

# **ANALISIS PENYEBARAN BERITA HOAKS PANDEMI COVID-19 DI BONDOWOSO MELALUI FACEBOOK**

## **DISTRIBUTION ANALYSIS OF THE HOAKS PANDEMI COVID-19 NEWS IN BONDOWOSO THROUGH FACEBOOK**

**Ba'its Shalu Chandani Kalia**

Program Studi Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Jember

Email : baitskalia38@gmail.com

### **ABSTRAK**

Virus Covid-19 ini membuat masyarakat Indonesia resah dan tidak tenang apalagi dengan munculnya berita-berita yang tidak benar atau Hoaks. Banyak berita yang mengangkat topik corona virus. Dengan perkembangan teknologi saat ini, perkembangan berita hoaks gampang terjadi melalui media sosial yaitu Facebook. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori yang dikemukakan oleh McLuhan Medium is the message, dimana medium. Bagi McLuhan, media merupakan perubahan dalam inovasi atau penemuan ide-ide baru sedangkan pesan atau message adalah efek dari adanya perubahan tersebut. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, studi kasus kabar hoaks yang tersebar di akun media sosial Facebook dan pengambilan data dengan media sosial dilakukan dengan cara mengisi kuisioner yang dibagikan kepada masyarakat Bondowoso yang memiliki akun Facebook dan digunakan secara aktif menggunakan aplikasi *Google Form*. Hasil penelitian ini menunjukkan masyarakat Bondowoso mengerti akan berita hoaks yang dibagikan dan tidak langsung percaya serta sikap mereka acuh terhadap berita hoaks yang beredar di Bondowoso.

Kata Kunci : Hoaks Covid-19, Pandemi, Fenomena Penyebaran Hoaks.

### **ABSTRACT**

The Covid-19 virus makes Indonesian people nervous and uneasy, especially with the emergence of untrue news or hoaxes. A lot of news that raises the topic of the corona virus. With current technological developments, the development of hoax news easily occurs through social media, namely Facebook. The theory used in this research is the theory put forward by McLuhan Medium is the message, where the medium. For McLuhan, the media is a change in innovation or the discovery of new ideas while the message or message is the effect of these changes. The method in this research uses qualitative research methods, case studies of hoax news that are spread on Facebook social media accounts and data collection with social media is done by filling out questionnaires that are distributed to the Bondowoso community who have a Facebook account and are actively used using the application *Google Form*. The results of this study show that the Bondowoso community understands the hoaks news that is shared and does not immediately believe it and their attitude is indifferent to hoax news circulating in Bondowoso.

Keyword : Keywords: Hoax Covid-19, Pandemic, Hoax Spread Phenomenon.

## PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2020 ini, dunia dikejutkan dengan wabah virus corona (Covid19) yang menginfeksi hampir seluruh negara di dunia. Terhitung mulai tanggal 19 Maret 2020 sebanyak 214.894 orang terinfeksi virus corona, 8.732 orang meninggal dunia dan pasien yang telah sembuh sebanyak 83.313 orang. Virus corona menyebar dan menyerang seluruh negeri, tidak peduli negara maju, berkembang, atau miskin. Ada yang percaya dan mengantisipasinya dengan cepat, ada yang ragu untuk membuat keputusan, dan ada yang tidak percaya, dan bahkan cenderung 'menyepelekan' virus ganas ini. Dan pada akhirnya semua negara tidak berdaya menghadapi mikroba kecil yang tak terlihat ini. Virus Corona atau Covid-19 ini masuk di Indonesia sejak akhir februari 2020. Mengetahui adanya virus Covid-19 masuk di Indonesia pemerintah tidak tinggal diam. Banyak yang meragukan Indonesia terkait penanganan virus corona, Presiden Indonesia buka suara. Jokowi menyakini sejak awal pemerintah telah benar-benar mempersiapkan segala sesuatunya. Termasuk rumah sakit 100 dengan ruangan standar isolasi. Jokowi juga mengatakan memiliki *reagen* yang cukup. "Kita juga memiliki tim gabungan TNI/Sipil dalam penanganan ini, (tim) ini yang belum pernah saya sampaikan sebelumnya". Selain itu, kata Jokowi, pemerintah juga memiliki standar operasional yang standarnya sama dengan standar internasional. Langkah-langkah telah dilakukan oleh pemerintah untuk dapat menyelesaikan kasus luar biasa ini,

salah satunya adalah dengan mensosialisasikan gerakan *Social Distancing*. Virus yang menyebabkan kepanikan, ketakutan, dan bahkan kematian ini menimbulkan problema dalam mengatasinya. Anti virus yang digadang-gadang menjadi pemutus mata rantai penyebaran virus konon belum di temukan. Sementara korban keganasan virus ini semakin tidak terbendung, dan memakan korban jiwa. Banyak masyarakat umum bahkan pengamat mengatakan bahwa pemerintah mengalami kegagalan komunikasi dalam menjelaskan kondisi dan kebijakan berkaitan dengan Covid-19. Masyarakat pun tak luput dari dari kegagalan dalam berkomunikasi. Mendadak banyak orang tiba-tiba menjadi ahli Covid-19. Semua hal dikomentari, informasi yang belum valid kebenarannya disebarluaskan melalui media sosial yang semakin membuat banyak orang tambah bingung. Di tengah pandemi Covid-19, media sosial menjadi sumber informasi penting bagi masyarakat dalam memantau perkembangan kasus, tata cara pencegahan dan penanganan Covid-19. Media sosial yang digunakan masyarakat dalam mendapatkan informasi, diantaranya: Instagram, Twitter, Youtube, Facebook dan WhatsApp ataupun artikel- artikel pada situs berita online. Beragam informasi dapat diakses oleh masyarakat baik informasi yang diperoleh dari akun resmi maupun yang belum jelas sumbernya dari aplikasi Instagram, Twitter, Youtube, WhatsApp dan Facebook. Serta informasi-informasi berupa pesan berantai yang dikirimkan melalui aplikasi

WhatsApp, serta artikel-artikel pada situs berita online. Kehadiran media sosial ditengah pandemi begitu penting. Dari sekian banyak penggunaan media sosial dalam memperoleh informasi tentang Covid-19 tentu tidak semua akurat. Disatu sisi banyak bertebaran berita hoaks atau berita bohong sedangkan pada sisi lain berita itu memang benar benar terjadi sesuai fakta yang sebenarnya. Hal tersebut dapat menimbulkan krancuan, ambigu, kebingungan atau keraguan kalangan pengguna media sosial.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 KOMUNIKASI MASSA

#### 2.1.1 DEFINISI KOMUNIKASI MASSA

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan eletroik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Disamping itu, agar tidak membingungkan, kita juga perlu membedakan antara *mass communications* (dengan s) dengan *mass communication* (tanpa s). Seperti dikemukakan oleh Jay Black dan Frederick C. Wihney dalam bukunya *Introducton to Mass Communication* (1988) dikatakan bahwa Mass Comunciations lebih menunjukkan pada media mekanis yang digunakan dalam komunikasi massa yakni media massa. Sementara itu, mass comunication lebih menunjukkan pada teori atau proses teoretik. Atau bisa dikatakan *Mass Communication* lebih menunjukkan pada proses dalam komunikasi massa.

Ada satu definisi komunikasi massa yang dikemukakan Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble (1986) akan semakin memperjelas apa itu komunikasi massa. Menurut mereka sesuatu bisa didefenisikan sebagai komunikasi massa jika mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Pesan itu disebarkan melalui media modern pula antara lain surat kabar, majalah, televisi, film, atau gabungan diantara media tersebut.
2. Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan pesannya bermaksud mencoba berbagai pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain. Pesan adalah milik publik. Artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang. Karena itu diartikan milik publik.
3. Sebagai sumber komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan, atau perkumpulan. Dengan kata lain, komunikatornya tidak berasal dari seseorang, tetapi lembaga. Lembaga ini pun biasanya berorientasi pada keuntungan, bukan organisasi suka rela atau nirlaba.
4. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekipper* (penapis informasi). Artinya, pesan-pesan yang disebarkan atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa ini berbeda dengan komunikasi antarpribadi, kelompok atau

public dimana yang mengontrol bukan sejumlah individu. Beberapa individu dalam komunikasi massa itu ikut berperan dalam membatasi, memperluas pesan yang disiarkan. Contohnya adalah seorang reporter, editor film, penjaga rubrik, dan lembaga sensor lain dalam media itu bisa berfungsi sebagai *gatekeeper*.

5. Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung. Misalnya, dalam komunikasi antar personal. Dalam komunikasi ini umpan balik langsung dilakukan, tetapi komunikasi yang dilakukan lewat surat kabar tidak bisa langsung dilakukan alias tertunda (*delayed*).

### 2.1.2 Fungsi Komunikasi Massa

Ada banyak pendapat yang dikemukakan untuk mengupas fungsi-fungsi komunikasi massa. Sama dengan definisi komunikasi massa, fungsi komunikasi massa juga mempunyai latar belakang dan tujuan yang berbeda satu sama lain. Meskipun satu pendapat dengan pendapat lainnya berbeda, tetapi titik tekan mereka kemungkinan sama. Misalnya, ada yang mengatakan bahwa fungsi media massa itu mendidik, tetapi ada yang mengatakan fungsi itu sudah tercakup dalam pewarisan sosial. Apa pun yang dikemukakan, setidaknya ada benang merah bahwa fungsi komunikasi massa secara umum bisa dikemukakan, seperti informasi, pendidikan, dan hiburan.

Fungsi komunikasi massa menurut Jay Black dan Fedrerick C. Withney (1988) antara lain: (1) *to*

*inform* (menginformasikan), (2) *to entertain* (memberi hiburan), (3) *to persuade* (membujuk), dan (4) *transmission of culture* (transmisi budaya). Sementara itu fungsi komunikasi massa menurut John Viviam dalam bukunya *The media of Mass Communication* (1991) disebutkan ; (1) *providing information*, (2) *providing entertainment*, (3) *helping persuade*, (4) *contributing to sosial cohesion* (mendorong kohesi sosial).

## 2.2 Media Massa

### 2.2.2 Definisi Media Massa

Media Massa sangatlah penting dalam proses demokrasi. Media massa disebut sebagai *the fourth estate of democratic* atau pilar keempat demokrasi, dalam perannya mengontrol kekuatan eksekutif, legislaif, dan yudiatif. Ketika eksekutif menjalankan kekuasaannya, maka legislatif mengontrol dengan jalan meminta pertanggungjawaban langsung maupun berkala. Dalam hal ini legislatif merupakan respresentasi dari masyarakat, sedangkan eksekutif adalah representasi dari kekuasaan. Namun ketika terjadi penyelewengan hukum maka yudikatiflah yang akan turun tangan sebagai penegak hukum.

Media massa harus dipandang sebagai instunsi yang bebas dari nilai dan menyampaikan realitas secara apa adanya. Media mempunyai kekuatan untuk mengkontruksi realitas secara apa adanya dalam masyarakat. Karena itu media harus berimbang dalam memberitakan setiap peristiwa yang terjadi di masyarakat.

Media massa memiliki pengaruh besar dalam membentuk presepsi publik, terkait isue yang disampaikan melalui pemberitaanya.

Objektivitas berita di media massa harus menjadi kunci utama, untuk meraih kepercayaan khalayak.

### **2.2.3 Bentuk-Bentuk Media Massa**

Menurut Ardianto, Komala, Karlinah (2009:103), media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi 2 kategori yakni media cetak dan media elektronik (Taris & Hamdani, 2018).

#### **a. Media Massa Cetak**

Media massa cetak, merupakan salah satu media massa tertua di dunia. Jumlah media massa di dunia cukup besar. Meski dari tahun ke tahun menyusut, seiring dengan meningkatnya pertumbuhan daring (online) yang berbasis siber.

Dalam sejarahnya, era media cetak pernah berjaya di Indonesia. Terutama setelah rezim orde baru tumbang. Di era Reformasi, disaat lembaga SIUPP (Seurat Izin Usaha Penerbit Pers) dihapus oleh pemerintahan BJ. Habibie, melalui UU No. 40/1999, tentang pers. Undang-undang ini, membebaskan pers nasional tidak lagi harus mengurus SIUPP tetapi cukup dengan melengkapi kelembagaan berbadan hukum sesuai ketentuan undang-undang.

Seperti jamur yang tumbuh di musim penghujan hampir berbagai jenis penerbitan, lokal maupun nasional, bermunculan hingga tidak terhitung jumlahnya. Mereka ada yang berbentuk surat kabar (koran) yang terbit harian, mingguan, bahkan bulanan, serta media yang berformat tabloid, majalah dan lain-lainnya. Tumbuh suburnya media massa di awal era keterbukaan informasi itu, menjadi hal yang wajar. Mengingat media massa dalam kehidupan

masyarakat, sebenarnya mempunyai peran sosial yang cukup besar.

#### **b. Media Online (Siber)**

Media online (online media/media siber) adalah media atau saluran komunikasi yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Semua jenis kanal (channel) komunikasi yang ada di internet atau yang bisa di akses dengan koneksi internet disebut media online.

Istilah media online berawal dari penggabungan dua kata: Media dan Online. Secara bahasa (KBBI), media adalah alat atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Media juga berarti perantara, sarana atau penghubung (Asep SM. Romli 2012).

Sedang istilah online dalam bahasa Indonesia disebut daring (dalam jaringan). Yakni terhubung dari jejaring komputer, internet, dan sebagainya. Dengan demikian, secara bahasa, media online atau media daring adalah media dalam jaringan yang terhubung dalam jejaring komputer dan internet.

Pengertian media online secara umum meliputi semua jenis situs web (website) dan aplikasi, termasuk situs berita, situs perusahaan, web lembaga/instansi, situs jualan (e-commerce/online store), media sosial, blog, e-mail, forum, whatsapp, line, facebook, twitter, dan lain-lain. Sedangkan menurut business dictionary, pengertian media online adalah media digital yang mencakup foto, video, dan musik, yang di distribusikan melalui internet.

Secara teknis atau "fisik", media online yang juga disebut digital media atau media digital karena berbasis pada telekomunikasi

dan multimedia (komputer dan internet) sebutan lainnya terkait media online adalah penerbitan elektronik (electronic publishing) untuk membedakannya dengan media elektronik yang selama ini merujuk pada media penyiaran, radio dan televisi.

### 2.3 Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini memiliki berbagai fungsi dalam perannya. Selain berfungsi sebagai alat komunikasi media sosial juga berfungsi sebagai alat untuk menggali informasi. Media sosial memiliki peran dan dampak bagi kehidupan masyarakat yang harus ditata sedemikian rupa agar media sosial tetap pada fungsi dan tujuan pada media sosial itu sendiri dan memiliki manfaat untuk setiap individu yang menggunakannya.

Media sosial merupakan sarana efektif dan efisien dalam menyampaikan suatu informasi kepada pihak lain. Media sosial sebagai media dengan dinamika sosial yang sangat tinggi dan memungkinkan komunikasi terbuka kepada berbagai pihak dengan beragam latar belakang dan kepentingan adalah sarana yang tepat untuk membangkitkan partisipasi warga dalam membangun kota. Seperti yang dikemukakan oleh Phillip Kotler dan Kevin Keller media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya (Kotler, Keller 2012: 568).

Teknologi-teknologi web baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang terpenting menyebarluaskan konten mereka sendiri. Post di Blog, tweet,

instagram, facebook, atau video di YouTube yang dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis. Pemasang iklan tidak harus membayar banyak uang kepada penerbit atau distributor untuk memasang iklannya. Sekarang pemasang iklan dapat membuat konten sendiri yang menarik dan dilihat banyak orang (Zarrella, 2010, h. 2).

Media sosial merupakan wadah yang sangat rentan dan sering digunakan menjadi tempat penyeberan berita bohong. Banyaknya pengguna aktif media sosial dapat memudahkan pihak penyebar hoaks menjalankan aksinya. Dari hasil survey tentang wabah hoaks nasional yang dilakukan oleh Mastel (2017) bahwa channel atau saluran penyebaran berita atau informasi yang berisi konten hoaks 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 (hoaks).

### 2.4 Facebook

Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain. Facebook diluncurkan pertama kali pada tanggal 4 Februari 2004 oleh Mark

Zuckerberg , seorang programer komputer yang handal di Universitas Harvard.

Pada awalnya, "Facebook" bernama "The Facebook", nama tersebut diambil dari nama lembaran dokumen yang dibagikan kepada setiap pelajar baru di Harvard yang menampilkan profil murid dan karyawan. Dalam waktu 24 jam sejak peluncurannya, 1.200 pelajar Harvard langsung bergabung. Satu bulan kemudian, lebih dari separuh pelajar di sana sudah mendaftarkan profilnya. Bulan berikutnya, jaringan tersebut kemudian dengan cepat meluas ke sekolah lain di wilayah Boston (Boston College, Boston University, MIT, Tufts), Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, dan semua sekolah yang termasuk dalam Ivy League. Dalam waktu kurang dari empat bulan, 30 kampus telah bergabung dalam jaringan tersebut. Juni 2004 Facebook menyebar ke Stanford University di California. Pada April 2006, facebook pun masuk ke India melalui Institut Teknologi India dan Institut Manajemen India. Hingga Juli 2007, situs ini memiliki jumlah pengguna terdaftar paling besar di antara situs-situs yang berfokus pada sekolah dengan lebih dari 34 juta anggota aktif yang dimilikinya dari seluruh dunia. Dari September 2006 hingga September 2007, peringkatnya naik dari posisi ke-60 ke posisi ke-7 situs paling banyak dikunjungi, dan merupakan situs nomor satu untuk foto di Amerika Serikat, mengungguli situs publik lain seperti Flickr, dengan 8,5 juta foto dimuat setiap harinya.

## 2.5 Medium Theory Mc Luhan

*The Medium is The Message* McLuhan dalam bukunya menyatakan

"*The medium is the message*" maksudnya menurut McLuhan, medium membentuk dan mengontrol skala dan bentuk asosiasi serta tindakan manusia. (*Understanding Media, NY, 1964, p.9*). McLuhan juga mengatakan bahwa pesan adalah perubahan dari skala atau kecepatan atau pola dimana dengan adanya penemuan baru atau inovasi diperkenalkan kepada urusan manusia. McLuhan juga mendefinisikan media dalam bukunya *Understanding Media* sebagai kepanjangan dari diri kita atau "*any extension of ourself*" McLuhan dalam "*the medium is the message*" menyatakan bahwa media itu sendiri lebih penting daripada isi pesan yang disampaikan oleh media. Bagi McLuhan, media merupakan perubahan dalam inovasi atau penemuan ide-ide baru sedangkan pesan atau message adalah efek dari adanya perubahan tersebut. "*the medium is the message*" memberitahu kita bahwa dengan memperhatikan perubahan kondisi masyarakat atau budaya kita menunjukkan adanya pesan baru yaitu efek dari media baru.

## 2.6 Berita Hoaks

Media sosial memberi ruang yang sangat luas kepada masyarakat untuk mengekspresikan segala hal. Di media sosial lah kita bisa berbagi pengalaman, pengetahuan, dan hal-hal yang lain yang kita jalani sehari-hari. Juga ada orang yang menggunakan media sosial yang bergunjing, curhat, ber olok-olok, hingga menebar ujaran kebencian, fitnah, dan kabar bohong (hoaks) sekalipun. Kementerian komunikasi dan informasi (keminfo), secara rutin merilis temuan di berbagai laman media sosial yang terkait berita

bohong. Sepanjang Januari hingga awal Juni, Keminfo menemukan lebih dari 625 berita hoaks yang di unggah di berbagai media sosial.

Beberapa ciri berita hoaks itu antara lain, pertama, simak judulnya. Apakah judul dari berita yang kita baca hiperbola? Menggunakan kata-kata yang profokatif? atau kelewat porno atau tidak beretika?. Tidak perlu dibaca apalagi disebar atau diposting ulang melalui laman media sosial kita. Karena itu salah satu ciri berita hoaks.

Beberapa tahun belakangan ini media sosial merupakan media komunikasi yang sangat efektif dan diminati banyak masyarakat. Penggunaan media sosial sebagai jembatan peralihan masyarakat yang tradisional ke masyarakat yang modern. Hadirnya media sosial membuat masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi. Namun kemudahan yang kita peroleh ternyata membawa dampak yang serius.

### **2.6.1 Hoaks melalui Media Sosial**

Berita merupakan laporan peristiwa (fakta) atau pendapat (opini) yang aktual (terkini), menarik dan penting. Ada juga yang mengartikan berita sebagai informasi baru yang disajikan dalam pembacaan / penulisan yang jelas, aktual dan menarik.

Yang dimaksud dengan Pengertian Berita adalah suatu laporan cepat mengenai peristiwa terbaru dan penting untuk disampaikan kepada masyarakat. Berita dapat disajikan dalam bentuk surat kabar, radio, siaran tv maupun media online. Atau arti lain dari berita yaitu suatu informasi mengenai fakta atau sesuatu yang sedang terjadi. Biasanya disampaikan

dalam bentuk media cetak, siara tv, radio, mulut ke mulut dan media online.

Pengertian Berita dapat dikatakan juga sebagai laporan tentang suatu kejadian yang sedang terjadi atau keterangan terbaru dari suatu peristiwa. Berita merupakan fakta yang memang dianggap penting harus segera disampaikan kepada masyarakat. Tetapi tidak semua fakta dapat dijadikan berita oleh media, fakta-fakta yang ada akan dipilih sehingga fakta mana saja yang pantas untuk disampaikan kepada masyarakat.

### **2.6.2 Faktor Penyebab Munculnya Konten Hoaks**

Berita hoaks adalah berita bohong yang kebenarannya tidak dapat dipertanggungjawabkan oleh siapapun bahkan oleh pembuatnya sendiri. Berikut, alasan mengapa konten hoax tersebar luas di jejaring sosial :

1. Hanya sebuah humor demi kesenangan belaka. Setiap orang memiliki cara sendiri untuk membuat dirinya merasa senang. Dengan kecanggihan teknologi zaman sekarang, orang bisa melakukan hal-hal yang aneh, langka dan tidak logis. Namun menimbulkan decak kagum yang lucu dan penuh fantasi.
2. Ini hanyalah usaha untuk mencari sensasi di internet dan media sosial. Biasanya untuk merebut perhatian lebih banyak user, pemilik website dengan sengaja memberikan konten lebay sekedar untuk mencari perhatian publik..
3. Beberapa memang menggunakannya (menyebarkan hoaks) demi untuk mendapat lebih banyak uang dengan bekerja sama dengan oknum. (Kasus Saracen).

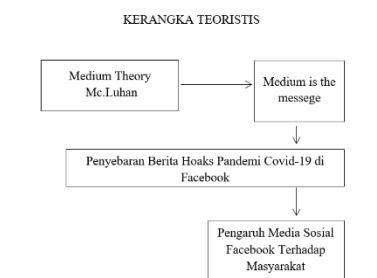


4. Hanya untuk ikut-ikutan agar terlihat lebih seru. Ini juga merupakan salah satu strategi internet marketing dengan menyuguhkan berita yang lebay maka akan semakin banyak komentar dan like kesana sehingga kelihatan lebih hidup dan lebih ramai.

## 2.7 Pandemi Covid-19

Wabah Covid-19 (*Corona Virus Disease*) telah menjadi pandemi global yang melanda lebih dari 200 negara di dunia. Kasus positif yang terkonfirmasi mengalami peningkatan dari hari ke hari baik di tingkat global maupun Indonesia. Sampai tanggal 28 April 2020 WHO mencatat sebanyak lebih dari 2 juta kasus terkonfirmasi secara global dan sebanyak lebih dari seratus ribu kasus meninggal dunia yang setara dengan 6,9% angka kematian. Di Indonesia tercatat kasus terkonfirmasi positif sebanyak lebih dari 9 ribu dengan kematian sebanyak lebih dari tujuh ratus kasus atau sebesar 8,4% (Kemkes RI, 2020). Data tersebut menjadi indikator bahwa Covid-19 mendorong pemerintah untuk mengeluarkan berbagai kebijakan seperti *Work From Home* (WFH) untuk meminimalisir penularan virus tersebut.

## 2.8 KERANGKA PEMIKIRAN



Sumber : Peneliti

Bagan diatas digunakan untuk memudahkan peneliti dalam menguraikan maksud penelitian. Dimana dari bagan tersebut diuraikan bahwa penyebaran berita Covid-19 dianalisis melalui media sosial Facebook dan menggunakan teori Mc.Luhan yaitu Medium Theory yang didalamnya berisi *Medium is the Messege* yang berarti informasi yang kita kirim dan kita terima lebih penting dari pada informasi itu sendiri.

Dalam bukunya McLuhan mengatakan dia mengacu pada “*One big gossip column that i unforgiving, unforgtrful and from which there is no redemption*”. Yaitu dimana kita dapat melihat contoh saat ini dimana tweet dan komentar yang diposting online telah mengakibatkan pemecatan pekerjaan, penangkapan dan penyalahgunaan online. Penghapusan tweet atau efek ini memiliki efek minimal, apapun yang diposting diinternet berpotensi dapat bertahan selamanya. Teori McLuhan yang telah dipaparkan diatas nantinya akan saling berkaitan dengan penelitian ini.

## 3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada studi ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati.

Penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang menggambarkan semua data atau keadaan subjek atau objek penelitian kemudian dianalisis dan dibandingkan berdasarkan kenyataan yang sedang berlangsung pada saat ini dan selanjutnya mencoba untuk

memberikan pemecahan masalahnya dan dapat memberikan informasi yang mutakhir sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta lebih banyak dapat diterapkan pada berbagai masalah.

### 3.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah berita / gambar hoaks yang tersebar di jejaring sosial facebook.

#### Sumber Data

1. Data Premier  
Berita atau informasi yang tersebar di berbagai media sosial Facebook, serta Kuisisioner yang di isi melalui Google Form.
2. Data Sekunder  
Beberapa literatur siaran Pers, KOMINFO, dan beberapa literatur lainnya.

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara menelusuri berita hoaks yang ada di akun media sosial Facebook dengan cara screenshot dan menganalisis kebenaran berita tersebut serta menggunakan metode sampling insidental dengan menggunakan media online aplikasi Google Form. Pengambilan data dengan media sosial dilakukan dengan cara mengisi kuisisioner yang tersedia.

### 3.4 Waktu Penelitian

Meneliti berita terkait Pandemi Covid-19 yang dimuat di media sosial Facebook dan Whatsapp ,sejak 10 Maret - 3 September 2020.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan pada kehidupan manusia jaman modern. Akses informasi menjadi semakin cepat, pekerjaan. Semakin mudah

dilakukan, belajar menjadi lebih mudah, dan berbagai keunggulan lainnya. Salah satu hal yang ikut berkembang karena perubahan teknologi adalah media massa. Berbagai teori media baru tampaknya berakar dari teori-teori media lama. Akan tetapi, beberapa teori baru pun lahir sebagai upaya untuk mendalami media baru lebih detail lagi.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Medium Theory* - Teori Media Komunikasi yang dikemukakan oleh McLuhan dalam bukunya *Understanding Media : The Extensions of Man* (1964). Teori ini menjelaskan bagaimana peran media (yang dimaksud media adalah sarana penyampaian pesan) berpengaruh dalam menyebarkan informasi tertentu baik secara fisik maupun psikologis. Dengan menggunakan teori ini seseorang dapat melihat bagaimana pengaruh suatu media komunikasi tertentu terhadap pendengar atau *receiver*, sehingga dapat melakukan antisipasi terhadap efek-efek tertentu yang tidak diinginkan karena sifat media komunikasi tersebut.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum Objek dan Penelitian

Informasi terkait *Corona Virus Disease* (Covid-19) beredar di sejumlah media sosial. Melalui media massa arus utama (*mainstream media*), berita seputar pandemi covid-19 mengisi ruang surat kabar, televisi, radio, dan media online. Melalui bragaam *platform* media sosial (medsos), informasi terkait Covid-19 juga muncul dalam jumlah yang masif. Sayangnya, tak semua

berita dan informasi itu benar. Tak sedikit berita palsu (*fake news*). Banyak juga informasi yang didramatisir, dilebih-lebihkan dalam penyampaian berita dan informasi Covid-19.

Realitas yang disajikan sejumlah media terkait wabah Covid-19 banyak yang berlebihan. Tak jarang orang semakin panik dan ketakutan setelah membaca, melihat, dan mendengar beragam berita dan informasi Covid-19. Melalui sejumlah laman medsos seperti *facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Youtube*, dan media pertemanan *WhatsApp* (WA), informasi Covid-19 bermunculan tak terbendung. Informasi tersebut terus menggelinding semakin membesar bak bola salju.

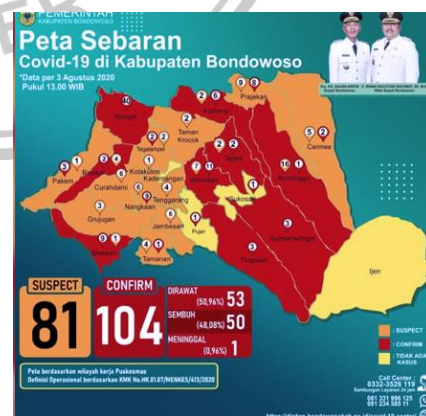
Banyak informasi Covid-19 antara yang ilmiah dan faktual bercampur bahkan tumpang tindih dengan beragam opini, spekulasi dan hoaks. Hiperrealitas Covid-19 terjadi ketika informasi seputar virus ini tidak punya garis pemisah yang jelas antara informasi yang bersumber fakta dan informasi hasil dari sebuah rekaman belaka.

## 4.2 Penyebaran Covid-19 di Bondowoso

Bondowoso masuk zona merah setelah satu orang dikonfirmasi positif Corona Covid-19. Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Bondowoso merilis satu pasien positif Corona Covid-19 itu berasal dari Kecamatan Wringin. Sementara itu, pasien dalam pengawasan (PDP) menjadi nihil dan jumlah orang dalam pengawasan (ODP) menjadi 720 orang. Sedikit berbeda dengan data Pemprov Jatim, Pemkab Bondowoso menyebut terdapat satu

orang PDP tapi sudah dinyatakan sehat dan pulang dari rumah sakit. Pasien tersebut awalnya tidak menunjukkan gejala terjangkit Corona COVID-19, sehingga termasuk kategori OTG (orang tanpa gejala). Namun ternyata positif Corona, berdasarkan tes swab.

Pemeriksaan dilakukan karena pasien tersebut sebelumnya mengikuti pelatihan tenaga kesehatan haji di Surabaya pada 8-19 Maret 2020. Dalam kegiatan yang diikuti peserta dari berbagai daerah di Jawa Timur itu, empat orang dari 413 peserta pelatihan kemudian dinyatakan positif terinfeksi Corona Covid-19. Pada tanggal 1 Juni 2020 pasien Covid-19 di Bondowoso bertambah hingga 17 orang. Kasus Covid-19 Melesat pada bulan Agustus 2020 akibat ratusan warga yang bekerja di PT. Panca Mitra Multi Perdana dan PT. Tri Mitra Kabupaten Situbondo, dinyatakan positif Covid-19 membuat kapasitas tiga tempat isolasi yakni RSDK, RS Bhayangkara dan Klinik Paru hampir penuh.



(Gambar 4.2.1 Peta Penyebaran pasien positif Covid-19 di Kabupaten Bondowoso (Foto: Dinkes Bondowoso))

Informasi dihimpun, jumlah pasien Covid-19 dari klaster pabrik udang Situbondo yang tengah diisolasi berjumlah 62 orang. Yakni di Klinik Paru 33 orang, RSDK 18 orang dan RS Bhayangkara 4 orang. Sedangkan 7 orang menjalani isolasi mandiri. Sementara data Pemkab Bondowoso per tanggal 3 Agustus 2020 total ada 104 pasien positif Covid-19 di Bondowoso.

#### 4.2.1 Pola Penyebaran Berita Hoaks Covid-19 di Bondowoso

Facebook menjadi salah satu tempat favorit untuk menyebarkan berita palsu atau hoaks. Mark Zuckerberg, pendiri facebook sendiri mengakui berita palsu atau hoaks tidak bisa terhindarkan di era media sosial saat ini. Populernya facebook sebagai medium untuk menyebarkan hoaks berikatan dengan kenyataan bahwa media sosial tersebut memiliki lebih dari 2,2 miliar basis pengguna. Dengan basis pengguna yang besar mudah bagi suatu berita bohong menyebar luas dengan sangat cepat di dunia maya. Setiap berita bohong bisa disebar luaskan ke puluhan atau bahkan ribuan pengguna media sosial dan dikomentari dengan jumlah yang tak kalah besar.

Berita hoax saat ini sangat mudah di percaya oleh masyarakat, apalagi dengan kemajuan teknologi semakin hari semakin canggih mengakibatkan menyebarnya berita hoax lebih cepat. Kemajuan teknologi disaat ini memberikan dampak negative dan positif, satu sisi mengakses informasi secara lebih cepat dan lebih mudah, namun disisi yang lain bisa memberikan masalah dalam hubungan sosial yang pastinya akan berpengaruh pada masa depan bangsa, apalagi dengan gencarnya

berbagai macam informasi yang tidak tersaring. Kejadian tersebut terjadi karena kurangnya edukasi literasi digital.

Hoaks atau informasi bohong menjadi fenomena di Indonesia yang sengaja disamarkan agar terlihat benar, hal ini tidak luput dari karakteristik masyarakat Indonesia yang umumnya senang berbagi informasi dari media sosial, terdapat 10 juta masyarakat Indonesia memiliki minimal satu ponsel atau setidaknya satu SIM card. Dengan demikian setiap harinya siswa dan masyarakat dapat menerima informasi atau berita dengan cepat. Media sosial dan aplikasi pengirim pesan cepat (*chat apps*) menjadi media favorit.

Fenomena berita hoaks ini sudah banyak menyebar khususnya di negara kita Indonesia. Contoh lainnya yang tersebar di jejaring sosial media facebook yang mendapatkan tanggapan oleh masyarakat dan disukai 214 pengguna facebook, dikomentari sebanyak 51 kali dan dibagikan sebanyak 429 kali.

#### *Tampilan akun N T S Adi penyebar kabar bohong*



(Gambar 4.2.2 : Tampilan Akun Facebook dan Foto KOMINFO)



Akun Facebook *N T S Adi* mengunggah narasi yang menyebut bahwa dokter di Italia telah menemukan obat penangkal COVID-19. Menurut klaim akun Facebook *N T S Adi*, COVID-19 informasi tersebut berasal dari dokter di Italia yang tidak mematuhi hukum kesehatan dunia WHO. Selain itu akun tersebut juga mengklaim bahwa gumpalan darah merupakan penyebab kematian pasien COVID-19.

Official (Media Informasi Kota Jepara), dinyatakan oleh Diskominfo Jepara sebagai hoaks. *"Benar, itu hoaks," kata Kepala Bidang Kominfo Jepara D. Wahyanto saat dimintai konfirmasi detikcom lewat pesan singkat kepada wartawan, Kamis (9/7/2020). Wahyanto melanjutkan, unggahan tersebut jelas tidak benar. Apalagi ada cuitan terkait dengan konspirasi dokter dengan pemerintah daerah.*

KOMINFO memaparkan bahwa kabar bohong yang diunggah oleh *N T S adi* adalah kabar bohong atau hoaks. *"Dilansir dari Liputan6.com, klaim bakteri yang menjadi penyebab kematian pada pasien positif Virus Corona Covid-19 tidak benar. Virus Corona merupakan keluarga besar Virus yang menyebabkan infeksi saluran pernapasan atas ringan hingga sedang, seperti penyakit flu. Menurut Direktur rumah sakit LNJP Delhi, dr Suresh Kumar, mengatakan bahwa klaim tentang penyebab utama kematian pada Covid-19 adalah trombosis atau gumpalan darah dan bukan pneumonia juga tidak benar. Tidak ada bukti ilmiah yang mengatakan trombosis adalah penyebab utama kematian untuk pasien Covid-19."*

Kabar berita bohong atau berita hoaks lainnya yang sangat meresahkan dan menjadi perbincangan masyarakat bahwasanya Virus COVID-19 adalah sebuah konspirasi dokter dan pemerintah. Postingan yang menyebut Corona adalah konspirasi dokter dengan pemerintah daerah. Postingan yang diunggah akun Facebook Arif N di grup MIK Jepara

### Postingan yang diunggah akun Facebook Arif N

Corona itu orak penyakit, mosok penyakit kok corona, iku sih gawe gaweane dokter ae sandiwarane, lah bayuane mundak entok duit koh PEMDA, kowe dokter semu ih nepno nok hotl dsesor iku jare gawe karantina... padah... kui doktere kudu piknik turu hotel jeh entok mandan... jek entok duit koh PEMDA... ngomong... akeh seng positif tapi kui negatif kabeh... Dadi kue kue kabeh iki orak usah v. edi iku gaweane dokter!!!



(Gambar 4.2.2 : Tangkap Layar Foto Kabar Berita Bohong )

Kabar berita bohong atau hoaks yang ada di media sosial facebook itu tidak hanya sekedar dibagikan di facebook saja namun kabar tersebut juga sudah diteruskan ke aplikasi pesan pribadi seperti Whatsapp, seperti yang kita lihat pada Gambar 3. Dari gambar tampilan facebook kabar tersebut diteruskan ke WhatsApp. Isu yang tidak benar itu menimbulkan dampak yang luar biasa terhadap stigma masyarakat indonesia tentang COVID-19.

Pada fenomena yang viral lainnya akun facebook penyebar video hoaks warga Bondowoso yang telah disamakan namanya itu telah di tangkap oleh aparat Polres Bondowoso, Rabu (18/03/2020). Perempuan pemilik facebook tersebut merupakan warga yang menyebarkan informasi hoaks bahwa ada salah satu warga bondowoso yang terinfeksi virus corona.

#### 4.2.2 Sikap Masyarakat Terhadap Berita Hoaks Covid-19 di Bondowoso

Hoaks Covid-19 di saat pandemi seperti ini banyak sekali ditemukan di internet. Hal ini menjadi suatu tantangan tersendiri bagi kita semua yang paham akan teknologi jaman sekarang. Ancaman hoaks membawa dampak yang sangat besar. Dengan adanya hoaks Covid-19 yang tersebar di media sosial menyebabkan masyarakat kurang sadar dan sulit untuk membedakan berita yang benar dengan berita hoaks. Contoh hoaks yang tersebar diantaranya adalah :

1. Berjemur dibawah sinar matahari akan melindungi kita dari terinfeksi Covid-19
2. Hanya orang dewasa yang bisa terinfeksi Covid-19
3. Minum alkohol dapat melindungi kita dari terinfeksi Covid-19

Jika hoaks seperti ini telah dipercaya oleh masyarakat khususnya remaja, maka hal ini dapat membawa dampak negatif yaitu:

1. Hoaks menyebabkan tertutupnya pikiran remaja karena dengan mempercayai hoaks COVID-19, remaja tersebut tidak akan menerima dan mempercayai informasi yang benar. Mereka akan terus mempercayai hoaks yang beredar di masyarakat jika tidak adanya edukasi mengenai hoaks COVID-19 tersebut.
2. Beredarnya hoaks COVID-19 memicu kepanikan remaja. Remaja akan membayangkan skenario terburuk dari COVID-19. Kepanikan ini pun hanya akan membawa dampak negatif yaitu menyebabkan remaja stres, stres yang dialami dapat merusak kesehatan mental remaja disaat

pandemi ini. Stres berlebihan akan membuat imunitas remaja menurun sehingga dapat menyebabkan mereka mudah terserang segala penyakit.

3. Remaja menjadi tidak dapat melindungi diri mereka dari virus ini dengan benar karena tersebarnya informasi hoaks di media sosial dan juga masyarakat. Dengan tersebarnya hoaks COVID-19 ini dapat menyebabkan remaja mengimplementasikan tindakan salah yang justru mengancam kesehatan mereka.
4. Hoaks COVID-19 yang beredar membuat remaja justru menyebarkan hoaks tersebut ke teman-temannya sehingga semakin banyak orang yang mempercayai informasi yang salah. Hal ini akan berujung kepada peningkatan kasus positif COVID-19 karena hoaks menyebabkan masyarakat menjadi tidak bijak dalam menghadapi pandemi ini.
5. Remaja menjadi menganggap remeh atau menyepelekan kasus COVID-19. Mereka tidak sadar akan bahaya sesungguhnya yang dapat menyerang mereka.

Banyaknya kasus berita hoaks tentang Covid-19 yang tersebar, peneliti membuat pertanyaan untuk dibagikan kepada 15 Responden yang berdomisili di Bondowoso tentang menanggapi Covid-19 dan berita hoaks yang tersebar di media sosial facebook melalui *platform* Google Form seperti yang ada di halaman terlampir. Dari 15 Responden yang mengisi pertanyaan di Google Form dengan judul "Sikap Masyarakat Terhadap Berita Hoaks Covid-19 Di Bondowoso" tanggapan yang diberi oleh responden sangat

beragam. 2 orang responden tidak pernah menemukan berita hoaks di facebook dan 13 responden lainnya pernah menemukan berita hoaks di facebook. Saat menemukan berita hoaks di facebook 4 orang responden mengabaikannya, 3 orang responden langsung menggunakan tombol *report* atau tombol lapor yang di sediakan oleh facebook, 2 orang responden membiarkannya, 3 orang responden hanya membaca saja, dan 3 orang responden lainnya mencari tahu terlebih dahulu. Pada saat di tanya apakah responden pernah menyebarkan berita hoaks dari facebook ke grup keluarga atau teman, 11 orang responden menjawab tidak pernah dan 4 responden lainnya menjawab pernah. Ketika responden menerima berita hoaks dari keluarga atau teman mereka menjawab memberi tahu bahwa berita itu hoax dan tidak ada bukti yg menyatakan bahwa berita tersebut layak untuk dipercayai. Cara responden membentengi diri dari kabar hoaks adalah mencari tau dari akun/info resmi dri pemerintah dan pihak terkait dan tidak mengikuti akun2 sembarangan, Banyak membaca berdasarkan sumber sumber yang menangani perihal tersebut, Mencoba mencari berita lain yang lebih valid, Dengan cara, membaca berita dari sumber tertentu. Misalnya, kompas.com, cnn indonesia, detik.com, cekfakta.com, dan salah satu responden bekerja di fasilitas kesehatan, jadi responden banyak melihat, pasien berjatuh, petugas terpapar. Berkaitan hal tersebut, “kenapa saya harus percaya hoaks? Sedangkan di lapangan covid 19 nyata adanya”.

Sementara itu untuk pencegahan penyebaran hoax terkait

Covid19, kominfo menyatakan perlu adanya edukasi dan literasi digital kepada masyarakat terkait kerugian dari hoax. Karena akibat dari berita hoax tentang corona ini menimbulkan kekhawatiran dalam masyarakat sehingga dengan adanya edukasi dan literasi kepada masyarakat, masyarakat mampu untuk memerangi berita hoax dengan membaca serta mencari informasi dari sumber terpercaya dan meminimalisir masyarakat yang menjadi korban berita hoax.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan maka kesimpulannya adalah sebagai berikut :

Sikap masyarakat Bondowoso menganggap berita hoaks ini sangat tidak penting. Mereka yang melihat berita hoaks yang tersebar di facebook tidak peduli dan terkesan mengabaikannya, tetapi sebagian masyarakat ada yang melaporkan kabar hoaks tersebut dengan menggunakan fitur *report* yang di sediakan oleh pihak fecebook. Tetapi ada pula yang percaya tanpa mencari tahu kebenarannya mereka langsung membagikan kabar hoaks tersebut ke grup yang ada di WhatsApp. Tanpa mereka sadari jika mereka menyebarkan kabar hoaks mereka bisa saja mendapatkan pelanggaran UU ITE provokasi terkait sara.

Berita hoaks Covid-19 dianalisis melalui media sosial Facebook dan menggunakan teori Mc.Luhan yaitu Medium Theory yang didalamnya berisi *Medium is the Messege* yang berarti informasi yang kita kirim dan kita terima lebih penting dari pada informasi itu sendiri. Medium disini

adalah berita hoaks yang merupakan pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak melalui media sosial. Kemunculan berita hoaks semakin membuat masyarakat resah karena mebalikkan realita yang sebenarnya. Orang-orang lebih memercayai berita hoaks tersebut, daripada mencari tahu kebenarannya terlebih dahulu.

## 5.2 Saran

1. Untuk para pengguna media sosial, sebaiknya jangan mudah percaya atau bahkan menyebarkan informasi yang didapat di media sosial tanpa mengetahui kebenarannya.
2. Untuk masyarakat sebaiknya tidak langsung terprovokasi pada informasi di media manapun karena bisa jadi itu adalah informasi yang dapat mempengaruhi kepercayaan pada seseorang.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- McLuhan, Marshal. 2003  
Understanding Media : The  
Extension of Man London &  
NewYork : Gingko Press.
- Nurdin, A. (2020). Erosi Komunikasi  
Pencegahan Covid-19. Dalam  
S. A. Nuridin, *Komunikasi  
Empati Dalam Pandemi  
Covid-19* (hal. 25).  
ASPIKOM Korwil Jawa  
Timur.
- Nurudin, S. A. (2020). Dalam  
*Komunikasi Empati Dalam  
Pandemi Covid-19*.  
ASPIKOM Korwil Jawa  
Timur.
- Sujoko, A. (2020). Retorika Politik  
Elit Penguasa Menjawab Isu  
Covid-19. Dalam S. A.  
Nurudin, *Komunikasi Empati*

*Dalam Pandemi Covid-19*  
(hal. 9). ASPIKOM Korwil  
Jawa Timur.

Suyono. (2020). "Jurnalisme  
Partisipatif Tantangan  
Jurnalis di Era New Media.  
Jember: LPPM UM JEMBER  
: 3-18.

Winaro, S. (2020). Hiperrealitas  
Covid-19. Dalam *Komunikasi  
Empati Dalam Pandemi  
Covid-19* (hal. 175).  
ASPIKOM Korwil Jawa  
Timur.

### Website :

Adi Briantika (2020). Tirto.id. "Telat  
Tangani Corona Covid-19,  
Pemerintahan Jokowi bisa di  
Gugat?". [https://tirto.id/telat-  
tangani-corona-covid-19-  
pemerintahan-jokowi-bisa-  
digugat-eG8y](https://tirto.id/telat-tangani-corona-covid-19-pemerintahan-jokowi-bisa-digugat-eG8y)

Aji, D. U. (2020, 06 09). *Berita Jawa  
Tengah*. Diambil kembali dari  
Detik News:  
[https://news.detik.com/berita-  
jawa-tengah/d-  
5087083/heboh-postingan-  
corona-konspirasi-dokter-  
pemda-diskominfo-jepara-  
hoax/1](https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-5087083/heboh-postingan-corona-konspirasi-dokter-pemda-diskominfo-jepara-hoax/1)

Anggie (2020/03/27). TribunNews.  
"Kabar Sejuk Saat Corona  
Merebak, Jokowi Luncurkan  
3 Kebijakan Ringankan  
Kesulitan Ekonomi Rakyat."  
[https://newsmaker.tribunnews.  
.com/2020/03/27/kabar-sejuk-  
saat-corona-merebak-jokowi-  
luncurkan-3-kebijakan-  
ringankan-kesulitan-  
ekonomi-rakyat](https://newsmaker.tribunnews.com/2020/03/27/kabar-sejuk-saat-corona-merebak-jokowi-luncurkan-3-kebijakan-ringankan-kesulitan-ekonomi-rakyat).

Dinkes, A. (2020, Maret 18). *Dinas  
Kesehatan Bondowoso*.



Dipetik mei 19, 2020, dari [dinkes.bondowosokab.go.id](http://dinkes.bondowosokab.go.id):  
<http://dinkes.bondowoso.go.id/penyebar-berita-hoax-telah-ditangkap/>

Eudaimonia. (2016). The Medium is the Message.  
<https://medium.com/@obtain-eudaimonia/the-medium-is-the-message-by-marshall-mcluhan-8b5d0a9d426b>.

Kominfo.(2020). “[HOAKS] Penyembuhan Virus Corona dengan Bawang Putih.”  
[https://kominfo.go.id/content/detail/24029/hoaks-penyembuhan-virus-corona-dengan-bawang-putih/0/laporan\\_isu\\_hoaks](https://kominfo.go.id/content/detail/24029/hoaks-penyembuhan-virus-corona-dengan-bawang-putih/0/laporan_isu_hoaks)

Liputan6.com. (2020, April 6). *Pasien Positif Corona COVID-19 Bondowoso Usai Ikuti Pelatihan Haji Surabaya*. Diambil kembali dari Headline Hari Ini:  
<https://m.liputan6.com/surabaya/read/4220622/pasien-positif-corona-covid-19-bondowoso-usai-ikuti-pelatihan-haji-di-surabaya>

Salim, H. J. (2020, Mei 26). *Cek Fakta*. Diambil kembali dari Liputan6:  
[https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/4263338/cek-fakta-tidak-benar-bakteri-jadi-penyebab-kematian-pada-pasien-covid-19?medium=Headline&campaign=Headline\\_click\\_1](https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/4263338/cek-fakta-tidak-benar-bakteri-jadi-penyebab-kematian-pada-pasien-covid-19?medium=Headline&campaign=Headline_click_1)

#### **Jurnal :**

Boer, K. M., Pratiwi, M. R., & Muna, N. (2020). Analisis Framing Pemberitaan

Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online.  
*Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 85-104.

Rochani Nani Rahayu, S. (2020). Analisis Berita Hoax Covid-19 di Media Sosial di Indonesia. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 64.

#### **Skripsi :**

Aulia, D. P. (2018). *Memerangi Berita Bohong di Media Sosial ( Studi terhadap Masyarakat Anti Fitnah Indonesia)*. *Skripsi*, 5.

Enguine, G. W. (2020). *Konstruksi Terorisme Dalam Film Hotel Mumbai*. *Skripsi*, 8-9.

Nabila Faradila Putri, E. V. (2020). *Pentingnya Kesadaran Hukum dan Peran Masyarakat Indonesia Menghadapi Penyebaran Berita Hoax Covid-19*. *Skripsi*, 107-108.

Romadhon, F. N. (2018). *Analisis Akun Instagram Capres-Cawapres Fiktif @Nurhadi\_aldo dalam mengkritik fenomena sosial*. *Skripsi*, 19.

Syaifullah, I. (2018). *Fenomena Hoax Di Media Sosial Dalam Pandangan Hermeneutika*. *Skripsi*, 70-71.