

BAB II

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

2.1 Perkembangan Kasus Hoax di Indonesia

Kemajuan teknologi komunikasi yang sangat pesat dan memungkinkan suatu individu dapat bertukar informasi dengan individu lainnya tanpa batasan waktu dan tempat berdampak pada peningkatan pengguna media sosial. Terbukti dari riset Hootsuite yang menyatakan bahwa ada peningkatan 15% pengguna internet per 2021 ini dari 202 Juta masyarakat menjadi 229 juta masyarakat pengguna internet (Riyanto G.P. “Jumlah Pengguna Internet di Indonesia tembus 202 Juta” 23 Feb 2021 tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta diakses pada 15 Nopember 2021 pukul 13:31 WIB). . Namun dengan mudahnya pertukaran informasi tersebut dapat dilakukan dari satu titik ke titik lainnya berdampak kepada mudahnya penyebaran hoaks yang terjadi di dunia maya.

Pengertian hoaks menurut Prof. Muhammad Alwi Dahlan, ahli komunikasi Universitas Indonesia adalah manipulasi informasi yang disebarkan secara sengaja dengan tujuan untuk menyesatkan orang yang membacanya atau menggiring opini si pembaca (Kurniasih W. “Pengertian hoaks dan sejarahnya” gramedia.com/literasi/pengertian-hoaks/ diakses pada 17 November 2021 pukul 15:39 WIB). Menurut buku “*A Glossary: Or, Collection of Words, Phrases, Names dan Allusions to Customs*” oleh Robert Neres pada abad 18, mendeskripsikan kata hoaks dari kata *hocus pocus*. Artinya adalah mantra untuk membohongi atau manipulasi penonton. Seiring berkembangnya waktu, hoaks dideskripsikan sebagai berita bohong/manipulasi yang di sampaikan untuk memanipulatif pembacanya. (Aria, B. Afrianti Dini. “Pengertian, Sejarah dan jenis hoaks” 17 Juni 2021 suara.com/lifestyle/2021/07/17/065500/wajib-tahu-sejarah-pengertian-dan-jenis-jenis-hoaks?page=all diakses pada 17 Nopember 2021 pukul 15:50)

Di Indonesia hoaks dikenal sejak zaman penjajahan belanda, hoaks saat itu disampaikan melalui surat kaleng yang biasanya di sampaikan tanpa ada nama pengirimnya siapa, surat tersebut biasanya berisi informasi desas desus tentang suatu yang penting dan dapat menyita banyak perhatian masyarakat. Sampai saat ini

dengana tidak adanya penghalang pertukaran informasi antar individu semakin memudahkan tersebarnya hoaks terutama di media sosial (Kurniasih W. “Pengertian hoaks dan sejarahnya” [gamedia.com/literasi/pengertian-hoaks/](https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-hoaks/) <https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-hoaks/> diakses pada 20 Nopember 2021 pukul 10:00). Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika setidaknya 60% orang terpapar hoaks saat mengakses dan berkomunikasi melalui dunia maya dan masyarakat yang mampu mengenali hoaks hanya sebanyak 15-24 % saja.

Berdasarkan data dari Katadata Insight Center (KIC) dalam beberapa tahun kebelakang persebaran hoaks di Indonesia kerap kali membahas tentang isu politik, agama dan kesehatan, menurut survey KIC juga kemampuan literasi digital masyarakat Indonesia masih sangat rendah di kawasan Asia yang menghasilkan bahwa masyarakat Indonesia belum mencapai level “baik” dalam literasi digital. Melalui data tersebut, ditemukan indeks literasi digital di Indonesia lebih baik di wilayah tengah dan timur seperti Sulawesi dan Papua dibandingkan dengan wilayah barat seperti pulau Jawa dan Sumatera. Salah satu faktornya karena adanya akses internet yang sudah merata di bagian barat tidak diiringi dengan meningkatnya kemampuan masyarakat dalam mengolah informasi dan berpikir kritis akan apa saja yang mereka terima di dunia maya (Rahman I. “Survei KCIC hampir 60% masyarakat Indonesia terpapar hoaks di media sosial” 20 Nopember 2020 beritasatu.com/digital/700917/survei-kic-hampir-60-orang-indonesia-terpapar-hoax-saat-mengakses-internet diakses pada 17 Nopember 2021 pukul 17:24)

Terhitung 1 tahun kebelakang ini, semenjak pandemi Covid-19 banyak ditemukan sebaran informasi hoaks mulai membahas tentang isu virus hingga vaksin Covid-19. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) per 3 Agustus 2021 sudah *men-take down* lebih dari 1.897 kasus hoaks dan disebar paling banyak di Facebook dengan angka mencaai 1.729 kasus. Nomor dua adalah Twitter dengan 99 kasus hoaks. (Yuliani Ayu “Terdapat 800 Situs Penyebar Hoaks di Indonesia” 13 Desember 2017 kominfo.go.id/content/detail/12008/ada-800000-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/0/sorotan_media diakses pada 17 Nopember 2021 pukul 15:50)

2.2 E - Word Of Mouth Pada Masyarakat Indonesia

Sebelum muncul istilah *electronic word of mouth*, terlebih dahulu tercipta istilah yaitu *word of mouth (WOM)*. Kotler dan Keller (2009:512) menjelaskan *WOM* adalah istilah dalam dunia pemasaran yang membahas tentang komunikasi dari mulut kemulut tentang suatu produk atau jasa tertentu. Para konsumen yang puas terhadap produk atau jasa tersebut akan membicarakan pengalamannya tentang produk tersebut ke orang-orang di sekitarnya. Dengan adanya kemajuan teknologi komunikasi yang sangat pesat seperti sekarang, istilah ini bertransformasi menjadi *electronic word of mouth* karena pembicaraan dari mulut ke mulut sudah berubah menjadi pembicaraan di dunia maya atau sosial media.

Menurut data dari Nielsen pada tahun 2015 menyebutkan bahwa 88% masyarakat di Asia Tenggara memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap komunikasi dari mulut kemulut baik secara langsung ataupun melalui media elektronik tentang suatu hal. Konsumen di negara Filipina menempati urutan pertama dengan angka 91%, kemudian yang kedua ada Vietnam dengan angka 89% dan yang ketiga di tempati oleh konsumen Indonesia dengan angka 89%. Angka di Indonesia yang bisa mencapai 89% tersebut dapat terjadi karena sebanyak 213,3 juta masyarakat Indonesia telah menggunakan internet dan menjadikan Indonesia negara terbesar ke-3 di Asia sebagai pengguna internet terbanyak. (“Rekomendasi WOM Masih Menjadi Iklan Paling Dipercaya” 10 Juli 2017 nielsen.com/id/en/press-releases/2015/rekomendasi-word-of-mouth-masih-menjadi-iklan-paling-dipercaya-oleh-konsumen-asia-tenggara/ diakses pada 11 Nopember 2021 pukul 13:34 WIB)

Pengguna sosial media menjadikan dunia maya sebagai platform pencarian informasi atau isu terkini agar mereka dapat mengetahui pandangan dari segala sisi tentang isu tertentu dengan mudah dan cepat, semenjak pandemi Covid-19 yang membuat orang terbatas untuk melakukan kontak fisik menjadikan sosial media sebagai satu-satunya pilihan untuk tetap bisa berkomunikasi dengan orang diluar sana. Salah satu penelitian pada tahun 2016 yang bertujuan untuk mencari alasan mengapa orang melakukan E-Word Of Mouth di media sosial menghasilkan fakta bahwa orang melakukan E-Word Of Mouth atau pertukaran informasi di media sosial karena adanya pengaruh ikatan sosial yang kuat (*bonding social*) dan pengaruh interpersonal (*interpersonal influence*) yang menyebabkan orang melakukan pertukaran informasi melalui media sosial dan percaya akan informasi yang disampaikan di media sosial.

(bbs.binus.ac.id/management/2017/03/peran-e-wom-electronic-word-of-mouth-dalam-media-sosial-di-indonesia/ diakses pada 15 Nopember 2021 pukul 09:51)

2.3 Gambaran Umum dan Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19 di Indonesia

Seluruh dunia tak terkecuali negara Indonesia sudah hampir terhitung 2 tahun masih diselimuti oleh virus yang sangat berbahaya dengan penyebaran yang sangat cepat yaitu virus Covid-19. Virus Covid-19 terdeteksi awal pada 1 Desember 2019 di Wuhan, China. Semenjak saat itu virus ini menyebar ke seluruh dunia dengan sangat cepat dan terhitung hingga saat ini sebanyak 219 juta masyarakat terpapar virus Covid-19 dengan angka kematian mencapai 4,6 juta orang. Di Indonesia hingga saat ini, tercatat sebanyak 4 juta orang terkonfirmasi positif dan 113 ribu orang meninggal akibat Covid-19. (covid19.go.id/peta-sebaran diakses pada 14 Nopember 2021 pukul 12:41 WIB)

Untuk menanggulangi hal tersebut, menurut WHO cara menghentikan penyebaran Covid-19 adalah dengan melakukan penemuan vaksin. Cara kerja dari vaksin sendiri adalah dengan melatih dan mempersiapkan antibodi dalam tubuh agar dapat mengenali dan melawan virus yang akan menjangkiti tubuh. Setelah itu, tubuh akan lebih kebal dan cepat pulih jika terserang virus atau penyakit seperti halnya virus Covid – 19 (lihat Gambar 2.1).

Vaksin Covid-19 yang diizinkan di Indonesia

Perusahaan	Metode	Efektivitas	Penyimpanan	Biaya	Status produksi /pemesanan
 Sinovac	Pelemahan virus	Belum ditentukan*	Suhu lemari es (2-8 °C)	Rp200 ribu	600 juta pada 2020, sebanyak 1,2 juta tiba di Indonesia
 Sinopharm	Pelemahan virus	Belum ditentukan	Suhu lemari es (2-8 °C)	Rp850 ribu	200 juta per tahun
 Bio Farma-Sinovac	Pelemahan virus	92%	Suhu lemari es (2-8 °C)	Belum ditentukan	16 juta diproduksi per bulan hingga 2021
 Bio Farma-Eijkman**	Protein rekombinan	Belum ditentukan	Belum ditentukan	Belum ditentukan	Masih dalam uji coba, produksi akhir 2021
 Oxford Uni-Astra-Zeneca	Viral vector (virus termodifikasi secara genetik)	62-90%	Suhu lemari es	Rp60 ribu	400 juta pada akhir 2020 dan 700 juta pada Q1 2021
 Moderna	RNA (materi genetik berupa asam ribonukleat)	95%	-20 °C sampai 6 bulan	Rp470 ribu	125 juta awal 2021
 Pfizer-BioNTech	RNA	95%	-70 °C	Rp285 ribu	50 juta akhir 2020 dan 1,3 miliar akhir 2021

*Hasil uji klinis ke-2 menunjukkan kekebalan tubuh melawan uji coba lebih rendah dari pasien sembuh.
 **Seluruh vaksin memiliki dosis sebanyak 2x. Untuk Vaksin Bio Farma-Eijkman, dosis belum ditentukan.

Sumber: Kemenkes, WHO, situs perusahaan pembuat vaksin

Gambar 2.1

Sumber: bbc.com/indonesia/dunia

Setelah adanya beberapa jenis vaksin yang berhasil ditemukan, Indonesia pun bergerak cepat untuk mendatangkan vaksin Covid-19 seperti Sinovac, Moderna, Astra Zeneca, Pfizer dengan didukung Keputusan Presiden No. 18 Tahun 2020 tentang Tim Nasional Percepatan Pengembangan Vaksin Covid-19 dan Perpres Nomor 99 tahun 2020 tentang Pengadaan Vaksin dan Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19. Sebelum disebar ke masyarakat luas, vaksin ini diuji klinis oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan atau BPOM untuk mengetahui efikasi atau kemampuan obat yang diuji dalam menangkal virus. Dalam uji coba klinis yang dilakukan oleh BPOM, setiap vaksin memiliki hasil efikasi yang berbeda beda seperti Sinovac (68%), Astra Zeneca (90%), Moderna (95%) dan Pfizer (95%).

Setelah keluarnya izin dari BPOM dan MUI mengenai penggunaan vaksin ini ke masyarakat, pemerintah pun bergerak cepat dengan melakukan penyuntikan vaksinasi perdana pada tanggal 13 Januari 2021 yang dilakukan oleh Presiden dan diikuti oleh Pimpinan Kementrian, Lembaga dan perwakilan masyarakat dan dilanjutkan penyuntikan secara serentak kepada seluruh masyarakat Indonesia yang saat ini sudah 24.481.296 orang atau sekitar 11,75% dari masyarakat Indonesia di vaksinasi. Presentase setiap provinsi dalam penyuntikkan vaksinasi adalah sebagai berikut, presentasi paling tinggi adalah di pulau Jawa dengan data DKI Jakarta mencapai 100% diikuti oleh DIY 87,6%, Jawa Timur 53,5%, Banten 51,9%, Jawa Tengah 50,9% dan Jawa Barat 47,6%. (“Cakupan Vaksinasi di Indonesia” <https://vaksin.kemkes.go.id/#/vaccines> diakses pada 13 Nopember 2021 pukul 08:43 WIB)

2.4 Arus Informasi Vaksin

Pada era disrupsi seperti sekarang masyarakat memiliki banyak pilihan dalam mengakses informasi salah satunya adalah media sosial, namun semenjak pandemi Covid-19 berdasarkan jurnal dari (Risnawati:38) bahwa masyarakat menjadikan media sosial sebagai sumber informasi utama dan alat komunikasi utama dengan dunia luar karena selama pandemi masyarakat diwajibkan untuk dirumah saja untuk mengurangi kontak fisik antar masyarakat. Media sosial sebagai episentral (pusat informasi) di situasi epidemi Covid-19 saat ini yang dimana ia mempunyai peran penting dalam memberikan informasi terkait penyebaran Covid-19 dan vaksin Covid-19 sebagai obat pencegahannya. Hal ini dapat membantu khalayak dalam menentukan

arah pandangan atau persepsi mereka terhadap vaksin Covid-19. Media juga memiliki peran dalam mengarahkan persepsi publik kepada suatu hal.

Pemerintah Indonesia semenjak masa pandemi covid-19 mengeluarkan kebijakan mengenai pembatasan kegiatan masyarakat berskala besar mulai dari kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) pada awal pandemi hingga saat ini penerapan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang berbeda beda diterapkan disetiap daerah tergantung dengan tingkat penyebaran kasus Covid-19 nya. Dengan adanya kebijakan tersebut masyarakat pun mau tidak mau harus beralih pola komunikasinya menjadi semua serba online atau jarak jauh dan menjadi berdampak pada kenaikan pengguna internet pada selama pandemi ini,

Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) kenaikan pengguna internet sebesar 8,9% atau sebanyak 23,5 juta masyarakat indonesia adalah pengguna internet baru dan menurut data dari Hootsuite pengguna internet di Indonesia sebanyak 200 Juta orang dan pengguna media sosial mencapai 170 juta orang, banyaknya pengguna ini berpengaruh terhadap cepatnya arus informasi berpindah dari satu pihak ke pihak lainnya.(<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/> diakses pada 17 Nopember 2021 pukul 10:31 WI

Dengan adanya peningkatan pengguna media sosial ataupun internet ini secara tidak langsung membuat kenaikan terhadap arus komunikasi dan persebaran informasi yang terjadi di media sosial yaitu percakapan di dunia maya atau yang biasa disebut sebagai E-Word Of Mouth. Berbagai informasi mengenai vaksin tersebar melalui media sosial mulai dari diskusi orang per orang, berita yang valid tentang vaksin hingga tersebarnya berita hoax, Namun dengan adanya peningkatan pesat pengguna internet ini tidak diiringi dengan literasi digital yang mumpuni, karena peningkatan pengguna internet juga di barengi dengan peningkatan penyebaran hoaks di media sosial yang mencapai 1.729 kasus hoaks per hariberdasarkan data dari Kementrian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) dengan paling banyak hoaks tersebut membahas seputar Covid-19.

(<https://aptika.kominfo.go.id/2021/08/kominfo-turunkan-1-897-konten-hoaks-seputar-vaksin-covid-19/> diakses pada 12 September 2021 pukul 11:21).

Pemerintah telah melakukan segala upaya untuk meredam penyebaran hoaks dan untuk membuat arus informasi yang berkaitan dengan Covid-19 tetap kredibel dan tidak mengandung rumor atau opini saja, namun masalah seperti ini perlu juga

peran dari para pengguna internet khususnya media sosial untuk bisa menjaga diri dan selektif atas informasi yang mereka terima di media sosial. Pengguna sosial media juga harus secara aktif dan bertanggung jawab untuk melaporkan konten-konten yang bersifat hoaks baik kepada kominfo atau sistem pelaporan di media sosial itu sendiri untuk meredam misinformasi yang akan terjadi di masyarakat.

2.5 Jenis Vaksin Di Indonesia

Sejak Keputusan Presiden No. 18 Tahun 2020 tentang Tim Nasional Percepatan Pengembangan Vaksin Covid-19 dan Perpres Nomor 99 tahun 2020 tentang Pengadaan Vaksin dan Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19 dikeluarkan dan berlaku di Indonesia, pemerintah Indonesia bergerak cepat untuk mendatangkan berbagai macam merk vaksin yang tersedia untuk bisa segera di distribusikan ke masyarakat dan dapat menghentikan pandemi Covid-19 ini, beberapa jenis vaksin yang telah mendapat izin dari Kementerian Kesehatan dan Badan Pengawas Obat dan Makanan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Sinovac

Vaksin ini pertama kali lulus uji klinis dan mendapat izin penggunaan darurat dari BPOM untuk dilaksanakan penyuntikkan kepada masyarakat pada 11 Januari 2021. Vaksin Sinovac telah melalui III fase uji klinis yang menghasilkan efikasi sebesar 65,3% dan vaksin asal China ini penyuntikkannya akan dilakukan sebanyak 2 dosis penyuntikkan.

2. Bio Farma

Pada 16 Februari 2021, setelah izin vaksin Sinovac keluar, BPOM mengeluarkan izin penggunaan darurat untuk vaksin yang diproduksi oleh PT. Bio Farma (Persero). Bahan baku dari vaksin ini berasal dari vaksin Sinovac yang memiliki bentuk sediaan vial 5 ml dan setiap vial berisi 10 dosis vaksin yang berasal dari virus yang tidak diaktifkan.

3. AstraZeneca

Izin penggunaan darurat ketiga yang dikeluarkan oleh BPOM adalah vaksin AstraZeneca produksi Inggris. Kluarnya izin EUA ini pada tanggal 22

Februari 2021 dengan hasil uji efikasi sebesar 62,1%. Cara kerja dari dosis vaksin ini adalah dengan dua tahap penyuntikkan dan interval antar penyuntikkan dosis selama 12 minggu.

4. Sinopharm

Vaksin Sinopharm buatan Cina lulus uji klinis pada tanggal 29 April 2021 oleh BPOM. Hasil efikasi sebesar 78%, dan untuk penyuntikkannya akan dilakukan sebanyak 2 kali penyuntikkan dosis dengan interval 21 hari.

5. Moderna

Pada 2 Juli 2021 BPOM mengeluarkan izin penggunaan darurat kepada vaksin Moderna buatan Amerika Serikat, vaksin ini telah melalui tahap uji klinis dan menghasilkan efikasi sebesar 94%.. BPOM memberi catatan bahwa untuk vaksin ini dikhususkan kepada masyarakat yang memiliki komorbid, lansia, ibu hamil dan anak (12-17 Tahun).

6. Pfizer

Vaksin ini telah melalui uji klinis sebanyak tiga tahap. Tingkat efikasinya adalah 100% untuk usia 12-15 tahun dan 95,5% untuk 15 tahun ke atas. Vaksin yang dikembangkan oleh Pfizer Inc dan BioNTech disuntikkan secara intramuscular sebanyak dua kali dosis. Interval waktunya adalah 21 hingga 28 hari.

7. Sputnik V

Vaksin Sputnik V buatan Rusia telah melalui tiga tahap uji klinis yang menghasilkan efikasi sebesar 91,6% dan cara penyuntikkan sebanyak 2 kali dengan interval selama 2 minggu. Vaksin ini khusus masyarakat usia 18 tahun ke atas.

8. Johnson & Johnson

Vaksin asal Amerika Serikat ini telah melalui tiga tahap uji klinis dengan tingkat efikasi sebesar 67,2% dengan proses penyuntikkan hanya 1 kali.

9. Convidecia

Vaksin yang dikembangkan oleh Cansino Biological Inc. dan Beijing Institute of Biotechnology ini cocok untuk masyarakat usia 18 tahun keatas dengan pemberian

satu kali suntikan. Tingkat efikasinya sebesar 65,3% dan untuk kasus Covid-19 bergejala berat adalah 90,1%.

