

Perilaku Masyarakat Terkait Penyebaran Hoaks Covid-19

People Behavior Related To The Spread Of Covid-19's Hoax

Christiany Juditha

Balai Pengembangan SDM dan Penelitian Komunikasi dan Informatika Manado, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI
Jl. Pumorrow 76 Manado, Telp: 0431-847129

Email: christiany.juditha@kominfo.go.id

Diterima : 14 Mei 2020 | Revisi : 17 Agustus 2020 | Disetujui: 7 September 2020

Abstrak- Covid-19 menjadi bencana nonalam terbesar di dunia tahun 2020. Pertama kali merebak di Wuhan China selanjutnya menular ke negara-negara lain termasuk Indonesia. Masyarakat berada dalam ketidakpastian dan menerima banyak informasi tentang Covid-19 melalui berbagai media, utamanya media sosial. Kondisi ini diperparah dengan penyebaran hoaks terkait Covid-19 yang sulit dibendung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang perilaku masyarakat terkait penyebaran hoaks Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode survei melalui pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pengetahuan responden tentang Covid-19 dan hoaks sangat memadai. Namun demikian kebanyakan responden ragu dan berada pada posisi yang kadang kala dapat membedakan hoaks kadang kala tidak karena banyaknya informasi yang diperoleh setiap hari. Kepanikan masyarakat terhadap Covid-19 mengkibatkan hoaks terus disebarluaskan dengan harapan informasi tersebut dapat berguna mencegah maupun mengobati. Sementara itu sebagian besar responden tidak menyebarkan hoaks Covid-19 karena menganggap informasi tersebut tidak benar, tidak bermanfaat, dan membahayakan kesehatan orang lain, serta ingin memutus rantai penyebaran hoaks sampai pada diri sendiri saja.

Kata kunci: perilaku masyarakat, hoaks, penyebaran hoaks, Covid-19.

Abstract - Covid-19 became the biggest non-natural disaster in the world in 2020. It first broke out in Wuhan, China, and then spread to other countries including Indonesia. The public is in uncertainty and receives a lot of information about Covid-19 through various media. This condition is exacerbated by the spread of hoax related to Covid-19 which is difficult to contain. The purpose of this study was to analyses society's behavior related to the spread of the Covid-19 hoax. This research uses a survey method with a quantitative approach. The results of the study concluded that respondents' knowledge about Covid-19 and hoax was very adequate. However, most respondents are hesitant and are in a position that can sometimes distinguish hoax, sometimes not because of the large amount of information obtained every day. The public panic at Covid-19 caused hoax to continue to be spread in the hope that the information could be useful in preventing and treating. While the respondents did not spread Covid-19's hoax, because they considered the information to be incorrect, not useful, and harmful to the health of others, and they wanted to break the chain of hoax distribution to themselves.

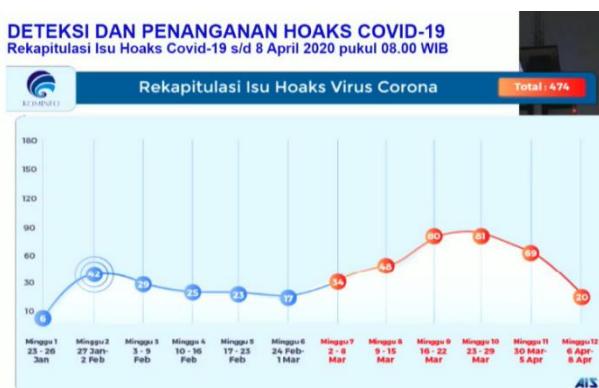
Keywords: people behavior, hoax, hoax spread, Covid-19.

PENDAHULUAN

Corona virus atau dikenal dengan nama Covid-19 menjadi bencana nonalam terbesar di dunia ini. Awalnya merebak di Wuhan China kemudian terus menular di negara-negara lain dan juga di Indonesia. Pada tanggal 2 Maret 2020, Presiden Joko Widodo mengumumkan penularan Covid-19 di Indonesia untuk pertama kalinya. Menurut Jokowi, virus Corona positif telah menjangkiti dua warga Indonesia (Detikcom, 2020). Sejak itu, penyebaran Covid-19 di Indonesia mulai tidak terbendung. Pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai upaya agar laju virus Corona melambat, diantaranya bekerja, belajar, beribadah di rumah, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), menghentikan moda transportasi, dilarang mudik, dan lain-lain. Akan tetapi pandemik ini belum berakhir.

Pasien yang terkonfirmasi positif tertular Covid-19 dari waktu ke waktu semakin bertambah di berbagai negara dan juga di Indonesia seperti yang setiap hari diumumkan oleh Juru Bicara Pemerintah untuk penanganan Covid-19. Banyaknya informasi melalui berbagai media diterima oleh hampir sebagian besar masyarakat dunia yang berada dalam ketidakpastian. Keadaan ini telah menimbulkan kepanikan dan tekanan psikologis yang berat (stres). Bahkan penyebaran berita/informasi bohong atau hoaks juga sulit dibendung di tengah kondisi yang serba tidak pasti ini. Data Kementerian Kominfo hingga 8 April 2020 menemukan adanya 474 isu hoaks terkait Covid-19 yang tersebar di 1.125 platform digital, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan Youtube (Kominfo, 2020). Sementara itu, selama 30 Januari-7 April 2020,

Kepolisian Republik Indonesia (POLRI) menangani 81 kasus penyebaran hoaks terkait Covid-19 (Halim, 2020).



Gambar 1 Rekapitulasi Isu Hoaks Virus Corona (Sumber: Kominfo, 2020)

Hoaks yang menyangkut kesehatan memang marak beredar di kalangan masyarakat. Ari Fahrial Syam dalam (Juditha, 2019) melakukan survei yang menemukan bahwa lebih dari 90 persen informasi di bidang kesehatan tidak dapat dipertanggungjawabkan karena memiliki sumber yang tidak jelas serta menyebar dengan bebas melalui media sosial dan pesan instan. Begitu pula dengan hasil survei yang dilakukan oleh Surveyor Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) menemukan bahwa hoaks kesehatan terbanyak beredar di masyarakat (Juditha, 2019). Sementara hasil penelitian yang dilakukan oleh Vosoughi, et.al, (2018) juga menemukan bahwa organisasi kesehatan memberikan klarifikasi informasi kesehatan yang benar justru tidak menyebar seluas penyebaran hoaks. Hal ini menunjukkan bahwa hoaks kesehatan lebih popular dikonsumsi masyarakat dan penyebarannya terbilang lebih cepat dibanding berita yang valid. Menurut Vosoughi informasi yang valid justru jarang menyentuh kepada seribu lebih orang sementara hoaks paling populer yang jumlahnya hanya satu persen dari informasi valid justru mampu menyebar ke seribu sampai seratus ribu orang (Vosoughi, et.al, 2018).

Hoaks kesehatan sangat berbahaya apabila informasi yang tidak benar diperlakukan oleh masyarakat, seperti mengonsumsi jenis obat-obat tertentu akan membahayakan jiwa manusia. Hoaks jenis ini juga dapat menciptakan keresahan serta kepanikan bagi masyarakat yang membacanya (Juditha, 2019). Karena itu hoaks mengenai kesehatan perlu dilawan dengan cara meningkatkan literasi di masa Pandemi Covid-19 ini. Literasi kesehatan menurut

Prasanti, (2018) sangat penting dimiliki saat ini karena banyaknya hoaks yang beredar.

Jika dihubungkan dengan hoaks Covid-19, maka literasi kesehatan masyarakat dapat dilihat dari perilaku masyarakat itu sendiri terkait hal tersebut. Perilaku menurut Benjamin Bloom (Fitriany, dkk, 2016), yaitu pengetahuan, sikap, dan tindakan. Seseorang akan dinilai memiliki literasi yang baik terkait hoaks Covid-19 jika dia memiliki pengetahuan yang memadai tentang hoaks, mampu bersikap serta mampu bertindak secara positif terkait penyebaran hoaks Covid-19. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana masyarakat berperilaku terkait penyebaran hoaks Covid-19. Tujuan penelitian adalah untuk mendapatkan gambaran tentang perilaku masyarakat terkait penyebaran hoaks Covid-19.

Penelitian tentang perilaku yang dihubungkan dengan hoaks pernah dilakukan, misalnya “*Perilaku Pengguna dan Informasi Hoaks di Media Sosial*” (Rahadi, 2017). Penelitian ini ingin melihat perilaku pengguna media sosial dalam penerimaan dan penyebaran hoaks. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan objek penelitian sivitas akademika di lingkungan *President University*. Hasilnya menunjukkan, perilaku sosial pengguna media dalam menanggapi hoaks cukup beragam karena latar belakang pengguna yang juga beragam. Pengguna memahami hoaks dan dampak yang muncul setelah menyebarkan informasi. Memengaruhi pendapat atau sikap orang lain menjadi viral, serta paham bahwa hoaks mampu memecah belah bangsa.

Penelitian lain adalah “*Implikasi Literasi Media dalam Mengubah Perilaku Masyarakat Kota Pontianak terhadap Kabar Bohong*” oleh Herawati, 2019. Penelitian ini menguji nilai-nilai literasi media yang diperoleh sebelumnya oleh individu dapat bersaing dengan stimulus dalam bentuk berita yang berpotensi hoaks sebelum akhirnya diputuskan untuk disebarluaskan atau tidak. Penelitian ini bersandar pada prinsip-prinsip teori penilaian sosial dan menggunakan wawancara mendalam untuk mengumpulkan data. Hasilnya menunjukkan bahwa ada sikap menahan diri ketika karakteristik berita palsu pada pesan berhasil ditandai. Selain itu, ketidaksesuaian referensi nilai yang dimiliki oleh individu dengan menawarkan ide-ide yang salah mengarah pada ketiga jenis perilaku, yaitu mematikan, berkompromi, atau menolak secara aktif.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Prasanti dengan judul “*Literasi Informasi Kesehatan sebagai*

Upaya Pencegahan Informasi Hoaks dalam Penggunaan Obat Tradisional di Era Digital”. Penelitian ini ingin mengetahui literasi kesehatan sebagai upaya pencegahan informasi hoaks dalam penggunaan obat tradisional di era digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi kesehatan dapat digunakan untuk pencegahan hoaks dalam pemakaian obat tradisional. Literasi kesehatan ini terdiri dari media informasi pelayanan kesehatan yang dipilih, sumber referensi dalam *cross check* kebenaran informasi tentang obat tradisional yang ditentukan, dan keputusan tepat yang diambil dalam penyebaran informasi obat tradisional (Prasanti, 2018).

Penelitian-penelitian di atas juga membahas persoalan perilaku masyarakat yang dihubungkan dengan hoaks, ada juga yang membahas soal literasi kesehatan masyarakat untuk mengantisipasi upaya penyebaran hoaks. Semua penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan sekarang ini, terletak pada metode yang digunakan, yaitu survei yang menyasar 625 masyarakat secara umum, menggunakan kuesioner *online*, dan membahas hoaks khusus isu Covid-19. Sebelumnya belum pernah dilakukan penelitian seperti ini, sehingga hal inilah yang menjadi kebaruan dan penting untuk diteliti.

Skinner dalam (Notoatmodjo, 2014) menyatakan bahwa perilaku adalah reaksi atau respon seseorang terhadap rangsangan atau stimulus dari luar dirinya. Perilaku sebagai hasil aktifitas organisme dapat diamati secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap lingkungan sekitarnya. Secara sederhana perilaku manusia dapat diartikan sebagai rangkaian aktivitas yang dilakukan sehari-hari, seperti berbicara, berjalan, tradisi, berpakaian, bereaksi, dan lain sebagainya. Perilaku manusia merupakan hal yang bias yang dibentuk dan dapat dipelajari. Menurut Priyoto (2014) beberapa cara terbentuknya perilaku seseorang, yaitu karena kebiasaan yang dilakukan, ditempuh dengan pengertian dan melalui contoh atau model (seperti pemimpin, orangtua, dan tokoh panutan lainnya).

Benyamin Bloom (Fitriany dkk, 2016) membagi pembentukan perilaku dalam tiga tingkatan, yaitu kognitif, afektif, dan psikomotor atau biasa dikenal dengan istilah pengetahuan, sikap, dan tindakan. Pengetahuan adalah hasil tahu yang terjadi jika seseorang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu, misalnya melihat, mendengar mencium, merasa, dan meraba. Kebanyakan manusia memperoleh

pengetahuan melalui proses melihat dan mendengar. Domain yang sangat penting untuk pembentukan tindakan seseorang adalah pengetahuan atau kognitif.

Sikap menurut Newcomb (dalam Notoatmodjo, 2010) bukan merupakan pelaksanaan motif tertentu, namun merupakan kesediaan untuk bertindak. Sikap memiliki tingkatan, yaitu menerima, menanggapi, menghargai, dan bertanggung jawab. Pengalaman sendiri atau dari orang lain merupakan faktor yang paling dekat untuk memperoleh sikap. Sikap membuat seseorang mendekati atau menjauhi orang lain maupun objek lain. Sikap juga akan terwujud di dalam suatu tindakan berdasarkan pada pengalaman atau nilai yang menjadi pegangan bagi seseorang. Sementara menurut Notoatmodjo, (2010) sikap merupakan tanggapan (respon) tertutup seseorang terhadap objek tertentu (stimulus). Hal ini melibatkan emosi dan pendapat orang tersebut seperti setuju, tidak setuju, baik, tidak baik, senang, tidak senang, dan sebagainya).

Tindakan menurut Skinner dalam Notoatmodjo (2014) adalah tanggapan (respon) yang sifatnya aktif dan dapat diamati terhadap suatu stimulus atau rangsangan. Sikap dapat menjadi tindakan jika faktor pendukung dapat terpenuhi, misalnya fasilitas serta pihak yang mendukung sangat berperan penting. Tindakan terjadi dimulai dengan adanya persepsi, kemudian respon terpimpin, selanjutnya mekanisme, dan adopsi.

Faktor-faktor yang memengaruhi terbentuknya perilaku karena adanya rangsangan internal berupa pengetahuan, sikap, sarana, pengalaman, budaya, sosial, dan keyakinan. Menurut Green dalam Notoatmodjo (2014), faktor yang memengaruhi perilaku adalah 1) faktor predisposisi atau faktor internal yang ada pada diri individu, kelompok, dan masyarakat. Faktor seperti pengetahuan, sikap, kepercayaan, nilai-nilai dan budaya yang memudahkan individu berperilaku. Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang berhubungan dengan perilaku. Domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang atau *over behavior* adalah pengetahuan atau kognitif. 2) Faktor Pendukung. Faktor ini dapat diwujudkan dalam lingkungan fisik, yaitu tersedia atau tidak tersedianya fasilitas/sarana dan, 3) Faktor Pendorong yang dapat diwujudkan dalam sikap dan perilaku petugas yang merupakan kelompok referensi dari perilaku masyarakat.

Berbicara tentang penyebaran informasi tidak terlepas dari komunikasi itu sendiri. Menurut Harold Lasswell dalam (Purba, 2006) komunikasi adalah siapa,

mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa efeknya? Unsur-unsur pertanyaan yang dikemukakan oleh Lasswell ini merupakan komponen proses komunikasi, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan/penerima, serta efek. Lasswell (Juditha, 2017) mengemukakan, komunikasi berfungsi sebagai mengamati lingkungan dan hubungan para kelompok dalam masyarakat saat lingkungan serta transmisi warisan sosial dari generasi satu ke generasi yang lain ditanggapi.

Penyebaran informasi merupakan bagian dari interaksi sosial. West & Turner mengatakan bahwa penyebaran informasi merupakan bagian dari interaksi simbolik di mana makna terbangun melalui proses komunikasi oleh setiap individu dengan tujuan untuk berbagi. Penyebaran informasi akan berhasil ditentukan oleh salurannya, yaitu penggunaan media baik komunikasi secara langsung atau tatap muka atau dengan menggunakan teknologi (West, 2010). *Laboratory Information System* (LIS) dalam Fidel, (2012) memberikan pengertian penyebaran informasi sebagai tindakan dalam menyebarkan berbagai pesan yang tujuannya untuk membantu orang lain secara informal.

Penyebaran informasi dalam penelitian ini adalah penyebaran hoaks. Hoaks menurut (Rasywir, 2015) adalah informasi berbahaya dan sesat. Hoaks adalah informasi palsu yang disampaikan sebagai sebuah kebenaran, sehingga persepsi manusia dapat disesatkan. Hoaks bertujuan memengaruhi orang banyak dengan menodai kredibilitas dan suatu citra yang memengaruhi pembaca sehingga mengambil tindakan sesuai dengan isi informasi. Pengertian lain, hoaks merupakan berita palsu atau usaha agar pembaca tertipu untuk memercayai tentang sesuatu. Hoaks juga adalah berita yang tidak berdasarkan kenyataan atau kebenaran yang diproduksi untuk tujuan tertentu. Hoaks bertujuan tidak saja sebagai lelucon, iseng, tetapi juga untuk membentuk opini publik. Pada dasarnya hoaks menyesatkan bagi pembaca yang tidak kritis terhadap informasi dan membagikan berita yang dibaca kepada pembaca lainnya tanpa melakukan kroscek kebenaran (Juditha, 2018).

Penelitian ini mengkaji tentang penyebaran hoaks tentang Covid-19 atau *Corona virus*. Covid-19 atau virus Corona merupakan penyakit yang diidentifikasi menyerang saluran pernapasan. Penyakit ini dideteksi kemunculannya di Wuhan, Tiongkok pertama kali pada akhir tahun 2019 (Heldavidson, 2020). Bahkan dunia dikejutkan karena

wabah virus ini telah menginfeksi hampir seluruh negara di dunia pada awal tahun 2020 ini. Sebagaimana (dalam Dana, 2020) menjelaskan bahwa WHO menyatakan dunia masuk dalam darurat global terkait virus Corona sejak Januari 2020. Indonesia sendiri, mengkonfirmasi kasus Covid-19 pertama kali pada 2 Maret 2020. Presiden Joko Widodo waktu itu mengumumkan bahwa ada dua warga Indonesia yang positif terjangkit virus Corona (Detikcom, 2020).

Berdasarkan paparan teori dan konsep-konsep di atas, kerangka konseptual dari penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2 Kerangka Konseptual Penelitian

Pengetahuan, sikap dan tindakan merupakan tiga tingkatan yang membentuk perilaku masyarakat. Pengetahuan dalam hal ini ialah hasil tahu masyarakat tentang Covid-19, hoaks secara umum, hoaks tentang Covid-19, dan konsekuensi hukum bagi penyebar hoaks. Sementara itu, sikap masyarakat di sini diukur berdasarkan respon mereka terhadap informasi Covid-19 secara umum maupun hoaks terkait Covid-19 yang diterima/disebar. Adapun tindakan dalam penelitian ini adalah respon masyarakat terhadap hoaks Covid-19 yang diterima maupun disebar. Tindakan ini terjadi karena adanya faktor pendukung seperti fasilitas media/saluran.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Singarimbun dkk, (2008) survei adalah pengumpulan data dari sejumlah populasi dan sampel. Sementara (Bungin, 2010) mengatakan bahwa survei merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan metode kuesioner. Kuesioner adalah daftar sejumlah pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk diisi.

Pendekatan kuantitatif menurut Neuman (2003) adalah pendekatan positivistik. Begitu pula yang disampaikan oleh (Sugiono, 2013) bahwa kuantitatif adalah metode penelitian yang didasari oleh filsafat positivism. Pendekatan ini dipakai untuk meneliti sampel atau populasi tertentu yang sampelnya ditentukan secara acak, pengumpulan datanya

menggunakan instrumen penelitian, sedangkan analisis datanya bersifat statistik.

Sebagian atau wakil populasi yang diteliti itulah yang disebut sampel. Sugiyono (2013) mengatakan pengambilan sampel dilakukan dengan Teknik *probability sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak (random) dari sebuah populasi. Pada penelitian ini sampel yang diambil adalah masyarakat yang menggunakan internet berusia 12-65 tahun yang berdomisili di Indonesia. Jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Taro Yamane (Hamidi, 2010) agar dapat mewakili populasi yaitu:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Dimana n adalah jumlah sampel yang dicari, N adalah jumlah populasi (pengguna internet di Indonesia tahun 2020 sebesar 175,3 juta (*We Are Social*, 2020), d adalah nilai presisi, dengan tingkat kesalahan 4 % dan tingkat kepercayaan 96%. Sehingga total responden dalam penelitian ini adalah 625 orang.

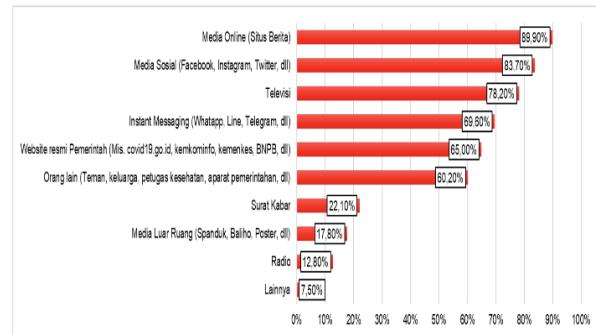
Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menyebarluaskan kuesioner secara *online* pada 23-31 Maret 2020 dengan menggunakan aplikasi *google form*. Menurut (Setiawan, 2012) survei *online* memiliki banyak kemudahan di antaranya ketersediaan responden yang cukup banyak karena banyaknya pengguna internet, hemat biaya dan waktu, jangkauannya luas, multi bahasa dan media penyebarannya sangat mudah diakses responden.

Data yang diperoleh melalui penyebarluasan kuesioner selanjutnya diinput dalam aplikasi SPSS untuk kemudian diolah dan dianalisis. Hasil olahan data ini ditampilkan dalam bentuk grafik dan gambar yang kemudian dianalisis secara deskriptif. Sebelumnya juga dilakukan uji validitas dan reabilitas terhadap instrumen yang digunakan. Tujuannya agar instrumen tersebut akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memiliki jumlah total responden sebanyak 625 responden yang keseluruhannya sebagai pengguna internet yang berdomisili di Indonesia. Adapun profil mereka adalah sebagai berikut: responden terbanyak berjenis kelamin perempuan sebanyak 57% dan laki-laki sebanyak 43%. Responden didominasi oleh rentang usia 17-25 tahun sebanyak 32,6% menyusul usia 26-35 tahun (27,4%), usia 36-45 tahun (22,4%) dan rentang usia responden yang paling sedikit yaitu > 65 tahun sebanyak 0,2%. Semantara itu,

untuk tingkat Pendidikan responden terbanyak adalah S1 (45%), menyusul kemudian SMA sederajat (26,6%), S2/S3 sebanyak 22,2% dan yang paling rendah tamat SD (0,2%). Pegawai Negeri Sipil adalah profesi responden yang paling banyak mencapai 30,1% menyusul pelajar dan mahasiswa 28,6%, dan pegawai swasta, 17,4%. Sementara responden yang tidak bekerja merupakan yang paling rendah persentasinya, yaitu hanya 0,5%.



Gambar 3 Media untuk memperoleh informasi Covid-19

Covid-19 adalah virus Pandemi yang mewabah tidak saja di negara-negara besar di dunia, tetapi juga di Indonesia. Informasi tentang virus Corona ini pun dapat ditemui di berbagai media dan saluran. Ketika responden ditanyakan apakah mengetahui informasi tentang Covid-19, maka 100% responden menjawab tahu. Pengetahuan responden pun cukup baik tentang virus Corona. Rata-rata responden menjawab di atas enam puluh persen, misalnya penyakit ini disebabkan oleh virus (92,2%), penyakit yang menyerang saluran pernapasan dan paru-paru (85%), penyakit dengan gejala batuk, pilek, demam (81,1%), bencana nonalam dan termasuk wabah pandemi (69%).

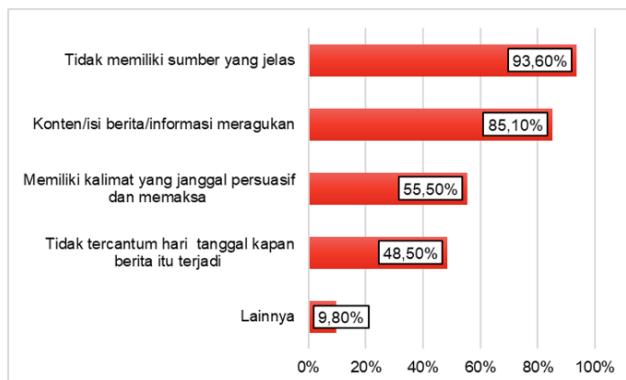
Adapun media yang digunakan responden dalam memperoleh informasi tentang Covid-19, media *online* (situs berita) adalah media yang paling banyak dipilih responden (89,9%), menyusul media sosial (83,70%), televisi (78,20%), pesan instan (69,60%), website resmi pemerintah (65%) dan media lainnya dibawah enam puluh persen (Gambar 3).

Informasi tentang Covid-19 melalui berbagai media begitu banyak tidak luput disisipi informasi bohong atau hoaks. Bahkan penyebarannya sulit di bendung. Ketika ditanyakan apakah responden mengetahui definisi tentang hoaks, maka 100% mereka menjawab tahu. Rata-rata responden sepakat jika hoaks itu adalah berita/informasi bohong (94,9%), berita/informasi palsu (90,9%), berita/informasi

menghasut (54,2%), serta berita/informasi disinformasi sebanyak 50,10%.

Ketika ditanyakan informasi apa saja yang dikonsumsi, mayoritas responden menjawab soal cara melindungi diri dari paparan Covid-19 (92,8%), gejala Covid-19 (92%), apa itu virus Covid-19 (86,1%), kabar terkini Covid-19 di Indonesia (jumlah pasien positif, sembuh, meninggal, dll) sebanyak 85,80%, informasi tentang rumah sakit rujukan Covid-19 (70,6%), serta cara melindungi orang lain dari paparan Covid-19 sebanyak 69,8%.

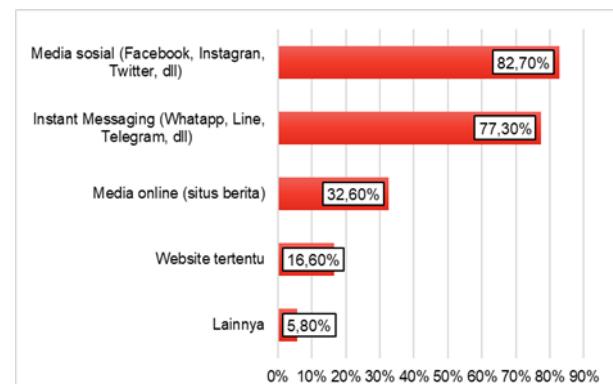
Deteksi responden terhadap hoaks pun cukup baik. Gambar 4 menunjukkan sebanyak 93,6% responden menyatakan bahwa hoaks tidak memiliki sumber yang jelas, konten meragukan (85,1%), serta memiliki kalimat yang janggal persuasif dan memaksa (55,5%).



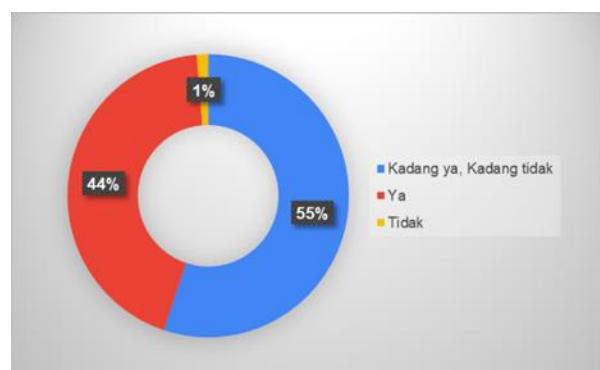
Gambar 4 Pengetahuan responden untuk mendeteksi hoaks

Responden juga mengaku dalam situasi pandemik ini mereka menerima hoaks tentang Covid-19. Sebanyak 44,3% menyatakan kadang-kadang, sebanyak 34,20% menjawab sering, sebanyak 19,40% menjawab sangat sering, hanya 2,1% responden menjawab tidak pernah. Responden juga mengaku rata-rata paling banyak menerima satu hoaks tentang Covid-19 dalam sehari sebanyak 40,8%. Ada juga responden yang menerima lebih dari 5 hoaks dalam sehari, yaitu sebanyak 13,4%.

Sementara media yang paling banyak digunakan saat menerima hoaks tentang Covid-19 adalah media sosial (Facebook, Instagram, Twitter) sebanyak 82,70%, pesan instan (Whatapp, Line, Telegram) sebanyak 77,3%, media *online* (situs berita) sebanyak 32,60%, dan website tertentu sebanyak 16,6% (Gambar 5).



Gambar 5 Banyaknya hoaks Covid-19 yang diterima/ hari dan media penerima



Gambar 6 Kemampuan responden membedakan antara hoaks dan berita yang benar tentang Covid-19

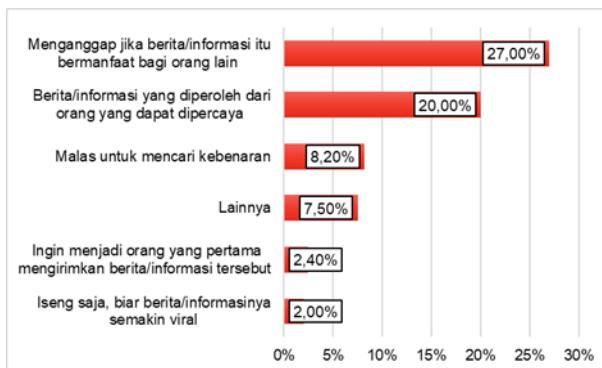
Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa teks (berita/informasi tertulis) merupakan jenis hoaks Covid-19 yang paling banyak diterima oleh responden, kemudian menyusul gambar (foto), video (gambar bergerak) serta audio. Gambar 6 menunjukkan bahwa kebanyakan responden (55%) menyatakan mereka berada pada posisi yang kadang bisa membedakan kadang tidak bisa membedakan apakah informasi yang mereka terima itu termasuk hoaks atau tidak. Meski 44% responden juga mengaku bisa mendeteksi berita yang diterima itu adalah hoaks. Adapun hoaks Covid-19 yang banyak diterima responden, yaitu tentang banyaknya pasien Covid-19 yang diisolasi meninggal (58,10%), asal muasal Covid-19 (56,30%), cara melindungi diri dari Covid-19 (misalnya merokok, minum alkohol, dan lainnya) sebanyak 54,20%, cara mengobati Covid-19 (45,0%), tempat-tempat yang terpapar Covid-19 (45,0%), cara mencegah penyebaran Covid-19 (32,60%), cara melindungi orang lain dari Covid-19 (19,70%) dan lainnya sebanyak 12,30%.

Ketika ditanyakan bagaimana cara responden mengetahui jika informasi yang mereka terima adalah hoaks? Sebanyak 65,60% responden menyatakan mencari sendiri kebenaran informasi tersebut melalui internet (*search engine*). Sementara 61,60%

menyatakan ada koreksi/klarifikasi di media *online* (situs berita), 52,20% menyatakan ada koreksi/klarifikasi di media sosial, 33,10% bertanya langsung kepada sumber yang dapat dipercaya, 28,0% menyatakan sudah mengetahui tentang kebenaran itu dan lainnya menjawab sebanyak 5,10%.

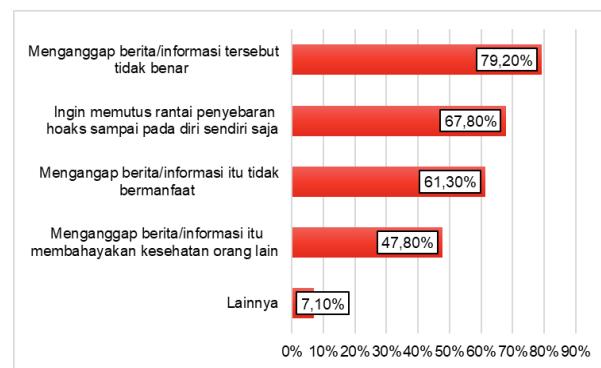
Perilaku responden jika menerima hoaks tentang Covid-19 menggambarkan lebih dari enam puluh persen mengaku memeriksa kebenaran berita/informasi tersebut melalui internet (*search engine*), menanyakan kepada sumber-sumber yang dapat dipercaya, mendiamkan saja, menegur si pengirim berita/informasi, langsung menghapusnya, ada juga yang tetap menyebarkan disertai penjelasan bahwa berita/informasi tersebut adalah hoaks dan ada juga dengan alasan lainnya.

Ketika ditanyakan alasan responden memilih untuk menyebarkan hoaks tentang Covid19, hanya 389 (62,24%) dari total 625 responden yang menjawab pertanyaan ini. Sebanyak 27% di antara responden menyebarkan hoaks karena menganggap jika berita/informasi tersebut benar dan bermanfaat bagi orang lain, 20% responden menjawab karena memperoleh berita/informasi tersebut dari orang yang dapat dipercaya, 8,2% malas untuk mencari kebenaran, 2,4% ingin menjadi orang yang pertama mengirimkan berita/informasi tersebut dan 2% menyatakan hanya iseng saja, supaya hoaks tersebut semakin viral (Gambar 7).

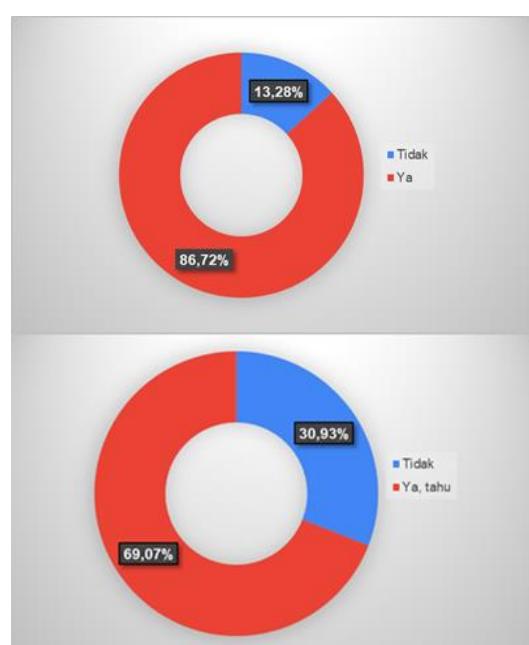


Gambar 7 Perilaku responden terhadap hoaks Covid-19 yang diterima dan disebarluaskan (n=389)

Gambar 8 menunjukkan tindakan responden untuk tidak menyebarkan hoaks tentang Covid19, karena kebanyakan dari mereka menganggap berita/informasi tersebut tidak benar, ada juga yang ingin memutus rantai penyebaran hoaks sampai pada diri sendiri saja, menganggap berita/informasi itu tidak bermanfaat, dan membahayakan kesehatan orang lain.



Gambar 8 Tindakan responden untuk tidak menyebarkan hoaks Covid-19 yang diterima



Gambar 9 Pengetahuan responden terhadap konsekuensi hukum penyebaran hoaks (n=625)

Bertitiktolak dari kesemuanya itu, mayoritas responden (86,72%) paham betul bahwa penyebaran hoaks melalui internet apapun bentuknya melanggar Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik (ITE) pasal 45 ayat 1. Sebanyak 69,07% responden juga tahu jika penyebaran hoaks dilakukan akan dipidana penjara selama 6 tahun dan denda 1 miliar rupiah (Gambar 9).

Bericara soal perilaku manusia tidak terlepas dari tiga hal penting yang diungkapkan oleh Bloom dalam (Fitriany dkk, 2016) yaitu pengetahuan, sikap dan tindakan. Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengetahuan responden tentang Covid-19 sangat baik karena seluruh responden menyatakan mengetahui tentang virus Corona ini. Hal ini juga dibuktikan dengan kemampuan responden memberikan jawaban

bahwa Covid-19 adalah penyakit yang disebabkan oleh virus, penyakit yang menyerang saluran pernapasan dan paru-paru, penyakit dengan gejala batuk, pilek, demam, bencana nonalam, termasuk wabah pandemik lainnya.

Pengetahuan responden yang memadai tentang Covid-19 juga didukung karena penggunaan media sebagai saluran informasi. Hasil penelitian menyebutkan bahwa kebanyakan responden memperoleh informasi tentang Covid-19 dari media *online* atau situs berita, media sosial, televisi, pesan instan, serta website resmi pemerintah. Media lainnya seperti surat kabar, media luar ruang serta radio meski jumlahnya sangat sedikit tetapi masih digunakan responden untuk memperoleh informasi tentang Covid-19.

Semua responden juga mengaku mengetahui definisi tentang hoaks secara umum. Mereka berpendapat bahwa hoaks itu adalah berita/informasi bohong, berita/informasi palsu, berita/informasi menghasut, serta berita/informasi disinformasi. Rata-rata responden juga tahu caranya mendeteksi hoaks, yaitu tidak memiliki sumber yang jelas, konten meragukan serta memiliki kalimat yang janggal, persuasif dan memaksa. Sebagian besar responden juga tahu konsekuensi hukum penyebaran hoaks melalui internet, yaitu melanggar Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik (ITE) pasal 45 ayat 1 dengan sanksi akan dipidana penjara selama 6 tahun dan denda 1 miliar rupiah.

Jika dihubungkan dengan konsep pengetahuan menurut Bloom, dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden masuk kategori paham yang merupakan level kedua dari pengetahuan. ‘tahu’ adalah memori yang telah ada sebelumnya setelah mengamati sesuatu. ‘Tahu’ hanya sebagai pemanggil memori saja. Tahu adalah tingkatan pengetahuan level satu dan merupakan tingkatan yang paling rendah, sedangkan paham atau memahami adalah kemampuan untuk menginterpretasikan suatu materi secara benar dan mampu menjelaskan objek yang diketahui juga secara benar (Fitriany dkk, 2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden tidak sekadar tahu tentang Covid-19, hoaks, dan konsekuensi sosial pelanggarannya, tetapi juga dapat menjelaskan secara benar tentang hal tersebut.

Notoatmodjo menjelaskan bahwa seseorang memperoleh sebagian besar pengetahuan dari indra penglihatan dan pendengaran (Notoatmodjo, 2014). Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian bahwa

responden banyak mendengar dan melihat informasi objek (Covid-19 dan hoaks) dari sejumlah media sebagai saluran penyampai informasi seperti media online, media sosial, pesan instan, televisi dan lainnya. Media online atau situs berita merupakan media yang paling banyak dimanfaatkan oleh responden dalam memperoleh informasi. Ini karena situs berita sangat mudah diakses melalui handphone. Apalagi kini hampir semua perusahaan situs berita memiliki akun di berbagai media sosial, sehingga semakin memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi.

Hal ini juga diperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Susenas BPS tahun 2017 yang menemukan bahwa sebanyak 74,7 persen masyarakat yang mengakses berita online tinggal di perkotaan, sementara sisanya di perdesaan serta didominasi oleh generasi Z dan Y. Hasil penelitian ini menunjukkan mayoritas responden berdomisili di ibukota provinsi dalam kategori generasi Y. Sementara media sosial yang juga menjadi pilihan responden memperoleh informasi. Survei yang dilakukan oleh *We Are Social* (2020) menemukan dalam tahun 2020 ada peningkatan sepuluh juta orang Indonesia yang aktif di media sosial di banding tahun sebelumnya. Begitu pula dengan hasil survei (Kominfo, 2017) menemukan bahwa sebagian besar pengguna internet melakukan aktivitas membuka media sosial dan mengirim pesan melalui pesan instan termasuk chatting. Tidak heran jika saat ini hoaks pun paling banyak beredar melalui media sosial.

Meski pengetahuan responden tentang hoaks Covid-19 memadai, namun hasil penelitian ini juga mengungkapkan, bahwa kebanyakan responden ragu dan berada diposisi yang kadang bisa membedakan hoaks kadang tidak. Ini disebabkan banyaknya informasi yang mereka terima. Apalagi kebanyakan mereka menerima minimal satu hoaks tentang Covid-19 dalam sehari. Ditambah lagi kepanikan masyarakat akan virus Corona, sehingga berbagai informasi terus disebarluaskan dengan harapan informasi tersebut dapat berguna untuk mencegah ataupun mengobati. Seperti hasil penelitian (Rahadi, 2017) yang mengemukakan bahwa salah satu alasan utama para pengguna menyebarkan hoaks adalah untuk memengaruhi pendapat/sikap orang lain.

Hal ini juga sama yang dikemukakan oleh Bungin dalam (Juditha, 2018) bahwa negara dan masyarakat menghadapi efek hoaks sebagai akibat communication jammed, teknologi komunikasi yang tidak dapat dikontrol dan makin bebasnya masyarakat memiliki beragam media komunikasi. Tidak dipungkiri hal-hal

ini membentuk sikap responden terhadap hoaks Covid-19 diantaranya sangat dipengaruhi oleh media yang dipirsa, pengalaman pribadi serta emosi dalam diri. Seperti dikemukakan oleh Azwar (2013), bahwa ada beberapa faktor yang memengaruhi sikap antara lain pengalaman pribadi, faktor emosi dalam diri individu, kebudayaan, lembaga pendidikan, media massa, orang lain yang dianggap penting, dan agama.

Hasil penelitian ini juga menemukan kebanyakan responden tidak tinggal diam saat menerima informasi yang terindikasi hoaks. Mereka pun mencari sendiri kebenaran informasi tersebut melalui internet (search engine) dan bertanya langsung kepada sumber yang dapat dipercaya. Hal ini disebabkan dari pengalaman mereka, yakni banyak informasi yang mereka terima diragukan kebenarannya. Sikap yang terbentuk ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Middlebrook dalam (Azwar, 2013), bahwa pembentukan sikap dipengaruhi oleh faktor pengalaman pribadi dan pengaruh orang lain. Pengalaman pribadi yang telah dan sedang dialami seseorang akan ikut membentuk dan memengaruhi penghayatannya terhadap stimulus sosial.

Pengaruh orang lain sebagai salah satu komponen sosial ikut memengaruhi sikap responden. Sumber yang dipercaya (untuk bertanya kebenaran informasi hoaks yang diterima responden) merupakan pihak yang dianggap penting. Persetujuan pihak ini diharapkan untuk menentukan setiap tingkah dan pendapat yang akhirnya memengaruhi pembentukan sikap responden agar yakin bahwa informasi yang mereka terima adalah hoaks atau bukan. Sikap juga akan terwujud di dalam suatu tindakan tergantung pada situasi saat itu, mengacu kepada banyak atau sedikitnya pengalaman seseorang (terhadap hoaks) dan tergantung nilai yang berlaku dan yang menjadi pegangan setiap orang (Notoatmodjo, 2010).

Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa ada responden yang juga memilih tetap menyebarkan hoaks tentang Covid-19 ketika mereka menerima informasi tersebut. Tindakan ini dilandasi beberapa alasan diantaranya karena menganggap informasi tersebut benar, bermanfaat bagi orang lain, diperoleh dari orang yang dapat dipercaya, malas untuk mencari kebenaran, ingin menjadi orang yang pertama mengirimkan informasi tersebut dan ada juga yang hanya iseng saja.

Apa yang dilakukan responden ini sesuai dengan pandangan Skinner dalam (Notoatmodjo, 2014) bahwa tindakan adalah respon terhadap rangsangan yang bersifat aktif. Tindakan ini terjadi karena kurangnya

pengetahuan tentang informasi hoaks yang diterima ditambah tersedianya fasilitas yang digunakan (media sosial, instant messaging) yang memudahkan dan mempercepat seseorang membagikan hoaks yang diterima.

Heidi Larson, seorang antropolog dan direktur The Vaccine Confidence Project at the London School of Hygiene & Tropical Medicine, mengatakan bahwa harus diakui sangat banyak informasi yang saling bertentangan, informasi yang salah dan informasi yang dimanipulasi di media sosial, sebagai ancaman kesehatan publik global. Selanjutnya Larson melihat media sosial membantu menghubungkan orang-orang dengan pengalaman serupa, namun media sosial juga membawa orang dalam jebakan yang signifikan (Reichel, 2019). Dwiyana dalam (Juditha, 2018) memperkuat pendapat Larson bahwa penyebaran hoaks semakin massif karena media sosial memiliki karakter khusus. Orang dapat menyebarkan hoaks, mereproduksi, hingga memodifikasinya secara digital. Sistem penyimpanan digital ini memungkinkan pengendalian penyebaran hoaks semakin sulit, karena secara online maupun offline hoaks masih dapat diakses dan disebarluaskan, bahkan setelah postingan aslinya dihapus sekalipun, hoaks itu masih bisa diakses.

Tindakan penyebaran hoaks ini merupakan bagian dari interaksi sosial di mana makna terbangun melalui proses komunikasi oleh setiap individu dengan tujuan untuk berbagi (West, 2010) terlepas dari informasi yang disebarluaskan tersebut adalah negatif. Rudiantara menyebutkan bahwa "hoaks diciptakan oleh orang pintar, tetapi jahat; disebarluaskan oleh orang bodoh, tetapi baik". Hoaks merupakan produk konten kreatif yang dibuat oleh mereka yang terampil dalam desain komunikasi, desain grafis, copywriting bahkan hypnowriting. Hoaks memiliki potensi yang tinggi untuk menjadi viral ketika telah dikemas (Rudiantara, 2019).

Tindakan responden untuk tidak menyebarkan hoaks tentang Covid-19, karena kebanyakan dari mereka menganggap berita/informasi tersebut tidak benar, ada juga yang ingin memutus rantai penyebaran hoaks sampai pada diri sendiri saja, menganggap berita/informasi itu tidak bermanfaat, dan membahayakan kesehatan orang lain. Perilaku responden ini sejalan dengan apa yang dikemukakan Green dalam (Notoatmodjo, 2014) bahwa faktor-faktor yang memengaruhi terbentuknya perilaku antara lain karena rangsangan berupa pengetahuan, pengalaman, sikap, sosial, keyakinan, sarana serta budaya.

Tindakan positif responden ini juga perlu tetap didukung dengan peningkatan literasi informasi khususnya di bidang kesehatan. Mengingat hoaks kesehatan membuat banyak masyarakat resah dan terjebak untuk percaya. Hasil penelitian Juditha menyebutkan bahwa hoaks bidang kesehatan lebih berbahaya daripada hoaks jenis lain. Hal ini karena dapat mengancam jiwa orang lain sebagai dampak fatal yang disebabkan hoaks kesehatan. Juditha mencantohkan hoaks mengenai vaksin Measles-Rubella (MR) yang pernah beredar viral di masyarakat justru menjadi simpangsiur dan mengakibatkan kepanikan masyarakat (Juditha, 2019).

Literasi kesehatan juga sama pentingnya dengan literasi informasi. European Health Literacy Consortium menjelaskan, bahwa masyarakat perlu meningkatkan kualitas hidup sepanjang masa salah satunya dengan menguasai literasi kesehatan. Literasi kesehatan adalah kemampuan, kapasitas, keterampilan, pengetahuan dan motivasi masyarakat untuk mengakses, memahami, menilai dan menerapkan informasi kesehatan dalam bentuk yang berbeda. Hal ini sangat penting untuk pembentukan nilai dan pengambilan keputusan dalam mencegah penyakit, memanfaatkan sistem pelayanan kesehatan, serta promosi kesehatan. (Srensen, 2012). Dengan memiliki literasi kesehatan yang memadai, seseorang dapat mencegah penyebaran hoaks diera digital (Prasanti, 2018).

KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang perilaku (pengetahuan, sikap, dan tindakan) masyarakat terkait penyebaran hoaks Covid-19. Hasil penelitian menggambarkan bahwa pengetahuan responden tentang Covid-19, hoaks secara umum, dan hoaks tentang Covid-19 sangat memadai, dan dikategorikan sebagai pengetahuan level dua, yaitu memahami. Hal ini dibuktikan dengan kemampuan responden dalam mendefinisikan apa itu virus Corona dan juga hoaks. Informasi terkait Covid-19 banyak diperoleh responden dari situs berita, media sosial, televisi, pesan instan, serta website resmi pemerintah. Hoaks terkait Covid-19, kebanyakan responden peroleh dari media sosial dan pesan instan.

Meskipun pengetahuan responden tentang hoaks Covid-19 memadai, namun kebanyakan mereka ragu dan berada di posisi yang kadang dapat membedakan hoaks kadang juga tidak. Ini disebabkan banyaknya informasi yang diperoleh setiap hari yang juga sudah

termasuk hoaks tentang Covid-19. Kepanikan masyarakat akan virus Corona mengakibatkan berbagai informasi meski hoaks terus disebarluaskan dengan harapan informasi tersebut dapat berguna mencegah maupun mengobati. Sebagian kecil responden bertindak tetap menyebarkan hoaks tentang Covid-19 karena menganggap jika informasi tersebut benar, bermanfaat bagi orang lain serta diperoleh dari orang yang dapat dipercaya. Sedangkan responden yang tidak menyebarkan hoaks Covid-19, karena menganggap informasi tersebut tidak benar, ingin memutus rantai penyebaran hoaks sampai pada diri sendiri saja, menganggap informasi itu tidak bermanfaat, dan membahayakan kesehatan orang lain.

Atas dasar tersebut, penelitian ini merekomendasikan bahwa literasi informasi masyarakat terhadap hoaks secara umum dan hoaks tentang Covid-19 cukup memadai, namun tetap perlu waspada, mengingat saat ini pengemasan hoaks juga semakin canggih sehingga sulit dibedakan antara hoaks dengan informasi benar. Di samping itu literasi kesehatan masyarakat juga perlu ditingkatkan bukan saja untuk menangkal hoaks kesehatan namun juga agar bijaksana terhadap informasi kesehatan lainnya. Inisiatif dan peran masyarakat penting dibangun agar cerdas mengenal hoaks.

Pemerintah baik Kemkominfo, Kemenkes, dan institusi lainnya, seperti Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), komunitas anti hoaks, dan institusi Pendidikan tetap diharapkan bisa berkolaborasi secara terus menerus mengampanyekan anti hoaks kesehatan terutama melalui saluran media sosial dan pesan instan guna meminimalisasi penyebaran hoaks di masyarakat. Pemerintah pusat dalam hal ini Kemkominfo diharapkan dapat membentuk jaringan bersama pemerintah provinsi hingga kabupaten/kota untuk mengantisipasi peredaran hoaks dengan menyediakan ruang aktif bagi cyber GPR (Government Public Relations) di setiap instansi pusat hingga tingkat daerah untuk membagikan konten-konten positif dalam rangka melawan hoaks.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu sehingga penelitian dan karya tulis ilmiah ini dapat selesai dengan baik. Terima kasih kepada BPSDMP Kominfo Manado (Kemkominfo RI) atas fasilitas serta sarana yang telah disiapkan, juga untuk semua rekan-rekan yang telah membantu penyebaran kuesioner secara *online*. Terima

kasih tak terhingga untuk semua responden yang telah bersedia meluangkan waktunya di masa pandemik ini untuk mengisi kuesioner, serta pihak-pihak yang telah menyediakan data yang dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2013). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebajikan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dana, R. (2020). Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Virus Corona (Covid-19) dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa. *Researchgate March 2020, Maret*. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i3.15082>.
- Detikcom. (2020). Kapan Sebenarnya Corona Pertama Kali Masuk RI? Retrieved from <https://news.detik.com/berita/d-4991485/kapan-sebenarnya-corona-pertama-kali-masuk-ri/3>, [Accessed, 7 Mei 2020].
- Fidel, R. (2012). *Human Information Interaction: An Ecological Approach to Information Behavior*. The MIT Press.
- Fitriany, Masayoe Shari, H. M. A. Husnil Farouk, R. T. (2016). Perilaku Masyarakat dalam Pengelolaan Kesehatan Lingkungan (Studi di Desa Segiguk sebagai Salah Satu Desa Penyanga Kawasan Hutan Suaka Margasatwa Gunung Raya Ogan Komering Ulu Selatan. *Jurnal Penelitian Sains, 18 Nomor 1*.
- Halim, D. (2020). Ada 81 Kasus Hoaks terkait Virus Corona, Polisi Tahan 12 Tersangka. Retrieved from <https://nasional.kompas.com/read/2020/04/09/15105541/ada-81-kasus-hoaks-terkait-virus-corona-polisi-tahan-12-tersangka> [Accessed 7 Mei 2020].
- Hamidi. (2010). *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM Pers.
- Heldavidson. (2020). The First Covid-19 case happened in November, China government records show – report2020. The Guardian.
- Herawati, N. A. (2019). Implikasi Literasi Media dalam Mengubah Perilaku Masyarakat Kota Pontianak terhadap Kabar Bohong. *Commed: Jurnal Komunikasidan Media, 3 N0.2*.
- Juditha, C. (2019). Literasi Informasi Melawan Hoaks Bidang Kesehatan di Komunitas Online. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*. <https://doi.org/10.24002/jik.v16i1.1857>
- Juditha, C. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya. *Jurnal Pekommas, 3 No. 1, A*.
- Juditha, Christiany. (2017). Akses Pencarian Dan Penyebaran Informasi Tentang Pemerintah Bidang Komunikasi Dan Informatika Oleh Masyarakat Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik, 21 No.1, 1–14*.
- Kominfo. (2017). *Survey Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)serta Implikasinya terhadap Aspek Sosial Budaya Masyarakat*. Jakarta.
- Kominfo. (2020). Penyebar Hoaks Covid-19 Diancam Sanksi Kurungan dan Denda 1 Miliar. Retrieved from https://kominfo.go.id/content/detail/25923/kominfo-penyebar-hoaks-covid-19-diancam-sanksi-kurungan-dan-denda-1-miliar/0/virus_corona [Accessed 7 Mei 2020].
- Neuman, L. W. (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Allyn & Bacon.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2014). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Prasanti, D. (2018). Literasi Informasi Kesehatan sebagai Upaya Pencegahan Informasi Hoaks dalam Penggunaan Obat Tradisional di Era Digital. *Jurnal Pekommas, Vol. 3 No., 45–52*.
- Priyoto. (2014). *Teori Perubahan Perilaku dalam Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Purba, A. D. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa.
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoaks di Media Sosial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.5. No. 2. 2017*.
- Rasywir, E. P. (2015). Eksperimen pada Sistem Klasifikasi Berita Hoax Berbahasa Indonesia Berbasis Pembelajaran Mesin. *Jurnal Cybermatika, 3 (2) 2015*. Retrieved from <http://cybermatika.stei.itb.ac.id/ojs/index.php/cybermatika/article/download/113/65/> [Accessed 12 Mei 2020].
- Reichel, C. (2019). How to Combat Health Misinformation Online: A Research Roundup. *Journalists Resource*. Retrieved from <https://journalistsresource.org/studies/society/internet/health-misinformation-debunk-facebook-twitter/> [Accessed 14 Mei 2020].
- Rudiantara. (2019). Jadi Pintar Sekaligus Baik dalam Ombak Hoaks. *Majalah Kominfonext*.
- Setiawan, T. P. (2012). Survei Online Penunjang Penelitian Praktis dan Akademis. Semarang: Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan 2012 (Semantik 2012).
- Singarimbun, M. , Effendi, S. (2008). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Srensen, et. al. (2012). Health Literacy and Public Health: A Systematic Review and Integration of Definitions and Models. *BMC Public Health 2012, 3–12*. Retrieved from <http://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/80>
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (MixedMethods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Vosoughi, Soroush, Deb Roy, S. A. (2018). The Spread of True and False News Online. *Science 09 Mar 2018, 359(6380), 1146–1151*. <https://doi.org/DOI: 10.1126/science.aap9559>
- We Are Social. (2020). *Digital 2020 Global Digital Overview*. Retrieved from <https://wearesocial.com/digital-2020> [Accessed 13 Mei 2020]
- West, L. T. (2010). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Halaman ini sengaja dikosongkan