

Narasi Anti Hoaks Tentang Covid-19 di Media Sosial (Studi Kasus pada Akun Instagram @tempo.cekfakta)
Anti Hoax Narrative About Covid-19 on Social Media (Case Study on Instagram Account @tempo.cekfakta)

Fauziah Muslimah¹

Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta¹

email: fauziah.muslimah@uinjkt.ac.id

Abstrak

Penyebaran hoaks dan misinformasi di media sosial bersamaan dengan sebaran virus Covid-19 di Indonesia, bahkan dunia. Tak jarang, hoaks yang dipercaya masyarakat menimbulkan permasalahan baru, selain dari sektor kesehatan dan ekonomi yang terdampak pandemi yang merugikan masyarakat. Karena itu, peran Bersama berbagai pihak perlu dilakukan untuk mengedukasi masyarakat dan menyaring informasi yang belum jelas kebenarannya. Salah satunya dilakukan oleh akun intagram @tempo.cekfakta sebagai bagian dari media massa Tempo.co. Penelitian ini membahas tentang pemanfaatan akun Instagram sebagai media sosia untuk menyebarkan kampanye anti hoaks, khususnya terkait penyebaran Virus Covid-19. Dengan metode studi kasus dan pendekatan kualitatif, penelitian ini melakukan dokumentasi foto dan teks tulisan dari postingan yang dikelola tim pemeriksa fakta Tempo. Hasil penelitian ini adalah Akun Instagram @tempo.cekfakta menjadi angin segar bagi aksi anti hoaks di media sosial. Tempo.co sebagai salah satu media massa nasional menjalankan perannya tidak hanya sebagai penyampai informasi, tapi juga untuk mengedukasi masyarakat dengan hadir di media social Intagram untuk menyaring informasi, baik itu video atau foto yang tidak jelas kebenarannya. Melalui konten “fakta atau Hoaks” dan kampanye via hastag/tanda pagar, tim pemeriksa fakta Tempo menampilkan data dan fakta dari berbagai sumber secara rinci untuk mengedukasi masyarakat bahwa berita tersebut salah, keliru atau tidak benar.

Kata Kunci: Tempo, Cek Fakta, Hoaks, dan Virus Covid-19.

Abstract

The spread of hoaxes and misinformation on social media coincides with the spread of the Covid-19 virus in Indonesia, even the world. Not infrequently, hoaxes that are trusted by the public cause new problems, apart from the health and economic sectors which cause a pandemic that is detrimental to the community. Therefore, the joint role of various parties needs to be done to educate the public and filter out information that is not yet clear. One of them was carried out by the Instagram account @tempo.cekfakta as part of the Tempo.co mass media. This study discusses the use of Instagram accounts as social media to spread anti-hoax campaigns, especially related to the spread of the Covid-19 Virus. Using a case study method and a qualitative approach, this study documented photos and written texts from posts managed by the Tempo fact checker. The result of this research is that the Instagram account @tempo.cekfakta is a breath of fresh air for anti-hoax actions on social media. Tempo.co.co.id in a national mass media ensures that the service is not only to convey

information, but also to educate the public by being present on Instagram social media to filter out videos or photos that are not clear. Through the content of "facts or hoaxes" and campaigns through hashtags/hashmarks, Tempo's fact checker displays data and facts from various detailed sources to educate the public that the news is wrong, wrong or untrue.

Keywords: Tempo, Fact Check, Hoax, and Covid-19 Virus.

PENDAHULUAN

Pandemi virus Covid-19 sudah berlangsung sekira dua tahun terakhir sejak kasus pertama ditemukan di Depok Jawa Barat pada Maret 2020 lalu. Beragam sektor terdampak karenanya, tidak hanya kesehatan, tapi juga ekonomi, bahkan kehidupan sosial masyarakat. Terlebih lalu lintas informasi tentang Covid-19 yang simpang-siur menjadi persoalan tersendiri dalam masa pandemi ini. Salah satunya perihal hoaks atau informasi bohong tentang pandemi, baik itu soal penyebaran virus, pasien, dan vaksin yang tak jarang menimbulkan permasalahan tambahan dari penyelesaian penyebaran virus ini.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) mencatat dari 23 Januari 2020 sampai 1 Februari 2021 terdapat 1.402 hoaks mengenai Covid-19. Ribuan hoaks tersebut muncul di berbagai platform media sosial. Dari 1.402 hoaks ini tersebar di berbagai platform media sosial, tersebar di 2.242. Dari seribu konten tersebar ke 2.000 platformnya (Waseso, 2021).

Dari 1.402 hoaks sepanjang setahun lalu tersebut ada 104 hoaks dibawa kepada ranah hukum. Khusus isu vaksin, menurut data Kemkominfo (2021) hingga periode 1 Februari 2021 kemarin ada 97 hoaks mengenai vaksin Covid-19 yang tersebar di 280 platform media sosial, di antaranya Facebook menjadi media sebaran tertinggi dengan 198 hoaks. Data disusul Twitter 39 hoaks, YouTube 22 hoax, Tiktok 15 hoaks dan Instagram 6 hoax mengenai vaksin (Waseso, 2021).

Hal tersebut menjadi perhatian bersama, karena penyebaran hoaks perlu dihentikan sama seperti virus Covid-19 di masa pandemi ini. Tak jarang, penyebaran hoaks tentang covid-19 ini menuai kepanikan di masyarakat, bahkan berujung kematian di beberapa kasus disebabkan percaya pada hoaks covid-19.

Bukan hanya kasus corona yang meningkat selama pandemi Covid-19, angka penyebaran hoaks atau berita bohong di media sosial dan media online juga meningkat. Menurut Kepala Divisi Riset Indonesia Indikator, Fanny Chaniago, dalam *Suara.com*, berita hoaks tersebut muncul di tengah ketidakpastian informasi mengenai Covid-19 di awal-awal pandemi (Fundrika, 2021).

Tak hanya itu, data Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021, dengan total populasi (jumlah penduduk): 274,9 juta, pengguna Mobile Unik: 345,3 juta (125,6% dari jumlah populasi di Indonesia), Pengguna Internet: 202,6 juta (73,7% dari jumlah populasi di Indonesia), dan Pengguna Media Sosial Aktif: 170 juta (61,8% dari jumlah populasi di Indonesia) (We are Social, 2021).

Berdasarkan data tersebut, pengguna internet di Indonesia terbesar adalah pada rentang usia 18-35 tahun, jumlahnya lebih dari 50 persen. Tingginya angka tersebut menjadi sasaran yang sangat besar bagi para penyebar hoaks.

Hal ini berkaitan dengan dua hal, yaitu hoaks dan misinformasi. Keduanya mendorong keengganan masyarakat untuk mengikuti protokol kesehatan, mendapatkan perawatan di fasilitas kesehatan, ataupun mengikuti vaksinasi Covid-19.

Secara defisini, hoaks adalah kabar, informasi, berita palsu atau bohong. Dalam KBBI disebutkan bahwa arti hoaks adalah berita bohong. Hoaks merupakan informasi yang direayasa untuk menutupi informasi sebenarnya. Selain itu, arti hoaks juga bisa didefinisikan sebagai upaya pemutarbalikan fakta menggunakan informasi yang seolah-olah meyakinkan, tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya (Merdeka.com, 2020).

Sedangkan, misinformasi adalah informasi yang memang tidak benar atau tidak akurat, namun orang yang menyebarkannya berkeyakinan bahwa informasi tersebut sah dan dapat dipercaya. Sejatinya tidak ada tujuan buruk bagi mereka yang menyebarkan konten misinformasi, selain sekedar untuk “mengingatkan” atau “berjaga-jaga”, tapi informasinya memang tidak benar (Kominfo, 2019).

Kesimpangsiuran berita yang hadir di masa pandemi berdampak negatif bagi usaha memutus rantai penyebaran virus. Sejumlah orang, misalnya, menolak divaksin karena diberi tahu vaksin Covid-19 menyebabkan penerimanya wafat dalam tiga tahun sejak vaksin diberikan. Sebagian orang yang memercayai informasi itu kini telah berpulang dan anggota keluarga yang ditinggalkan pun mulai tersadar bahwa hoaks telah merenggut nyawa keluarga dan kerabat mereka.

Di Indonesia, terlebih di tengah pandemi COVID-19, hoaks dan misinformasi telah menjadi masalah akut. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mencatat terdapat 1.600 hoaks terkait COVID-19 dari bulan Januari 2020 hingga Juni 2021. Untuk itu, sebuah satuan tugas (satgas) anti hoaks telah dibentuk oleh pemerintah dan organisasi seperti MAFINDO dan UNICEF membantu menangkal kabar-

kabar bohong yang beredar di media sosial dan aplikasi obrolan. Tugas ini tidak mudah, tetapi semua pihak yang terlibat menemukan beragam cara untuk memenuhinya (Unicef, 2021).

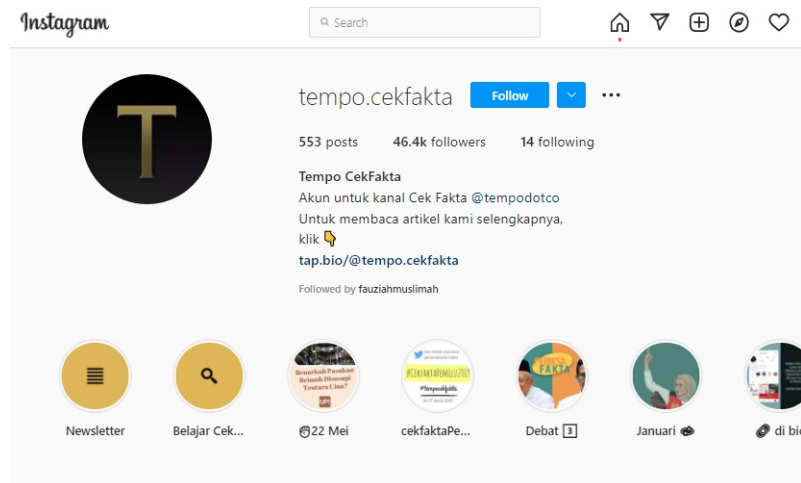
Berdasarkan data-data tersebut, hoaks dan misinformasi rentan terjadi di media sosial. Penyebaran informasi yang masif dari dan oleh para netizen atau warganet menjadikan informasi bias dan cenderung tidak jelas kebenarannya, sehingga perlu perhatian dan aksi dari banyak pihak untuk menghentikan atau mengklarifikasi hoaks tersebut.

Seperti program patroli siber yang dilakukan Kemkominfo. Tim tersebut menerima aduan dari masyarakat dan juga bekerjasama dengan Kementerian dan Lembaga. Ada juga verifikasi dan klarifikasi melalui laporan isu hoaks harian, telegram chatbot antihoaks, dan bekerjasama dengan media mainstream atau media masa untuk cek fakta. Patroli siber ini menyaring aduan dari masyarakat untuk mengidentifikasi dan menindaklanjuti hoaks, terutama yang berkaitan dengan isu Covid-19, vaksinasi Covid-19, dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) (Kominfo, 2021).

Tidak hanya Kominfo, aksi anti hoaks juga dilakukan oleh media massa nasional. Dalam sebuah penelitian pada Juli 2021 menjelaskan bahwa sejak bulan Maret hingga Mei 2020, sebanyak 100 narasi jurnalistik diberikan Tempo.co, 23 oleh Tirto.id, dan 51 oleh Kompas.com. Mayoritas disinformasi dan minsinformasi terfokus pada asal mula virus, karakteristik orang yang terpapar, dan transmisi penyebaran virus (Prajarto, 2021).

Lebih khusus, Tempo melalui akun Instagram @tempo.cekfakta dengan alamat situs: <https://www.instagram.com/tempo.cekfakta/>

melakukan upaya mengklarifikasi hoaks-hoaks tentang virus Covid-19 yang tersebar di media sosial. Konten yang dipublikasikan Tempo dalam akun intagram dengan jumlah pengikut 46.400 ini diperkuat dengan data dan fakta-fakta untuk menyanggah beragam informasi yang salah.



Gambar 1. Tampilan profil Instagram @tempo.cekfakta

Hal ini ibarat angin segar, bahwa Tempo sebagai media massa telah menjalankan fungsinya tak hanya sekadar memberi informasi, tapi juga mengedukasi masyarakat lewat konten anti hoaks di akun @tempo.cekfakta.

Tulisan ini membahas lebih lanjut tentang akun instagram @tempo.cekfakta dalam menyaring informasi yang salah tentang virus Covid-19 dan konten-konten yang dipublikasikannya tentang kampanye di media sosial tentang anti hoaks Covid-19.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Subjek penelitian adalah akun Instagram @tempo.cekfakta.

Jenis data yang digunakan berupa data primer. Data primer diperoleh studi dokumentasi yang dilakukan peneliti pada unggahan akun Instagram @tempo.cekfakta, meliputi unggahan atau posts, foto, kolom komentar, jumlah likes, jumlah follower, dan hashtags.

Studi kasus (*case study*) dengan pendekatan kualitatif tidak hanya menjawab pertanyaan “apa” (*what*), tapi juga “bagaimana” (*how*) dan “mengapa” (*why*). Pertanyaan “apa” dimaksudkan untuk memperoleh pengetahuan deskriptif (*descriptive knowledge*), “bagaimana” (*how*) untuk memperoleh pengetahuan eksplanatif (*explanative knowledge*), dan “mengapa” (*why*) untuk memperoleh pengetahuan eksploratif (*explorative knowledge*) (Yin, 1994).

Selanjutnya, menurut Lincoln dan Guba, keistimewaan di antaranya; Studi Kasus merupakan sarana utama bagi penelitian emik, yaitu menyajikan pandangan subjek yang diteliti, Studi Kasus menyajikan uraian menyeluruh yang mirip dengan apa yang dialami pembaca dalam kehidupan sehari-hari (*everyday reallife*), dan Studi Kasus merupakan sarana efektif untuk menunjukkan hubungan antara peneliti dengan subjek atau informan (Mulyana, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan Instagram sebagai media untuk menyaring dan mengklarifikasi berita-berita hoaks tentang Covid-19 di media sosial; @tempo.cekfakta.

Berdasarkan hasil penelitian, akun intagram @tempo.cekfakta melakukan publikasi dengan konten Fakta atau Hoaks dengan judul tulisan

berupa pertanyaan yang juga tampil sebagai foto di awal tulisan, seperti:
Benarkan Ini Video Pasien Rumah Sakit di Surabaya Dicoovidkan dan Jenazzahnya Ditangani Secara Tidak Wajar?

Lewat postingan semacam itu, akun tempo.cekfakta membuat penelusuran lebih lanjut tentang benar atau tidak berita tersebut. Kemudian lebih lanjut, postingan tersebut diberi tambahan caption atau tulisan pelengkap foto yang mengarahkan pembaca/pengikut akun ini untuk membaca ulasan lebih lanjut tentang topik tersebut ke website resmi tempo, yaitu Tempo.co dengan sub kanal: Cek Fakta.

Misalnya penjelasan caption berikut:

Berdasarkan pemeriksaan fakta Tempo, video dengan klaim pasien rumah sakit di Surabaya dicoovidkan dan jenazahnya ditangani secara tidak wajar, menyesatkan. Kejadian dalam video tersebut benar terjadi di RSI Darus Syifa Benowo Surabaya pada Juni 2021.

Namun, kondisi pasien saat itu memang diketahui positif Covid-19 berdasarkan hasil pemeriksaan tiga dokter spesialis yaitu Syaraf, Paru dan Penyakit dalam. Pihak rumah sakit juga sudah menjelaskan bahwa video yang viral bukan video utuh.

#KetahuiFaktanya dan baca artikel lengkap penelusuran kami di tautan bit.ly/KlaimJenazahDicoovidkan atau klik cekfakta.tempo.co yang juga bisa diakses melalui link di bio akun ini. #CekFakta #TempoCekFakta #PeriksaFakta #KamiBersamaCekFakta #jenazahdicoovidkan #dicoovidkan #covid19 #surabaya



Gambar 2. Tangkapan Layar unggahan fakta hoaks oleh @tempo.cekfakta

Cara narasi dan postingan yang dipublikasikan oleh akun tersebut membuat penelusuran fakta dari hoaks yang tersebar pun terklarifikasi dengan baik, ditambah dengan data-data valid hasil kerja dari tim media massa Tempo.

Tak hanya video, akun tempo.cekfakta juga menelusuri kebenaran dari foto-foto yang tersebut di media sosial, seperti dalam postingan pada 8 Juni 2021: "Benarkah Ini Foto Jenazah Covid di India yang Dibuang ke Laut dan Hanyut sampai Malaysia?"



Gambar 3. Tangkapan layer unggahan @tempo.cekfakta tentang klarifikasi hoaks foto.

Konten tersebut menyiratkan bahwa komitmen tim pemeriksa fakta Tempo yang juga ikut andil dalam menyaring informasi hoaks soal Covid-19 yang berasal dari luar negeri.

Selanjutnya, berdasarkan pengamatan peneliti, akun pemeriksa fakta Tempo di media instagram ini rutin menggunakan tanda pagar atau hastag tertentu untuk mengkampanyekan anti hoaks, khususnya terkait penyebaran virus Covid-19. Adapun, beberapa tanda pagar yang biasa digunakan adalah; #CekFakta #TempoCekFakta #PeriksaFakta #KamiBersamaCekFakta #CoronaVirusFacts.

KESIMPULAN

Akun Instagram @tempo.cekfakta menjadi angin segar bagi aksi anti hoaks di media sosial. Tempo.co sebagai salah satu media massa nasional menjalankan perannya tidak hanya sebagai penyampai informasi, tapi juga untuk mengedukasi masyarakat dengan hadir di media social Instagram untuk menyaring informasi, baik itu video atau foto yang tidak jelas kebenarannya. Melalui konten “fakta atau Hoaks”, tim pemeriksa fakta Tempo menampilkan data dan fakta dari berbagai sumber secara rinci untuk mengedukasi masyarakat bahwa berita tersebut salah, keliru atau tidak benar.

Selain itu, dengan memanfaatkan tanda pagar atau hastag di caption tulisan postingan instagam, akun tersebut mengkampanyekan anti hoaks di media social, khususnya tentang virus Covid-19, seperti

Tapi, pemanfaatan interaksi dengan followers dan penyebaran konten untuk menambah engagement postingan atau akun, @tempo.cekfakta

belum memaksimalkan keduanya. Hal ini terlihat dari jumlah *followers* yang belum bertambah signifikan dan interaksi dengan pengikut akun ini yang belum dimaksimalkan dengan baik.

Aksi anti hoaks di media sosial, khususnya tentang virus Covid-19 yang dilakukan oleh Tempo.co menjadi sebuah aksi yang bisa diadopsi oleh berbagai pihak, baik itu individu, komunitas, atau Lembaga untuk mengedukasi masyarakat tentang kebenaran suatu informasi. Sedangkan, pemanfaatan fitur Instagram yang belum maksimal di akun tersebut bisa ditingkatkan lagi. Terlepas dari itu, penyebaran hoaks tetap menjadi tugas Bersama dari semua pihak untuk beriringan mencegah penyebaran virus Covid-19 beserta hoaks dan misinformasi yang menyertainya.

DAFTAR REFERENSI

- Fundrika, B. A. (2021, Oktober 8). *Suara.com*. Retrieved from Selain Virus Corona, Informasi Hoaks Juga Meningkatkan Selama Pandemi Covid-19: <https://www.suara.com/health/2021/10/08/200849/selain-virus-corona-informasi-hoaks-juga-meningkat-selama-pandemi-covid-19?page=all>
- Kominfo. (2019). Retrieved from Literasi Digital, Kerja Bersama Melawan Kepicisan: https://kominfo.go.id/content/detail/17700/literasi-digital-kerja-bersama-melawan-kepicisan/0/sorotan_media#:~:text=Misinformasi%20adalah%20informasi%20yang%20memang,tersebut%20sahih%20dan%20dapat%20dipercaya.
- Kominfo. (2021, November). Retrieved from Waspadai Provokasi Hoaks Covid-19 yang Menyesatkan: <https://aptika.kominfo.go.id/2021/11/waspadai-provokasi-hoaks-covid-19-yang-menyestakan/>
- Merdeka.com. (2020, Mei). Retrieved from Mengenal Arti Hoax Atau Berita Bohong, Ketahui Jenis dan Ciri-Cirinya: <https://www.merdeka.com/jatim/mengenal-arti-hoax-atau-berita-bohong-dan-cara-tepat-menyikapinya-klm.html>
- Mulyana, D. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

- Prajarto, N. (2021). PRAKTEK FACT-CHECKING INFORMASI PANDEMI COVID-19. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 25 No. 1*, 1-14.
- Unicef. (2021, Agustus). Retrieved from Hoaks Membunuh Ayahku: Menyingkap pandemi lain di Indonesia:
https://www.unicef.org/indonesia/id/coronavirus/cerita/hoaks-membunuh-ayahku-menyingkap-pandemi-lain-di-indonesia?gclid=CjwKCAiAksyNBhAPEiwAIDBeLONyphdd_ITU46BezJpDs-LTSrYkRmqZaF08tcLwCMZPp-Dn2DoVVhoC8AkQAvD_BwE
- Waseso, R. (2021, Februari 2). *Kontan.Co.Id*. Retrieved from Kemkominfo: 104 Hoaks soal Covid-19 dibawa ke ranah hukum:
<https://newssetup.kontan.co.id/news/kemkominfo-104-hoaks-soal-covid-19-dibawa-ke-ranah-hukum>
- We are Social. (2021). Retrieved from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Yin, R. K. (1994). *CASE STUDY RESEARCH*. London: SAGE Publications.