

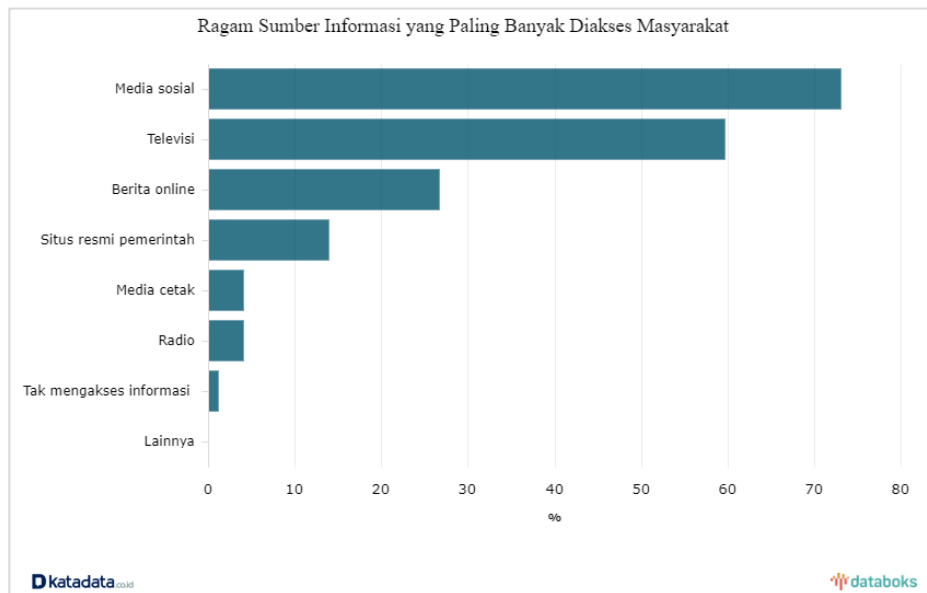
BAB II

FENOMENA KEKACAUAN INFORMASI SEPUTAR COVID-19 DI MEDIA SOSIAL

2.1 Sistem Hibridisasi Media

Sistem hibridisasi media diperkenalkan oleh pakar komunikasi Andrew Chadwick (2011) sebagai konsep untuk menyoroti bahwa berbagai jenis media tidak hanya hidup berdampingan, tetapi telah membentuk sistem yang berkembang melalui tindakan timbal balik – interkoneksi dan interdependensi – antara media lama dan media baru. Televisi, radio, surat kabar, situs web, situs jejaring sosial, platform yang dibuat pengguna, blog, dan mesin pencari adalah bagian dari sistem media tersebut (“Hybrid Media System”, n.d.). Menurut Chadwick, lingkungan hibrida baru ini menciptakan ketidakpastian bagi media konvensional, karena sifat arus utama telah berubah. Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center (KIC) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dalam kurun waktu 4-24 Oktober 2021, media sosial (73%) menjadi pilihan teratas sumber informasi yang paling banyak diakses masyarakat Indonesia. Adapun pilihan sumber informasi masyarakat Indonesia lainnya berasal dari televisi (59,7%), berita *online* (26,7%), situs resmi pemerintah (13,9%), media cetak (4%), dan radio (4%) (Annur, 2022). Fakta tersebut menunjukkan bahwa kini media konvensional tidak lagi menjadi satu-satunya sumber informasi bagi masyarakat, karena ketika media tersebut beradaptasi dengan memasuki gelanggang informasi digital, mereka akan bersaing dengan media *online* yang juga memproduksi konten informasi. Kemudian media konvensional dan media *online* harus bersaing lagi dengan media sosial yang menjadi platform bagi *user-generated contents* untuk menjangkau publik yang lebih luas melalui mekanisme *sharing* atau berbagi. Pada akhirnya, perubahan ekologi media ini dikatakan (UNESCO, 2018.: 10-11) telah menciptakan struktur peluang yang lebih terbuka dan relatif sepadan bagi setiap media dan juga memungkinkan publik untuk mengerahkan pengaruhnya dengan terlibat secara langsung pada bagaimana informasi diproduksi, dikomunikasikan, serta didistribusikan.

Grafik 2. 1 Ragam Sumber Informasi yang Paling Banyak Diakses Masyarakat
(Periode: 4 – 24 Oktober 2021)



Sumber: databoks.katadata.co.id, 2022

Namun perubahan ekologi media ini, dikatakan Chadwick (2011) tidak hanya membawa dampak positif. Benturan logika antara media lama dan baru ini juga turut menghantarkan pada longsor informasi mencakup fakta dan hoaks yang sulit dibedakan dengan cepat antara yang benar dan salah, atau dengan kata lain terjadi kekacauan informasi. Berdasarkan hasil survey Katadata Insight Center (KIC) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) tahun 2020, kemampuan mengenali kekacauan informasi pada masyarakat Indonesia masih berada dalam kategori rendah. Hanya sekitar 21% - 36% masyarakat saja yang mampu mengenali hoaks, sementara sebanyak 30% - 60% ditemui masih terpapar hoaks saat mengakses dan menerima informasi, khususnya melalui internet (Cahyadi, 2020). Adapun diantara berbagai media, Krishna & Jomis menilai media sosial menjadi penyumbang terbesar berbagai bentuk kekacauan informasi. Dewan Pengarah Siberkreasi dan Praktisi Digital Ngoro Kakung mengungkapkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia di tahun 2021 telah mencapai 200 juta, dan dari jumlah itu, rata-rata setiap orang memiliki sepuluh akun di media sosial dengan nama berbeda (Budianto, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki akses mudah ke audiens dalam jumlah besar, ditambah dengan penyebaran tanpa hambatan karena desain platform ini, yang membuatnya sangat potensial menjadi tempat berkembang biak bagi segala bentuk kekacauan informasi.

Berbeda dengan media konvensional yang memegang prinsip jurnalistik, media *online* dan media sosial dikatakan Chadwick (2011) lebih siap untuk mengambil risiko dengan menerbitkan konten tanpa standar verifikasi yang biasanya diperlukan oleh jurnalis profesional. Dilansir dari Kompas, meski jumlah media di Indonesia terhitung banyak, sumber-sumber informasi yang menyajikan perspektif luas nyatanya masih sangat terbatas, karena tidak sedikit ditemui media yang menyajikan konten seragam dan atau bersumber pada informasi yang beredar di media sosial tanpa ada verifikasi (Arika, 2021: 10). Hal ini didukung dengan fakta yang mendapati bahwa dari sekitar 40.000 portal berita *online* yang ada di Indonesia, baru sekitar 200 yang terverifikasi oleh Dewan Pers (Julianto, 2021: 6). Selain itu, sifat viral komunikasi online telah membuat informasi lebih mungkin menyebar lebih cepat di jaringan interpersonal dibanding siaran pers resmi. Dalam masalah kekacauan informasi ini, aspek performatif tentang bagaimana orang menggunakan jaringan sosial sangat penting untuk memahami bagaimana penyebaran informasi yang salah. Hal ini karena begitu sebuah pesan telah didistribusikan, ia dapat direproduksi dan didistribusikan kembali tanpa henti oleh banyak agen yang dipandu oleh berbagai motif. Sehingga penting bagi setiap individu untuk tidak hanya mempunyai keterampilan fungsional (memahami, memilih, dan mengakses informasi), tetapi juga keterampilan kritis (menganalisis, mengevaluasi, dan memverifikasi informasi) di tengah gempuran informasi.

2.2 Kekacauan Informasi di tengah Pandemi Covid-19

Kasus Covid-19 di dunia dilaporkan pada 8 Desember 2019 di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok yang setelahnya banyak kasus ditemukan juga di negara lainnya. Di Indonesia sendiri, kasus pertama yang dirilis media nasional tercatat pada 2 Maret 2020, di mana korbannya adalah ibu dan anak yang tinggal di Depok, Jawa Barat. Sejak saat itu, berbagai pemberitaan informasi seputar Covid-19 rutin dilaporkan oleh berbagai media, mulai dari media konvensional, media *online*, hingga media sosial (Mafindo, 2020: 16-17). Hasil studi oleh Pan American Health Organization (2020: 2) mendapati bahwa pencarian pembaruan Covid-19 di internet melonjak 50% - 70% di semua generasi. Adanya peningkatan konsumsi informasi melalui jaringan internet ini dapat terjadi karena adanya sistem hibridisasi media yang menunjukkan perubahan dalam pola arus komunikasi dan informasi di lapisan masyarakat. Fakta ini didukung oleh hasil riset *Reuters Institute Digital News Report* periode Januari-Februari tahun 2021, yang mendapati bahwa media *online* dan media sosial (89%) menjadi sumber yang paling populer di masyarakat dalam mengakses berita dan informasi.

Sementara televisi dan radio tetap menjadi pilihan utama bagi yang tidak memiliki akses internet (Maulidia, 2021).

Namun, ketidakpastian dan ketakutan yang hadir di tengah wabah Covid-19 ini telah menempatkan khalayak dalam posisi rentan terhadap kekacauan informasi. Hal ini terjadi karena longsor informasi seputar Covid-19 di berbagai media tidak serta merta berasal dari fakta dan sumber yang dapat dibuktikan keasliannya, tetapi telah berbaur dengan spekulasi, rumor, hingga teori konspirasi, yang tidak kalah berbahaya dibanding virus itu sendiri. Hal ini didukung oleh temuan dalam “*American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*” terbitan bulan Agustus 2020 yang mendapati Indonesia berada dalam peringkat 5 dalam rumor, stigma, dan teori konspirasi terkait Covid-19 (Mafindo, 2020). Lebih lanjut, sepanjang tahun 2021, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) telah menemukan dan melakukan pemutusan akses terhadap 565.449 konten negatif. Ada beragam kekacauan informasi menyangkut isu-isu tertentu, tetapi berdasarkan catatan Kompas, topik seputar Covid-19 masih menjadi sorotan dan meliputi berbagai isu, diantaranya adalah gejala Covid-19, vaksinasi Covid-19, keterlibatan *World Health Organization* (WHO), isu ‘pandemi’ (pandemi yang direncanakan), keterkaitan elit global, serta berbagai pernyataan dari tokoh publik yang tidak terbukti kebenarannya (Saptoyo, 2022).

Dalam konteks pandemi saat ini, fenomena kekacauan informasi yang hadir telah dinyatakan WHO sebagai infodemik atau epidemi informasi, karena membuat krisis kesehatan masyarakat menjadi lebih sulit dikontrol dan dibatasi ruang geraknya. Infodemik secara sederhana mengacu pada peningkatan volume informasi dalam skala besar terkait topik tertentu yang pertumbuhannya dapat terjadi secara eksponensial dalam waktu singkat karena suatu insiden, seperti dalam situasi pandemi Covid-19 (Pan American Health Organization, 2020: 2) Adapun menurut UNESCO, terdapat sembilan tema utama infodemik yang tersebar di seluruh dunia saat ini, antara lain: (i) asal serta persebaran Covid-19 yang kemudian menimbulkan berbagai bentuk teori konspirasi seputar Covid-19; (ii) ketidaksesuaian statistik mengenai kasus positif dan kematian akibat Covid-19 dengan fakta di lapangan; (iii) dampak Covid-19 terhadap berbagai sektor, seperti perekonomian, yang dilebih-lebihkan; (iv) adanya upaya untuk mendiskreditkan berbagai media dan jurnalis yang melakukan peliputan serta melaporkan situasi pandemi Covid-19; (v) informasi tidak berdasar dan menyesatkan tentang dampak pandemi Covid-19 terhadap masyarakat dan lingkungan; (vi) disinformasi tentang figur publik yang didiagnosa terinfeksi Covid-19; (vii) informasi ilmu kedokteran yang palsu dan menyesatkan terkait gejala, cara penanganan, dan diagnosa Covid-19; (viii) kemunculan

berbagai konten yang didesain untuk melakukan penipuan finansial secara daring; (ix) politisasi pandemi Covid-19 oleh pihak yang memiliki kepentingan (Kurnia, 2021).

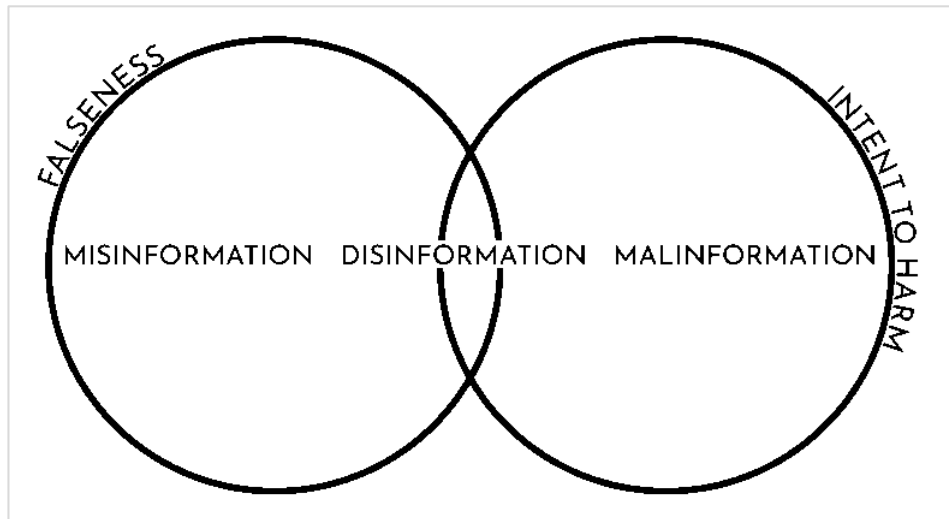
Selain merujuk pada konten informasi, kemunculan fenomena infodemik ini dikatakan oleh Mafindo (2020: 86) juga mengacu pada sebaran informasi yang berlebihan sehingga mengganggu keseimbangan dan ketenangan masyarakat. Hal ini pun berakibat pada kejenuhan yang membuat masyarakat tidak lagi peduli dan mengabaikan nilai penting dari suatu informasi. Jajak pendapat yang dilakukan Kompas pada bulan Juni 2021 mendapati bahwa masyarakat sudah mulai bosan terhadap kondisi banjir informasi terkait Covid-19 (Sari, 2021). Situasi ini pun kemudian turut mengancam upaya pemulihan pandemi, karena berdampak pada sikap dan tindakan masyarakat di tengah pandemi Covid-19. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Satuan Tugas Penanganan Covid-19, tingkat kepatuhan masyarakat dalam menerapkan protokol kesehatan mengalami penurunan sejak bulan November 2021. Skor kepatuhan terhadap protokol kesehatan yang sebelumnya konsisten di atas angka 8 (rentang skor 1-10), menurun di angka 7,86 (masker), 7,85 (jaga jarak), dan 7,91 (cuci tangan) (Nurdiana, 2021). Sementara itu, berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh John Hopkins Center for Communication Programs pada 1-15 September 2021, 34% masyarakat Indonesia menolak untuk divaksinasi Covid-19 serta menunjukkan adanya penurunan ketakutan masyarakat akan bahaya pandemi Covid-19 (Sari, 2021). WHO kemudian menyebut fenomena ini sebagai *pandemic fatigue*, yaitu kondisi di mana seseorang mengalami kelelahan dan kehilangan motivasi untuk mengikuti perilaku yang disarankan untuk melindungi diri sendiri dan orang lain dari virus. Di berbagai negara, hal ini ditunjukkan dalam bentuk peningkatan jumlah orang yang tidak mengikuti anjuran protokol kesehatan, memiliki keyakinan akan daya tahan dan risiko yang rendah terhadap Covid-19, serta tidak lagi tertarik untuk mencari dan mendapatkan informasi seputar Covid-19 (Admamari, 2021). Meski dikatakan WHO *pandemic fatigue* merupakan hal yang wajar terjadi di tengah ketidakpastian situasi pandemi, kondisi tersebut tentunya tidak dapat dibiarkan berlangsung lama, karena berpotensi menyulitkan upaya untuk menekan kurva penyebaran penyakit serta membahayakan jangkauan serta keberlanjutan sistem kesehatan global.

2.3 Kategori Kekacauan Informasi

Kekacauan informasi secara luas mencakup kondisi bercampurnya fakta, informasi yang dengan atau tanpa sengaja direkayasa, serta opini tak berdasar dan dengan mudah didistribusikan secara luas melalui konektivitas digital (Wardle & Derakhshan, 2017: 10).

Adapun istilah kekacauan informasi dikatan Wardle & Derakhshan (2017: 5) berfungsi sebagai istilah umum yang kemudian dikategorikan sebagai misinformasi, disinformasi, dan malinformasi.

Gambar 2. 1 Kategori Kekacauan Informasi



Sumber: Krishna & Jomis, n.d.: 13

Istilah "*Falseness*" hanya mewakili keberadaan konten yang tidak benar sementara "*Intent to Harm*" mewakili keberadaan konten yang secara spesifik (atau jahat) dikonstruksi untuk membahayakan fisik, atau merupakan "serangan terhadap martabat" untuk merusak reputasi seseorang, institusi, atau kelompok sosial. Bersama kedua dimensi ini, istilah-istilah tersebut dapat didefinisikan sebagai berikut (Son & Rashid, 2021: 3-4).

- Misinformasi

Misinformasi adalah informasi yang salah, tetapi orang yang menyebarkannya percaya bahwa informasi tersebut benar tanpa bermaksud membahayakan orang lain. Menurut Masyarakat Anti-Fitnah Indonesia (Mafindo), seringkali informasi seperti ini disebar tanpa ada validasi dari ahli atau pihak berwenang dan disebarluaskan justru dengan maksud yang baik, supaya orang lain tidak mendapat masalah atau terlibat dalam bahaya (Ali-Fauzi, 2019: 8). Salah satu contoh bentuk misinformasi seputar Covid-19 adalah pernyataan Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, Luhut Binsar Panjaitan pada awal April tahun 2020. Dalam pernyataan yang dikatakan Luhut merujuk pada kajian Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG)

itu ia menyebutkan bahwa virus SARS-Cov-2 tidak bisa bertahan di daerah beriklim panas. Setelah ditelusuri oleh Tempo, pernyataan yang sempat menimbulkan pro-kontra tersebut tergolong misinformasi karena belum bisa dibuktikan kebenarannya. Hal ini terjadi karena, meski memiliki temperatur yang tinggi, negara beriklim tropis seperti Indonesia memiliki tingkat kelembapan yang juga tinggi, sehingga droplet dan fomite tetap bisa bertahan lebih lama (Kawal Covid-19, 2020).

- Disinformasi

Disinformasi adalah informasi palsu yang sengaja dibuat atau disebarluaskan dengan tujuan untuk menipu, mengancam, atau membahayakan pihak lain (Wardle & Derakhshan, 2017: 20). Informasi ini mencakup elemen misinformasi dan malinformasi. Secara khusus, disinformasi menampilkan konteks palsu, konten penipu, dan konten yang dimanipulasi atau dipalsukan (Sellnow, Parrish & Semenas, 2019: 126) Adapun produsen disinformasi biasanya memiliki motivasi politik, keuangan, psikologis, atau sosial (Wardle & Derakhshan, 2017: 21). Salah satu bentuk kekacauan informasi seputar Covid-19 yang oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) dikategorikan sebagai disinformasi pernah beredar disebarluaskan melalui media sosial Facebook. Unggahan dalam format video yang diunggah pada 3 Februari 2021 itu menampilkan seorang wanita yang diklaim bertindak seperti zombie – karena berlari dan berteriak seperti sedang mendobrak pintu – setelah disuntik vaksin booster Covid-19. Video itu juga diikuti dengan keterangan sebagai berikut: *“Inilah yang terjadi ketika orang menerima pukchen dan b oo s ter coped-19. Orang-orang bertindak seperti zombie, secara fisik & kehilangan mental 😊. Untuk kebenaran, pengetahuan, bimbingan & kebijaksanaan mentah, ikuti grup utusan telegram kami”*. Padahal klaim tersebut terbukti salah dan sama sekali tidak berhubungan dengan vaksin booster Covid-19, karena video identik ditemukan pada sebuah artikel yang dimuat di situs 929thelake.com, pada 6 Juli 2020. Dalam situs tersebut juga dijelaskan bahwa video tersebut merupakan video seorang wanita yang sedang mabuk dan mencoba menerobos pintu kaca untuk masuk ke bari di Louisiana (“[DISINFORMASI] Video Seorang Bertindak seperti Zombie setelah Disuntuk Vaksin Booster”, 2022).

- Malinformasi

Malinformasi adalah informasi asli menyangkut kebocoran, pelecehan, maupun perkataan yang mendorong kebencian dengan tujuan untuk merugikan individu,

kelompok, organisasi, atau negara (Sellnow, Parrish & Semenas, 2019: 126). Contoh malinformasi seputar Covid-19 pernah ditemukan saat nama serta alamat pasien pertama Covid-19 di Indonesia tersebar dan disalahgunakan. Selain itu, menurut Krishna & Jomis (n.d.: 14), malinformasi juga dapat dibagikan karena motivasi yang sama, tetapi informasi dibagikan mungkin diambil diluar konteks, dimanipulasi agar sesuai dengan narasi yang pada awalnya tidak disampaikan oleh sepotong informasi.

Namun, Direktur Riset Berita “First Draft” Claire Wardle (2018) berpendapat bahwa dalam spektrum media yang mengandung kekacauan informasi, membedakan antara misinformasi, disinformasi, dan malinformasi relatif sulit. Kesulitan utama terletak pada menentukan apakah konten itu disengaja dan sengaja dibuat untuk menipu, menyesatkan, atau menyebabkan kerugian. Oleh karena itu, Wardle mengklasifikasikan kekacauan informasi dalam tujuh jenis konten berbeda, antara lain sebagai berikut.

Tabel 2. 1 Klasifikasi Kekacauan Informasi

Kategori	Deskripsi
Konten Tiruan	Konten palsu atau tiruan yang mengatasnamakan tokoh publik atau suatu lembaga yang diakui. Informasi ini dibuat seolah-olah berasal dari sumber kredibel sehingga sangat mudah dipercaya ketika seseorang tidak teliti dalam menelusuri sumber informasinya. Contohnya adalah beredarnya sebuah situs palsu yang mengatasnamakan PeduliLindungi dengan tautan http://www.pedulilindungi.com/ dengan tampilan situs yang dibuat sama persis dengan situs aslinya. Didalamnya terdapat laman untuk memasukkan data pengguna, informasi lainnya terkait vaksinasi Covid-19, serta informasi yang mencantumkan nomor rekening Bank BCA atas nama Nurmainah. Faktanya, berdasarkan klarifikasi oleh Juru Bicara Kementerian Komunikasi dan Informatika Dedy Permadi, tautan situs resmi milik PeduliLindungi adalah https://www.pedulilindungi.id/ (“[HOAKS] Situs Palsu Mengatasnamakan PeduliLindungi”, n.d.).
Konten yang menyesatkan	Penggunaan informasi yang sesat dalam membingkai sebuah isu atau peristiwa (<i>framing</i>) untuk menggiring opini seseorang.

	<p>Bentuknya bisa berupa potongan-potongan gambar yang disatukan, bagian dari hasil karya ilmiah, hingga potongan ayat kitab suci. Contohnya adalah salah satu teori konspirasi seputar Covid-19 yang pernah beredar, yaitu spekulasi bahwa program vaksinasi yang bertujuan untuk menanamkan <i>microchip</i> rancangan Bill Gates. Beberapa menuduhnya sebagai pemimpin kelas elit global, sementara yang lain percaya bahwa ia memimpin upaya untuk mengurangi populasi dunia. Hal ini dilatarbelakangi oleh salah satu pidatonya pada tahun 2015 lalu yang memperingatkan adanya virus di masa depan. Berikut kutipan perkataannya: “<i>jika ada yang membunuh lebih dari 10 juta orang selama beberapa dekade ke depan, itu dimungkinkan merupakan virus yang sangat menular daripada perang,</i>” (Pranita, 2021).</p>
<p>Satire atau Parodi</p>	<p>Bentuk sindiran yang dibungkus dalam konteks humor dan ditujukan kepada seseorang, kelompok, atau peristiwa. Meskipun tidak bermaksud jahat dan merugikan, kategori informasi ini berpotensi mengelabui orang yang tidak memahami konteks dari satire atau parodi. Contohnya adalah piala Covid-19 yang diberikan oleh Kemendagri kepada Pemerintah Provinsi Jawa Timur dan Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil. Pemberian penghargaan tersebut dikatakan Sosiologi Perkotaan Universitas Islam Negeri Jakarta Tantan Hermansah merupakan sebuah simbolik untuk melakukan teguran penanganan pandemi, dalam hal ini agar daerah yang mendapat penghargaan dapat bekerja lebih keras lagi dalam merespons suatu peristiwa (Maharani, 2020).</p>
<p>Konten Palsu</p>	<p>Konten yang disajikan merupakan narasi konteks yang sama sekali tidak benar dan sengaja dibuat untuk menipu atau merugikan pihak lain. Salah satu contohnya adalah beredarnya unggahan salah satu akun media sosial Facebook yang menarasikan konfirmasi <i>World Health Organization (WHO)</i> bahwa Covid-19 tidak lebih berbahaya dari flu biasa.</p>

	<p>Postingan yang diunggah pada 18 Oktober 2020 itu juga turut menyertakan hasil tangkapan layar dari salah satu media dengan judul “<i>WHO (accidentally) Confirms Covid is No More Dangerous Than Flu</i>”. Faktanya, berdasarkan verifikasi Tim Cek Fakta Tempo, WHO tidak pernah menyatakan bahwa Covid-19 tidak lebih berbahaya dibanding flu, dan isi pemberitaan pada judul pemberitaan media <i>online</i> yang dicantumkan pada unggahan tersebut tidak sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Direktur Eksekutif Keadaan Darurat Kesehatan WHO Michael Ryan dalam sesi khusus bersama 34 anggota dewan eksekutif WHO pada 5 Oktober 2020 (“[DISINFORMASI] WHO Sebut Covid-19 Tidak Lebih Bahaya dari Flu Musiman”, 2020).</p>
<p>Koneksi yang salah</p>	<p>Terjadi ketika elemen dalam sebuah konten seperti judul, gambar, atau keterangan tidak mendukung satu sama lain. Hal ini kerap ditemukan dalam pemberitaan dengan judul sensasional (<i>clickbait</i>). Studi oleh Sukmono (2021) menemukan setidaknya terdapat enam kategori <i>clickbait</i> yang dominan digunakan oleh media <i>online</i> ketika membuat berita seputar Covid-19, antara lain (i) <i>Exageration</i>, yaitu penggunaan kalimat hiperbola atau berlebihan dalam judul dan tidak sesuai dengan isi pemberitaan. Salah satu contohnya ditemukan pada berita yang dimuat oleh situs Tempo.co pada 27 Desember 2020 dengan judul, “Ternyata, Penularan Covid-19 di DKI 11 Kali Lipat Lebih Tinggi dari Jawa Barat”. (ii) <i>Teasing</i>, yaitu tidak rincinya penggunaan judul yang ditujukan untuk memprovokasi dan atau membengun unsur ketegangan pembaca. Salah satu contohnya ditemukan pada berita yang dimuat oleh situs Kompas.com pada 27 Januari 2021 dengan judul, “40 ASN di Lembata Positif Covid-19, Menyebarkan di Berbagai Dinas hingga Sekolah”. (iii) <i>Inflammatory</i>, yaitu penggunaan judul yang memunculkan kemarahan atau kekerasan terhadap suatu pihak jika isi pemberitaan tidak</p>

	<p>dibaca sampai tuntas. Salah satu contohnya ditemukan pada berita yang dimuat oleh situs Tribunnews.com pada 19 Januari 2021 dengan judul, “MUI Tak Akan Terbitkan Fatwa Wajib Vaksinasi Covid-19”. (iv) <i>Formatting</i>, yaitu penambahan tanda baca atau huruf kapital yang tidak sesuai dengan Ejaan Bahasa Indonesia. Salah satu contohnya ditemukan pada berita yang dimuat oleh situs Detik.com pada 29 Januari 2021 dengan judul, “Jangan Dipakai! Masker Buff Tidak Bisa Cegah Paparan Virus Corona”. (v) <i>Ambiguous</i>, yaitu penggunaan judul yang terkesan membingungkan dan atau memiliki dua tujuan. Salah satu contohnya ditemukan pada berita yang dimuat oleh situs Tribunnews.com pada 19 Januari 2021 dengan judul, “Jadi Prioritas Vaksinasi Covid-19: ‘Terima kasih Kepada Presiden Jokowi’”. (vi) <i>Wrong</i>, yaitu penggunaan judul yang salah dan tidak sesuai dengan fakta. Salah satu contohnya ditemukan pada berita yang dimuat oleh situs Detik.com pada 29 Januari 2021 dengan judul, “Populasi Rusia Berkurang Setengah Juta dalam Setahun, Gegara Corona?”</p>
<p>Konten yang salah</p>	<p>Terjadi ketika konten yang sebenarnya asli dipadankan dengan konteks informasi yang salah. Hal ini berpotensi membuat orang lain salah dalam menafsirkan suatu isu, orang, atau peristiwa. Salah satu contohnya adalah beredarnya sebuah video di media sosial Facebook pada 6 Februari 2022 yang memperlihatkan seorang pria dipiting oleh petugas TNI dan mendapatkan suntikan di lengannya. Dalam video itu, terdengar suara seseorang yang mengatakan bahwa pria yang dipiting itu sedang divaksin. Namun, setelah ditelusuri, peristiwa yang terekam dalam video tersebut bukan terkait pemaksaan suntik vaksin, melainkan tindakan pengamanan yang dilakukan petugas TNI dan petugas medis terhadap Orang dengan Gangguan Jiwa (ODGJ) yang sedang mengamuk dan membawa senjata tajam. Adapun suntikan yang diberikan adalah cairan obat penenang agar ODGJ tidak</p>

	berontak dan membahayakan orang lain (“[HOAKS] Video Pria Dipiting Petugas TNI dan Dipaksa Vaksinasi Covid-19”, 2022).
Konten yang dimanipulasi	Merupakan hasil modifikasi atau manipulasi dari suatu tulisan, video, atau gambar sehingga memiliki makna yang berbeda dari konten aslinya. Konten yang dimanipulasi bisa dimaksudkan sebagai hiburan, namun juga bisa dipakai untuk menipu atau merugikan pihak lain. Salah satu contohnya adalah beredarnya video di media sosial Facebook pada 8 Mei 2021 yang memperlihatkan iring-iringan kendaraan rombongan Presiden Joko Widodo dengan narasi “ <i>Rakyat nya dlarang pulang kampung... diri nya pulang kampung . rezim yg selalu memberi contoh yg tdk baik????????</i> ”. Setelah ditelusuri, postingan tersebut merupakan hasil manipulasi. Konteks asli video itu sebenarnya adalah iring-iringan rombongan Presiden Joko Widodo ketika melakukan kunjungan kerja ke Surabaya pada 6 Mei 2021 (“[DISINFORMASI] Video Iring-Iringan Presiden Jokowi Pulang Kampung”, 2021).

Sumber: Ali-Fauzi, 2019: 9-13

2.3 Elemen Kekacauan Informasi

- **Agen**

Agen terlibat dalam ketiga fase rantai informasi, yaitu penciptaan, produksi, dan distribusi. Karakteristik agen dapat bervariasi dari fase ke fase dan memiliki berbagai motivasi. Hal ini terjadi karena postingan dan konten informasi, khususnya yang beredar di internet, dapat didistribusikan oleh beberapa komunitas, mengarahkan pesannya untuk diambil dan direproduksi oleh media arus utama dan selanjutnya didistribusikan ke komunitas lain (Wardle & Derakshshan, 2017: 23). Di antara mereka yang tidak sependapat dengan kebijakan pemerintah terkait Covid-19, misalnya, dapat memproduksi konten informasi menyesatkan untuk mendukung opininya dan menyebarkannya melalui media sosial maupun *broadcast* layanan pesan multiplatform. Bukan hanya soal kebijakan makro, pandangan mengenai pengobatan atau pencegahan Covid-19 pun beraneka ragam dan tiada

henti dijadikan sebagai bahan konten hoaks (Mafindo, 2020: 19). Adapun menurut Wardle & Derakhshan (2017: 29-38), terdapat tujuh pertanyaan untuk menelusuri agen, antara lain adalah sebagai berikut.

1. Jenis agen seperti apa mereka?

Agen bisa resmi, seperti dinas intelijen, partai politik, dan organisasi media. Mereka juga bisa tidak resmi, seperti kelompok warga yang telah diinjili tentang suatu masalah.

2. Seberapa terorganisir mereka?

Agen dapat bekerja secara individu, dalam organisasi lama yang terorganisir secara ketat, atau dalam kelompok dadakan yang diorganisir berdasarkan kepentingan bersama.

3. Apa motivasi mereka?

Setidaknya terdapat empat faktor motivasi potensial, yaitu (i) keuangan: mengambil keuntungan dari kekacauan informasi yang dihadirkan melalui iklan, (ii) politik: mendiskreditkan kandidat politik dalam pemilihan dan upaya lain untuk mempengaruhi opini publik, (iii) sosial: terhubung dengan grup tertentu baik secara *online* atau *offline*, dan (iv) psikologis: mencari prestise atau penguatan.

4. Audiens mana yang ingin mereka jangkau?

Agen yang berbeda dimungkinkan memiliki audiens yang berbeda pula. Audiens ini dapat bervariasi dari milis internal organisasi atau konsumen, hingga kelompok sosial berdasarkan karakteristik sosial ekonomi, hingga seluruh masyarakat.

5. Apakah agen menggunakan teknologi otomatis?

Agen dimungkinkan menggunakan teknologi otomatis, karena saat ini kemampuan untuk mengotomatisasi pembuatan dan penyebaran pesan melalui jaringan internet menjadi lebih mudah dan murah.

6. Apakah mereka bermaksud menyesatkan?

Agen dimungkin untuk tidak bermaksud untuk dengan sengaja menyesatkan audiens target.

7. Apakah mereka berniat untuk menyakiti?

Agen dimungkinkan untuk tidak bermaksud atau dengan sengaja menyebabkan kerugian.

- **Pesan**

Pesan dapat dikomunikasikan oleh agen secara langsung (melalui obrolan, gosip, pidato, dan sebagainya), melalui teks (artikel surat kabar atau pamflet) atau melalui materi audio/visual (gambar, video, *motiongraphic*, klip audio yang diedit, meme, dan sebagainya). Adapun terdapat lima pertanyaan untuk menelusuri sebuah pesan, antara lain adalah sebagai berikut (Wardle & Derakhshan, 2017: 38-40).

1. Seberapa tahan lama pesannya?

Beberapa pesan dirancang agar tetap relevan dan berdampak untuk jangka panjang. Sementara lainnya dirancang untuk jangka pendek atau hanya satu saat.

2. Seberapa akurat pesannya?

Keakuratan sebuah pesan juga penting untuk diteliti. Informasi yang salah adalah informasi yang benar yang digunakan untuk merugikan (baik dengan memindahkan informasi pribadi ke arena publik atau menggunakan afiliasi orang, seperti agama mereka, untuk melawan mereka). Sementara untuk informasi yang tidak akurat, ada skala akurasi dari koneksi palsu (judul *clickbait* yang tidak cocok dengan konten artikelnya) hingga benar-benar sepenuhnya merupakan informasi palsu.

3. Apakah pesan tersebut legal?

Pesan dimungkinkan untuk tergolong ilegal, seperti dalam kasus ujaran kebencian, pelanggaran kekayaan intelektual, pelanggaran privasi, atau pelecehan.

4. Apakah tergolong 'konten tiruan'?

Pesan dimungkinkan mengatasnamakan tokoh publik atau suatu lembaga yang diakui secara tidak resmi, atau mungkin mencuri nama atau gambar seseorang (misalnya, jurnalis terkenal) agar terlihat kredibel.

5. Apa target pesan yang dimaksudkan?

Agen memiliki audiens yang dituju atau audiens yang ingin mereka pengaruhi, dapat berupa individu (kandidat atau pimpinan politik/bisnis), organisasi (perusahaan swasta atau lembaga pemerintah), kelompok sosial (ras, etnis, elit, dan lainnya), atau seluruh masyarakat.

- **Interpreter**

Interpreter terdiri dari banyak individu, yang masing-masing menafsirkan informasi sesuai dengan status sosial budaya, politik, dan pengalaman pribadinya. Memahami aspek ritualistik komunikasi sangat penting untuk kemudian memahami bagaimana dan mengapa individu bereaksi terhadap pesan dengan cara yang berbeda. Hal ini karena menurut Wardle & Derakshshan (2017: 41) di era media sosial seperti saat ini, sangat jarang ditemui penerima informasi yang pasif. Setiap orang dapat menjadi ‘agen’ berikutnya, memutuskan bagaimana berbagi dan membimbing pesan untuk jaringan mereka sendiri. Akankah mereka menunjukkan dukungan untuk pesan tersebut dengan menyukai atau mengomentarnya, atau akankah mereka memutuskan untuk membagikan pesan tersebut? Jika mereka membagikan pesan, apakah mereka melakukannya dengan maksud yang sama seperti agen asli, atau akankah mereka membagikannya, misalnya, untuk menunjukkan ketidaksetujuan mereka.

2.4 Implikasi Kekacauan Informasi

Perkembangan teknologi telah memungkinkan banyak model interaksi yang sebelumnya tidak dapat digunakan oleh manusia. Hal ini salah satunya tercermin dalam pemenuhan informasi masyarakat dewasa ini. Banyak pihak memberikan informasi untuk dibagikan kepada publik, Informasi yang tersedia juga sangat beragam dan menjadi tidak terkendali. Akibatnya, ledakan informasi yang terjadi memberi tekanan yang besar tidak hanya bagi para pencari informasi, tetapi juga manajer informasi, agregator informasi, dan lainnya yang menghadapi tugas berat dalam mengumpulkan, menyortir, mengkatalogkan, mengklasifikasikan, dan mengambil informasi dari berbagai media dan sumber elektronik (Hoq, 2014: 55). Lebih lanjut, implikasi kekacauan informasi menghadirkan tantangan untuk menemukan informasi yang dibutuhkan, karena informasi sulit dibedakan dengan cepat antara yang benar dan salah. Hoq (2014: 56-57) dan Pan American Health Organization (2020) mengidentifikasi sejumlah dampak kekacauan informasi, termasuk kekacauan informasi seputar Covid-19.

- Pemikiran jangka panjang atau keberhati-hatian terhenti karena hampir semua informasi yang dibutuhkan orang, pengambil keputusan, dan petugas kesehatan tersedia dalam jumlah besar dan dapat dipilih dari berbagai sumber.

- Kekacauan informasi seputar Covid-19 dapat menyebabkan orang merasa cemas, depresi, kewalahan, terkuras secara emosional, dan tidak mampu memenuhi tuntutan penting di tengah krisis kesehatan yang melanda.
- Terlalu banyak informasi yang sulit dibedakan dengan cepat antara yang benar dan salah dapat menyebabkan otak membeku atau kelelahan. Tanggapan akan hal ini dapat berakibat pada penghindaran informasi dan membuat pengguna kehilangan atau bahkan melewatkan informasi yang berharga.
- Kekacauan informasi akibat ledakan informasi yang tidak terkontrol juga dapat menimbulkan dorongan untuk mendapatkan lebih banyak informasi yang berujung menyebabkan ketergantungan dan perasaan takut tertinggal akan perkembangan informasi tertentu.
- Dengan banyaknya informasi yang tersedia terutama yang tidak disensor, dapat terjadi kontaminasi informasi yang dapat menyebabkan pengambilan keputusan yang salah dan dimungkinkan dapat berakibat fatal terhadap kesehatan dan membuat pandemi jauh lebih parah.
- Kekacauan informasi juga dimungkinkan menyebabkan efek neurologis, di mana beban dan gangguan informasi berlebihan yang diterima individu membanjiri neuron otak sehingga berakibat pada penurunan produktivitas. Keadaan ini dikenal dengan sebutan ‘Attention Deficit Trait (ADT)’.