

## Sikap Masyarakat Dalam Menanggapi informasi Hoax Kesehatan di *Instant Messengers*

Siti Komsiah  
FIKOM Universitas Persada Indonesia YAI  
siti.komsiah70@mail.com

**Abstrak.** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap masyarakat dalam menanggapi informasi *hoax* kesehatan pada *instant messenger* Whatsapp. Penelitian ini berdasarkan fenomena banyaknya informasi *hoax* terkait dengan pesan Kesehatan yang beredar di WhatsApp selama pandemi covid-19. Beredarnya informasi tersebut tentunya akan disikapi secara berbeda oleh penerima pesan, maka melalui teori individual differences akan ditelaah perbedaan sikap antara individu dengan individu lainnya sebagai sasaran. Pendekatan kuantitatif dan kualitatif digunakan dalam penelitian ini, di mana penelitian awal dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada 100 responden yang kemudian dipertajam dengan wawancara pada beberapa narasumber agar didapatkan data yang lebih terdali. Adapun hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan sikap individu dalam menanggapi informasi *hoax* Kesehatan. Perbedaan dalam umur, pendidikan, jenis kelamin dan pengalaman mempengaruhi seseorang dalam menyikapi informasi *hoax* tentang kesehatan yang diterima di *instant messenger*.

**Keywords:** *Hoax, instant messenger, individual differences,*

### Latar Belakang

Pada era digital saat ini perkembangan teknologi komunikasi semakin pesat, aplikasi-aplikasi *instant messaging* atau *mobile messenger* sangat digandrungi oleh penduduk dunia, termasuk di Indonesia. Dalam berkomunikasi interpersonal maupun kelompok terjadi perubahan yang awalnya lebih banyak secara analog, maka dengan perkembangan teknologi tersebut saat ini komunikasi dilakukan dengan media, baik media social maupun media *instant messaging* sebagai sarana untuk mempermudah komunikasi. Tak mengherankan, penggunaan aplikasi *instant messaging* atau *mobile messenger* kini sudah mengalahkan popularitas pesan singkat SMS. Semakin tingginya masyarakat menggunakan aplikasi *instant messaging* salah satunya whatApp ini maka semakin banyak informasi diterima melalui media ini. Berbagai informasi disebarluaskan melalui media ini mulai informasi politik, pendidikan, personal sampai informasi kesehatan. Berbagai informasi tersebut disampaikan melalui pesan pribadi ataupun grup-grup baik informasi yang valid (bisa dipercaya) sampai dengan informasi *hoax* yang tidak bisa dipertanggungjawabkan.

Informasi *hoax* dibuat dalam berbagai topik dan bidang serta berkaitan dengan masyarakat. Beberapa pengertian menjelaskan *Hoax* merupakan informasi yang direayasa untuk menutupi informasi sebenarnya. (Nurul hidayah, Nurul Qalby.dkk. 2019). Menurut Dedi Rianto Rahadi (2017), *hoax* adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut adalah palsu. Definisi lain menyatakan, *hoax* merupakan informasi yang direayasa untuk menutupi informasi sebenarnya. Dengan kata lain *hoax* juga bisa diartikan sebagai upaya pemutarbalikan fakta menggunakan informasi yang seolah-olah meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya. (Nurul hidayah, Nurul Qalby.dkk. 2019).

Ketua Dewan Pers, Yosep Adi Prasetyo dikutip dari Buletin Dewan Pers (2017) menjelaskan ciri- ciri berita bohong yang biasa disebut *hoax*. Ciri pertama *hoax* adalah begitu

disebar, berita itu dapat mengakibatkan kecemasan, permusuhan dan kebencian pada masyarakat yang terpapar. Ciri kedua *hoax* adalah ketidakjelasan sumber berita. Ciri ketiga isi pemberitaan tidak berimbang dan cenderung menyudutkan pihak tertentu. Ciri keempat, berita *hoax* sering bermuatan fanatisme atas nama ideologi. Judul dan pengantarnya provokatif, memberikan penghakiman bahkan penghukuman tetapi menyembunyikan fakta dan data. Ciri kelima, penyebar juga meminta apa yang dibagikannya agar dibagikan kembali. Dikutip dari penelitian yang dilakukan oleh Dedi Rianto Rahadi (2017) terdapat 7 jenis dari informasi *hoax*, yaitu: 1) Berita bohong (*Fake News*) adalah berita yang berusaha menggantikan berita yang asli. Berita ini bertujuan untuk memalsukan atau memasukkan ketidakbenaran dalam suatu berita. Penulis berita bohong biasanya menambahkan hal-hal yang tidak benar dan teori persengkokolan, makin aneh, makin baik. Berita bohong bukanlah komentar humor terhadap suatu berita. 2) Tautan jebakan (*Clickbait*) adalah tautan yang diletakkan secara strategis di dalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik orang masuk ke situs lainnya. Konten di dalam tautan ini sesuai fakta namun judulnya dibuat berlebihan atau dipasang gambar yang menarik untuk memancing pembaca. 3) Bias konfirmasi (*Confirmation bias*) adalah kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebaik bukti dari kepercayaan yang sudah ada. 4) *Misinformation* adalah informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu. 5) Satire adalah sebuah tulisan yang menggunakan humor, ironi, hal yang dibesar-besarkan untuk mengomentari kejadian yang sedang hangat. Berita satir dapat dijumpai di pertunjukan televisi seperti "Saturday Night Live" dan "This Hour has 22 Minutes". 6) Pasca-kebenaran (*Post-truth*) adalah kejadian di mana emosi lebih berperan daripada fakta untuk membentuk opini publik. 7) Propaganda adalah aktifitas menyebar luaskan informasi, fakta, argumen, gosip, setengah-kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk memengaruhi opini publik.

Saat ini menurut data Sub Direktorat Pengendalian Konten Internet Ditjen Aplikasi Informatika Kominfo menyebutkan ada 1.387 *hoax* selama pandemi covid-19 di Indonesia. *Hoax* sebanyak itu tercatat sejak Maret 2020 hingga 26 Januari 2021. Data Kemenkominfo menyebutkan bahwa ada sekitar 800.000 situs di Indonesia yang telah terindikasi sebagai penyebar informasi palsu. Ia menyebut internet telah salah dimanfaatkan oknum tertentu untuk keuntungan pribadi dan kelompoknya dengan cara menyebarkan konten-konten negatif yang menimbulkan keresahan dan saling mencurigai di masyarakat.

Menurut Mahesa paradipa, masyarakat Indonesia harus cermat, tidak mudah percaya berhati-hati dan melatih diri untuk melawan *hoax*, terutama menyangkut isu kesehatan. *Hoax* kesehatan memiliki dampak lebih parah dari masalah kesehatan itu sendiri, orang jadi lebih mudah percaya informasi-informasi yang tidak jelas kebenarannya, dibanding berkonsultasi langsung dengan ahlinya. (OKEZONE, 2020). Berdasarkan data MAFINDO Jumlah *hoax* kesehatan meningkat dari 7% (86 *hoax*, 2019) dalam setahun menjadi 56% (519 *hoax*, 2020) dalam setengah tahun. Jumlah *hoax* COVID-19 yang diklarifikasi oleh MAFINDO pada paruh pertama 2020 berjumlah 492 *hoax* (94,8%) dari total *hoax* kesehatan selama semester pertama 2020. Puncak penyebaran *hoax* COVID-19 terjadi di bulan Maret 2020 dengan jumlah 158 *hoax*. Tema yang paling dominan adalah *hoax* COVID19 yang paling dominan adalah bencana

kesehatan (30,1%, 148 *hoax*), disusul oleh tema kesehatan/nutrisi (20,9%, 103 *hoax*) dan tema politik (18,7%, 92 *hoax*).

Adapun beberapa kajian terdahulu terkait dengan *hoax* berdasarkan temuan penelitian Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan bersama dengan Kominfo pada 2015, diketahui yang menjadi korban berita bohong maupun pesan singkat penipuan malah orang-orang yang mempunyai tingkat intelektualitas yang tinggi. Perbedaan sikap antara individu satu dengan lainnya, terletak pada struktur kejiwaan dan pengetahuan setiap individu yang berbeda-beda. Anggapan dasar tersebut merupakan dasar teori perbedaan individu atau (*Individual Difference*) Mafindo (Masyarakat Anti-Fitnah Indonesia), menemukan sebuah data yang diambil dari penelitian-penelitian kampus Indonesia di mana disebutkan usia yang paling banyak di pengaruhi informasi *hoax* adalah usia di atas 35 tahun. Berdasarkan penelitian tersebut informasi *hoax* terbukti banyak disebar oleh orang tua di bandingkan, Hal ini tersebut bearti pula peran orang tua-lah yang menjadi bagian utama dalam penyebaran berita *hoax* di Indonesia. Sedangkan penelitian di Amerika menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi korban dan penyebar informasi *hoax* adalah orang tua berusia 65 tahun. Hal tersebut logis karena anak-anak muda dianggap sudah melek teknologi dan lebih pintar untuk membedakan berita *hoax* dibandingkan orangtua yang lebih cepat terpancing kebenaran akan berita tersebut. Selanjutnya jika di liat dari sesuai jenis kelamin pelaku dan penerima informasi *hoax* lebih banyak pada wanita jumlahnya dibandingkan pria sebagai penyebar berita *hoax*.

Walaupun sudah cukup banyak artikel mengenai *hoax* dan infomasi covid-19 tapi masih belum ada yang secara detail meneliti tentang sikap masyarakat tentang *hoax* Kesehatan. Berdasarkan uraian-uraian diatas, artikel ini akan menjelaskan terkait sikap masyarakat terhadap informasi *hoax* Kesehatan. Dimana penelitian-penelitian sebelumnya meneliti tentang kategori karakteristik individu yang rentan rehadap *hoax* dilihat dari gender dan usia tapi belum spesifik tentang *hoax* Kesehatan.

Penelitian ini akan lebih relevan jika dihubungkan dengan teori dari Martin DeFleur "Individual Differences Theory Of Mass Communication Effect". Teori indivial different ini melihat adanya perbedaan-perbedaan di antara individu-individu sebagai sasaran pesan melalui media massa ketika mereka diterpa, sehingga menimbulkan efek tertentu. (Effendy, 2002:275). Anggapan dasar teori perbedaan individu ialah bahwa manusia amat bervariasi dalam organisasi psikologinya secara pribadi. Variasi ini sebagian dimulai dari dukungan perbedaan secara biologis, tetapi ini dikarenakan oleh pengetahuan setiap individual yang berbeda. Selanjutnya effendi (2002) meenjelaskan bahwa Individu yang dibesarkan dalam lingkungan yang berpikir secara tajam berbeda, menghadapi titik-titik pandangan yang berbeda secara tajam pula.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pengambilan sampel dilakukan secara random dari warga kecamatan Cibubur Jakarta Timur dengan usia produktif, laki-laki dan perempuan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *probability sampling* dengan menggunakan teknik *sampling stratified random sampling* dan diperoleh

sampel sejumlah 100 warga sebagai sample dari seluruh populasi. Untuk mengumpulkan data lapangan digunakan teknik kuesioner (angket). Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup. Variabel penelitian ini hanya satu yakni "Sikap Masyarakat Dalam Menanggapi informasi hoax Kesehatan di Instan Messengers". Untuk menganalisis data (statistik) yang telah diperoleh dari lapangan maka digunakan analisis statistik deskriptif dalam bentuk teknik analisis persentase (%), rata-rata (rerata), maupun median atau titik tengah. Sedangkan untuk menganalisis data kualitatif digunakan analisis kualitatif dengan pendekatan rasional.

## Hasil dan Pembahasan

### *Informasi Kesehatan Hoax*

Informasi *hoax* muncul bertubi-tubi dalam konteks persebaran informasi, dari politik hingga Kesehatan, dari urusan publik hingga urusan privat. Konten informasi *hoax* sangatlah beragam dan akan sangat tergantung pada kondisi masyarakat pada saat berlangsung. Pada saat pilkada atau pemilu informasi *hoax* yang muncul akan berkisar pada informasi yang berkaitan dengan politik, Sementara dalam kondisi pandemi covid-19 informasi yang muncul lebih banyak pada *hoax* Kesehatan. Berikut adalah data sekunder yang didapatkan dari media massa tentang 10 informasi *hoax* Kesehatan yang paling banyak beredar di masyarakat. (1). Tumor mata yang karna main ponsen di tempat gelap , (2). Beredarnya wabah Ulat mangga mematikan. (3). Bahaya MSG untuk otak. (4). Mie instan sebabkan kanker. (5). Bahaya Kopi campur durian. (6). Bahaya pemanis buatan aspartam.. (7). Tusukan jarum atasi stroke. (8). Mandi air dingin picu stroke. (9.) Vaksin HPV picu menopause dini. (10). Sakit jantung karena tidak kencing malam. Informasi-informasi *Hoax tersebut* banyak ditemui bukan hanya di media online dan media social tapi juga di *instan mesagers* dengan berbagai macam bentuk mulai dari berupa berita, gambar samapi dengan bentuk. Isipesan kesehatannya pun bermacam-macam mulai dari ajakan persuasive samapi dengan propokatif.

Selama tahun 2020 dan 2021 pada masa pandemi Covid-19, banyak isu tidak benar atau *hoax* yang tersebar di media sosial (medsos) atau grup Whatsapp terkait kesehatan. Beredarnya kabar *hoax* ini tentu membuat masyarakat luas menjadi salah dalam menyikapi adanya pandemi Covid-19. Masyarakat perlu mengetahui fakta yang benar seputar Covid-19. Terlebih saat ini, kasus positif di Indonesia juga terus bertambah. Beberapa diantaranya berita *hoax* yang beredar terkait informasi covid-19 adalah (1) virus tersebar akibat kebocoran laboratorium di Wuhan (China), (2) Berendam air panas uap panas dari pengering tangan dapat membunuh virus Covid-19 (3) Mengonsumsi bawang putih dapat mencegah penularan covid-19, (4) Daerah yang panas atau daerah bersalju dapat membunuh virus covid-19, (5) Menggunakan sarung tangan karet mengurangi resiko penularan, (6) minum antibiotik dapat membunuh virus, (7) Virus covid-19 dapat ditularkan melalui gigitan nyamuk, (8) Hanya orang dewasa yang beresiko terinfeksi covid-19, (9) Corona merupakan virus paling berbahaya yang paling ada, dan (10) Menyemprotkan alkohol/klorin ke seluruh tubuh dapat membunuh virus covid-19.

### ***Sikap Masyarakat Pada Informasi Hoax***

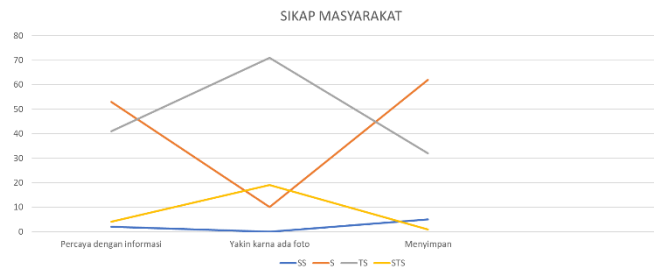
Informasi kesehatan hoax semakin meningkat terkait dengan adanya pandemi covid-19. Penelitian dilakukan untuk melihat sikap masyarakat terkait dengan hasil tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada masyarakat Kecamatan Cibubur Jakarta Timur didapatkan data terkait sikap masyarakat terhadap informasi *hoax* yang beredar. Terkait dengan informasi Kesehatan *hoax* seperti pada gambar grafik 1 responden percaya dengan semua pesan informasi yang dikirim keluarga terdekat/sahabat melalui group maupun pesan pribadi 53%, Dengan begitu, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden percaya akan semua pesan/informasi yang mereka terima dari keluarga/teman terdekat/sahabat baik tanpa mengecek kebenaran dari informasi tersebut. Hasil penelitian berbeda dengan penelitian Suyanto yang menyatakan bahwa responden yang menjawab “tidak pernah” *cross check* berita memang tidak ada, dan sekitar 45,7% responden yang menjawab “jarang” memeriksa kembali berita di media sosial Sedangkan 54,3% menjawab “selalu” melakukan cek dan *ricek* berita yang mereka baca. Sejalan dengan penelitian Rahadi (2017) ditemukan bahwa, responden dalam menerima informasi 54 responden melakukan cek *ricek* melalui media sosial yang sama, 42 orang melalui *search engine internet* (google) dan sisanya melalui media massa dan menanyakan orang yang lebih paham. Pada gambar 7 memperlihatkan gambaran responden melakukan *crosscheck* terhadap informasi yang diterima.

Informasi *hoax* akan semakin menarik dan dipercaya jika memiliki data pendukung misalnya foto video atau keduanya, di sini 71% responden menyatakan bahwa mayoritas responden percaya atau semakin yakin akan pesan/informasi yang mereka terima dari media sosial WhatsApp bila dalam pesan tersebut menunjukkan bukti foto, video, atau keduanya. Seperti disebutkan dalam penelitian Rahadi (2017) responden menyatakan 62 responden lebih banyak menerima dalam bentuk tulisan dan gambar, 29 responden memperoleh dalam bentuk tulisan, 20 responden menerima dalam bentuk gambar dan sisanya dalam bentuk video. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya berbagai bentuk informasi *hoax*, dan akan lebih dipercaya oleh responden adalah informasi yang disertai oleh gambar ataupun video dibandingkan kata-kata dikarenakan ini adalah informasi kesehatan sehingga mereka merasa ini lebih bisa dipercaya.

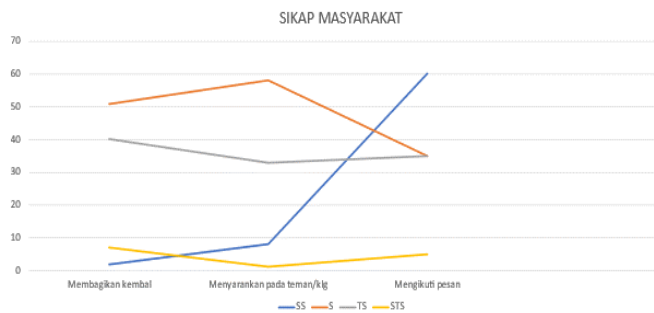
Responden mendapatkan berbagai pengetahuan dari pesan atau informasi yang mereka terima dari media WhatsApp mengenai obat, alat Kesehatan, makanan, minuman dan lainnya untuk kesehatan. Selanjutnya sebanyak 62% responden menyatakan menyimpan atau tidak menghapus pesan/informasi yang mereka terima dari media WhatsApp. Alasan responden menyimpan atau tidak menghapus informasi *hoax* adalah Karena informasi *hoax* dianggap penting dan pada akhirnya akan menyebarkan kembali informasi tersebut pada teman atau keluarga secara pribadi maupun melalui group *instant messenger*.

Dari data ditemukan bahwa Sebanyak 51% responden menyatakan akan membagikan kembali pesan atau informasi yang mereka terima dari media WhatsApp ke keluarga, teman, lainnya, baik melalui grup atau pesan pribadi. Hasil penelitian berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Suyanto yang menunjukkan rata-rata responden tidak langsung menyebarkan ulang berita-berita yang mereka terima. 37% responden mengatakan menjawab “tidak pernah”

menyebarkan ulang berita-berita yang mereka terima di media massa, dan 59.3% responden menjawab “jarang” menyebarkan ulang setiap berita yang mereka baca di media sosial. Adanya perbedaan hasil tersebut nyata karena pada penelitian Suyanto yang menjadi responden adalah mahasiswa hukum yang umumnya memiliki pengetahuan akan informasi *hoax*, sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah kelompok masyarakat umum.



Gambar 1 Penyebaran Kembali

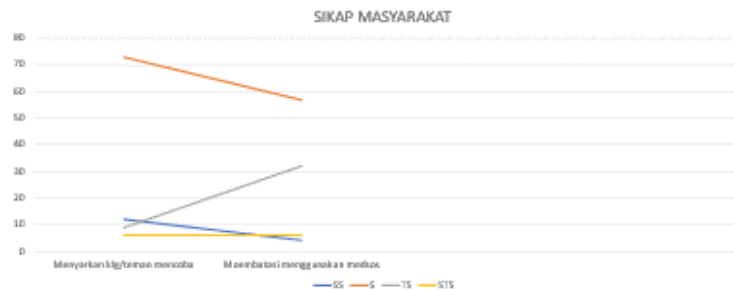


Gambar 2 Kepercayaan pada hoax

Alasan pihak tertentu menyebarkan Kembali informasi *hoax* yang sudah diterimanya beragam diantaranya ingin mempengaruhi opini publik, supaya menjadi viral, ingin merubah kebijakan pemerintah yang tidak sesuai, ingin menghakimi atau mencela perbuatan personal yang melanggar hukum, mendukung elemen masyarakat tertentu, persaingan bisnis, dan minimnya tindakan hukum (Rahadi, 2017). Selanjutnya sebanyak 58% responden menyatakan bahwa pesan yang terkait dengan kesehatan, makanan dan minuman bahkan alat kesehatan telah mereka coba melakukan sesuai dengan saran dari informasi yang mereka terima bahkan mereka menyarankan juga pada teman atau keluarga untuk melakukan apa yang mereka sudah lakukan. Sejumlah 60% responden mencoba mengikuti tips, kiat, resep, atau langkah- langkah yang dianjurkan dari pesan atau informasi yang mereka terima melalui media WhatsApp guna mengetahui khasiat atau manfaat.

Sebanyak 73% responden ikut mencoba tips, kiat, atau mengonsumsi obat, makanan atau minuman yang dianjurkan dari pesan atau informasi yang mereka terima dari media WhatsApp karena banyaknya keluarga, teman, atau lainnya yang telah mencoba. Berikutnya bagaimana responden menyikapi penggunaan *instant messenger* sebanyak 58% responden membatasi penggunaan media sosial pada diri sendiri dan keluarga karna banyaknya informasi *hoax* yang beredar. Penelitian Rahadi (2017) menyebutkan bahwa cara yang paling efektif untuk menghambat penyebaran informasi beragam, di mana responden menyebutkan

beberapa cara menghambat penyebaran informasi hoax. Jawaban responden diantaranya melakukan *crosscheck*/klarifikasi terlebih dahulu, memberikan edukasi kepada masyarakat, ada kontrol /pengawasan dari pihak keluarga, tidak mudah terprovokasi, diacuhkan saja, melakukan pemblokiran oleh pihak yang berwenang, melakukan *flagging* dan sebagainya.



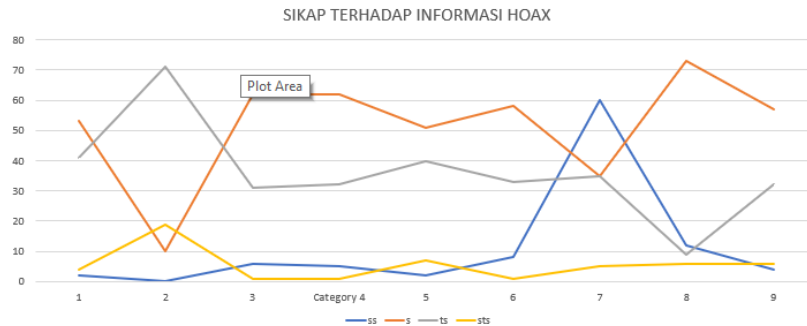
Gambar 3 Perilaku Menyikapi

Sejalan dengan sikap masyarakat yang membatasi penggunaan media sosial karena banyaknya informasi *hoax* ada beberapa kiat untuk menghalau berita palsu atau *hoax* di media sosial, *instant messenger* dan internet pada umumnya, yakni (1) periksa sumbernya kenali situs lebih dalam, periksa misi dan siapa pengelola informasinya; (2) baca yang tersirat, judul bisa bombastis, akan tetapi penting untuk membaca seluruh isi berita; (3) periksa penulisnya, cari tahu siapa penulisnya; (4) sumber pendukung, klik tautan pendukung berita. Pastikan apakah benar mendukung berita; (5) periksa tanggalnya, mengunggah berita lama bisa saja sudah tidak relevan dengan peristiwa saat ini; (6) apakah lelucon? Bila terasa janggal, mungkin hanya sindiran, periksa situs dan penulisnya; (7) hindari prasangka. Pertimbangkan bahwa keyakinanmu dapat mempengaruhi penilaian; dan (8) tanya kepada pakar, tanyakan kepada pustakawan atau periksa ke situs pengujian fakta (IFLA, 2018).

Berdasarkan hasil yang diperoleh sikap dalam menanggapi pesan dengan 8 pernyataan yang mewakili variabel sikap dalam menanggapi pesan, maka dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada indikator masyarakat mencoba ketika kerabat dekat telah mencoba terlebih dahulu, dengan nilai 85% atau 85 responden. Indikator tersebut masuk dalam dimensi konatif/behavior dimana dalam penelitian ini adanya perilaku yang timbul atas informasi yang diterima. Dengan begitu, dapat diketahui bahwa responden setuju atau ikut mencoba tips, kiat, atau mengonsumsi obat, makanan atau minuman berdasarkan pesan/informasi yang diterima dari media WhatsApp, apabila keluarga, teman, atau lainnya telah mencoba hal-hal tersebut terlebih dahulu.

Dari hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sikap masyarakat terhadap informasi kesehatan *hoax*, masyarakat cenderung masih mempercayai informasi *hoax* tersebut terbukti dengan mereka masih menyimpan dan menyebarkan informasi tersebut bahkan ada beberapa informasi tersebut sudah mereka praktekan dalam keseharian dan menyarankan pada teman

dan keluarga untuk melakukan tindakan yang sama dengan mereka yang sudah melakukan. Menurut pandangan psikologis, ada dua faktor yang menyebabkan pengguna cenderung mudah percaya pada informasi *hoax*. Pada dasarnya perilaku pengguna lebih cenderung percaya informasi *hoax*, jika informasinya sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki (Respati, 2017).



Gambar 4 Hasil penelitian Sikap khalayak terhadap informasi hoax Kesehatan

Keterangan:

1. Percaya dengan semua informasi
2. Semakin yakin karna disertai bukti foto
3. Menyimpan dan tidak menghapus pesan
4. Membagikan Kembali
5. Menyarankan pada keluarga dan teman berdasarkan informasi
6. Mencoba mengikuti pesan
7. Keluarga/teman mencoba
8. Membatasi menggunakan medsos

Perilaku penyebaran *hoax* melalui media sosial sangat dipengaruhi oleh pembuat berita baik itu individu maupun berkelompok, dari yang berpendidikan rendah sampai yang tinggi, dan terstruktur rapi. (Lazonder, Biemans, & Wopereis, 2000) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara seseorang yang memiliki keahlian khusus dalam menggunakan *search engine* dengan orang yang masih baru atau awam dalam menggunakan *search engine*. Pengguna yang memiliki pengalaman lebih banyak dalam memanfaatkan *search engine*, akan cenderung lebih sistematis dalam melakukan penelusuran dibandingkan dengan yang masih minim pengalaman (*novice*). Berdasarkan hasil wawancara lanjutan pada responden salah satu mereka memercayai informasi kesehatan padahal belum tahu kebenaran dari informasi tersebut adalah karena sumber yang menyebarkan informasi tersebut mereka kenal dan bahkan tahu kredibilitasnya. Hal ini sangatlah mengkhawatirkan jikalau ada individu atau kelompok kepentingan yang memberikan informasi *hoax* untuk kepentingan pribadi sementara mereka sudah dipercaya oleh masyarakat akan kredibilitasnya.

Menurut rahadi (2017) Kondisi ini semakin diperparah jika si penyebar informasi *hoax* kesehatan memiliki pengetahuan yang di rasa kurang dalam memanfaatkan internet. Atau adanya Kecenderungan terlalu lama menggunakan internet untuk mencari informasi sehingga dimungkinkan akan mengalami *information overload*. Sehingga kerap kali terjadi informasi *hoax* mudah mereka terima dan pada akhirnya akan disebarkan kepada pihak lain tanpa



terlebih dahulu melihat manfaat dan mudharatnya bagi orang lain. Kecendrungan lainnya, perilaku pengguna terkadang hanya melihat judul berita (*head line*) tanpa melihat isi dari berita tersebut dan mereka langsung berpendapat bahwa informasi tersebut sudah benar dan menyebarkan ke orang lain. Apalagi didukung orang mengirim informasi tersebut dari teman yang dipercaya atau dari media yang kredibel, sehingga langsung memberi komentar berdasarkan judul berita.

Dalam upaya pencegahan informasi *hoax* Kesehatan yang semakin masif diperlukan literasi pada masyarakat melalui peran aktif pemerintah, peran aktif dari pemuka masyarakat dan juga komunitas, serta menyediakan akses yang mudah kepada sumber informasi yang benar atas setiap isu *hoax*, melakukan edukasi yang sistematis dan berkesinambungan serta tindakan hukum yang efektif bagi penyebarannya. Untuk itu sebaiknya dilakukan pelatihan dan literasi kepada masyarakat mengenai pengetahuan akan internet sehat dengan literasi media sehingga dapat mengenali ciri-ciri informasi *hoax*, dan penerima informasi dapat mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dalam mengambil kesimpulan dari suatu informasi yang diterimanya sehingga pada akhirnya tidak akan menyebar luaskan informasi tersebut pada yang lain.

### **Kesimpulan**

Informasi *hoax* Kesehatan disikapi dengan cara berbeda oleh khalayak yang berbeda, mayoritas masyarakat percaya dengan informasi *hoax* tersebut sehingga mereka menyebarkan informasi tersebut kepada teman ataupun keluarga secara langsung ataupun menggunakan *instant messenger* whatsapp atau media sosial lainnya dalam penyebarannya. Bahkan mayoritas masyarakat juga menerapkan informasi tips, tata cara atau informasi apapun, mencoba apa yang sudah disampaikan dan mengajak teman dan keluarga untuk menerapkan informasi tersebut dalam kehidupan mereka.

Pencegahan penyebaran *hoax* Kesehatan bisa dilakukan dengan literasi media ke masyarakat dari berbagai kalangan mulai dari literasi pada remaja sampai dengan orang tua, dan juga penting bagi pemerintah sebagai pembuat kebijakan untuk membuat peraturan yang tegas dan memberikan sanksi pada penyebar *hoax*, pemerintah bukan sekedar melakukan pemblokiran terhadap situs-situs *hoax* tapi juga memberikan sanksi yang tegas pada pembuat situs dan penyebar informasi *hoax* tersebut.

### **Referensi**

- Adiprasetyo, Justito. Gumilar, Gumgum, Hartoyo dan Nunik Maharani. 2017. Hoax, Reproduksi Dan Persebaran: Suatu Penelusuran Literatur. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Vol. 1, No. 4, Agustus 2017: 271 - 278
- Chumairoh, Hanik. 2020. Ancaman Berita Bohong di Tengah Pandemi Covid-19. VOX POPULI Volume 3, Nomor 1, Juni 2020 (22-30)
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung PT. Remaja Rosdakarya

- Nurul hidayah, Nurul Qalby, Sakiyah Syech Alaydrus, Alviana Darmayanti, Alfiah Putri Salsabila. 2019. Pengaruh Media Sosial Terhadap Penyebaran Hoax Oleh Digital Native. Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia.
- Respati, S. ,2017, Mengapa Banyak Orang Mudah Percaya Berita “Hoax”? Kompas.com. Retrieved from <http://nasional.kompas.com/read/2017/01/23/18181951/mengapa.banyak.orang.mudah.percaya.berita.hoax> .
- Rahadi, Dedi Rianto. 2017. Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Presiden.
- Suyanto, Totok dkk. 2018. Persepsi mahasiswa terhadap kemunculan berita bohong di media sosial. Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan Vol. 15 No. 1 Tahun 2018 | 52 – 61
- Lazonder, A. W., Biemans, H. J. a, & Wopereis, I. G. J. H., 2000,. Differences between novice and experienced users in search information on the World Wide Web. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1097-4571\(2000\)51:63.0.co;2-7](https://doi.org/10.1002/(sici)1097-4571(2000)51:63.0.co;2-7)
- [https://inet.detik.com/cyberlife/d-4722443/ini-usia-yang-paling-rentan-kena-hoax?\\_ga=2.134838321.115564905.1617254521-415018877.1601874487](https://inet.detik.com/cyberlife/d-4722443/ini-usia-yang-paling-rentan-kena-hoax?_ga=2.134838321.115564905.1617254521-415018877.1601874487)
- <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/17/12/12/p0uuby257-ada-800000-situs-penyebar-hoax-di-indonesia>
- <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-4436167/10-hoax-kesehatan-yang-sering-beredar-di-whatsapp-dan-facebook>
- <https://www.kompas.com/edu/read/2021/03/25/080000171/23-berita-hoax-seputar-covid-19-dan-penjelasan-pakar-pulmonologi-ugm?page=all>