**PROSES PENYEBARAN BERITA HOAKS COVID-19**

**DI MEDIA SOSIAL PADA DEWASA MADYA**

***THE SPREADING PROCESS OF COVID-19 HOAX***

***ON SOCIAL MEDIA IN MIDDLE AGE***

**Regina Dea Pandhita Putri1, Aditya Putra Kurniawan, S.Psi., MSH Counseling2**

1 2Universitas Mercu Buana Yogyakarta

117081431@student.mercubuana-yogya.ac.id

1081809507701

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses penyebaran berita hoaks COVID-19 di media sosial pada dewasa madya. Proses penyebaran berita yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses mental subjek mulai dari pada saat menerima berita hingga memutuskan untuk menyebarkan kembali berita yang diterima. Penelitian ini melibatkan tiga partisipan yang pernah menyebarkan berita hoaks COVID-19 di media sosial. Berita hoaks COVID-19 yang diteliti pada penelitian ini adalah berita meminum minyak kayu putih atau meneteskan minyak kayu putih di lidah untuk menyembuhkan COVID-19. Metode wawancara yang digunakan adalah metode wawancara semi-terstruktur. Data dianalisa menggunakan teori Planned Behavior. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebaran berita hoaks diawali dengan keyakinan yang positif terhadap isi berita, kemudian mendorong keinginan untuk membantu sesama melalui media sosial. Para partisipan berpendapat bahwa media sosial adalah tempat untuk berbagi informasi bermanfaat, sehingga partisipan memutuskan untuk meneruskan berita yang diterima.

Kata kunci: *penyebaran hoaks*, *COVID-19*, *dewasa madya*, *proses mental*

***Abstract***

*This study aims to understand the process of spreading COVID-19 hoax news on social media in middle adults. The process of spreading the news referred to in this study is the subject's mental process starting from the moment of receiving the news to deciding to redistribute the news received. This study involved three participants who had spread COVID-19 hoax news on social media. The hoax news of COVID-19 examined in this study was the news of drinking eucalyptus oil or dripping eucalyptus oil on the tongue to cure COVID-19. The interview method used was a semi-structured interview method. The data were analyzed using the theory of Planned Behavior. The results showed that the spread of hoax news begins with positive beliefs about the content of the news, then encourages the desire to help others through social media. The participants thought that social media was a place to share useful information, so participants decided to pass on the news they received.*

*Keywords: the spread of hoax, COVID-19, middle adulthood, mental process*

**PENDAHULUAN**

Di Indonesia, jumlah pengguna media sosial sudah mencapai 170 juta orang. Jumlah ini mencapai 61,8% dari populasi masyarakat Indonesia yang adalah sekitar 274,9 juta orang. Angka tersebut menunjukkan bahwa media sosial sudah menjadi salah satu kebutuhan masyarakat Indonesia dalam menjalin interaksi (Kemp, 2021). Dalam buku *Understanding Social Media* (Taprial & Kanwar, 2012), media sosial adalah segala aplikasi berbasis jejaring yang membuat penggunanya bisa berkreasi dan bertukar konten serta terdapat interaksi di dalamnya. Namun, sayangnya tidak semua informasi yang dibagikan di media sosial adalah informasi yang benar. Informasi yang tidak benar atau dengan kata lain, informasi bohong didefinisikan sebagai hoaks dalam KBBI Daring. Kesimpulan penelitian dari Rahadi (2017) mengutarakan bahwa media sosial merupakan media yang paling banyak dimanfaatkan orang untuk melakukan penyebaran berita bohong.

Topik hoaks yang tersebar di media sosial bisa tentang apapun. Di Indonesia, secara khusus di tahun 2020, topik hoaks terbanyak adalah tentang COVID-19. Berdasarkan keterangan dari Menteri Komunikasi dan Informatika, Johnny G. Plate, ada 2.020 hoaks yang tersebar di *platform* digital. Diantara 2.020 hoaks tersebut, terdapat 1.197 hoaks yang terkait dengan COVID-19 (Santoso & Ardiansyah, 2020). Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan KOMINFO terkait penyebaran hoaks COVID-19 mengungkap bahwa hanya ada 2,1% responden yang mengaku tidak pernah menerima berita hoaks COVID-19 (Juditha, 2020).

Namun, ternyata tidak semua kelompok usia memiliki intensitas yang sama dalam menyebarkan hoaks. Berdasarkan laporan data dan survei di bawah ini, terungkap bahwa orang dewasa madya cenderung lebih banyak menyebarkan berita hoaks dibanding kelompok usia yang lebih muda. Laporan data dari kepala Biro Hubungan Masyarakat KOMINFO, Ferdinandus Setu menjelaskan hasil analisis data yang dilakukan KOMINFO terhadap kasus hoaks kepada jurnalis Liputan6 pada November 2018. Dari analisis data tersebut terungkap bahwa penyebar hoaks didominasi oleh orang tua dengan usia 45 tahun ke atas atau bisa disebut generasi *baby boomer*​s (Reza, 2018). survei yang dilakukan tim tirto.id bersama dengan Astudestra Ajengrastri dari *International Center for Journalist* pada bulan Februari 2019. Survei ini dilakukan terhadap 1.586 responden berusia tujuh belas tahun ke atas di pulau Jawa. Data survei tersebut menunjukkan bahwa usia 45 tahun ke atas paling mudah percaya terhadap informasi dari *Whatsapp* dan cenderung membagikan informasi tersebut ke grup lain (Ariani, 2019). Maka dari itu, penting bagi kita untuk mengetahui apa yang mendasari tindakan para orang dewasa madya dalam menyebarkan hoaks di media sosial.

Ditinjau dari Theory of Planned Behavior, sebuah perilaku didasari dari sebuah intensi. Intensi ini dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku. Sikap terhadap perilaku adalah evaluasi atau penilaian suka atau tidak suka akan perilaku tersebut. Norma subjektif adalah tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Sedangkan persepsi kontrol perilaku adalah kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku dan diasumsikan mencerminkan pengalaman masa lalu serta hambatan dan hambatan yang diantisipasi (Ajzen, 1991). Jika banyak dari dewasa madya yang menyebarkan hoaks, maka kemungkinan ada kesalahan pada proses mental individu tersebut yang akhirnya mengarahkan subjek pada tindakan yang salah. Dalam hal ini menyebarkan atau meneruskan berita hoaks di media sosial.

Padahal dari segi tugas perkembangan dan perkembangan kognitif, idealnya masa dewasa madya sudah sepatutnya mampu memproses berita dengan baik. Menurut Pratt, dkk dalam Santrock (2011) usia dewasa adalah waktu dimana seseorang memberikan panduan kepada generasi selanjutnya dengan cara mengasuh, mendidik, memimpin, dan melakukan hal-hal yang bermanfaat bagi komunitasnya. Orang dewasa yang generatif memiliki komitmen akan keberlangsungan dan perkembangan masyarakat melalui hubungan dirinya sendiri dengan generasi berikutnya. Usia dewasa madya juga merupakan masa dimana sebagian besar kemampuan kognitif mencapai puncaknya. Kemampuan-kemampuan ini adalah kemampuan verbal, kemampuan mengingat, *inductive reasoning*, dan orientasi spatial. Dalam usia dewasa madya ini, seseorang juga akan mengalami peningkatan *crystalized intelligence. Crystalized Intellingence* adalah akumulasi informasi dan kemampuan verbal yang dimiliki seseorang (Santrock, 2011).

Dalam penelitian ini, secara khusus berita hoaks yang akan diteliti adalah informasi mengenai penyembuhan COVID-19 dengan meminum atau meneteskan minyak kayu putih ke lidah secara langsung. Informasi ini sudah mulai tersebar semenjak tahun 2020 namun ternyata masih ada yang meneruskannya hingga awal tahun 2021. Padahal, dilansir dari laman resmi Komite Penanganan COVID-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional dengan domain; Covid19.go.id, telah dikonfirmasi bahwa mengonsumsi minyak kayu putih belum terbukti secara medis dapat mengobati COVID-19. Terlebih lagi jika diminum dalam jumlah banyak, minyak kayu putih dapat menimbulkan efek keracunan seperti mual, muntah, gangguan pernapasan, pusing dan gangguan aliran darah (Kristian, 2020).

Maka dari itu, diharapkan dengan diketahuinya proses berpikir partisipan untuk meneruskan berita hoaks, pembaca dapat mengetahui proses penyebaran hoaks di media sosial pada orang dewasa madya. Sehingga jika pembaca sudah lebih memahami prosesnya, maka partisipan lebih bisa diarahkan ke pemikiran dan perilaku yang benar. Akhirnya, pembaca bisa membantu menekan perilaku penyebaran hoaks di media sosial. Karena seperti yang dijelaskan sebelumnya, berita hoaks bisa berdampak sangat buruk bagi masyarakat. Juga, sudah sepatutnya orang dewasa madya berpikir dan bertindak dengan bijak. Mengingat dewasa madya adalah masa dimana perkembangan kognitif individu mencapai puncaknya dan disertai dengan tanggung jawab sosial yang besar.

**METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Secara khusus partisipan yang dilibatkan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang dengan karakteristik; berusia 40-65 tahun dan pernah meneruskan berita hoaks menyembuhkan COVID-19 dengan minyak kayu putih di media sosial. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam semi-terstruktur. Wawancara dilakukan dengan *voice call*, mengingat pada saat penelitian dilakukan pandemi COVID-19 masih berlangsung sehingga tidak memungkinkan untuk bertemu subjek secara langusng. Sedangkan analisis data dilakukan dengan mengumpulkan data, membuat ringkasan, mengkode, dan menelusur tema dengan maksud menyisihkan data/informasi yang tidak relevan, serta penarikan kesimpulan dengan menemukan makna data yang telah disajikan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari hasil penelitian dan pembahasan juga dapat disimpulkan bahwa penyebaran berita hoaks COVID-19 di media sosial oleh dewasa madya melalui proses yang sama secara garis besar. Terdapat lima temuan tema yang menjadi garis besar dalam penelitian ini. Jawaban dari masing-masing partisipan dibuat dalam bagan untuk memahami proses penyebaran hoaks dengan lebih baik.

Dalam tema kehidupan dan kebiasaan sebelum pandemi, secara garis besar ketiga partisipan menjalani keseharian yang lebih bebas sebelum pandemi. Para partisipan lebih bebas berkegiatan di luar rumah dan tidak perlu menerapkan protokol kesehatan ketat. Pada tema kedua, aktivitas yang berubah semenjak pandemi, para partisipan membatasi kegiatan di luar rumah, menerapkan protokol kesehatan ketat, serta banyak melakukan upaya pencegahan terjangkit COVID-19. Masih dalam tema kedua, selain aktivitas yang berubah, terdapat dampak psikologis yang dirasakan partisipan akibat pandemi. Pandemi memberikan dampak yang cukup negatif terhadap ketiga partisipan. Para partisipan menjadi merasa khawatir, waspada, dan ketakutan yang berlebihan. Namun salah satu partisipan merasakan dampak positif juga pada kondisi psikologisnya. Partisipan Y merasa pandemi ini membuatnya lebih semangat dalam menjaga kesehatan.

Tema ketiga adalah pengalaman partisipan terinfeksi COVID-19. Salah satu partisipan yang pernah terinfeksi COVID-19 adalah partisipan Y. Pada saat terinfeksi itulah partisipan Y mulai mencoba menerapkan pengobatan COVID-19 dengan meminum minyak kayu putih. Awalnya partisipan merasakan anosmia. Setelah melakukan tes dan keluar hasil positif, partisipan memutuskan untuk dirawat di rumah sakit agar tidak menularkan anggota keluarga lain di rumah. Saat itu subjek merasa stres dan kaget karena tidak merasakan gejala apapun kecuali anosmia. Sampai pada akhirnya ada temannya di media sosial yang menyarankan untuk meneteskan minyak kayu putih di lidah untuk menyembuhkan COVID-19. Sambil tetap mengonsumsi obat dari dokter dan mengonsumsi makanan sehat, partisipan Y juga mencoba meneteskan minyak kayu putih di lidahnya. Walaupun pada saat itu partisipan Y belum tahu pasti kemanjuran minyak kayu putih untuk mengobati COVID-19. Karena partisipan juga mengonsumsi obat dari dokter. Pada hari ketiga dirawat di rumah sakit dan rutin meneteskan minyak kayu putih di lidah, partisipan Y merasakan penciumannya membaik.

Pada tema ketiga, diuraikan tentang aktivitas partisipan di media sosial. Partisipan Y adalah yang paling lama menggunakan internet untuk berkomunikasi. Partisipan Y sudah sekitar 20 tahun menggunakan media sosial. Media sosial yang biasa digunakan adalah Whatsapp, Facebook dan Instagram. Sedangkan partisipan AA dan CH secara berturut-turut sudah menggunakan media sosial semenjak 8 tahun dan 2 tahun yang lalu. Keduanya menggunakan media sosial Whatsapp. Namun partisipan CH juga menggunakan media sosial Youtube. Semenjak pandemi, ketiga partisipan mengaku bahwa aktivitas di media sosialnya meningkat dibandingkan sebelum pandemi.

Tema kelima adalah proses penyebaran berita hoaks beserta faktornya. Ketiga partisipan sama-sama mendapat dan menyebarkan berita hoaks meminum minyak kayu putih di Whatsapp. Partisipan Y dan AA mendapatkan berita hoaks tersebut dari temannya sedangkan partisipan CH mendapatkan berita tersebut dari suami partisipan. Pada saat menerima berita hoaks meminum minyak kayu putih, partisipan sudah memiliki kepercayaan yang cukup terhadap isi berita. Hal tersebut karena ketiga partisipan memiliki penilaian positif terhadap minyak kayu putih berdasarkan pengalaman terdahulu. Maka setelah menerima berita, ketiga partisipan tidak ada yang memeriksa kebenarannya dan langsung mencobanya pada dirinya sendiri. Namun hanya partisipan AA yang tidak mencoba menerapkan meminum minyak kayu putih. Partisipan AA dan Partisipan CH menerima berita beberapa cara menggunakan minyak kayu putih untuk COVID-19. Cara yang partisipan AA coba adalah menghirup uap minyak kayu putih. Partisipan Y dan AA mencoba meneteskannya di lidah. Setelah mencoba mempraktikkannya, para partisipan mengaku merasakan khasiat minyak kayu putih untuk sistem pernapasannya. Dengan begitu, muncul peningkatan keyakinan akan kebenaran isi berita. Walaupun, partisipan Y yang paling rutin meminum minyak kayu putih sendiri masih tidak yakin pasti apakah minyak kayu putih menjadi satu-satunya alasan dirinya sembuh dari COVID-19.

Peningkatan keyakinan akan kebenaran isi berita ini membuat partisipan menilai bahwa berita tersebut bermanfaat. Keyakinan bahwa berita tersebut bermanfaat mendorong pemikiran yang sebelumnya sudah ada. Pemikiran yang dimaksud disini adalah keinginan untuk menolong sesama dan pandangan bahwa media sosial harus digunakan dengan baik dengan cara berbagi informasi bermanfaat. Maka peningkatan keyakinan, keinginan untuk membantu sesama, dan pandangan untuk menggunakan media sosial dengan baik inilah yang membuat partisipan memutuskan untuk meneruskan berita di media sosial.

Jika ditinjau dari teori Planned Behavior (Ajzen, 1991), sebuah perilaku dilandasi oleh intensi. Intensi terbentuk dari tiga hal yaitu, sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Intensi yang melandasi perilaku para partisipan dalam meneruskan atau membagikan berita hoaks tersebut adalah keinginan untuk membagikan informasi yang bermanfaat bagi sesama sebagai bentuk bantuan kepada mereka. Namun sayangnya, niat baik para partisipan tidak dilandasi oleh ketelitian memeriksa informasi. Sehingga keinginan untuk membantu sesama malah bisa membuat kerabatnya berada dalam bahaya. Karena berdasarkan data dari KOMINFO, meminum atau meneteskan minyak kayu putih ke lidah untuk menyembuhkan COVID-19 adalah hoaks. Ketiga partisipan tidak ada yang memeriksa dahulu kebenaran berita meminum minyak kayu putih atau meneteskannya di lidah sebagai upaya penyembuhan COVID-19.

Terlihat bahwa partisipan Y dan AA memiliki sikap positif untuk membagikan berita yang bermanfaat dan baik kepada orang lain di media sosial. Kedua partisipan berpendapat bahwa media sosial perlu digunakan dengan baik. Salah satu caranya adalah dengan berbagi informasi yang bermanfaat dan bisa membantu sesama. Dengan begitu, informasi meminum minyak kayu putih yang dianggap bermanfaat bagi kedua partisipan bisa menjadi sarana untuk berbagi kebaikan di media sosial. Partisipan CH sedikit berbeda dari kedua partisipan sebelumnya. Partisipan CH tidak memiliki sikap yang kuat untuk membagikan berita pengobatan COVID-19 dengan minyak kayu putih di media sosial. Partisipan CH biasanya menceritakan langsung dari mulut ke mulut tentang berita yang diterimanya. Hanya sebagian kecil kerabat yang partisipan CH teruskan berita yang diterima di media sosial. Namun, partisipan CH memang memiliki sikap yang *favorable* terhadap membagikan informasi tip-tip kesehatan, terlepas dari media yang digunakan untuk meneruskan informasinya.

Sikap kuat para partisipan dalam membagikan berita sejalan dengan pendapat King (2017). King berpendapat bahwa orang yang sudah tua dikenal lebih meyakini sikap yang dimiliki dibanding orang yang lebih muda. Orang tua teguh dan tegas dengan sikap yang mereka ambil. Hal ini membuat orang tua cenderung menunjukkan konsistensi pada perilaku-perilaku yang didasari oleh sikap dibandingkan dengan orang yang lebih muda.

Berdasarkan hasil wawancara nampak bahwa lingkungan sosial ketiga partisipan sama-sama memiliki keyakinan bahwa berbagi informasi yang bermanfaat di media sosial adalah hal yang baik. Lingkungan sosial ketiga partisipan terutama lingkungan pertemanan sudah memiliki kebiasaan untuk berbagi ingformasi di sosial media. Dengan norma subjektif lingkungan sosial partisipan yang seperti ini, para partisipan menjadi terdorong untuk meneruskan berita. Hal ini sejalan dengan pernyataan Willis dan Martin dalam Santrock (2011) yang menyatakan bahwa dibandingkan dengan periode usia sebelum dan setelahnya, masa dewasa madya lebih didominasi segi sosial budaya.

Faktor ketiga dalam pembentukan intensi menyebarkan berita adalah persepsi kontrol perilaku. Ketiga partisipan sudah familiar dengan Whatsapp dan merasa mudah menggunakannya. Dari hasil wawancara terungkap bahwa Whatsapp sebagai media sosial yang mereka gunakan untuk meneruskan berita, sudah sering para partisipan gunakan. Maka dari itu, ketiga partisipan juga mudah menerima dan meneruskan kembali berita yang diterima melalui Whatsapp.

Ketiga hal di atas akhirnya membentuk intensi partisipan dalam membagikan berita pengobatan COVID-19 dengan meminum minyak kayu putih kepada kerabatnya di media sosial. Ketiga partisipan ingin membantu sesama dengan membagikan informasi yang bermanfaat. Keinginan atau intensi inilah yang menjadi landasan partisipan meneruskan berita hoaks COVID-19 di media sosial.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan pengambilan data, hasil penelitian ini mengidentifikasi lima tema yaitu (1) kehidupan sebelum pandemi, (2) perubahan kebiasaan pada saat pandemi, (3) pengalaman terinfeksi COVID-19, (4) aktivitas di sosial media, dan (5) proses menyebarkan informasi berserta faktor yang mendorong partisipan menyebarkan berita hoaks yang diterima. Dari hasil penelitian dan pembahasan juga dapat disimpulkan bahwa penyebaran berita hoaks COVID-19 di media sosial oleh dewasa madya melalui proses yang sama secara garis besar. Dimana pada awal menerima berita, partisipan sudah memiliki sikap positif terhadap konten berita. Lalu partisipan mencoba mempraktekkannya tanpa memeriksa terlebih dahulu kebenaran beritanya. Setelah mempraktekkan, ketiga partisipan mendapat hasil yang baik, walaupun salah satu partisipan tidak begitu yakin jika meminum meminum minyak kayu putih adalah faktor utama dirinya sembuh dari COVID-19. Sedangkan kedua partisipan lainnya mencoba menggunakan minyak kayu putih dengan cara selain diminum. Namun berakhir mempercayai segala cara penggunaan minyak kayu putih. Setelah mencoba dan mendapatkan hasil yang baik, kepercayaan partisipan meningkat. Kepercayaan yang meningkat terhadap isi berita sejalan dengan keinginan partisipan untuk membantu sesama dan menggunakan media sosial dengan baik. Ketiga hal tersebut yang menjadi faktor pendorong bagi para partisipan untuk meneruskan berita tersebut di media sosial.

Saran bagi dewasa madya pengguna media sosial adalah diharapkan dapat lebih teliti lagi dalam menyaring dan memeriksa kebenaran berita sebelum diteruskan pada orang lain. Mengingat walaupun objek dalam isi beritanya sama, namun tidak semua cara penggunaannya benar. Jangan sampai keinginan untuk membantu sesama malah menjadi menjerumuskan sesama. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggali data lebih dalam dan detail. Diharapkan peneliti selanjutnya juga dapat melakukan wawancara langsung di lapangan. Hal tersebut agar observasi terkait *gesture* tubuh, tatapan mata dan gaya bicara dapat dilakukan. Semua ini dapat memperkaya hasil penelitian dan lebih akurat untuk mengungkap proses dan faktor penyebaran berita hoaks.

**DAFTAR PUSTAKA**

Ajzen, I. (1991) *The Theory of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50: 179-211.

Ariani, Y. (2019). *Siapa Penyebar Hoaks di Indonesia?* *Riset Mandiri Tirto*. Diakses dari <https://tirto.id/siapa-penyebar-hoaks-di-indonesia-dCr2>

Hoaks (n.d.). Dalam KBBI Daring. Diakses dari https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/hoaks

Juditha, C. (2020). Perilaku Masyarakat Terkait Penyebaran Hoaks COVID-19*. Jurnal Pekommas*, 5 (2), 105-116.

Kemp, S. (2020). *Digital 2021: Indonesia*. We Are Social & Hootsuite.

King, L., A. (2017). *The Science of Psychology: an Appreciative View, Fourth Edition.* New York, NY: McGraw-Hill Education.

Rahadi, D. R. (2017) Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Universitas Merdeka Malang,* 5(1), 58-70.

Reza. (2018). *KOMINFO: Penyebar Hoaks Berkisar Usia 45 ke Atas*. Diakses dari https://m.liputan6.com/news/read/3694098/KOMINFO-penyebar-hoaks-berkisar-usia-45-ke-atas

Santoso, B. & Ardiansyah, N. (2020). *KOMINFO: Ada 2020 Sebaran Hoaks di Medsos, Paling Banyak Soal COVID-19*. https://www.suara.com/news/2020/10/18/155958/KOMINFO-ada-2020-sebaran-hoaks-di-medsos-paling-banyak-soal-COVID-19

Santrock, J. W. (2011). *Life-Span Development Thirteenth Edition*. New York: Mc Graw Hill.

Taprial, V. & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. bookboon.com