

DOI: <http://dx.doi.org/10.33846/gca1106>

## Pola Penyebaran Hoax Melalui Media Sosial (Studi Kasus Penyebaran Informasi Wabah Covid-19 di Kota Ambon)

**Wa Fela La Masi**

Ilmu Komunikasi, FISIP-Universitas Pattimura

**Said Lestahu**

Ilmu Komunikasi, FISIP-Universitas Pattimura

**Antasari Banjar**

Ilmu Komunikasi, FISIP-Universitas Pattimura; antasari.banjar@gmail.com (koresponden)

### ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan gambaran mengenai hasil penyebaran informasi hoax yang terjadi di kota Ambon melalui media sosial facebook dan whatsapp dengan menggunakan teori analisis jaringan menurut Rogers dan Kincaid sebagai pedoman penelitian. Penelitian ini dilakukan di Kota Ambon Maluku. Informan dalam penelitian ini berjumlah 14 orang dengan Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman yaitu mengadakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penyebaran informasi Hoax tentang Covid-19 melalui media sosial terjadi begitu cepat dengan pola penyebaran yang mirip. Pola penyebaran informasi Hoax melalui media sosial di Kota Ambon diketahui memiliki pola user generated content atau pengirimnya dari pengguna media sosial itu sendiri yang secara sengaja menyebarkan pada orang lain dengan tujuan memberitahukan informasi yang baru dan benar. Adapun peran aktor penyebaran informasi hoax dalam penelitian ini cenderung berperan sebagai liassions, starr, dan bridge sebaliknya yang berperan sebagai isolated cenderung sedikit. Hal ini sangat mempengaruhi proses penyebaran informasi hoax yang terjadi di Kota Ambon.

**Kata kunci:** media sosial; hoax; pola penyebaran; peran aktor (*bridge, liaison, isolate, star*)

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Salah satu fenomena yang marak terjadi saat ini adalah banyaknya berita hoax (palsu) yang beredar di medsos (media sosial). Media sosial merupakan wadah yang sangat rentan dan sering digunakan sebagai tempat untuk menyebarkan berita hoax. Banyaknya pengguna aktif bahkan dapat dikatakan sebagai penggilanya media sosial di Indonesia ini sangat memudahkan pihak penyebar hoax dalam menjalankan aksinya. Dari hasil survey tentang wabah hoax nasional yang dilakukan oleh Mastel (2017) bahwa channel atau saluran penyebaran berita atau informasi yang berisi konten hoax tertinggi adalah dari media social berupa facebook pada urutan tertinggi sebesar 92,40%, aplikasi chatting 62,80%, dan situs web 34,90%. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ruri Rosmalinda (2017) tentang "fenomena Penyesatan Berita Di Media Sosial" menyatakan bahwa pengaruh perkembangan teknologi bisa menjadi ancaman global termasuk terhadap Indonesia, khususnya terkait dengan penyebaran berita bohong (hoax).

Penyebaran hoax pun dilakukan dengan berbagai alasan, seperti humor, pemasaran, seni, hiburan, pendidikan, dan lain-lain. Peredaran berita hoax mudah terjadi, terutama di masyarakat yang tingkat literasinya masih sangat rendah. Biasanya mereka mudah menerima informasi begitu saja tanpa melakukan pengecekan. Mereka bahkan menyebarkannya mengikuti trend viral tanpa mempertimbangkan tingkat ketepatan informasi yang diterimanya. Masyarakat akhirnya terjerumus dalam kesimpangsiuran berita, provokasi dan rasa saling curiga.

Sejak virus COVID-19 yang menjangkit negara china dan sebagian besar negara-negara didunia termasuk indonesia khususnya Kota Ambon sendiri, mengakibatkan banyak sekali temuan berita mengenai virus tersebut yang ternyata merupakan informasi palsu. Salah satu diantaranya adalah pemberitaan tentang penyakit tersebut bisa menyebar lewat hp xiaomi dan game free fire namun telah di konfirmasi langsung oleh menkominfo bahwa informasi tersebut adalah hoax, virus tersebut juga bisa diatasi dengan mengonsumsi telur rebus sebelum terbitnya matahari yang kita tau bersama sempat viralnya di indonesia terutama kota Ambon digemparkan tengah malam dengan informasi tersebut,

namun dilansir dari artikel [tribunmanado.co.id](http://tribunmanado.co.id) bahwa informasi tersebut Hoax. terdapat juga informasi bahwa salah seorang masyarakat kota Ambon telah ada yang teridentifikasi COVID-19 padahal saat itu belum terdapat korban COVID-19 di kota Ambon pada 14 maret 2020 pemerintah kota Ambon juga telah mengklarifikasi terkait informasi adanya warga COVID-19 di kota Ambon pada 14 maret adalah Hoax. Informasi tersebut tersebar dengan luas melalui media sosial facebook dan whatsapp. Tentunya bagi masyarakat yang mudah percaya akan semakin was-was kepada setiap orang yang menggunakan hp xiaomi maupun produk-produk dari china, dan terperdaya oleh informasi-informasi yang belum tentu kebenarannya. Hoax itu tersebar dengan dua macam pola sampai akhirnya bisa diterima oleh masyarakat yaitu:

- *circular reporting* adalah berita hoax yang menyebarnya berputar-putar. Misalnya media A mencetak berita yang mengandung hoax, lalu media B juga mencetak berita yang sama seperti media A. Saat ditanya kebenaran dari berita hoax-nya si media A malah menunjuk media B sebagai sumber berita hoax-nya. Bentuk lain dari circular reporting adalah menyebarkan informasi pada media sosial dengan menyertakan sumber informasinya namun setelah ditanya ternyata sumber tersebut menyebutkan informasi yang palsu.
- *user generated content* pola ini adalah saat hoax tersebar melalui user generated platform (konten buatan pengguna). Platform yang dimaksud adalah sarana tempat hoax disebar. jadi hoax tersebar berasal dari orang yang menggunakan platform itu sendiri seperti platform twitter, facebook, dan whatsapp.

Berdasarkan latar belakang tersebut, hal yang menarik untuk dikaji lebih dalam adalah tentang bagaimana pola penyebaran berita hoax yang cenderung lebih sering terjadi ditengah maraknya sebaran informasi terkait COVID-19 pada masyarakat indonesia dengan memfokuskan tempat di kota Ambon.

## Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana pola penyebaran HOAX di media sosial (studi kasus penyebaran informasi COVID-19)? Dan sebagai pemenuhan tugas akhir yang diharapkan dapat memenuhi standar nilai yang diinginkan pengajar dari peneliti.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data yang ada, menyusun secara lengkap, mengelola serta menganalisis fenomena hoax di media sosial khususnya informasi wabah Covid-19 (Moleong, 2007). Serta menggunakan teori analisis jaringan sebagai landasan utama dalam penelitian dengan teori-teori lainnya sebagai pendukung. Sampel diambil secara acak dari masyarakat pengguna media sosial di salah satu kecamatan di Kota Ambon yaitu Teluk Ambon juga dari pihak dinas INFOKOM (informasi dan komunikasi) dan mengonfirmasi data dari pihak SATGAS Covid-19 kota Ambon. Analisis data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan pada saat pengumpulan data langsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing/verifications. (sugiyono 2010:337)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas berinternet yang paling digemari oleh pengguna internet indonesia ialah bermedia sosial. Saat ini pengguna internet di indonesia pada awal 2021 ini mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5 persen atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada januri 2020 lalu. Total jumlah penduduk indonesia sendiri saat ini adalah 274,9 juta jiwa. Ini artinya, penetrasi internet di indonesia pada awal 2021 mencapai 73,7 persen. Hal tersebut dimuat dalam laporan terbaru yang dirilis oleh layanan manajemen konten hootsuite, dan agensi pemasaran media sosial *we are social* dalam laporan bertajuk *Digital 2021*. Hootsuite melaporkan bahwa pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun memiliki beberapa perangkat berbeda. dari beberapa perangkat tersebut smartphone menjadi perangkat yang paling populer. Pengguna internet (usia 16 hingga 64 tahun) yang memiliki telepon genggam adalah 98,3 persen. Tak dapat dipungkiri telepon genggam juga tampil menjadi perangkat favorit pengguna internet untuk mengakses internet. Tercatat ada 96,4 persen atau 195,3 juta orang indonesia yang mengakses di internet melalui telepon genggamnya dengan rata-rata pengguna internet di indonesia menghabiskan waktu selama 8 jam 52 menit untuk berselancar di internet. *Terdapat 3 jam 14 menit*

waktu yang dihabiskan masyarakat indonesia pengguna aktif media sosial beselancar di akunnnya masing-masing dengan jumlah 170 juta jiwa masyarakat indonesia.

### Identitas Informan

Berikut ini adalah nama-nama informan dari wawancara yang dilakukan oleh tim peneliti yaitu:

Tabel 1. Kategori informan

No	Nama	Usia	Agama	Jenis kelamin	Tingkat pendidikan	Alamat	Ket.
1	Pak Richard Luhukay, AP.	45	Kristen Protestan	L	S1		Satgas Covid-19 Pemerintah Kota Ambon
2	Pak Drs. Joy. Reinier Adriaansz, M.Si.	47	Kristen Protestan	L	S2		Kepala Dinas informasi dan komunikasi Kota Ambon Bidang Pengelolaan informasi dan komunikasi public.
3	Rahayu	23	Islam	P	S1	Waiheru	Mahasiswa
4	Salsabil	19	Islam	P	SMA	STAIN	Mahasiswi
5	Risma	19	Islam	P	SMA	Rumah Tiga	Mahasiswi
6	Silvi	18	Islam	P	SMA	Liang	Mahasiswi
7	Arguyanni	23	Islam	P	SMA	Waiheru	Mahasiswa
8	Ida Pattylow	34	Islam	P	S1	Waiheru	Ibu rumah tangga
9	Saleh Buatan	21	Islam	L	SMA	kebuncengkeh	Pelajar
10	Wa Suti	31	Islam	P	S1	Poka	Ibu rumah tangga
11	Resti	22	Kristen	P	SMA	Karpan	Mahasiswi
12	Anita	22	Kristen	P	SMA	Karpan	Mahasiswi
13	Buyung Pari	17	Islam	L	SMP	Silale	Pelajar
14	Anggelina	20	Kristen	P	SMA	Benteng	Mahasiswa

Berdasarkan data tabel diatas menunjukan bahwa informan terbagi dalam beberapa kategori yaitu informan berjenis kelamin laki-laki berjumlah 4 orang, informan berjenis kelamin perempuan berjumlah 10 orang, informan dengan usia antara 15 – 20 berjumlah 5 orang, informan dengan usia antara 21 – 25 berjumlah 5 orang, informan dengan usia antara 26 – 50 berjumlah 4 orang, informan yang beragama islam berjumlah 9 orang, informan yang beragama kristen berjumlah 5 orang. Sehingga ditotalkan jumlah informan pada penelitian ini berjumlah 14 orang dengan 2 informan sebagai perwakilan pemerintah dan 12 informan perwakilan masyarakat.

### Hasil Wawancara Pola Penyebaran Hoax Melalui Media Sosial

#### Satgas Covid Kota Ambon dan Dinas Informasi dan Komunikasi Kota Ambon

“Satgas Covid-19 Pemerintah Kota Ambon” Pak Richard Luhukay, AP. sebagai koordinator fasilitas umum dan kepala dinas pemuda dan olahraga Kota Ambon yang telah berhasil saya wawancarai menghasilkan beberapa poin penting pendukung data penelitian di bawah ini:

Menurut Pak Richard Luhukay, AP. sebagai koordinator fasilitas umum dan kepala dinas pemuda dan olahraga Kota Ambon bahwa:

*"Pengertian Covid-19 merupakan suatu wabah atau virus yang mendunia yang secara terminologi itu adalah pandemi. Pandemi ini terjadi diseluruh dunia termasuk indonesia khususnya kota Ambon. Akhirnya Mendorong semua elemen pemerintah maupun masyarakat bekerja sama untuk melawannya. Sehingga pemerintah Kota Ambon membentuk Satgas Covid-19 sebagai garda terdepan dalam penanganan pandemi ini". Pemerintah Kota Ambon Satgas Covid-19 telah mendengar bermacam informasi Hoax Covid-19 yang tersebar luas di media sosial termasuk Covid-19 tersebar melalui hal-hal atau benda yang berasal dari china seperti HP Xiaomi Namun belum pernah mendengar bahwa bisa juga tersebar melalui Game free fire. yang sangat berdampak pada keresahan masyarakat adalah Kota Ambon telah menjadi zona merah, telur rebus menyembuhkan Covid-19, dan vaksinasi yang dapat membunuh. Padahal kasus pertama Covid-19 Di Kota Ambon yakni 1 masyarakat baru tiba di Kota Ambon dari Kota Bekasi yang diduga flu. Setelah kita mengirim sampelnya ke pusat jakarta untuk diteliti dan hasilnya positif pada tanggal 22 Maret 2020, dengan 1 kasus positif belum sampai menjadikan Kota Ambon sebagai tempat Zona merah. Untuk telur rebus mampu menyembuhkan Covid-19 belum ada penelitian pasti maupun jurnal-jurnal penelitian yang menyebutkan hal ini, dan dari video Hoax yang disebarakan sangat mencolok sekali editannya namun karena kepanikan masyarakat mempercayainya. Hal ini pun berlanjut pada Vaksinasi yang di isu kan mampu membunuh setelah di vaksin. Saya pribadi merasa ini sebagian permainan iseng masyarakat Kota Ambon dan juga permainan marketing". Selaku pemerintah Kota Ambon Pihak SATGAS COVID-19 sendiri secara langsung mengonfirmasi pada pihak informasi dan komunikasi publik bahwa jika adanya informasi Hoax Covid-19 yang ditemukan. Melewati media cetak maupun media sosial yang dimiliki pemerintah Kota Ambon seperti Media sosial Facebook contohnya dengan akun yang khusus digunakan pemerintah sebagai pelayanan masyarakat agar secara cepat dan luas mengonfirmasi Hoax Covid-19 yang telah meresahkan masyarakat Kota Ambon". ( wawancara, 22 juli 2021).*

Masyarakat Kota Ambon sebagai pengguna aktif media sosial facebook dan whatsapp". Penyebaran informasi hoax tersebar dengan begitu cepat melalui media sosial siapapun dan dimanapun dapat dengan mudah mengakses informasi namun sayangnya tidak sedikit dari pengguna media sosial yang belum memperhatikan kebenaran dari informasi yang didapat dan malah turut serta dalam penyebarannya. Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa narasumber dengan masing-masing narasumber menghasilkan narasumber lainnya sehingga terbentuk suatu pola komunikasi penyebaran hoax.

### **Aktor**

Secara umum aktor komunikasi merupakan Faktor utama dalam proses komunikasi yang berperan sebagai komunikator dan komunikan yang melakukan interaksi komunikasi antara pemberi pesan dan penerima pesan.

#### Kelompok pertama

Aktor kelompok pertama terdapat empat orang yang membentuk suatu pola kecil penyebaran pesan hoax COVID-19. Bisa dilihat dari keterangan narasumber dalam wawancaranya dibawah ini:

Narasumber pertama (A) atas nama Rahayu yang berkediaman waiheru seorang mahasiswa. Saat ditanyakan melalui media sosial apa menerima informasi hoax dan informasi seperti apa yang disebarakan ?, dan sebarakan ke siapa dan melalui media sosial apa, dan apa alasannya?. Narasumber cenderung menjawab :

*"Menerima informasi hoax dari status orang lain yang tak dikenal di media sosial facebook, dan chat pribadi whatsapp,. Informasi hoax yang diterima banyak dan diantara empat informasi hoax yang menjadi titik fokus peneliti narasumber pernah menerima informasi bahwasanya kota ambon telah menjadi zona merah dan telur rebus mampu menyembuhkan covid-19. Narasumber menyebarkan pada grup whatsapp pertemanan salah satunya narasumber (b). Karena masih ragu jadi untuk mempertanyakan kebenarannya lebih lanjut". (wawancara, 28 juli 2021)*

Dengan demikian dari kelompok pertama peneliti mengetahui bahwa isi penyebaran hoax yang disebarakan merupakan informasi HOAX tentang COVID19. Salah satu pesan HOAX yang sangat marak penyebarannya yaitu COVID-19 bisa disembuhkan dengan mengonsumsi telur rebus pada pukul dini hari. Maka bisa disimpulkan Jenis informasi HOAX ini masuk pada kategori jenis informasi misinformation dan propaganda.

#### Kelompok kedua

Aktor kedua terdapat empat orang yang membentuk suatu pola kecil penyebaran pesan hoax COVID-19. Bisa dilihat dari keterangan narasumber dalam wawancaranya dibawah ini:

"Narasumber pertama (A)" atas nama Arguyani yang berkediaman di perumnas waiheru seorang mahasiswa. Saat ditanyakan melalui media sosial apa menerima informasi hoax dan informasi seperti

apa ?, dan sebarikan ke siapa dan melalui media sosial apa, dan apa alasannya?. Narasumber cenderung menjawab:

*"Menerima informasi hoax dari status orang lain di facebook. Informasi hoax yang diterima banyak dan diantara empat informasi hoax yang menjadi titik fokus peneliti narasumber pernah menerima kota ambon telah zona merah dan telur rebus mampu menyembuhkan covid-19. Narasumber menyebarkan kembali di statusnya di facebook dan juga menyebarkan ke grup whatsapp keluarga. Karena percaya dan perlu disebarikan untuk kebaikan bersama". (wawancara, 2 agustus 2021)*

Dapat di simpulkan bahwa pada kelompok pertama terlihat pola penyebaran HOAX COVID-19 yang tersebar dengan struktur komunikasi yang terbentuk yaitu *Struktur Y* pada struktur Y menunjukan aktor sentral / pemimpin yang jelas, tetapi satu anggota lain berperan sebagai pemmpin kedua. Anggota ini dapat mengirim dan menerima pesan dari dua orang, sedangkan tiga anggota lain hanya dengan satu orang.

#### Kelompok ketiga

Narasumber pertama (A)" atas nama Resti berkedianan di Karpan sebagai seorang mahasiswa. Saat ditanyakan melalui media sosial apa menerima informasi hoax dan informasi seperti apa yang disebarikan ?, dan sebarikan ke siapa dan melalui media sosial apa, dan apa alasannya?. Narasumber cenderung menjawab:

*"Menerima informasi hoax dari status orang lain di facebook, dan chat grup whatsapp keluarga. Informasi hoax yang diterima banyak dan diantara empat informasi hoax yang menjadi titik fokus peneliti narasumber pernah menerima kota ambon telah zona merah dan telur rebus mampu menyembuhkan covid-19. Narasumber menyebarkan kembali pada chat grup pertemanan whatsapp dan juga chat pribadi temannya di whatsapp. Karena percaya dan perlu disebarikan untuk kebaikan bersama. (wawancara, 7 agustus 2021)*

Dapat di simpulkan bahwa pada kelompok ketiga terlihat pola penyebaran HOAX COVID-19 yang tersebar dengan struktur komunikasi yang terbentuk yaitu *Struktur Semua Saluran (Pola Bintang)*. Bentuk strktur semua saluran hampir sama dengan struktur linkaran, namun pada struktur semua saluran, setiap aktor dapat berkomunikasi dengan setiap aktor lainnya.

#### Analisis Jaringan Komunikasi Penyebaran Hoax COVID-19 di Kota Ambon

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan mewawancarai beberapa narasumber utama yaitu masyarakat Kota Ambon dan dua narasumber pendukung yakni dari *pihak Informasi Dan Komunikasi Pemerintah Kota Ambon dalam bidang Pengelolaan Informasi Dan Komunikasi Publik* dan dari *pihak SATGAS COVID-19 pemerintah Kota Ambon* agar lebih meyakinkan kebenaran informasi terkait hoax dan penyebaran informasi yang diteliti. Sehingga menimbulkan data yang diterima dari masyarakat Kota Ambon cenderung sebagai pengguna media sosial aktif khususnya Facebook dan WhatsApp.

#### Efek dan Feedback Dalam Penyebaran Pesan Hoax Covid-19 Melalui Media Sosial

Dalam proses komunikasi yang berlangsung antara komunikator dan komunikan atau antara pemberi pesan dan penerima pesan, maka akan menimbulkan suatu proses efek dan juga feedback. Efek dan feedback dalam komunikasi juga menjadi suatu penentu bagi proses komunikasi yang berlangsung berhasil atau tidak, hal ini juga berkaitan dengan manfaat komunikasi dua arah. Salah satu persamaan dari efek dan feedback dalam komunikasi adalah kehadirannya berasal dari penerima pesan atau komunikan, selain itu keduanya juga merupakan cara mempengaruhi orang lain dalam sebuah komunikasi.

#### Jenis Efek Dan Feedback Dalam Penyebaran Pesan Hoax Covid-19 Melalui Media Sosial

Jenis efek dalam komunikasi sendiri juga berhubungan dengan proses komunikasi dalam diri manusia, diantaranya adalah :

##### 1. Efek konatif

Jenis efek dalam komunikasi yang terakhir adalah efek konatif, dimana efek ini memberikan efek atau pengaruh terhadap pola tingkah laku dari penerima pesan. Setelah pesan disampaikan oleh komunikator terhadap komunikan, maka setelah timbul efek kognitif dan efek afektif maka komunikan akan menentukan sikapnya terhadap pesan yang ditimbulkan. Perubahan sikap yang



- terjadi bisa berupa perubahan secara fisik maupun non-fisik, dan bisa juga bersifat positif maupun negatif.
2. Feedback negatif  
Feedback negatif justru dapat menyebabkan menurunnya semangat maupun mematahkan kreativitas komunikator. Hal ini disebabkan karena feedback negatif berarti bahwa penerima pesan memberikan tanggapan atau respon yang tidak baik atau bahkan tidak suka terhadap pesan yang disampaikan. Oleh sebab itu, komunikator juga harus berhati-hati saat memberikan feedback dalam proses komunikasi.

#### Aktor dan Relasi dalam Penyebaran Pesan Hoax Covid-19 Melalui Media Sosial

Menurut peneliti faktor external yakni relasi antar aktor sangat mempengaruhi sistem komunikasi yang terjalin sehingga tercipta relasi yang kuat antara aktor yakni situasi kondisi yang terjadi dan lingkaran sosial. Sehingga menciptakan pola penyebaran pesan yang cenderung terjadi pada satu lingkaran sosial yang mempengaruhi terbangunnya rasa kepercayaan antara kedua belah pihak sehingga lemparan bola informasi diterima dan dilempar kembalipada orang lain. Hal ini bisa dapat disimpulkan dari bagaimana hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti. Bahwasanya hampir semua narasumber menerima informasi dari temannya sendiri, dari lingkungan terdekat mereka maupun dari grup-grup pertemanan di media sosial mereka dan turut menyebarkan informasi tersebut pada lingkungan pertemanan yang sama maupun berbeda tanpa mencari tau terlebih dahulu kebenarannya.

#### Peran Pemerintah dalam Penanganan Penyebaran Hoax Covid-19 di Kota Ambon

Peran pemerintah kota Ambon tentang penanganan penyebaran HOAX di media sosial terkhususnya terkait COVID-19 sudah dilakukan, dari hasil wawancara peneliti dengan “Dinas Informasi dan Komunikasi Kota Ambon Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik” Pak Drs. Joy. Reinier. Adriaansz, M.Si” bahwa:

*“Pemerintah telah mengambil langkah dalam penanganan hoax di media sosial ini diwujudkan dengan pemerintah kota ambon sadar betul akan perkembangan era digital dikalangan masyarakat dan semakin bertambahnya pengguna media sosial di kota ambon lebih spesifik lagi media sosial facebook, ini memberikan peluang penyebaran hoax semakin meningkat, ditambah lagi dengan kepanikan masyarakat tentang covid-19 menjadikan sarang hoax semakin besar. Maka pemerintah mengambil langkah jembatan antara pemerintah dan masyarakat untuk terus melayani masyarakat dengan menghadirkan akun media sosial khusus untuk menginformasikan terkait kebijakan-kebijakan pemerintah dan lebih luas lagi dapat sebagai wadah untuk mengonfirmasi setiap informasi hoax yang beredar. Akun media sosial ini dibuat di laman aplikasi facebook dengan nama akun “tabea\_amq”. Dengan bekerja sama pihak Satgas Gugus Covid-19 di kota ambon pemerintah terus mengonfirmasi setiap informasi yang dirasa tidak benar. Akun “tabea\_amq” telah banyak membantu masyarakat dan selalu melayani setiap informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat kota ambon. Maka peneliti merasa perlu untuk menelusuri lebih jauh satu langkah pemerintah kota ambon dalam percobaan menangkal, dan meredam penyebaran hoax, dan dapat menenangkan masyarakat. Dalam penulisan peneliti menemukan bahwa tidak semua informasi hoax terkait covid-19 yang tersebar di media sosial dikonfirmasi kebenaran beritanya oleh pihak media kota ambon pada akun “tabea\_amq” di laman aplikasi facebook. Salah satu contoh informasi hoax covid-19 yang cukup menggemparkan, dan sangat meresahkan masyarakat yakni covid-19 dapat disembuhkan dengan mengonsumsi rebusan telur ayam pada dini hari.*

Pada sesi wawancara peneliti dengan setiap narasumber, peneliti menyimpulkan bahwa informasi HOAX rebusan telur ayam dapat menangkal COVID-19 merupakan salah satu informasi HOAX yang sangat marak tersebar, dan semua narasumber menerima informasi tersebut dan menyebarkan informasi tersebut. Salah satu penyebab tersebar begitu luasnya informasi ini selain kekurangan pengetahuan medis terkait COVID-19, kepanikan akan dampak-dampak korban penderita COVID-19, namun juga karena dari pihak media Kota Ambon yang berpikir bahwa informasi rebusan telur ayam dapat menyembuhkan COVID-19 hanyalah permainan pasar, dan akan mereda dengan waktunya. Ini merupakan jawaban yang peneliti dapat dari hasil wawancara dengan kepala bagian media Kota Ambon. Informasi HOAX rebusan telur ayam dapat menyembuhkan COVID-19 sangat merugikan masyarakat, dikarenakan dengan sengaja harga telur meningkat drastis, dan masyarakat terpaksa harus membelinya, ini merupakan dampak dari kepanikan yang dirasa oleh masyarakat dengan Tingkat ketakutan yang berlebihan.

Seharusnya sebagai pemerintah yang telah selangkah dalam penanganan HOAX COVID-19 dengan membuat sebuah akun media sosial yang senantiasa dapat diakses oleh siapa pun, sudah semestinya dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin, untuk selalu menangkal setiap informasi HOAX yang ada, tanpa memandang remeh setiap informasi untuk setiap informasi HOAX di media sosial, karena lemparan bola pesan terus berpantul jika tidak pada orang yang memiliki pengetahuan medis, memiliki wawasan yang luas maupun tingkat kedewasaan diri.

## KESIMPULAN

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa penyebaran pesan Hoax tentang Covid-19 melalui media sosial terjadi begitu cepat dengan pola yang mirip. Secara umum pola penyebaran pesan Hoax melalui media sosial di Kota Ambon diketahui memiliki pola user generated content atau pengirimnya dari pengguna media sosial itu sendiri yang secara sengaja menyebarkan pada orang lain dengan tujuan memberitahukan informasi yang baru dan benar. Merujuk pada teori Rogers dan Kincaid (1981) jika digabungkan ketiga kelompok penyebaran Hoax maka aktor penyebaran pesan lebih cenderung berperan sebagai liassions, starr, dan bridge. Sangat sedikit yang berperan sebagai isolated.

Jika bersandar pada teori devito bentuk struktur pola komunikasi maka Struktur pola penyebaran pesannya terbentuk dengan kelompok pertama struktur rantai, kelompok kedua struktur Y, dan kelompok ketiga struktur bintang ini mendadakan bahwa masyarakat Kota Ambon hampir secara keseluruhan berbondong-bondong dan ikut ikutan menyebarkan pesan Hoax dalam hitungan satu hari dengan proses komunikasi kelompok pertama dan kedua satu arah maupun dua arah dan kelompok ketiga dengan proses komunikasi multi arah atau multi step flow. Dilihat lebih dalam dengan menggunakan teori lasswell peneliti menyimpulkan bahwa proses komunikasi dengan tiga kelompok penyebaran pesan yang berhasil dikumpulkan semuanya memiliki noise dan effect yang sama.

Media sosial yang cenderung digunakan di Kota Ambon tempat penelitian merupakan facebook dan whatsapp sehingga dua aplikasi media sosial ini menjadi tolak ukur peneliti dalam menentukan channel komunikasi yang digunakan dalam penelitian pola penyebaran pesan Hoax. Hampir semua narasumber menerima informasi dari temannya sendiri, dari lingkungan terdekat mereka maupun dari grup-grup pertemanan di media sosial mereka sehingga turut menyebarkan informasi tersebut pada lingkungan pertemanan yang sama maupun berbeda tanpa mencari tau terlebih dahulu kebenarannya. Peneliti menemukan fakta bahwa rentan mumur pada jenjang 18 tahun ke atas lebih rentan menyebarkan hoax pada media sosial ketimbang orang tua karena minim penggunaan media sosial sehingga tidak menyebarkan dan memilih menggunakan via telfon. Peran pemerintah kota Ambon tentang penanganan penyebaran HOAX di media sosial terkhususnya terkait COVID-19 sudah dilakukan, dilihat dari upaya pemerintah terus melayani masyarakat dengan menghadirkan akun media sosial khusus untuk menginformasikan terkait kebijakan-kebijakan pemerintah dan lebih luas lagi dapat sebagai wadah untuk mengonfirmasi setiap informasi HOAX yang beredar.

Akun media sosial ini dibuat di laman aplikasi Facebook dengan nama akun "*Tabe\_amq*". Dengan bekerja sama pihak SATGAS GUGUS COVID-19 di Kota Ambon pemerintah terus mengonfirmasi setiap informasi yang dirasa tidak benar. Namun tidak semua informasi Hoax terkait Covid-19 dikonfirmasi kebenarannya oleh pemerintah, dari empat jenis pesan Hoax yang menjadi titik fokus peneliti hanya pesan Hoax Kota Ambon memasuki zona merah yang dikonfirmasi oleh akun ini maupun pemerintah lainnya pemerintah berpikir hal itu hanyalah permainan pasar dan akan menghilang dengan waktunya sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Aisyah. "Berita Bohong (Hoax) Dalam Pandangan Hukum Islam", Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syari'ah, Vol. 4, No. 1.
2. Bahari, Ikhsan. "6 Jenis Berita Hoax Yang Wajib Diwaspadai Netizen", Wwww.Wow-Uniknya-Jenis-Berita-Hoax-Yang-Wajib-Diwaspadai.Net, Diakses 16 Februari 2019, Pukul 07.11.
3. Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat, Dan Pandemi COVID-19 (Muchammad Bayu Tejo Sampurno, Dkk).
4. CNBC\_Jakarta\_Indonesia-Menkominfo
5. [Http://Gerry05.Blogspot.Com/2019/04/Teori-Komunikasi-Lasswell.Html?M=1](http://Gerry05.Blogspot.Com/2019/04/Teori-Komunikasi-Lasswell.Html?M=1)
6. [Https://Blog.Ruangguru.Com/Hoax](https://Blog.Ruangguru.Com/Hoax)
7. [Https://M.Tribunnews.Com/Amp/Nasional/2019/03/29/Penyebaran-Hoax-Di-Indonesia-Memiliki-Pola-Terstruktur](https://M.Tribunnews.Com/Amp/Nasional/2019/03/29/Penyebaran-Hoax-Di-Indonesia-Memiliki-Pola-Terstruktur)
8. [Https://News.Detik.Com/Adv-Nhl-Detikcom/D-3716300/Cara-Cerdas-Mencegah-Penyebaran-Hoax-Di-Media-Sosial](https://News.Detik.Com/Adv-Nhl-Detikcom/D-3716300/Cara-Cerdas-Mencegah-Penyebaran-Hoax-Di-Media-Sosial)

9. <https://www.boc.web.id/Dampak-Dan-Penyebab-Orang-Sebarkan-Berita-Hoax/>
10. <https://www.google.com/amp/s/kmrhjn05.home.blog/2019/12/16/8-Poin-Perbedaan-Efek-Dan-Feedback-Dalam-Komunikasi/Amp/>
11. [https://www.kominfo.go.id/Content/Detail/15281/Kenali-Dua-Pola-Penyebaran-Hoax-Yang-Paling-Populer/0/Sorotan\\_Media](https://www.kominfo.go.id/Content/Detail/15281/Kenali-Dua-Pola-Penyebaran-Hoax-Yang-Paling-Populer/0/Sorotan_Media)
12. [https://www.researchgate.net/publication/330135181\\_PENGARUH\\_MEDIA\\_SOSIAL\\_TERHADAP\\_PENYEBARAN\\_HOAX\\_OLEH\\_DIGITAL\\_NATIVE](https://www.researchgate.net/publication/330135181_PENGARUH_MEDIA_SOSIAL_TERHADAP_PENYEBARAN_HOAX_OLEH_DIGITAL_NATIVE)
13. <https://www.sehatq.com/artikel/dampak-buruk-berita-hoax-pada-kesehatan-mental>
14. <http://cyberions.blogspot.com/2009/01/pola-komunikasi-antar-pribadi-jenis-komunikasi-dibagi-tugas.html>
15. Juditha, Christiany. "Interaksi Komunikasi Hoax Di Media Sosial Serta Antisipasinya", Jurnal Pekommas, Vol. 3, No. 1, 2018.
16. Marwan, M. Ravii. "Analisis Penyebaran Berita Hoax Di Indonesia," Skripsi. Depok: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma, T.T.
17. Prabowo, Thoriq Tri. "Memotong Mata Rantai Hoax," Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017.
18. Prasongko, Dias. "Begini Kronologis Kasus Hoax Ratna Sarumpaet", <https://nasional.tempo.co>, Diposting 5 Oktober 2018, Pukul 06.08 WIB, Diakses 17 Februari 2019, Pukul 16.42.
19. Purwanti, Puput. "4 Contoh Pencemaran Nama Baik Yang Pernah Terjadi Di Media Sosial", <http://www.hukamnas.com>, Diakses Pada 04 Maret 2019, Pukul 09.04.
20. Putra, Ega Dewa. Menguak Jejaring Sosial. Serpong: T.P, 2014.
21. Rahadi, Dedi Rianto "Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial", Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 5, No. 1, 2017.
22. Rekapian Laporan Isu Hoak Virus Corona .Ppt (3)- Menkominfo
23. Republik Indonesia. "Undang-Undang RI No.1 Tahun 1946 Tentang Peraturan Hukum Pidana", Penjelasan Umum, Pasal XIV.
24. Rimadhini, Cintya Putri. "Pertanggungjawaban Pidana Penyebaran Berita Bohong (Hoax) Melalui Media Elektronik (Studi Analisis Beredarnya Konten Video Telur Palsu Oleh Syahroni Daud)," Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2018.
25. Riswandi, Budi Agus. Hukum Dan Internet Di Indonesia. Yogyakarta: UII Press, 2003.
26. Saure Ludia , Rembang Max , Londa Jeffry. "Analisis Media Sosial Whats App Tentang Berita Berita Hoax Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado" .
27. Sabiq, Sayyid. Fiqih Sunnah Juz 10. Bandung: PT. Al-Ma'arif, T.T.
28. Sulistiawati.Asri. "Kajian Teoritis: Analisis Jaringan Komunikasi Interpersonal".
29. Susilawati. "Tanggapan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Terhadap Berita Palsu (Hoax) Pada Portal Berita," Skripsi. Makassar: Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, 2017.
30. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik
31. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik