborasi *website* adalah suatu media sosial yang digunakan oleh berbagai macam orang untuk membagikan informasi yang setiap informasinya bisa dihilangkan, diubah, ataupun ditambahkan dari setiap orang berdasarkan dari validasi data informasi yang telah diterima.

Contoh : Wikipedia

2. Blog dan Microblog



Gambar II.2 Blog

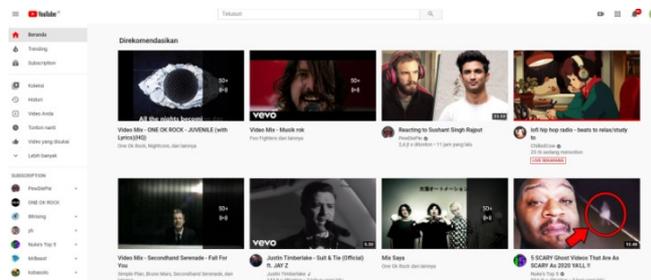
Sumber: <https://tulisanwortel.com/desain-blog/>

(Diakses pada 23/07/2020)

Jenis dari media sosial ini adalah para pembagi informasi membagikan informasi tentang diri dia sendiri, dan juga mengekspresikan isi pikirannya sendiri melalui tulisan kemudian diunggah di *website* berjenis blog ini seperti sebuah buku harian pribadi.

Contoh : Blogspot, Wordpress

3. Konten



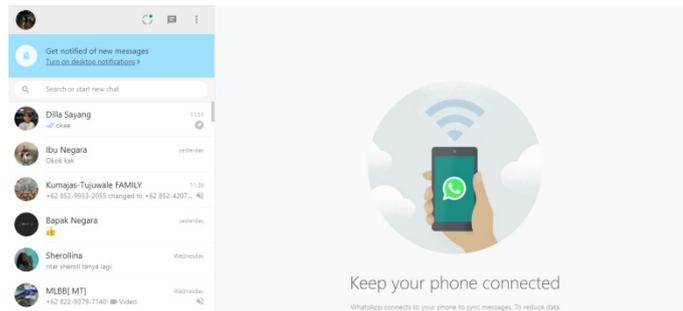
Gambar II.3 Youtube adalah sosial media jenis konten

Sumber: Youtube Pribadi

Jenis dari media sosial ini hampir sama dengan *blog* adalah pengguna dapat membagikan kesehariannya tetapi berbeda dengan tulisan para pengguna harus membagikannya dengan format yang spesifik seperti foto, video, musik, dan lain lain.

Contoh : Youtube, Instagram, Soundcloud

4. Chat



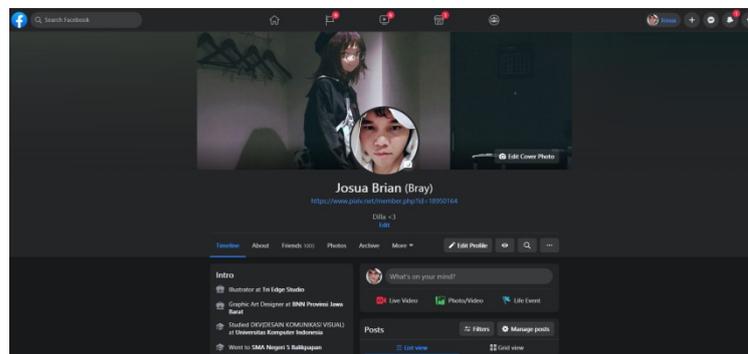
Gambar II.4 WhatsApp adalah sosial media jenis *chat*

Sumber: WhatsApp Pribadi

Jenis media sosial ini memungkinkan para pengguna dan pengguna lainnya untuk berinteraksi secara daring melalui pesan yang dikirim satu dengan yang lainnya lewat daring tanpa harus bertemu langsung.

Contoh : *E-mail*, WhatsApp, Line

5. Situs Jejaring Sosial



Gambar II.5 Facebook adalah situs jejaring sosial

Sumber: Facebook Pribadi

Jenis dari media sosial ini hampir sama dengan *chat* tetapi dengan beberapa perkembangan seperti para pengguna dapat membuat profil masing-masing dengan berbagai macam media seperti foto, video, rekaman suara, dan juga fitur post yang memungkinkan pengguna lain memberikan komentar tentang apa yang khalayak lakukan sehari-hari.

Contoh : Facebook, Twitter

6. *Virtual Game World*



Gambar II.6 Closures Online adalah salah satu dari *virtual game world*

Sumber: Screenshot Closures Online Pribadi

Semua orang suka dengan gim yang tersedia dalam salah satu komputer pribadi, dan dengan gim juga terbentuklah gim daring yang lagi tren di kalangan masyarakat, inovasi ini juga dikembangkan menjadi suatu media sosial, dikarenakan di gim daring sekarang sudah sangat banyak perkembangan yang memungkinkan para pengguna dapat berinteraksi satu dengan yang lainnya seperti dunia nyata namun dengan sentuhan fantasi.

Contoh : jenis game RPG, MMORPG, JRPG

7. *Virtual Social World*



Gambar II.7 VRChat adalah salah satu dari *virtual social world*

Sumber: [https://vrstation.id/wp-content/uploads/2021/06/vrchat-bananna-1021x580-](https://vrstation.id/wp-content/uploads/2021/06/vrchat-bananna-1021x580-1.jpeg)

1.jpeg

(Diakses pada 23/07/2020)

Jenis media sosial ini mirip dengan *virtual game world* tetapi mempunyai kelebihan tersendiri yaitu para pengguna lebih bebas melakukan apa saja

untuk berinteraksi satu dengan yang lainnya dibanding dengan *virtual game world* yang mempunyai beberapa batasan tertentu.

Contoh : VR Chat, Second Life

Dari banyaknya jenis media sosial yang ada di jaringan daring maka masyarakat dapat memutuskan mana yang lebih nyaman digunakan. Dan juga dari jenis-jenis tersebut maka media sosial memiliki popularitas yang lebih tinggi dari media yang lainnya. Karena media sosial memiliki satu fungsi yang sangat penting yaitu berbagi dengan cepat.

II.2.2 Dampak Media Sosial

Kepopuleran dari media sosial sangat mengundang perhatian masyarakat yang ingin menggunakannya terus menerus mulai dari anak kecil sampai dengan para lansia, semua menggunakan media yang berbasis daring ini. Walaupun beberapa dari media sosial mempunyai batas umur yang menjadi persyaratan untuk masuk, namun itu tidak membuat para pengguna gundah dan kebanyakan pengguna memalsukan umur mereka untuk masuk ke media sosial tersebut, kadang hal ini yang membuat media sosial juga mempunyai dampak yang buruk bagi penggunanya. Menurut Irfan (2020) media sosial mempunyai dampak positif dan negatif, yaitu :

1. Dampak Positif

- a. Media sosial memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi dengan banyak orang dari berbagai tempat termasuk juga dengan idola atau pun *public figure* yang juga menggunakan media sosial.
- b. Memperbanyak koneksi sosial antar pengguna hal ini dikarenakan lingkungan pergaulan di media sosial mempunyai sifat *infinite* atau tidak terbatas, hal ini memberikan dampak dan manfaat yang positif dari pengguna yang ingin membuat relasi, baik dari relasi pertemanan maupun relasi pekerjaan.
- c. Efektif dan juga sangat cepat dari segi waktu hal ini akan sangat menghemat waktu para pengguna sehari-hari yang harusnya mengirim surat butuh menunggu seminggu tetapi di media sosial hanya dengan satu tombol maka surat yang pengguna tulis itu akan langsung sampai ke pengguna lainnya.

- d. Media sosial juga dapat digunakan untuk mengekspresikan diri sendiri, hal ini menjadi manfaat untuk seseorang yang kesulitan mengekspresikan dirinya di publik, dengan media sosial para pengguna bebas mengekspresikan dirinya dengan menggunakan media sosial tanpa adanya tekanan apapun.
- e. Adanya penyebaran informasi yang sangat cepat dibandingkan media yang lainnya jadi masyarakat bisa lebih cepat tahu suatu informasi.
- f. Media sosial lebih hemat biaya dengan media yang lainnya, hanya dengan membutuhkan jaringan daring agar dapat diakses. Maka hanya dengan uang 10 ribu khalayak sudah bisa mengakses media sosial.

2. Dampak Negatif

- a. Seseorang jika menggunakan media sosial secara terus menerus cenderung menjadi anti sosial dalam kehidupan sehari harinya, dan mempunyai resiko mengabaikan orang-orang di sekitarnya.
- b. Interaksi secara langsung cenderung menurun sangat pesat dikarenakan pengguna media sosial mengungkapkan bahwa berinteraksi lewat media sosial lebih gampang dibandingkan dengan interaksi secara langsung, hal ini menjadikan budaya malas dan membuang waktu jika berinteraksi langsung.
- c. Media sosial yang berlebihan juga dapat mengganggu kesehatan mental seseorang, dikarenakan isi dari media sosial terutama di Indonesia sekarang menjadi terlalu bebas untuk berpendapat, bahkan sekarang hanya dengan ketikan kata-kata orang lain dapat menyakiti perasaan yang lain juga.
- d. Media sosial menyebabkan konflik yang sangat amat banyak dikarenakan siapa saja bebas mengeluarkan pendapatnya masing-masing. Kebebasan yang ada di media sosial yang tidak memberikan batas apapun sehingga jika kelebihan dapat membuat konflik yang berakhir pada pertengkaran yang tidak diperlukan.

II.3 Hoaks

II.3.1 Sejarah Hoaks

Hoax (Hoaks) Pertama muncul dari cerita *Drummer of Tedworth* tahun 1661. John Mompeson menuntut seorang drummer band gipsy yang bernama William Drury ke pengadilan dan John menang dan William Drury pun di eksekusi, setelah itu John sering mendengar suara genderang drum setiap malam di kediamannya dan dia ketakutan akan hal itu. Glanvill seorang penulis handal mendengar kabar tersebut, maka seorang penulis itu mendatangi rumah tersebut dan penulis tersebut mengakui bahwa dia mendengar suara tersebut. Akhirnya penulis itu mempunyai ide untuk membuat buku tentang apa yang dia alami itu yang diakuinya sebagai kisah nyata. Akhirnya buku yang ditulis oleh Glanvill tersebut laris manis di pasaran. Dan ketika buku ketiga sudah selesai, akhirnya Glanvill menulis pengakuan dalam buku ke tiganya itu bahwa suara yang dia dengar itu tidak ada dan tidak benar, itu hanya cerita bohong belaka yang dia manfaatkan hanya untuk membuat laris manis buku yang ditulis olehnya (Aditiawarman 2019).

II.3.2 Pengertian Hoaks

Kata *Hoax* (Hoaks) diambil dari bahasa Inggris yang mempunyai arti tipuan, berita palsu, berita bohong, menipu, atau kabar burung yang disebarkan oleh seseorang. Jadi bisa disimpulkan bahwa hoaks mempunyai arti ketidakbenaran dalam sebuah informasi. Sedangkan definisi dari hoaks adalah salah satu usaha untuk menipu pendengar dan juga pembaca agar bisa mempercayai sesuatu yang palsu (Simarmata 2019). Ciri ciri berita hoaks adalah berita yang mengakibatkan kecemasan, permusuhan kepada pembacanya. Sumber berita yang sangat tidak jelas, biasanya beritanya tidak terverifikasi oleh media, cenderung menyudutkan pihak tertentu. Berita *hoax* juga mempunyai judul dan pengantar yang cenderung provokatif dan juga menyembunyikan fakta dan data (Simarmata 2019).

II.3.3 Jenis-Jenis Berita Hoaks

Menurut Vibriza (Simarmata 2019) bahwa jenis-jenis hoaks terbagi menjadi tujuh jenis adalah, sebagai berikut :

1. *Fake News*

Berita bohong atau dalam istilah bahasa Inggrisnya *fake news* adalah berita yang memutarbalikkan berita yang asli, Berita ini bertujuan untuk memutarbalikkan berita yang asli dengan kalimat yang dibuat bermacam rupa. Penulis *fake news* biasanya menambahkan hal-hal yang bersifat asal-asalan dan yang bersifat heboh agar pembaca mempercayainya.

2. *Clickbait*

Clickbait adalah tautan yang diletakkan tergantung suasana waktu dan tempat ke dalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik para pembaca mengakses ke situs tersebut. Konten di dalam tautan ini memang benar adanya dan sesuai dengan fakta lapangan tetapi dibuat berlebih-lebihan untuk memancing para pembaca.

3. *Confirmation Bias*

Berita palsu ini cenderung mengikatkan dengan kejadian atau dengan berita heboh yang baru-baru saja naik daun agar dijadikan bukti nyata untuk membuat para pembaca percaya akan berita tersebut.

4. *Misinformation*

Berita palsu ini berisi informasi yang tidak valid sama sekali dan dengan jelas dilakukan untuk menipu para pembaca.

5. *Satire*

Berita palsu ini adalah sebuah berita yang menggunakan humor yang dibesar-besarkan yang bertujuan hanya untuk mengomentari kejadian yang sedang berlangsung.

6. *Post-Truth*

Berita palsu ini menggunakan cara untuk memancing emosi para pembaca berita agar lebih dominan mempercayai berita tersebut daripada berita valid.

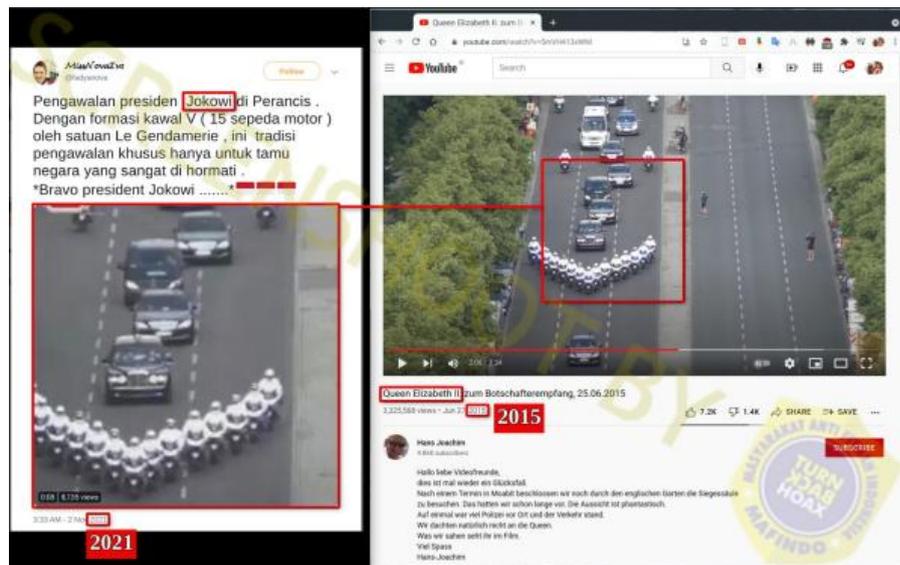
7. Propaganda

Berita Propaganda sering sekali ditemui di Indonesia. Berita ini mempunyai tujuan untuk menyebarkan fakta, informasi, argumen, bahkan dengan kebohongan juga hanya untuk mempengaruhi opini publik.

II.3.4 Ciri-Ciri Berita Hoaks

Berita hoaks memang memiliki banyak macam tetapi khalayak bisa mengidentifikasi berita hoaks tersebut dengan mengetahui ciri-cirinya, menurut mantan Anggota Dewan Pers yang kini menjabat Sekretaris Dewan Kehormatan PWI Pusat Wina Armada Sukardi mengatakan berikut ciri-ciri dari berita hoaks :

1. Berita hoaks umumnya mempunyai kesan yang sensasional. Artinya berita tersebut membuat kesan yang “Wah” agar memancing emosi seseorang, sehingga membuat pembaca percaya pada berita tersebut.



Gambar II.8 Hoaks kawalan presiden Jokowi di Perancis

Sumber: Indonesian Hoaxes Facebook Page

(Diakses pada 26/10/2021)

2. Berita hoaks juga mempunyai kesan yang provokatif. Biasanya berita ini mempunyai banyak tanda seru dan banyak sekali kata-kata seperti “Sebarkan!” atau “Jangan berhenti di anda!”. kata tersebut membuat para pembaca terpicu untuk menyebarkan berita tersebut.

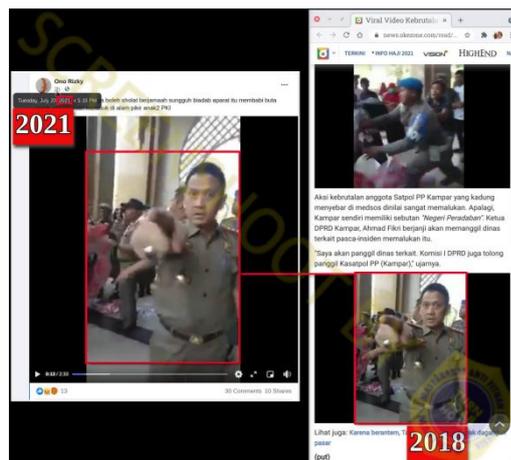


Gambar II.9 Hoaks yang mempunyai kesan provokatif

Sumber: Indonesian Hoaxes Facebook Page

(Diakses pada 26/10/2021)

3. Biasanya mengambil berita yang lama lalu didaur ulang menjadi seperti berita yang baru. Hal itu yang membuat berita hoaks menjadi berita yang tidak aktual.



Gambar II.10 Hoaks berita daur ulang

Sumber: Indonesian Hoaxes Facebook Page

(Diakses pada 26/10/2021)

4. Berita hoaks biasanya memuat sumber berita yang tidak jelas darimana datangnya, dan sumber yang tidak diketahui.



Gambar II.11 Hoaks yang mengambil sumber berita yang tidak jelas
Sumber: Indonesian Hoaxes Facebook Page
(Diakses pada 26/10/2021)

5. Berita hoaks mengandung unsur merendahkan pihak tertentu atau diskriminatif, tujuan dari itu adalah untuk menjatuhkan nama baik menggunakan kekuatan para pembaca yang dibohongi.



Gambar II.12 Hoaks yang diskriminatif dan merendahkan pihak tertentu
Sumber: Indonesian Hoaxes Facebook Page
(Diakses pada 26/10/2021)

6. Gaya tulisan berita hoaks yang sangat khas, yang diselipkan tanda yang tidak perlu, huruf kecil dan besar yang tidak beraturan.

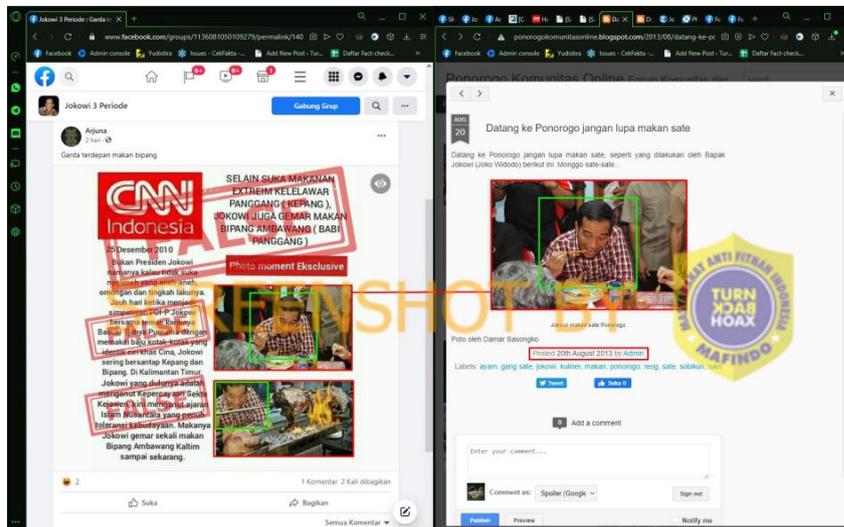


Gambar II.13 Hoaks yang menggunakan tanda yang tidak perlu

Sumber: Indonesian Hoaxes Facebook Page

(Diakses pada 26/10/2021)

7. Informasi dari berita hoaks biasanya seperti dipotong potong dan ditambahkan dengan kata-kata yang tidak diperlukan (Yudha 2020).



Gambar II.14 Hoaks yang dipotong potong dan ditambahkan dengan kata yang tidak diperlukan

Sumber: Indonesian Hoaxes Facebook Page

(Diakses pada 26/10/2021)

II.3.5 Maraknya Hoaks di Pandemi Covid-19

Dunia saat ini sedang berperang melawan Virus Covid-19, dan penyebaran hoaks yang sangat tidak terkendali tentang Virus ini menjadi salah satu topik yang sangat panas dan menjadi racun tambahan kepada khalayak guna untuk menambah kekhawatiran dan ketakutan di masyarakat. Virus Covid-19 menjadi masalah global yang memaksa masyarakat untuk berdiam di dalam rumah atau istilahnya “di rumah aja”. Kondisi seperti ini membuat suatu peristiwa muncullah rasa ingin tahu masyarakat kepada Virus Covid-19 ini. *Smartphone* juga dengan otomatis menjadi kawan dekat dalam peristiwa “di rumah aja” ini. Banyak cara mencari informasi tentang Virus Covid-19 dan di situlah peran penyebar berita palsu yang tidak bertanggung jawab ini menjalankan aksinya. Banyaknya berita palsu yang bermunculan dan mengalir lancar seperti air (Anugrawati 2020).

II.3.6 Fenomena Hoaks Vaksin Covid-19 di Masyarakat

Dengan banyaknya masyarakat yang ingin mencari tahu tentang seputar berita Covid-19 maka di situlah peran dari oknum hoaks menjalankan aksinya, banyaknya berita hoaks yang bermunculan menimbulkan kecemasan di tengah masyarakat. Menurut Simarmata (2020) Berikut salah satu berita hoaks yang disebar melalui media sosial, di antaranya :

1. Dengan berendam di air laut maka virus corona dapat disembuhkan

Berendam Air Laut Pada Siang Hari Dapat Sembuhkan Corona



Gambar II.15 Klarifikasi dari hoaks berendam di air laut

Sumber: Indonesian Hoaxes Facebook Page

(Diakses pada 02/11/2021)

Masyarakat sangat terpengaruh dengan hoaks tersebut dampaknya cukup parah dikarenakan masyarakat berbondong bondong untuk ke laut hanya untuk berendam, padahal faktanya Covid-19 itu bisa sembuh dengan sendirinya cuma mungkin bertepatan dengan beberapa masyarakat yang terpapar Covid-19 yang tinggal di laut untuk mandi atau beraktifitas lainnya terus merasa sembuh dari Covid-19 hanya dengan berendam di air laut.

2. Merokok bisa menghadang virus Covid-19 masuk ke tubuh.



Gambar II.16 Klarifikasi dari hoaks merokok bisa menghadang Covid-19

Sumber: MAFINDO Facebook Page

(Diakses pada 02/11/2021)

Adanya artikel yang menyebutkan bahwa dengan merokok dapat menghadang virus Covid-19 masuk kedalam tubuh, virus Covid-19 akan terhalang saat masuk paru-paru dikarenakan adanya nikotin yang menempel di dalam paru-paru tersebut, padahal faktanya menurut praktisi kesehatan menyebutkan dengan merokok justru lebih meningkatkan resiko terjangkit Covid-19 dan mempunyai dampak yang lebih parah.

3. Sperma yang dihasilkan oleh khalayak yang sudah di vaksin tidak sehat adanya



Gambar II.17 Klarifikasi dari hoaks sperma vaksin tidak sehat

Sumber: MAFINDO Facebook Page

(Diakses pada 02/11/2021)

Beredarnya sebuah video yang viral dengan narasi yang menyebutkan bahwa sperma yang dihasilkan oleh khalayak yang sudah di vaksin tidak sehat adanya dibanding dengan yang belum di vaksin, faktanya vaksin dari Covid-19 tidak merusak atau mempengaruhi kualitas sperma dikarenakan sudah adanya penelitian terlebih dahulu dari manfaat dan efek samping dari vaksin Covid-19 sebelum di sebarluaskan ke masyarakat dunia.

II.3.7 Dampak dari Berita Hoaks di Pandemi Covid-19

Dengan penyebaran hoaks yang cepat pada saat pandemi Covid-19 ini membuat hoaks memiliki dampak yang kuat terhadap kejiwaan masyarakat, membuat masyarakat merasa mereka sangat mengetahui tentang berita yang sudah menyebar luas itu dan juga membuat masyarakat merasa takut akan adanya berita yang ada. Masyarakat juga tidak menyadari dari banyaknya berita yang mereka santap setiap harinya salah satunya mempunyai unsur hoaks di dalamnya kejadian ini menyebabkan masyarakat menjadi terlalu percaya diri akan berita yang mereka konsumsi, kejadian ini dalam psikologi disebut *dunning-kruger effect*, yang artinya seseorang merasa pengalaman dan juga keahliannya lebih dari pada orang yang lainnya.

Kejadian/penyakit ini bisa disebabkan oleh ketidakmampuannya dalam mengetahui segala kekurangan diri sendiri. dari sini khalayak mengetahui kenapa masyarakat menjadi sangat percaya diri dalam menyerap informasi dengan tidak menelaah terlebih dahulu dengan mencari sumber yang lebih dipercaya. apabila argumen mereka diragukan di mata publik maka mereka otomatis melakukan pembelaan diri sendiri dengan alibi kabar hoaks yang lebih berdampak lainnya (Aditiawarman 2019).

Akibat dari hoaks yang hampir tidak diperhatikan oleh masyarakat adalah merugikan hidup sang korban yang terkena hoaks tersebut, korban dari hoaks cenderung kehilangan pandangan publik terhadap dirinya, selain itu korban hoaks juga kehilangan materi yang bahkan bisa mengancam nyawa sang korban hoaks. selain itu, hoaks juga mempunyai dampak buruk kepada masyarakat dikarenakan dapat menimbulkan kebingungan, rasa *insecure* atau tidak aman, bahkan bisa menyebabkan kekerasan antar suku, ras, dan juga agama.

II.3.8 Upaya Pemerintahan dalam Menghadapi hoaks Covid-19

Selain dengan berupaya untuk mencegah penyebaran Covid-19 seperti membuat program pakai masker dan juga program “di rumah aja”, pemerintah juga berupaya untuk membasmi hoaks Covid-19 yang tersebar di masyarakat dengan adanya program intervensi, advokasi, dan juga penyuluhan.

Program tersebut dibuat bertujuan untuk mengedukasikan masyarakat agar lebih mengetahui lagi fakta tentang Covid-19 mulai dari penularannya sampai dengan pencegahannya, program tersebut dilakukan dengan menggunakan tokoh atau sosok yang terkenal di mata masyarakat untuk memberikan efek perhatian yang lebih kepada edukasi anti hoaks tersebut, adapun program pemerintah yang dibuat dikhususkan untuk mencegah dan mematahkan hoaks tersebut dengan membuat badan dan juga organisasi yang bergerak di bawah pengawasan pemerintahan bertujuan untuk mencegah dan juga mematahkan tersebarnya hoaks yang ada di media sosial (Djul 2021).

II.3.9 Badan atau Organisasi yang Menangani hoaks Covid-19

Selain menciptakan program edukasi untuk masyarakat demi menangani hoaks Covid-19, pemerintah juga membuat program yang dikhususkan untuk mencegah dan mematahkan tersebarnya berita hoaks dari oknum penyebar hoaks yang tidak bertanggung jawab dibawah pengawasan KOMINFO (Kementerian Komunikasi dan Informatika) dan juga KEMENKES (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia) salah satunya adalah MAFINDO (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia).



Gambar II.18 Logo MAFINDO

Sumber: <https://www.mafindo.or.id/tentang-kami/logo-media/>

(Diakses pada 18/11/2021)

MAFINDO (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia) adalah suatu gerakan yang telah dipercaya oleh pemerintahan Indonesia untuk mencegah dan menghentikan penyebaran hoaks di masyarakat Indonesia. Berawal dari tahun 2015 di *platform* media sosial Facebook dengan nama pertama FAFHH (Forum Anti Fitnah, Hasut, dan Hoaks) dibuat oleh Harry Sufehmi yang bertujuan sebagai tanggapan terhadap munculnya hasutan, fitnah, ujaran kebencian, dan juga hoaks di media sosial.

Sebagai tanda terima kasih dan juga apresiasi dari pemerintah maka pada tanggal 1 Desember 2016 MAFINDO diresmikan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Dr. Freddy Harris, SH, LL.M, ACCS. Yang beranggotakan Harry Sufehmi sebagai ketua bersama dengan rekan rekannya Aribowo Sasmito, Catharina Widyasrini, Eko Juniarto, Faisal Aditya, Judith Lubis, dan juga Septiaji Eko Nugroho sebagai pengurus.

Selama 5 tahun sejak diresmikan, MAFINDO telah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sebagai organisasi berbasis komunitas, relawan yang bergabung dengan MAFINDO semakin meningkat dan juga tersebar di lebih dari 20 kota di seluruh Indonesia.

II.3.9.1 Program Penanganan MAFINDO di Pandemi Covid-19

Di pandemi Covid-19 MAFINDO mempunyai peran yang besar dalam pencegahan hoaks yang bermunculan di media sosial, dibawah pengawasan KOMINFO (Kementerian Komunikasi dan Informatika) dan KEMENKES (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia) MAFINDO diberikan fasilitas dalam situs www.covid19.go.id untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang hoaks Covid-19 yang disebut dengan halaman *Hoax Buster* (MAFINDO 2021).

Program yang lain yang dilakukan MAFINDO adalah program periksa fakta, program ini dilakukan untuk selalu memberikan fakta yang jelas dari hoaks yang telah didapatkan dan dimasukkan ke dalam situs www.turnbackhoax.id. MAFINDO juga membuat suatu aplikasi untuk ponsel bernama HBT - Hoax Buster Tools yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat untuk cek berita yang diterima.



Gambar II.19 Aplikasi HBT - Hoax Buster Tools

Sumber: Play Store

(Diakses pada 07/1/2022)

II.3.10 Sanksi dan Undang-Undang tentang Hoaks Covid-19

Selain dengan membentuk MAFINDO, pemerintah Indonesia melalui KOMINFO juga memberikan sanksi tegas kepada pelaku yang memproduksi dan juga menyebarkan hoaks terkait Covid-19 dan juga hoaks yang lainnya dengan memberikan denda hingga 1 miliar. Pelaku dan juga penyebar hoaks termasuk dalam tindakan melanggar hukum menurut UU ITE Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik yang pada pasal 45A ayat (1) UU ITE disebutkan “setiap orang yang sengaja membuat, menyebarkan berita hoaks dan menyesatkan yang menyebabkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik akan dikenakan pidana penjara paling lama enam tahun atau dikenakan denda maksimal Rp 1 miliar” (Wibowo 2020).

II.4 Kondisi Masyarakat

II.4.1 Data Kasus Hoaks yang Terjadi di Media Sosial Indonesia

Menurut Jhonny melaporkan dari awalnya Virus Covid-19 berlangsung hingga tanggal 8 April 2020 berita hoaks yang mengutip soal Virus Covid-19 ini sudah mencapai hingga di angka 1.125 hoaks, dimana hoaks tersebut terbagi bagi di beberapa media sosial seperti Facebook sebanyak 785 hoaks, Instagram sebanyak 10 hoaks, Twitter sebanyak 324, dan bahkan platform seperti Youtube juga sudah tercemar berita hoaks Covid-19 sebanyak 6 hoaks, dan juga sudah ditemukan kurang lebih 77 tersangka penyebar hoaks tersebut (Utama dan Bestari 2020).

II.4.2 Wawancara Bersama Ahli

Untuk mengetahui bagaimana fenomena Covid-19 yang terjadi di masyarakat Indonesia dan mengetahui kebenaran info dari Covid-19 beserta pembahasan hoaksnya yang berdedar di masyarakat, maka dilakukan wawancara bersama ahli. Metode ini digunakan bertujuan untuk menggali informasi lebih dalam lagi mengenai fenomena Covid-19 ini dan juga hoaks di dalamnya untuk dibahas lebih mendalam lagi berdasarkan dengan pengetahuan dan pengalaman dari ahli, wawancara dilakukan secara online via Google Meet untuk mencegah adanya penularan dari Covid-19.

Wawancara bersama ahli dilakukan bertujuan untuk mendapatkan data terkait permasalahan, penanganan, dan juga solusi khususnya di Indonesia, wawancara dilakukan pada tanggal 10 November 2021 bersama Dr. Djul Kurniadia Palar selaku dokter umum yang pernah berkiprah di bagian struktural dan fungsional Dinas Kesehatan Kabupaten Barito Selatan.



Gambar II.20 Wawancara dengan Dr. Djul Kurniadia Palar
Sumber: Data pribadi

Menurut Djul, Covid-19 adalah salah satu virus yang mempunyai mutasi yang kuat, asal muasal Covid-19 itu berawal dari virus SARS yang pernah terjadi dan bermutasi akhirnya menjadi Covid-19, dan penyebaran Covid-19 ini penyebarannya sangat cepat dan luar biasa tidak terkecuali Indonesia juga terpapar Covid-19 ini, kasus pertama di Indonesia terjadi pada bulan Maret 2020, dan terus berlanjut sampai hari ini sampai adanya varian mutasi baru seperti varian delta, maka dari itu status Covid-19 ini menjadi status Pandemi dikarenakan kejadiannya secara keseluruhan (global) termasuk Indonesia semua terkena penyebaran virus Covid-19 ini yang sangat cepat ini.

Oleh karena itu menurut Djul virus Covid-19 ini menjadi sebuah tantangan kepada masyarakat di Indonesia yang selalu menganggap remeh dan selalu menganggap virus ini tidak ada, dikarenakan kejadian Covid-19 ini sudah mendunia ke negara besar dan kecil tidak terkecuali Indonesia juga pasti terkena penyebarannya, jadi masyarakat harus sadar dan membantah tentang hoaks yang selalu menyatakan bahwa Covid-19 itu tidak ada.

Untuk penularannya juga bukan seperti yang masyarakat kira yang berasal dari sup kelelawar yang dahulu sempat menjadi topik panas asal muasal dari virus ini, dipercaya virus ini bermula dari suatu penelitian yang akhirnya menular, dikarenakan instrumen yang dipakai untuk penelitian menggunakan hewan, dan penularan bisa terjadi saat melakukan penelitian tersebut, tetapi di Indonesia belum ditemukannya kejadian penularan melalui konsumsi makanan, dan juga berita tentang sup kelelawar juga belum benar adanya.

Untuk gejalanya masyarakat mempunyai banyak spekulasi tentang gejala Covid-19 ini ada yang menginformasikan bahwa gejala Covid-19 ini sangat parah sampai bisa di kondisi pingsan di tempat dan bahkan menjadi lumpuh, dan ada juga yang menginformasikan bahwa gejala Covid-19 ini tidak berbahaya. Tetapi selama ini kebenarannya ternyata tidak seperti itu, gejala Covid-19 ini menyerupai gejala influenza tetapi perbedaannya yang paling nyata itu biasanya adanya anosmia.

Gejala Anosmia adalah kondisi dimana seseorang tidak dapat menghirup, mengecap dan juga merasakan makanan atau bahan konsumsi, tetapi gejala Anosmia yang terjadi di Covid-19 ini adalah gejala Anosmia yang tidak biasa. Anosmia yang tidak biasa ini terjadi dengan waktu yang lama dan tiba-tiba hilang.

Gejala Covid-19 ini bisa dibilang cukup beragam oleh karena itu penanganannya dibagi menjadi 3 (tiga), yaitu individu tanpa gejala, individu ada gejala, dan juga individu yang mempunyai penyakit bawaan. Berat tidaknya suatu penyakit Covid-19 ini tergantung dari individu itu sendiri, gejala seperti pingsan dan lemas itu biasanya terjadi kepada individu yang mempunyai penyakit bawaan yang tidak ditangani secara serius, jadi gejala yang menyatakan langsung pingsan dan lemas tidak benar adanya dikarenakan adanya tahapan-tahapan yang dilewati dulu sebelum masuk ke fase tersebut itu juga terjadi jikalau tidak ditangani secara serius.

Dibalik penyembuhan Covid-19 munculnya teori-teori aneh yang bisa “mempercepat” penyembuhan Covid-19 ini, seperti teori minum susu Bear Brand, teori mencuci hidung dengan garam, teori makan pisang yang banyak, teori

makan buah kurma, dan masih banyak lagi. Tetapi semua teori tersebut bisa dibilang palsu, dikarenakan individu yang terkena gejala Covid-19 ini hanya perlu waktu 10 hari sudah bisa dinyatakan sembuh, karena Covid-19 ini mempunyai sifat *self limiting disease*, artinya Covid-19 ini adalah salah satu dari penyakit yang bisa sembuh secara mandiri, tetapi beda dengan individu dengan mempunyai penyakit bawaan harus ditangani oleh petugas kesehatan, jadi penyembuhan Covid-19 ini bisa sembuh hanya dengan makan dan juga istirahat teratur.

Vaksin Covid-19 ini juga menjadi topik panas dari lika liku virus Covid-19 ini dikarenakan banyak munculnya pro dan kontra tentang vaksin ini, ada yang berpendapat bahwa vaksin sangat berpengaruh ke virus Covid-19 ini ada juga yang berpendapat bahwa vaksin ini hanyalah salah satu instrumen penjualan yang tidak ada pengaruhnya sama sekali dengan virus Covid-19 ini. Tetapi tim petugas kesehatan telah menetapkan dan memberi fakta bahwa vaksin sangat berpengaruh terhadap virus Covid-19 ini, tujuan utama dari vaksin ini adalah mencegah penularan Covid-19 dan juga dapat menurunkan derajat keparahan suatu penyakit, jadi khalayak bisa membedakan tingkat keparahan Covid-19 dari individu yang sudah divaksin dan juga yang belum divaksin.

Adapun strategi yang sudah diterapkan pemerintah melalui Kementerian Kesehatan dan seluruh masyarakat melalui protokol kesehatan yang disebut 5M 3T plus vaksinasi, dan upaya lainnya yang pemerintah lakukan seperti PPKM yang melibatkan hampir semua sektor guna menangani dan mencegah Covid-19 ini, untuk buktinya sudah bisa masyarakat rasakan dari sekarang angka positif sudah tidak meroket, angka negatif sudah banyak sekali, dan juga angka meninggal bisa dihentikan, jadi dari program yang sudah berjalan tersebut masyarakat harusnya sudah merasakan dampaknya sekarang, dan harusnya masyarakat sudah sadar bahwa program vaksin, PPMM, dan program 5M 3T ini berjalan dengan lancar dan mempunyai hasil yang baik.

Dengan adanya pandemi Covid-19 ini masyarakat akhirnya bisa belajar dan juga mempunyai perspektif baru dalam menjalani kehidupan sehari-hari dan otomatis masyarakat membawa sifat yang baru seperti memakai masker, lebih bersih dan higienis, dan lebih perhatian kepada kesehatan individu, jadi bisa dikatakan

khalayak mempunyai ilmu dan juga referensi yang baru jika nantinya akan bertemu lagi dengan virus yang mungkin lebih parah dan tidak kaget lagi seperti disaat khalayak dikenalkan dengan Covid-19 ini.

Untuk memberi edukasi yang lebih lagi kepada masyarakat yang masih belum percaya atau belum mengerti mengenai seputar Covid-19, jajaran kesehatan dalam hal ini Kementrian Kesehatan dengan adanya pandemi Covid-19 ini sudah dibekali dengan adanya komunikasi resiko yang bertujuan untuk mengatasi krisis kesehatan, oleh karena itu perlu adanya pendekatan-pendekatan melalui komunikasi publik itu sangat diperlukan, dan ada banyak hal yang harus dilakukan agar masyarakat tetap patuh terhadap protokol kesehatan.

Strategi yang dilakukan terkait bagaimana Kementrian Kesehatan meminta masyarakat agar supaya menaati protokol kesehatan adalah dengan melakukan Intervensi, advokasi, dan juga penyuluhan. Cara ini dilakukan bukan hanya untuk mencegah Covid-19 saja tetapi juga untuk mencegah penyakit lain yang akan datang di lain hari, jadi promosi kesehatan itu perlu dilakukan terus menerus, itu adalah upaya yang dilakukan Kementrian Kesehatan agar terus mengingatkan kepada masyarakat bahwa PHDS (Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat) itu sangat diperlukan.

Untuk mencegah adanya hoaks yang muncul di pandemi Covid-19 ini dilakukan juga yang namanya intervensi, advokasi, dan juga penyuluhan. Metode pertama untuk mengantisipasi berita hoaks tersebut yaitu intervensi kepada pelaku hoaks tersebut dengan cara mencari tahu apa tujuannya, dan menanyakan secara langsung kepada pelaku hoaks tersebut dan langsung diselesaikan dengan memberi fakta yang benar adanya agar hoaks tersebut tidak mengakar lagi.

Metode kedua untuk mengantisipasi berita hoaks tersebut yaitu dengan advokasi kepada tokoh-tokoh atau kepada individual yang berpengaruh kepada masyarakat (Influencer, Tokoh masyarakat, dan juga tokoh yang dikenal banyak oleh masyarakat) dan juga berkerja sama dengan petugas kesehatan untuk memberi tahu dan juga menginformasikan kepada masyarakat seputar Covid-19 dan menyatakan bahwa berita hoaks ini tidak benar adanya.

Metode ketiga untuk mengantisipasi berita hoaks tersebut yaitu dengan melakukan penyuluhan dalam hal ini dilakukannya konferensi pers ke masyarakat yang bertujuan untuk mengedukasi dan juga memberikan info seputar Covid-19 yang benar adanya dan memberikan contoh berita yang tidak benar itu seperti apa bentuknya agar masyarakat tahu dan mengerti apa itu Covid-19 mulai dari gejalanya, penyembuhannya, sampai dengan vaksinnnya.

Dengan adanya strategi-strategi ini kiranya hoaks Covid-19 ini bisa terbantahkan dan juga bisa membangkitkan sifat kritis kepada masyarakat agar tidak langsung mempercayai berita yang bersebar, dan harus memperbiasakan agar mencari dulu kebenarannya sebelum menyimpulkan. Dengan begitu khalayak bisa mengatasi masalah hoaks Covid-19 ini, karena hoaks ini termasuk salah satu bagian yang muncul dari adanya virus Covid-19 ini.

II.5 Analisis

Setelah data-data yang telah diperoleh dari banyaknya sumber maka analisis terhadap hoaks Covid-19 ini dapat dilakukan, adapun metode analisis yang digunakan diambil dari metode Rudyard Kipling yaitu analisis 5W + 1H. dengan Menggunakan metode ini penulis memperoleh data analisis yang detail dan juga terperinci, berikut analisis yang didapat antara lain :

1. What

Apa itu hoaks?

Hoaks adalah kumpulan informasi yang tidak benar, dan bohong yang dibuat seolah benar adanya oleh individual yang tidak bertanggung jawab yang bertujuan untuk menipu masyarakat dan memunculkan permusuhan di antara individual (pro dan kontra).

2. Why

Mengapa hoaks bisa terjadi di pandemi Covid-19 ini?

Dikarenakan pandemi Covid-19 ini memaksa masyarakat untuk selalu di rumah maka waktu untuk mengakses ponsel lebih tinggi dari sebelumnya, dan juga minat mengikuti info soal Covid-19 ini menaik pesat hal ini menjadi kesempatan yang ampuh bagi si penyebar hoaks ini, dengan topik yang panas

seperti Covid-19 ini pastinya muncul juga banyak berita bohong soal virus tersebut guna untuk menambah kekhawatiran dan ketakutan di masyarakat yang sangat tidak terkendali tentang Virus ini menjadi salah satu topik yang sangat panas dan menjadi racun tambahan kepada khalayak guna untuk menambah kekhawatiran dan ketakutan di masyarakat.

3. *When*

Kapan masalah hoaks terjadi?

Masalah hoaks ini sudah lama terjadi di masyarakat, contohnya disaat pemilu yang lalu banyak munculnya hoaks jadi bisa disimpulkan keberadaan hoaks ini sudah lama adanya tetapi peristiwa hoaks ini mulai meroket kembali disaat pandemi Covid-19 terjadi, dari data yang didapat kejadian hoaks ini bisa saja meroket jika ada pemicu seperti peristiwa yang melibatkan banyak individual, dalam hal ini disebut masyarakat.

4. *Where*

Dimana permasalahan hoaks terjadi?

Dengan adanya kemajuan teknologi yang pesat, akses untuk mencari literasi pun semakin luas, dulu mungkin khalayak hanya bisa membuka buku, koran, dan majalah tetapi sekarang sudah ada jaringan daring, dengan adanya jaringan daring khalayak bisa mengakses dimana saja dan kapan saja suatu peristiwa yang terjadi di dunia dan bahkan bisa lebih luas lagi, dikarenakan media daring itu bebas hukumnya disitulah muncul oknum yang membuat hoaks tersebut, melalui media daring khususnya media sosial seperti Facebook, Twitter, Whatsapp, dan lain sebagainya.

5. *Who*

Siapa saja yang terlibat akan masalah ini?

Berdasarkan kuisisioner yang diambil, maka diambil kesimpulan bahwa masyarakat luas sangat terlibat akan masalah ini karena mencakup akan, oknum pembuat hoaks tersebut, dan juga korban dari hoaks tersebut.

6. *How*

Bagaimana penanganan terhadap kasus hoaks yang terjadi saat Covid-19?

Banyaknya metode yang telah dilakukan oleh para pejuang masyarakat dalam hal ini Kementerian Kesehatan telah melakukan banyak program seperti

program PHDS (Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat) yang terus menerus dan juga melakukan program intervensi, advokasi dan juga penyuluhan kepada pelaku hoaks dan juga korban hoaks dari Covid-19 ini.

II.6 Resume

Hoaks merupakan kumpulan informasi tidak benar yang dibuat semacam rupa untuk menutupi informasi yang sebenarnya, dengan kata lain hoaks mempunyai arti sebagai suatu upaya untuk memutarbalikkan fakta dengan menggunakan informasi yang tidak pasti kebenarannya.

Biasanya individual yang membuat cerita hoaks itu mempunyai tujuan untuk membuat kecemasan dan juga kepanikan para masyarakat yang membaca berita atau cerita tersebut. Fenomena hoaks ini sering ditemui di beberapa isu masyarakat yang lagi maraknya, seperti isu ekonomi, pemerintahan, pendidikan, agama, kesehatan, dan juga dari faktor yang kecil yaitu faktor keluarga dan lingkungan sekitar.

Seperti yang telah diketahui hoaks mempunyai dampak yang serius bagi individual maupun bagi masyarakat, salah satu dampak serius yang dialami masyarakat seperti adanya perasaan takut akan berita yang ada dan munculnya perasaan panik, dan perasaan bingung. Untuk pelaku hoaks itu sendiri mempunyai sifat yang terlalu percaya diri akan berita yang mereka konsumsi, kejadian ini dalam psikologi disebut *Dunning-Kruger effect*, yang artinya seseorang merasa pengalaman dan juga keahliannya lebih dari pada orang yang lainnya.

Kejadian/penyakit ini bisa disebabkan oleh ketidakmampuannya dalam mengetahui segala kekurangan diri sendiri, dan juga kebanyakan korban hoaks yang mempercayai berita hoaks cenderung kehilangan pandangan publik terhadap dirinya, selain itu korban hoaks juga kehilangan materi yang bahkan bisa mengancam nyawa sang korban hoaks. Di pandemi Covid-19 ini muncullah masa dimana masyarakat harus menjaga jarak satu sama dengan yang lain dengan melakukan program pemerintahan yang disebut dengan “di rumah aja” dengan program ini masyarakat dihimbau untuk menetap di dalam rumah masing masing dan mengurangi kontak sosial satu dengan yang lain, hal ini mempunyai

dampak interaksi sosial yang terjadi di masyarakat menjadi interaksi daring otomatis waktu pemakaian *smartphone* menjadi lebih sering dan juga masyarakat selalu mengikuti berita tentang Covid-19 ini.

Hal ini menjadi celah yang besar bagi para oknum penyebar hoaks untuk menjalankan aksinya, banyaknya berita tentang Covid-19 yang menjadi sasaran empuk untuk diputarbalikkan faktanya oleh para oknum pembuat hoaks, hal ini membuat masyarakat panik dan juga mempunyai sifat takut yang berlebihan terhadap Covid-19 ini.

Dalam mengatasi hal seperti ini, Kementerian Kesehatan tidak lelah untuk selalu memberikan edukasi dan solusi kepada masyarakat agar untuk tidak jatuh ke dalam jebakan hoaks tersebut, banyak program yang dilakukan untuk mengedukasi masyarakat tentang virus Covid-19 ini, tindakan seperti 5M 3T plus vaksinasi, PHDS (Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat) kepada masyarakat guna untuk membuat masyarakat tidak langsung percaya dengan berita hoaks tersebut, dan juga kepada pelaku hoaks dilakukan juga tindakan intervensi, advokasi, dan juga penyuluhan.

Oleh karena itu masyarakat dibutuhkan untuk dapat menaikkan minat perhatian dan juga kepedulian mereka terhadap fenomena hoaks yang terjadi ini. Kemudian untuk dapat mengedukasi dan memberi tahu kepada korban hoaks tersebut agar bisa mengerti ciri-ciri berita hoaks itu dan juga dapat memberikan solusi dalam bagaimana menghadapi peristiwa hoaks yang dialami saat ini.

II.7 Solusi Perancangan

II.7.1 Desain

Desain berasal dari bahasa Inggris “*design*” yang mempunyai arti “rancang” atau “merancang” dan juga melalui kajian etimologi, *design* mempunyai asal usul dari bahasa Latin yaitu “*designare*” yang mempunyai arti menunjuk, membentuk, menandai, dan juga membuat. Dalam kamus Oxford pengertian desain adalah rencana atau gambar yang mempunyai fungsi untuk memperlihatkan tampilan atau gambaran dari pakaian, bangunan, atau objek lainnya sebelum benar-benar dibuat. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa desain perancangan dan juga perencanaan untuk membuat suatu objek (benda), baik dari segi tampilan maupun fungsinya (Sachari 2001).

II.7.2 Kampanye

Menurut Roger dan Storey kampanye adalah suatu tindakan perencanaan komunikasi yang bertujuan untuk menimbulkan efek tertentu kepada sebagian besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan dalam kurun waktu tertentu (Pangestu 2019).

Menurut Charles U. Larson kampanye terbagi dalam tiga kategori, kampanye produk, kampanye pencalonan kandidat, dan juga kampanye misi sosial. Kampanye produk mempunyai sifat orientasi komersial, contohnya diluncurkannya promosi untuk produk yang baru maka dibuatnya kampanye untuk membangun citra positif dari produk yang dipromosikan tersebut kepada publik. Kampanye pencalonan kandidat merupakan kampanye yang mempunyai sifat politik, seperti contohnya kampanye pemilihan presiden atau pemilu dan juga pilkada. Sedangkan kampanye ideologi atau misi sosial adalah kampanye yang mempunyai sifat spiritualisme atau keagamaan dan juga perubahan sosial. Ketiga jenis kampanye ini berkaitan dengan desain komunikasi visual (Pangestu 2019).

Dari pembahasan masalah yang telah dilakukan, Kampanye misi sosial dapat menjadi solusi yang tepat guna untuk mempersuasi masyarakat tentang hoaks vaksin Covid-19. Media utama yang digunakan dalam kampanye anti hoaks

vaksin Covid-19 ini adalah media sosial yang berupa video kampanye dengan media pendukung berupa infografis, poster, dan juga *merchandise* lainnya. Hal yang dipilih diharapkan berguna untuk dapat meminimalkan dampak dari hoaks vaksin Covid-19 dan juga dapat meminimalkan keresahan masyarakat akan berita hoaks vaksin Covid-19 yang beredar di media sosial. Oleh karena itu, masyarakat dibutuhkan untuk dapat meningkatkan kesadaran dan juga dapat meningkatkan pengetahuan tentang bagaimana cara mengidentifikasi, menghindari, mengurangi dampak penyebaran hoaks vaksin Covid-19 di kalangan masyarakat luas.

Hal-hal yang diharapkan pada perancangan kampanye di media sosial yaitu sebagai berikut :

- Dapat memberikan persuasi kepada masyarakat untuk mau mengetahui apa itu hoaks dan ciri-ciri berita hoaks tentang Covid-19 serta meningkatkan tingkat kepekaan masyarakat terhadap berita hoaks khususnya hoaks Covid-19 dengan menggunakan tampilan video ilustrasi yang menarik.
- Memberikan seputar fakta Covid-19 hingga rangkaian pencegahan yang dapat dilakukan sebagai perlawanan terhadap hoaks Covid-19 maupun penanggulangan terhadap masalah masyarakat yang disebabkan oleh hoaks Covid-19.
- Memberikan ajakan dan juga persuasi kepada masyarakat untuk membudidayakan atau memperbiasakan budaya cek kebenaran suatu berita yang didapat.