

BANJIR INFODEMI: VIRALITAS AKURASI BERITA VIROLOGI DALAM FENOMENA *CORONAVIRUS DISEASE*

Launa

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bung Karno
Email: launa2011@gmail.com

ABSTRAK

Viralitas isu pandemi COVID-19 yang dikenal sebagai infodemi mengacu pada berbagai hasil kajian, termasuk pernyataan WHO dan UNESCO, diprediksi bergerak lebih cepat dan liar ketimbang penyebaran virus itu sendiri. Fenomena ini ditengarai sebagai pandemi global, yang nyata dan eksemplifikatif, membiak di hampir semua negara. Kegugupan global serta kegagalan otoritas negara dan masyarakat, diyakini sebagai faktor penyebab kian meluasnya disinformasi. Banjir infodemi diyakini karena penggunaan berbagai *platform* media sosial oleh para pihak sebagai ajang disinformasi: menyuplai informasi yang tidak akurat, terdistorsi, dan palsu. Berbagai studi terdahulu telah menguji bagaimana disinformasi dibagikan, dikonsumsi, dan mengarahkan publik untuk melakukan aktivitas keliru. Realitas ini kian memperumit kebijakan penanganan pandemi. Kajian kualitatif ini menyimpulkan, jika fenomena banjir infodemi tidak ditangani secara serius oleh pihak pemilik otoritas, potensial memicu ketidakpercayaan publik terhadap tanggung jawab institusi global dan otoritas negara, memantik sikap apatis publik dalam mengantisipasi dan menangani bahaya wabah secara kolektif. Berdasarkan temuan tersebut, kajian ini merekomendasikan institusi global dan otoritas negara untuk mengambil langkah yang lebih tegas, preventif, dan terukur serta aktif memberi edukasi dan literasi media pada publik terkait isu disinformasi yang hingga kini terus membanjiri ruang media sosial.

Kata kunci: Viralitas, Infodemi, Misinformasi, Pandemi COVID-19.

ABSTRACT

The virality of the COVID-19 pandemic issue, known as an infodemic, refers to various studies, including statements from WHO and UNESCO, which are predicted to move faster and wilder than the spread of the virus itself. This phenomenon is suspected as a global pandemic, which is real and excessive, spreading in almost all countries. Global nervousness and stuttering state and public authorities are believed to be the factors causing the widespread disinformation. The flood of infodemics is believed to be due to the use of various social media platforms by parties as a means of disinformation: supplying inaccurate, distorted, and false information. Previous studies have examined how disinformation is shared, consumed, and leads the public to engage in erroneous activities. This reality complicates policies for handling pandemics. This qualitative study concludes that if the infodemic flood phenomenon is not taken seriously by the authorities, it has the potential to trigger public distrust of the responsibility of global institutions and state authorities, sparking public apathy in anticipating and handling the dangers of an outbreak collectively. Based on these findings, this study recommends global institutions and state authorities to take more assertive, preventive, and measurable steps and actively educate the public on media literacy related to the issue of disinformation which continues to flood the social media space.

Keywords: Virality, Infodemic, Misinformation, COVID-19 Pandemic.

PENDAHULUAN

“Apakah krisis pandemi coronavirus telah mengubah dunia? Banyak orang yang berpikir demikian. Dari ramalan kiamat, malapetaka keruntuhan, distopia bio-otoriter hingga visi ceria dari negara kebajikan yang diremajakan. Para komentator di seluruh dunia telah mengidentifikasi tahun 2020 sebagai tanggal lahirnya dunia baru. Yang pasti, coronavirus telah meninggalkan pegunungan reruntuhan ekonomi, bahkan sementara sebagian besar dunia masih menunggu kekuatan penuh dari gelombang pertama virus” tulis Marcus Colla dalam *The Interpreter*, edisi 31 Desember 2020 lalu.

Keunikan yang mencolok dari krisis ini adalah viralitas secara virologi: tidak hanya virus itu sendiri yang menyebar dengan sangat cepat, tetapi juga disinformasi tentang wabah, sehingga menciptakan kepanikan serius di dalam masyarakat. Viralitas isu wabah di media sosial berakselerasi lebih cepat daripada penyebaran virus itu sendiri. Informasi yang menyebar melalui media sosial dan media tradisional (juga melalui institusi pemerintah, lembaga kesehatan, dan organ-organ otoritas formal lain) telah mencapai skala yang sangat besar, yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam sejarah umat manusia. Hitungan kematian diikuti dengan cermat ketika angka statistiknya menaik. Gambar dan cerita karantina ada di mana-mana. Akibatnya, risiko kesehatan dari epidemi ini dibingkai dalam narasi menakutkan dan tidak terkendali, yang berkontribusi pada epidemi ketakutan.

Seperti ditulis Zimmer (2020), *MIT Technology Review* jauh hari juga telah mengulas laporan peringatan, bahwa pandemi coronavirus telah berpotensi menjadi “infodemik” akibat media sosial terus memosting dan memiralkan ragam informasi yang salah di seluruh dunia dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya, yang telah memicu kepanikan, rasisme, dan harapan.

Disinformasi, misinformasi, *fake news*, *hoax*, berita sampah atau informasi yang tidak akurat dan terdistorsi bukanlah fenomena baru. Jejak rekam sejarah setidaknya bisa kita lacak hingga ke era Romawi. Perbedaannya, bahwa teknologi digital dan media sosial menyebarkan disinformasi dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya, serta mampu menjangkau khalayak yang lebih luas,

jauh melampaui batasan jarak tradisional (Petchot, 2020).

Zimmer juga memberi opini bahwa pemotongan informasi di era sosial media saat ini jauh lebih berbahaya ketimbang informasi yang dipotong menjadi info sumir pada awal tahun 1904, dikaitkan dengan kisah seorang pemasok barang di San Francisco yang bisa langsung mendapatkan info dari depan pintu gudang. Di era konvergensi media saat ini, “*mis/dis-informasi*” bisa muncul lebih cepat dan memberi dampak sangat luas; bahkan jika kita bandingkan dengan fenomena era 70’an yang sudah mengenal kategori berita semacam *mis/dis-informasi*, seperti *infosphere*, *infostructure*, *infomania*, dan *infographic*; atau fenomena era 80’an yang sudah akrab dengan istilah *infomercial*, *infotainment*, dan *infoholic*.

Tedros Adhanom Ghebreyesus, Direktur Jenderal Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) juga bisa disebut sebagai tokoh dunia yang berhasil memomulerkan istilah *infodemic* terkait pandemi COVID-19 sebagai penyebaran penyakit global (*spreading of global disease*) paling serius abad ini; jauh melebihi saat terjadi pandemi influenza yang muncul pada 1918, seratus tahun lalu di Spanyol, yang menginfeksi hampir sepertiga populasi dunia, dan mengakibatkan 50-100 juta manusia meninggal dunia saat itu (Tsoucalas, dkk., 2016: 26).

Dalam pernyataan resminya pada Konferensi Keamanan Dunia di Munich, Jerman, Februari 2020 lalu, WHO (2020b) menyebut bahwa dunia saat ini tidak hanya tengah fokus memerangi epidemi, namun juga tengah berupaya melawan viralitas berita palsu (*fake news*) yang penyebarannya lebih cepat ketimbang COVID-19 itu sendiri (Munich Security Conference, 2020):

“Kami tidak hanya memerangi epidemi; kami sedang melawan infodemik. Berita palsu menyebar lebih cepat dan lebih mudah daripada virus ini, dan sama berbahayanya. Itulah mengapa kami juga bekerja sama dengan perusahaan penelusuran dan media seperti Facebook, Google, Pinterest, Tencent, Twitter, TikTok, Youtube, dan lainnya untuk melawan penyebaran rumor dan misinformasi.”

Kemunculan istilah infodemi, bisa dilacak melalui artikel David Rothkopf di *Washington Post* berjudul “*When the buzz bites back*” (edisi 11 Mei 2003). Dalam tulisannya itu, Rothkopf mengulas epidemi

SARS yang tengah mewabah dan menjadi viral sebagai wacana publik global saat itu.

“Apa sebenarnya yang saya maksud dengan “infodemic”? Beberapa fakta, bercampur dengan ketakutan, spekulasi dan rumor, diperkuat dan disampaikan dengan cepat ke seluruh dunia oleh teknologi informasi modern, telah mempengaruhi ekonomi nasional dan internasional, politik dan bahkan keamanan dengan cara yang sama sekali tidak proporsional dengan akar realitas.”

Ketika Rothkopf menggabungkan “info-” dan “-demic” untuk mengonstruksi istilah “*infodemic*” pada tahun 2003, Rothkopf menceritakan istilah barunya itu kepada Zimmer dalam email pribadinya: “(saya) sangat terkejut dengan fakta bahwa ada kesamaan yang kuat antara cara penyebaran penyakit populasi dan cara sebuah ide ‘menjadi viral’ di internet.” Dalam kasus SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*), lanjut Rothkopf, “*infodemic berdampak pada lebih banyak orang daripada epidemi mendasar yang memicunya*” (Zimmer, 2020). Senada dengan Rothkopf dan Zimmer, Carvin (2020) malah mengajak seluruh elemen sipil melawan infodemic: “*combating misinformation and disinformation, especially during a pandemic, it's a civic duty that requires everyone's involvemen.*”

Disinformasi awalnya adalah bentuk *campaign* untuk tujuan penyebarluasan propaganda politik dengan target tertentu. Propaganda politik mengacu pada kerangka kerja disinformasi terorganisir yang diarahkan untuk mencapai konsensus publik tentang suatu tujuan—biasanya diwajibkan oleh negara otoriter atau totaliter sebagai modus untuk meraih dukungan dan legitimasi politik. Disini, narasi palsu menyebar seperti api di media sosial dan media komunikasi konvensional lainnya. Beberapa narasi palsu ini berperan dalam kampanye disinformasi (Starbird, 2020).

Dalam konteks *epidemic*, pandemi COVID-19 telah melahirkan infodemic, yakni sebuah bentuk informasi yang rumit dan kompleks, hasil perpaduan dari disinformasi, misinformasi, dan *fake news*. Secara teoritis, propaganda negara telah sejak lama digunakan untuk memengaruhi, membujuk, dan mengalihkan perhatian publik, terutama seiring berkembangnya pandemi coronavirus yang saat ini tengah mewabah melalui penggunaan berbagai *platform* media sosial

untuk menyebarkan beragam pesan yang secara “politis” menguntungkan kepentingan negara (Molter & DiResta, 2020).

Perluasan realitas infodemic (baca: informasi epidemi COVID-19) yang dikabarkan oleh aneka *platform* media sosial ini menjadikan wabah *coronavirus* ini berbeda dari wabah SARS tahun 2003, H1N1 atau flu burung (2009), MERS (2012), dan Ebola (2014). Sejak awal pandemi COVID-19 di penghujung tahun 2019 lalu, terlihat pandemi *dis/mis*-informasi telah berjalan secara paralel dengan penyebaran virus tersebut, mulai dari penyembuhan virus corona palsu, klaim palsu dan saran kesehatan yang berbahaya, hingga teori konspirasi liar. *Dis/mis*-informasi pada gilirannya akan berpotensi memicu dan memacu penyebaran penyakit, menghambat respons kesehatan efektif publik, serta menimbulkan kebingungan, ketakutan, dan *public distrust* secara massif (Petchot, 2020).

Bagi Floridi (2010), penyebaran berita palsu yang marak terjadi jika dikaitkan dengan etika komunikasi internet (*internet communication ethics*) adalah bentuk penyalahgunaan *freedom of speech*. *Freedom of speech* yang gagasannya bersumber dari tradisi politik negara-negara demokrasi liberal cenderung menyalahkan negara atau institusi hukum jika mereka memberi batasan kebebasan pada individu dalam menyampaikan pendapat. Fakta ideologis inilah yang kemudian memberi dampak radikal pada kehidupan moral manusia serta perdebatan etika komunikasi abad ini. Privasi, kepemilikan, kebebasan berbicara, tanggung jawab, determinisme teknologi, kesenjangan digital, pornografi online atau berita bohong hanyalah bagian kecil dari isu-isu mendesak yang menjadi destruksi etis dalam konteks penyalahgunaan informasi masyarakat abad ini.

Aktivitas *dis/mis*-informasi, kabar bohong (*hoax*) atau berita palsu (*fake news*) terkait isu sensitif pandemi melalui penyebaran (*share* atau *upload*) berita, foto, video dan berbagai narasi atau komentar di ruang internet sangat dipengaruhi oleh perilaku etis pembuat berita—individu atau kelompok, berpendidikan rendah atau tinggi, terstruktur rapi atau bersifat sporadis (Lazonder, dkk., 2000). Kondisi ini menunjukkan ada perbedaan antara individu/kelompok yang memiliki keahlian khusus dalam menggunakan aplikasi *search engine* dengan mereka yang

tidak terampil atau awam. Individu yang memiliki *track record* dalam memanfaatkan *search engine* cenderung lebih sistematis dalam melakukan penelusuran ketimbang mereka yang awam dan minim pengalaman (*novice*).

Faktual, seperti dikatakan Gebreyesus, dampak infodemi justru terlihat lebih besar dibandingkan dampak penyakit itu sendiri. Secara luas, infodemi telah disepakati sebagai misinformasi atau sejenis berita palsu (*fake news*) terkait epidemi yang menyebar dengan cepat dan meluas (*viral*) di dunia maya karena massifnya penggunaan aplikasi-aplikasi media sosial. Ekosistem media digital yang dihuni oleh miliaran warganet, kini dirasa tidak lagi mampu melakukan penyaringan informasi secara kritis, yang secara otomatis akan memberi dampak pada banjir bandang infodemi.

Secara lebih spesifik, di era COVID-19, beberapa studi telah dilakukan, terkait dengan bagaimana narasi disinformasi, misinformasi, *hoax*, dan *fake news* dibagikan, dikonsumsi, mengarahkan, dan membentuk publik opini untuk mendistorsi persepsi publik. Studi-studi terkait infodemi dilakukan banyak pihak, antara lain oleh Md. Saiful Islam, dkk. (*COVID-19–Related Infodemic and Its Impact on Public Health: A Global Social Media Analysis*, 2020), Cuan-Baltazar, dkk. (*Misinformation of COVID-19 on the Internet: Infodemiology Study*, 2020), Igancio dan Gimenez (*Assessment of Health Information About COVID-19 Prevention on the Internet: Infodemiological Study*, 2020), Hua dan Shaw (*Corona Virus [COVID-19] “Infodemic” and Emerging Issues Through a Data Lens: The*

TEORI DAN KONSEP

Social Network Theory

Analisis media sosial adalah bagian dari fokus telaah teori jaringan sosial (*social network theory*/SNT). SNT dengan teknik analisis jaringan sosial dan analisis jaringan media merupakan teknik untuk memetakan dan mengukur relasi dan komunikasi yang terjadi antarmanusia, kelompok, organisasi, atau entitas jaringan online yang memproses suatu informasi (Hansen, dkk., 2012).

Sejak pertama kali diperkenalkan oleh Jacob Levy Moreno (*Application of the Group Method to Classification*, 1932), analisis SNT hingga saat ini menjadi pijakan teoritis penting untuk memeriksa struktur dan relasi *social*

Case of China, 2020), Teluma (*Membaca Realitas Infodemi Covid-19 di Indonesia*, 2020), Gustomy (*Pandemi ke infodemi: Polarisasi Politik dalam Wacana Covid-19 Pengguna Twitter*, 2020), Bafadhal dan Santoso (*Memetakan Pesan Hoaks Berita Covid-19 di Indonesia Lintas Kategori, Sumber, dan Jenis Disinformasi*, 2020).

Viralitas infodemi di masa pandemi menjadi penting untuk dikaji karena sebagaimana yang diungkap di awal kajian ini, banjir infodemi berpotensi meluluhlantakan rasionalitas dan objektivitas publik. Berangkat dari kajian-kajian terdahulu, kajian ini berargumen, perlu kiranya digambarkan hasil-hasil studi mutakhir untuk mengidentifikasi karakteristik disinformasi, dimana berita atau narasi infodemi dibagikan, apa saja tema yang muncul, dan siapa saja aktor/agen yang menjadi penyuplai isu-isu infodemi. Kajian dengan pendekatan riset kualitatif berbasis sumber data kajian infodemi, teori jaringan sosial, dan metode analisis deskriptif-interpretatif ini berupaya menganalisis fenomena infodemi yang tersaji dalam berbagai *platform* pada konten media sosial sebagai objek kajiannya.

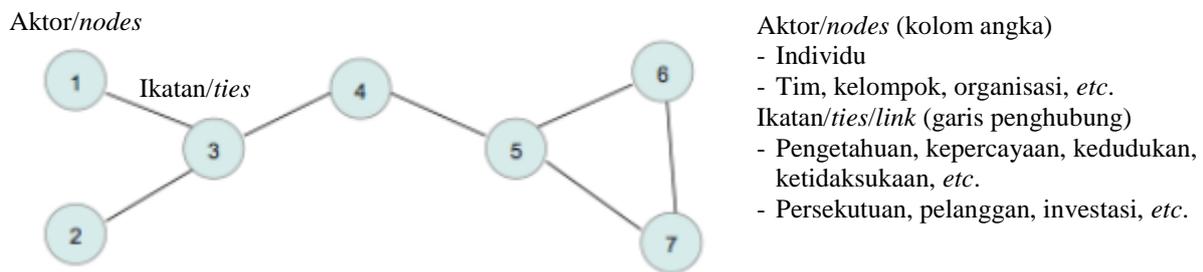
Fokus kajian berupaya mendeteksi pemberitaan yang bertendensi *dis/mis*-informasi, rumor, stigma, propaganda, dan menyertakan asumsi teori konspirasi terkait fenomena pandemi COVID-19 yang beredar di berbagai *platform* media sosial. Data informasi tentang infodemi hasil penambangan para penstudi diekstrak antara Desember 2019 hingga Agustus 2020, diklasifikasi berdasarkan sub konten masing-masing *platform*, dan dianalisis secara deskriptif-interpretatif.

network, seperti analisis kepadatan, analisis sentralitas, dan analisis kelompok dalam suatu struktur jaringan sosial. Saat ini, jaringan sosial online berbasis internet telah menjadi aplikasi paling populer di era Web 2.0 karena memungkinkan para pengguna untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi di World Wide Web (Adamic & Adar, 2003).

SNA memungkinkan studi sistem manusia yang kompleks melalui visualisasi dan karakterisasi hubungan antarindividu, kelompok atau organisasi. Representasi grafis dari jaringan sosial yang menunjukkan anggota jaringan individu (didefinisikan sebagai aktor/*node*) dan hubungan mereka (didefinisikan sebagai ikatan/*ties/link*) bisa

menjadi produk dari analisis jaringan (lihat gambar 1).

GAMBAR 1. Kerangka Kerja Analisis Jaringan



Sumber: Yuliana (2019) p. 50.

Jaringan sosial dalam konteks media (yang tersaji dalam ragam *platform*: Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, Telegram, Line, LinkedIn, Youtube, dst) pada dasarnya adalah komunikasi dalam komunitas online yang memungkinkan para penggunanya untuk hadir secara bersama, berkomunikasi secara online, dan berbagi banyak hal-hal, seperti berita, foto, musik, film atau file lainnya. Pesan singkat melalui aplikasi Whatsapp adalah jenis informasi teks yang paling sering digunakan. Kanal berita dan situs-situs internet saat ini memanfaatkan teknologi Web 2.0.

SNT sendiri adalah hasil pengembangan dari *network science* (ilmu jejaring). Studi ini berfokus pada pola koneksi dalam suatu cakupan viralitas isu media yang berkembang dalam jaringan sosial. Secara teoritis, SNA awalnya digunakan sebagai instrumen

metodologis dalam kajian media, terutama media sosial yang ber-*genre* aplikatif. Tujuannya adalah untuk mengkaji pola hubungan atau model relasi antarmanusia dalam ruang komunikasi jejaring media. Pada perkembangannya, SNT dapat diterapkan pada berbagai bidang kajian, seperti antropologi, sosiologi, geografi, psikologi, ilmu komunikasi, dan ilmu-ilmu eksakta, semisal biologi, matematika atau fisika (Yuliana, 2019: 50).

Dalam SNT, analisis media sosial umumnya menggunakan tiga level analisis sebagai instrumen untuk mengamati objek kajian, meliputi analisis media (dengan sub varian analisis *reach*, analisis *engagement*, analisis *virality*), analisis percakapan, dan analisis jaringan (Deriani, 2017: 337).

TABEL 1. Tiga Level Analisis Jaringan Sosial

Media Analysis	Conversation Analysis	Network Analysis
<ul style="list-style-type: none"> • Reach • Engagement • Virality 	<ul style="list-style-type: none"> • Share of voice • Sentiment analysis • Ethnografy analysis 	<ul style="list-style-type: none"> • Influencer identification • Dynamic network

Sumber: Deriani (2017) p. 336.

Analisis *reach* dalam konteks *media analysis* berfungsi untuk mengukur jangkauan kita terhadap *audiens*, seperti berapa total *fans* atau *followers*, total *views/unique views*, dan informasi mengenai demografi atau *behavior* dari jangkauan audiens tersebut. Analisis *engagement* berfungsi untuk mengukur seberapa besar aktivitas sebuah konten dan seberapa banyak konten tersebut mendapatkan *feedback* dari *audiens*. Sementara analisis *virality* berfungsi untuk mengukur dampak sebuah isu viral di *social media*, seperti

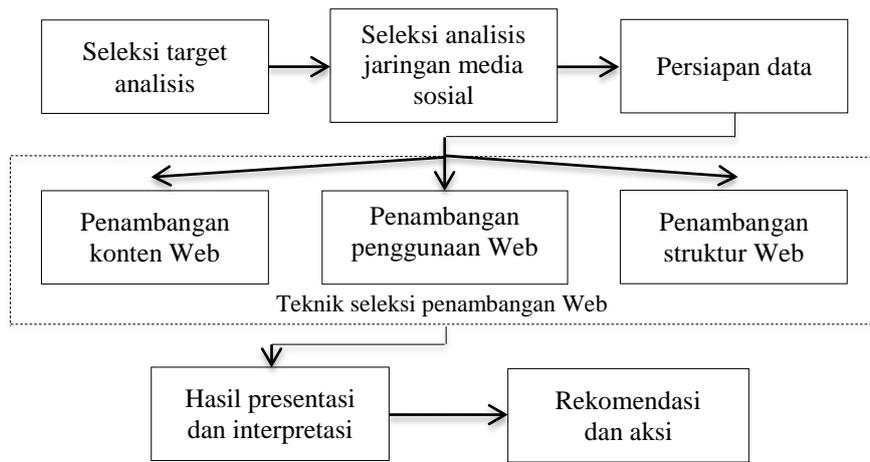
viralitas berita palsu dalam epidemi COVID-19 (infodemi) yang bisa dipantau dari sisi berapa banyak yang *re-tweet* isu tersebut, dan berapa banyak impresi yang dihasilkan dari jumlah *audiens* yang *re-tweet tweets* tersebut—dengan mempertimbangkan analisis emosi (*sentiment*), yang diukur dari tiga indikasi: *tone* positif, *tone* netral, dan *tone* negatif.

Adapun *conversation analysis* berfungsi untuk memahami kata-kata, diksi atau istilah yang paling sering digunakan oleh *audiens*

saat berkomunikasi dengan isu-isu yang menjadi *concern* dan mendominasi *tweets* dan *walls* di akun *social media*. Sementara *network analysis* berfungsi untuk memengaruhi *audiens*, yakni memersuasi (membujuk) agar *audiens* percaya pada produk informasi (pesan) yang disampaikan. *Network analysis* berbicara tentang sejauhmana keberhasilan sebuah *tweets* dalam memengaruhi *influencer* dan jaringan pertemanan sesama *audiens* di *social media*.

Menurut I-Hsien Ting (2008), analisis jaringan sosial biasa digunakan untuk kebutuhan analisis yang terkait dengan teks naratif, berita, cuitan, atau *upload* di *social media*. Teknik pemilahan datanya meliputi: pemilihan target analisis, pemilihan analisis jaringan sosial, persiapan data, pemilihan teknik penambangan web, presentasi dan interpretasi hasil, rekomendasi, dan tindakan.

GAMBAR 2. Proses Analisis Jaringan Sosial



Sumber: Budiprasetyo (2013)

Analisis jaringan sosial pada *platform* media sosial tentu membutuhkan *framework* yang tepat guna memahami dan memaknai media sosial dengan varian *platform* dan konten yang sangat beragam melalui ekstrasi data konten—seperti penggunaan teknik

faktorisasi gabungan antar-matriks non-negatif, penyelarasan topik atau analisis tematik—sangat berguna untuk kebutuhan analisis kualitatif sehingga analisis kualitatif bisa memberi konteks dan makna sosial yang lebih luas (Andreotta, 2019).

New Media

Internet, yang berkembang seiring masuknya era teknologi informasi, menjadi awal baru seluruh aktivitas komunikasi manusia. Kehadiran internet telah memberi dampak signifikan berlangsungnya proses transformasi struktural, kultural, dan fungsional dalam format komunikasi (Handayani, 2020). Ciri utamanya bersifat disruptif: meredupnya peran media konvensional dan perkembangan struktur, kultur, dan fungsi dalam derap transformasi ekologi media yang tak hanya kian rumit, terintegrasi, namun juga berkarakter fabricatif. Kehadiran internet sebagai ekologi baru dalam wajah media saat ini telah memicu hadirnya revolusi media yang juga berciri autoplagiatif atau *submitting*.

Per definisi, *new media* adalah wajah media yang sudah terintegrasi penuh dengan teknologi komunikasi dan informasi digital. Secara teoritis, kehadiran *new media* telah mengubah kesadaran, persepsi, dan atensi manusia dalam memaknai media (baik secara ekologis, ontologis maupun teoritis) yang kian berwajah interaktif, informatif, massif, *personalized*, virtual, dan *digitalized*. Kehadiran media baru menjadi ciri khas yang menandai babak baru sejarah teknologi komunikasi informatika yang telah bergeser menuju abad digitalisasi.

Mengutip filsuf Pierre Levy (2001), melalui terpaan World Wide Web (www), manusia telah mengubah cara berkomunikasi ke dalam *cyberculture*: penyatuan kultur, dimana *personal computer*, telepon, internet,

dan multimedia terintegrasi sebagai cara berkomunikasi tunggal manusia abad ini. *Cyberculture* adalah paradigma komunikasi dan informasi yang berwatak sangat terbuka, fleksibel, dinamis, dan memungkinkan setiap orang berpartisipasi, berinteraksi, berintergrasi, memproduksi sekaligus mereproduksi makna, mengembangkan orientasi, perilaku, dan praksis pengetahuan baru.

Creeber dan Martin (2009) mendefinisikan *new media* sebagai transformasi produk komunikasi yang termediasi teknologi (*digital computerize*). Lievrouw (2011) memaknai era media baru sebagai era media berciri konvergensi. Sementara Mondry (2008: 13) memahami *new media* sebagai era teknologi berkarakter fleksibel, berciri interaktif, dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik. Atau dalam bahasa Rivers (2003: 29), media baru adalah era dimana kebutuhan manusia modern untuk meraih informasi dan fantasi telah terfasilitasi secara apik dan sempurna.

New media, media online, media internet atau *cyber media* adalah media yang tersaji secara online di situs web internet (website). Dalam perspektif studi media, media online menjadi objek kajian teori media baru (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi, pesan, informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital, serta umpan balik pengguna yang bersifat interaktif, partisipatif, kreatif, dan mencakup aspek *real time generation* (Romli, 2012).

New media merupakan penyederhanaan (simplifikasi) istilah dari bentuk media di luar lima media massa konvensional (televisi, radio, majalah, koran, dan film). Sifat *new media* adalah cair (*fluid*), terkoneksi secara individual (*individual connected*), dan berfungsi sebagai sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan (Romli, 2012). Ciri media baru lainnya adalah: (1) komunikasi yang termediasi melalui komputer; (2) komunikasi berjejaring; (3) pesan yang terdigitalisasi; dan (4) semua pesan media menjadi bersifat konvergen (Launa, 2020: 34).

Sementara dalam bahasa yang lebih teknis, media baru menurut Ardianto, dkk. (2011) setidaknya memiliki delapan karakter: (1) *interactivity* (dapat diakses oleh individu sebagai penerima maupun pengirim pesan); (2) *social presence/sociability* (bersifat *sense of*

personal contact); (3) *media richness* (bisa digunakan sebagai kerangka rujukan untuk menjembatani perbedaan, *me-minimize* ambiguitas, memberi isyarat, sensitif, dan lebih personal di antara para pengguna); (4) *autonomy* (pengguna dapat mengendalikan isi dan berposisi independen terhadap sumber); (5) *playfulness* (digunakan untuk *entertain* dan *pleasure*); (6) *privacy* (penggunaan medium/*content* yang bisa dipilih sesuai selera pengguna); (7) *personalization* (bersifat personal dan unik); dan (8) kegunaan yang beragam dengan karakter terbuka dan bersifat tak terbatas.

Perspektif *new media* diakui oleh banyak pihak dan secara paradigmatis telah mengubah cara manusia berkomunikasi, cara mendapatkan informasi/berita, cara membaca berita (termasuk membaca visualisasi gambar, grafik, foto, dst) serta cara menyimak dan memaknai berita (yang diproduksi oleh berbagai kanal berita, termasuk video dan audio *streaming*). Media baru, mau tidak mau juga telah mengubah orientasi, prinsip, dan cara kerja para profesional dan pengelola institusi media massa.

Bagi van Dijk (2006: 20), media baru telah mengubah ekologi sosial manusia secara mendasar. Salah satu ciri penting dari lingkungan dunia *social media* saat ini adalah tumbuhnya komunitas masyarakat berjejaring (*network society*)—sebuah formasi sosial baru yang berlatar infrastruktur kelompok, organisasi, dan komunitas. Bagi Dijk, asumsi dasar dari teori *new media* ada pada aspek formasi sosial manusia yang baru tersebut; manusia yang terkoneksi secara massif dengan karakter berjejaring, kolektif, dan interkoneksi.

Berita dan Akurasi Berita

Menurut Charnley (1936), berita adalah laporan tercepat dari satu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian besar pembaca, serta menyangkut kepentingan mereka. Sementara menurut Hester dan Dougall (2007), sebagai karya jurnalistik, berita harus berciri cepat, nyata, aktual, faktual, dan ketepatan waktu (*real time*).

Berita adalah teks yang menginformasikan pembaca tentang peristiwa hari ini. Peristiwa itu dianggap layak diberitakan atau penting. Artinya jika ada acara penting yang harus diketahui banyak

orang, maka acara ini patut diberitakan. Ada dua jenis teks item berita: tertulis dan lisan. Berita yang kita baca di koran berbentuk teks tertulis, sementara berita yang kita dengar di radio atau televisi adalah teks lisan. Teks berita memiliki struktur generik, seperti *lead*, *content*, *source*, dan *setting* berita/acara yang layak diberitakan (britishcourse.com, 2017).

Menurut Romli (2014: 6-7), berita merupakan laporan peristiwa yang telah memenuhi keempat unsur, yakni cepat, aktual, tepat waktu, faktual (nyata), penting (bagi orang banyak), dan menarik (mengundang orang untuk membaca). Sebab, tidak semua fenomena, peristiwa atau kejadian memenuhi unsur-unsur berita dan layak diinformasikan pada publik.

Sementara akurasi (atau objektifitas) berita adalah elemen penting dalam pemberitaan media, termasuk dalam pemberitaan media online. Akurasi berarti teliti, seksama, cermat, tepat, dan benar (kbbi.web.id/akurat). Akurasi (objektivitas) berita sangat berpengaruh dalam menilai kredibilitas media dan jurnalis selaku penyaji informasi/penulis teks berita. Akurasi berarti ketepatan, tidak hanya menyangkut detail berita, tetapi juga kesan umum, yakni bagaimana teks berita disajikan dan diberi penekanan. Akurasi berita pada dasarnya adalah terma *ethics* yang ditujukan untuk menjamin objektivitas berita dan kepercayaan pembaca (Juditha, 2013: 148).

Secara konseptual, akurasi (atau objektivitas) berita yang tersaji pada media adalah kemampuan jurnalis dalam mengambil jarak atau berposisi netral atas objek pemberitaan yang dituliskannya (McQuail, 2011).

Infodemi

Secara etimologi, ‘*infodemic*’ berasal dari dua suku kata (*two syllables*) yang bersumber dari bahasa Inggris, yakni *information* (informasi) dan *epidemic* (epidemi). Gabungan kedua suku kata ini kemudian digunakan untuk menunjuk pada tingkat kecepatan dan luasnya penyebaran informasi—baik yang akurat maupun tidak akurat—terkait suatu penyakit (en.wikipedia.org/wiki/Infodemic).

Infodemi (*infodemic*) adalah “penyebaran informasi (tentang epidemi)” (*dissemination of information about the epidemic*) yang mengacu pada penyebaran informasi yang sangat cepat, namun tidak atau jauh dari akurat tentang sesuatu, seperti penyakit atau wabah.

Bagi Wasterstahl (1983), terdapat dua konsep utama untuk melihat akurasi (atau objektivitas) berita: pertama, *imparsialitas*—mencakup aspek *balance* (keberimbangan berita) dan *neutrality* (netralitas berita); dan kedua, *faktualitas*—mencakup aspek kebenaran (*truth*), relevansi (*relevance*) dan bersifat informatif (*informativeness*).

Simpulan hasil studi Hayakawa & Hayakawa (1990) juga memberi referensi konseptual terkait objektivitas pemberitaan media melalui penggunaan konsep *validasi* dan *verifikasi*. Tujuannya untuk menghindari *inference* (bias kesimpulan), *judgement* (penilaian keliru), dan *slanting* (memilih bahan yang tidak sesuai dengan materi yang sedang dideskripsikan).

Studi Merrill (1965) juga memberi parameter untuk mengukur adanya *bias* (atau *pem-bias-an*) berita melalui penggunaan konsep semantika bahasa. Menurut Merrill, setidaknya terdapat enam jenis *bias* dalam pemberitaan yang bisa ditelisik dari sisi semantik: (1) *attribution bias* (bias kognitif; kesalahan sistematis jurnalis dalam menulis berita); (2) *adjective bias* (membuat penilaian yang tidak adil); (3) *adverbial bias* (menambah/mengurangi kata kerja untuk memberi tekanan informasi atau pesan pada teks berita); (4) *outright opinion* (jurnalis memberikan opini langsung tanpa sumber/narasumber berita); (5) *contextual bias* (jurnalis menulis berita di luar konteks berita); dan (6) *photographic bias* (foto yang ditampilkan tidak sesuai dengan konteks pemberitaan; yang membuat pembaca/khalayak menjadi bias dalam memahami dan memaknai isi berita).

Karena fakta, rumor, dan ketakutan atas informasi pandemi telah bercampur dan menyebar, menjadi sulit bagi kita untuk memastikan kebenaran informasi tersebut (merriam-webster.com).

Oxford Dictionary memaknai *infodemic* sebagai: *an excessive amount of information about a problem that is typically unreliable, spreads rapidly, and makes a solution more difficult to achieve* (terlalu banyak informasi tentang masalah yang biasanya tidak dapat diandalkan, menyebar dengan cepat, dan membuat solusi lebih sulit untuk dicapai) (lexico.com/en/definition/infodemic).

Sementara Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mendefinisikan infodemi (*infodemic*) sebagai: “banjir informasi, baik akurat maupun

tidak, yang membuat orang kesulitan menemukan sumber dan panduan terpercaya saat mereka membutuhkannya” (WHO, 2020a).

Viralitas

Menurut dictionary.com, viralitas adalah: “*the condition or fact of being rapidly spread or popularized by means of people communicating with each other, especially through the internet*” (satu kondisi atau fakta cepat menyebarnya atau populernya suatu informasi melalui komunikasi orang satu sama lain, terutama melalui internet) (dictionary.com/browse/virality).

Influencer Marketing Hub (2020) mendefinisikan viralitas sebagai: “*the basis of virality (in marketing context) is the spread of information by word of mouth, and modern technology has enabled viral effects through various internet-based platforms*” (dasar viralitas [dalam konteks pemasaran] adalah penyebaran informasi dari mulut ke mulut, dan teknologi modern telah memungkinkan efek viral melalui berbagai platform berbasis Internet).

Sementara Ilya Pozin (2014) memaknai viralitas sebagai: “*sharing something via email or social media that spreads quickly to millions of people online*” (berbagi sesuatu melalui email atau media sosial yang menyebar dengan cepat ke jutaan orang secara online).

Virologi

Mengutip Merriam Webster, *virology* adalah: “cabang ilmu yang berhubungan dengan virus dan penyakit virus” (merriam-webster.com). *Naturresearch.com* (2021) mendefinisikan *virology* sebagai: “disiplin ilmu yang mempelajari biologi tentang virus dan penyakit yang disebabkan oleh virus, termasuk distribusi, biokimia, fisiologi, biologi molekuler, ekologi, evolusi, dan aspek klinis virus.”

Virologi adalah sub kajian biologi (atau sub bidang mikrobiologi) yang fokus pada aspek-aspek pemetaan penyakit yang disebabkan oleh virus, seperti struktur, klasifikasi dan evolusinya, cara virus menginfeksi dan mengeksploitasi sel inang untuk reproduksi, interaksinya dengan fisiologi dan kekebalan organisme inang, penyakit yang ditimbulkannya, teknik untuk

mengisolasi dan membudidayakannya, dan penggunaannya dalam penelitian dan terapi (en.wikipedia.org). Adapun jenis virus dalam kajian mikrobiologi, meliputi: *orthopoxvirus*, *parapoxvirus*, *rhabdovirus*, *paramyxovirus*, *herpesvirus*, *orthomyxovirus*, *coronavirus*, *togavirus*, *T-even coliphage*, *adenovirus*, *reovirus*, *pavopavirus*, *picornavirus*, *parvovirus*, *tobacco mosaic virus* (Crawford, 2011: 5).

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif-interpretatif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan sebuah makna dari fenomena sosial yang berlangsung dalam kehidupan masyarakat; bertujuan untuk menjelaskan sebuah peristiwa secara mendalam dengan pengumpulan data yang mendalam pula. Creswell (2013: 37-41) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai sarana untuk mengeksplorasi dan memahami individu atau kelompok yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan sosial; dimana realitas sosial dipahami sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran realitas sosial sebagai hasil konstruksi sosial itu bersifat relatif.

Penelitian kualitatif berguna untuk memahami suatu masalah secara mendalam, termasuk dalam mengungkap makna fenomena kepanikan moral masyarakat terkait banjir informasi (infodemi) dalam menghadapi pandemi COVID-19. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif-interpretatif yang digunakan dalam kajian ini bertujuan untuk mendapatkan data yang mendalam, signifikan, dan mengandung makna serta menyajikan hakikat hubungan antara peneliti dan objek penelitian (Sugiyono, 2012: 3); dimana (1) peneliti bertindak sebagai instrumen utama; (2) data yang dikumpulkan adalah kata, kalimat atau berita yang bersifat teks naratif (bukan angka); analisis bersifat induktif dan berorientasi pada pengungkapan makna (terkait konstruksi realitas sosial banjir informasi pandemi atau *infodemic*) sebagai hal yang esensial (Bogdan & Biklen, 1982: 27-29).

Sumber data yang digunakan dalam kajian ini adalah sumber data primer (*primary source*) dan sumber data sekunder (*secondary source*). Sumber data primer berupa data hasil

observasi peneliti pada teks dan dokumen berita yang tersaji di berbagai *platform* media sosial pada saat pandemi COVID-19 (Desember 2019 hingga Agustus 2020). Sementara sumber data sekunder merupakan data yang berfungsi untuk melengkapi data primer berupa informasi yang bersumber dari jurnal, buku, kamus, dan sumber-sumber online yang dianggap relevan untuk memenuhi kebutuhan kajian.

Kajian ini menggunakan teknik pengumpulan (atau penambangan) data dokumentasi (Creswell, 2013: 157-158). Dokumentasi data dilakukan dengan mengumpulkan informasi dengan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam sub bab analisis dan interpretasi ini, penyajian data akan dibagi ke dalam dua bagian. Pertama, bagian yang memaparkan fenomena disinformasi pandemi COVID-19 di level global. Kedua, bagian yang memaparkan fenomena disinformasi wabah COVID-19 di tingkat nasional.

Level Global

Pan American Health Organization (PAHO, 2020) merilis informasi tentang pemberitaan COVID-19 yang meningkat tajam, sejak informasi tentang pandemi COVID-19 muncul pada awal Desember 2019 lalu. Setidaknya hingga Maret 2020 telah mengunggah 361.000.000 video di Youtube dalam 30 hari terakhir di bawah “COVID-19” dan klasifikasi “COVID 19,” dan sekitar 19.200 artikel telah diterbitkan di Google Scholar sejak pandemi dimulai. Di bulan Maret, sekitar 550 juta *tweets* disertakan istilah “coronavirus,” “virus corona,” “covid19,” “covid-19,” “covid_19,” atau “pandemi.”

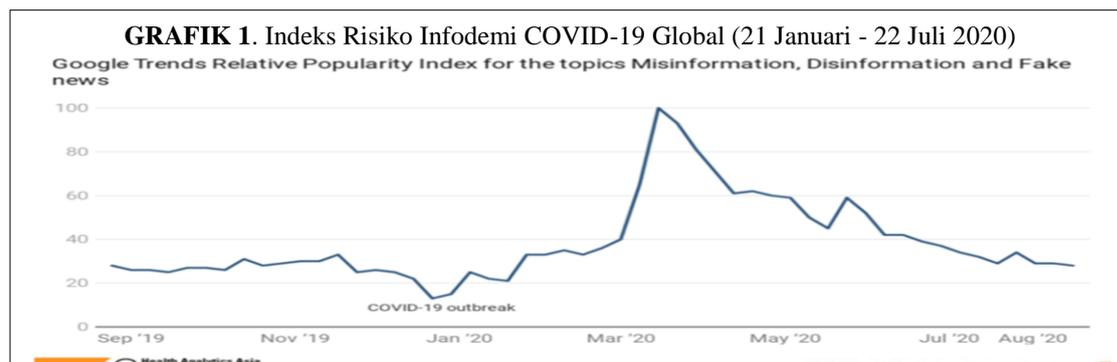
Sementara itu, data hasil analisis Petchot (*Fake News’ in the Time of COVID-19*, 2020), memberi informasi bahwa Facebook telah

menggunakan kata kunci “*infodemy*,” “*virality*,” dan “*virology*” seputar pandemi COVID-19 pada periode Desember 2019 hingga Agustus 2020 untuk dianalisis.

Sementara metode analisis data bersifat deskriptif-interpretatif. Metode ini dimulai dari proses pengumpulan data melalui teknik dokumentasi dan studi pustaka, dimana hasil dokumentasi dan studi pustaka diklasifikasi ke dalam kategori-kategori tertentu untuk dianalisis secara deskriptif-interpretatif. Adapun analisis data dilakukan melalui tahap pengumpulan dan klasifikasi data, identifikasi dan kategorisasi data, analisis dan interpretasi data, dan penarikan kesimpulan

melaporkan hampir 50 juta konten terkait COVID-19 sejak bulan April 2020 lalu dengan label peringatan disinformasi, sementara Twitter mensinyalir ada lebih dari 1,5 juta pengguna yang terindikasi menyebarkan informasi palsu dan menampilkan perilaku manipulatif selama bulan April 2020. Google juga melaporkan, setidaknya terdapat 18 juta email penipuan tentang *coronavirus disease* yang diblokir oleh Google dari akun Gmail.

Berikutnya, berdasarkan hasil analisis penambangan konten media sosial (antara September 2019-Agustus 2020) yang digali dari media sosial di 87 negara yang dilakukan *Health Analytics*, ditemukan data, bahwa misinformasi tentang pandemi COVID-19 sangat marak di internet (terutama sejak Januari 2020), dimana sebagian besar misinformasi dalam bentuk rumor (89%) yang mencakup klaim yang belum diverifikasi tentang sifat virus, intervensi untuk mencegah infeksi, penyembuhan, dan diagnosis diri. *Health Analytics* memperkirakan bahwa setidaknya 800 orang mengalah pada informasi yang salah secara global (Venkatachalam, 2020).



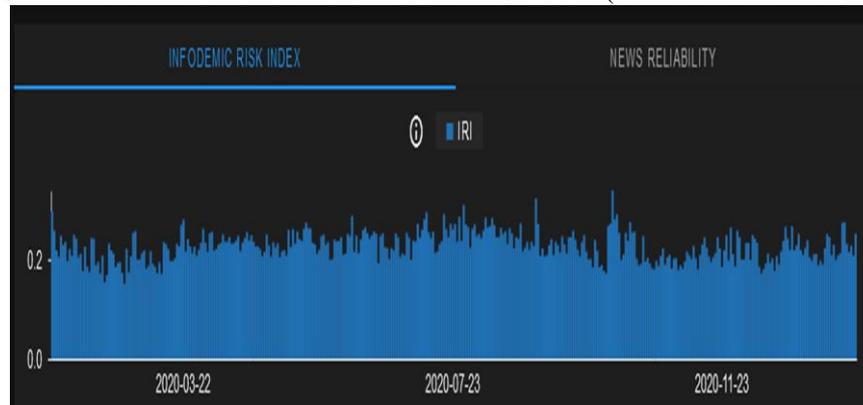
Pencarian tentang misinformasi COVID-19 berkisar dari orang-orang yang ingin tahu tentang mitos umum tentang COVID-19 dengan pencarian populer seperti “mitos dan fakta virus corona,” “berita palsu virus corona” dan “mitos dan fakta WHO tentang virus corona,” hingga masalah yang lebih luas tentang misinformasi yang disebarkan oleh politisi dan media, dan tindakan hukum terhadap misinformasi virus corona.

Salah satu analisis terkait isu infodemi dalam skala global dilakukan oleh COVID-19 Infodemic Observatory berbasis data cuitan pengguna Twitter per 21 Januari 2020 (<https://covid19obs.fbk.eu/#/>). Hingga 22 Juli 2020, analisis telah dilakukan terhadap lebih dari 356,9 juta pesan di Twitter dengan menggunakan teknik *machine learning*. Teknik tersebut digunakan untuk menentukan sentimen psikologis kolektif, polusi media sosial karena robot (*social bots pollution*), dan berita-berita yang dapat dipercaya (*news reliability*). Dari 356,9 juta pesan tersebut, sebanyak 57,8% dihasilkan oleh manusia, dan

42,2% dihasilkan oleh robot. Sementara itu, terdapat 71,5% merupakan berita yang layak dipercaya (*reliable news*) karena merujuk pada url media berita dan sumber-sumber ilmiah, dan sebanyak 28,5% merupakan berita tidak layak dipercaya (*unreliable news*) (Teluma, 2020: 4).

Berdasarkan data tersebut, menurut COVID-19 Infodemic Observatory, Indeks Risiko Infodemi (IRI) COVID-19 secara global per 22 Juli 2020 berada pada level 0,27. IRI adalah jumlah potensial pengguna Twitter yang terpapar oleh berita tak layak dipercaya (*unreliable news*) dalam sehari. IRI hanya dapat dihitung jika jumlah *tweets* terkait pandemi melampaui 1000 *tweets* per hari. Rentang nilai IRI adalah antara 0 - 1. Jika dibaca dalam perspektif deskriptif, dari antar 1000 *tweets* per hari, sekitar 270 di antaranya berkarakter misinformasi yang berpotensi menerpa sekitar 270 pengguna Twitter dalam sehari. Sebuah angka yang cukup fantastis (Teluma, 2020: 4).

GRAFIK 2. Indeks Risiko Infodemi COVID-19 Global (21 Januari - 22 Juli 2020)



Sumber: Tangkapan layar Website Covid-19 Infodemics Observatory (<https://covid19obs.fbk.eu/#/>)

Laporan *The American Society of Tropical Medicine and Hygiene* yang dipublikasi pada 10 Agustus 2020 lalu oleh penelitian Islam tersebut menyebutkan bahwa misinformasi yang dipicu rumor, stigma, dan teori konspirasi dapat memiliki sejumlah implikasi yang berpotensi serius pada individu dan komunitas. Rumor diartikan sebagai klaim, pernyataan, diskusi seputar COVID-19 yang mungkin relevan, namun belum terverifikasi. Melalui analisis penambangan data subset konten dari 2.311 konten laporan terkait infodemi COVID-19 yang tersaji dalam

Facebook, dan Twitter, serta beberapa situs kabar online serta dampaknya terhadap kesehatan publik (data penambangan informasi konten diambil dari 31 Desember 2019 hingga 5 April 2020).

25 bahasa serta berasal dari 87 negara, riset ini menyebut, sebagian besar rumor, stigma, dan teori konspirasi teridentifikasi dari enam negara, seperti India, Amerika Serikat, China, Spanyol, Indonesia, dan Brazil.

Dari 2.311 laporan informasi yang berhasil dianalisis, sebanyak 2.048 (89%) masuk kategori rumor, 182 (7,8%) sebagai teori konspirasi, dan 82 (3,5%) sebagai stigma. Dari seluruh kategori informasi yang

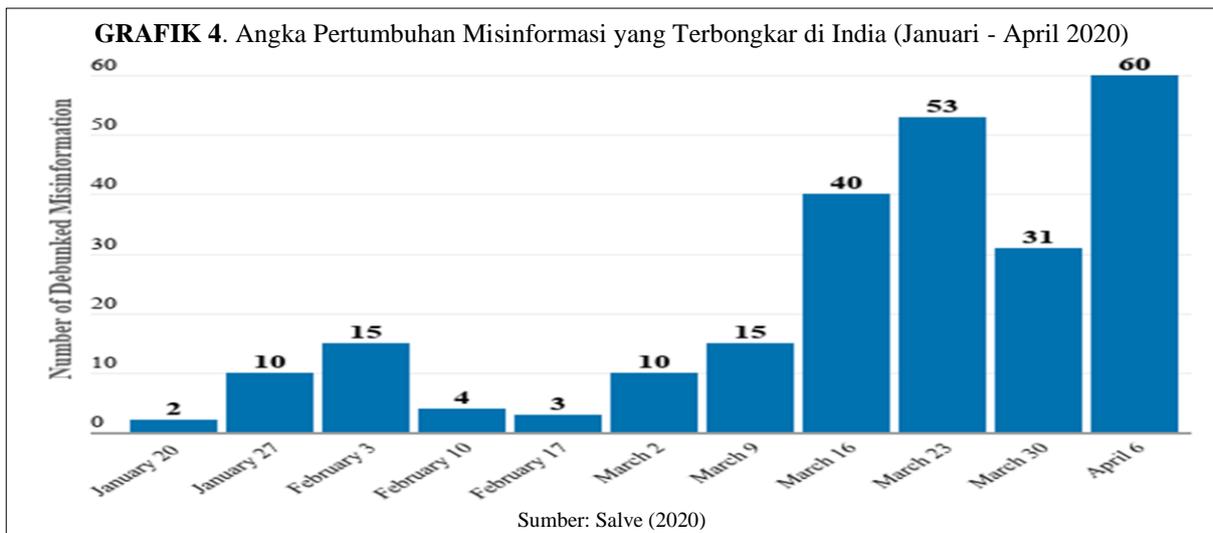
ditelusuri, klaim terkait dengan penyakit, penularan dan kematian mencapai 24%; tindakan pengendalian 21%; pengobatan dan penyembuhan 19%, penyebab penyakit termasuk asal penyakit 15%, kekerasan 1%, dan kategori lainnya sebesar 20%. Dari 2.276 laporan yang diberi peringkat, sebanyak 1.856 klaim salah (82%), 204 benar (9%), 176 *misleading* atau misinformasi (8%), dan 31 peringkat lainnya belum terbukti (1%).

Dalam kasus misinformasi di India, sebuah laporan studi tentang misinformasi disusun oleh para peneliti dari University of Michigan, yang dirilis pada 18 April 2020. Studi ini menggunakan 243 contoh kesalahan informasi unik dari arsip yang dikelola oleh Tattle Civic Technology (proyek berita berkedudukan di ibukota New Delhi yang bertujuan untuk membuat informasi yang akurat lebih dapat diakses oleh pengguna yang menggunakan jaringan seluler). Arsip tersebut mewakili semua cerita yang telah dibantah oleh enam pemeriksa fakta, seperti AltNews,

BOOMlive, Factly, IndiaToday Fact Check, Quint Webqoof, dan NewsMobile Fact Checker—yang telah disertifikasi oleh International Fact-Checkers Network (IFCN) antara 23 Januari dan 12 April 2020 (Salve, 2020).

Hasil studi menunjukkan, telah terjadi peningkatan jumlah berita yang dibantah, terutama setelah pengumuman jam malam oleh Perdana Menteri Narendra Modi pada 22 Maret 2020, dan penutupan negara dua hari kemudian (*lockdown*), untuk menahan laju penyebaran COVID-19.

Dari hanya dua informasi yang disinyalir tidak akurat (misinformasi), pada minggu ketiga Januari 2020 contoh kesalahan informasi yang dibantah telah mengalami kenaikan menjadi 60 kasus misinformasi pada minggu pertama April 2020. Meskipun cerita palsu seputar obat untuk COVID-19 berkurang dalam periode ini, klaim palsu yang memengaruhi orang secara emosional meningkat.



Di Amerika Serikat, serangan mendadak pandemi virus corona juga telah disertai dengan ledakan informasi yang salah tentang penyakit tersebut. Seiring penyebaran pandemi COVID-19, media sosial muncul sebagai sarana sosialisasi yang penting, sekaligus cara mencari dan berbagi informasi tentang penyakit tersebut. Dalam prosesnya, hal ini memungkinkan ledakan informasi yang tidak diperiksa dan penyebaran informasi yang salah. Penggunaan media sosial meningkat 20–87% di seluruh dunia selama krisis. Di Italia

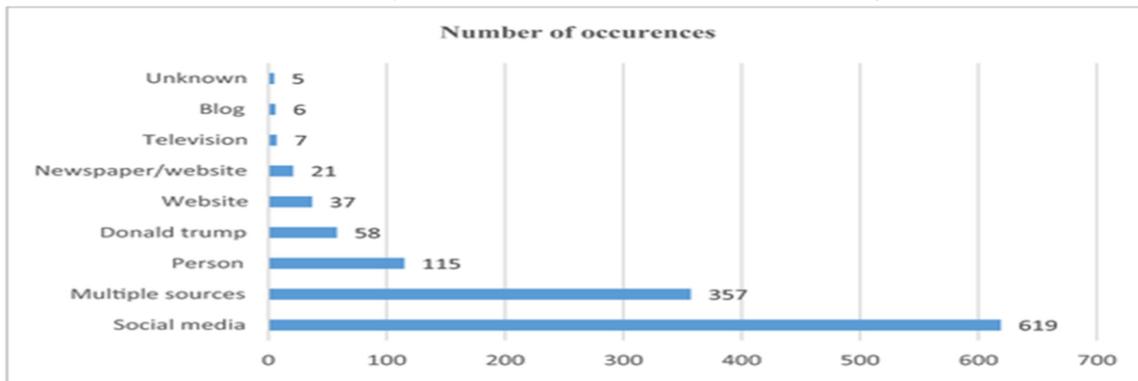
sendiri setiap hari pada Maret 2020, rata-rata 46.000 postingan berita di Twitter tidak akurat dan terkait dengan informasi yang salah tentang krisis (Bruno Kessler Foundation, 2020; Naeem, dkk., 2020: 1).

Contoh dari kisah tersebut termasuk pandangan bahwa teknologi 5G telah menyebabkan pandemi dan gigitan nyamuk dapat menularkan virus. Obat yang dianjurkan antara lain menelan klorokuin, minum air kencing sapi atau air panas. Ada rumor yang menyebar melalui akun media sosial bahwa

alkohol murni dapat menyembuhkan COVID-19 yang mengakibatkan ratusan orang Iran

meninggal karena keracunan (Trew, 2020).

GRAFIK 5. Penyebaran Berita Palsu Berdasarkan Jumlah Kejadian

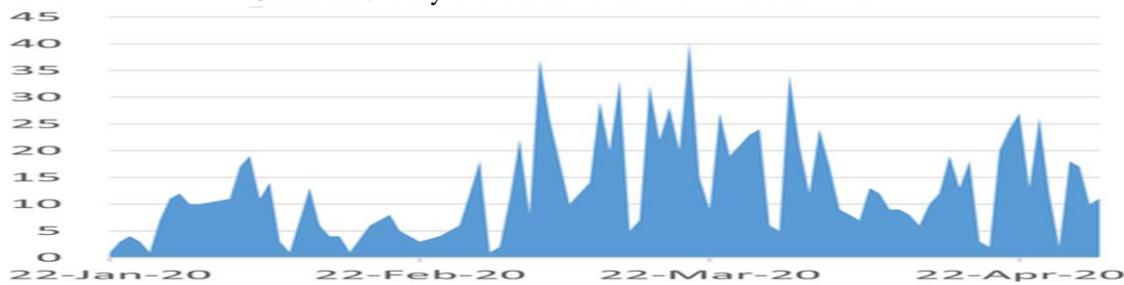


Sumber: Naeem, Bhati and Khan (2020) p. 3.

Dari 1.225 berita palsu yang dianalisis, media sosial menyumbang setengah (619, 50,5%) berita tentang COVID-19. 50% sumber lainnya mencakup berbagai sumber:

individu, Donald Trump, situs web, dan surat kabar/situs web/tabloid. Gambar 1 menunjukkan sumber berita palsu berdasarkan jumlah kejadiannya (Naeem, dkk., 2020: 2).

GRAFIK 6. Penyebaran Berita Palsu dari Waktu ke Waktu



Sumber: Naeem, Bhati and Khan (2020) p. 3.

Sebagai upaya pengendalian global, argumen tentang bagaimana penyebaran virus yang kian intensif dan ekstensif pada akhirnya memunculkan banyak teori konspirasi. Berbagai *statement* yang dibuat oleh pemimpin dunia, pejabat pemerintah, politisi, seperti Presiden Donald Trump, Preseiden Amerika Serikat, yang menyebut COVID-19 sebagai “virus China,” menuduh China telah memproduksi virus ini di Wuhan,

“menyembunyikan sesuatu” tentang virus ini dari masyarakat global, dan China tidak pernah memberi jawaban memuaskan atas tuntutan global terkait virus ini.

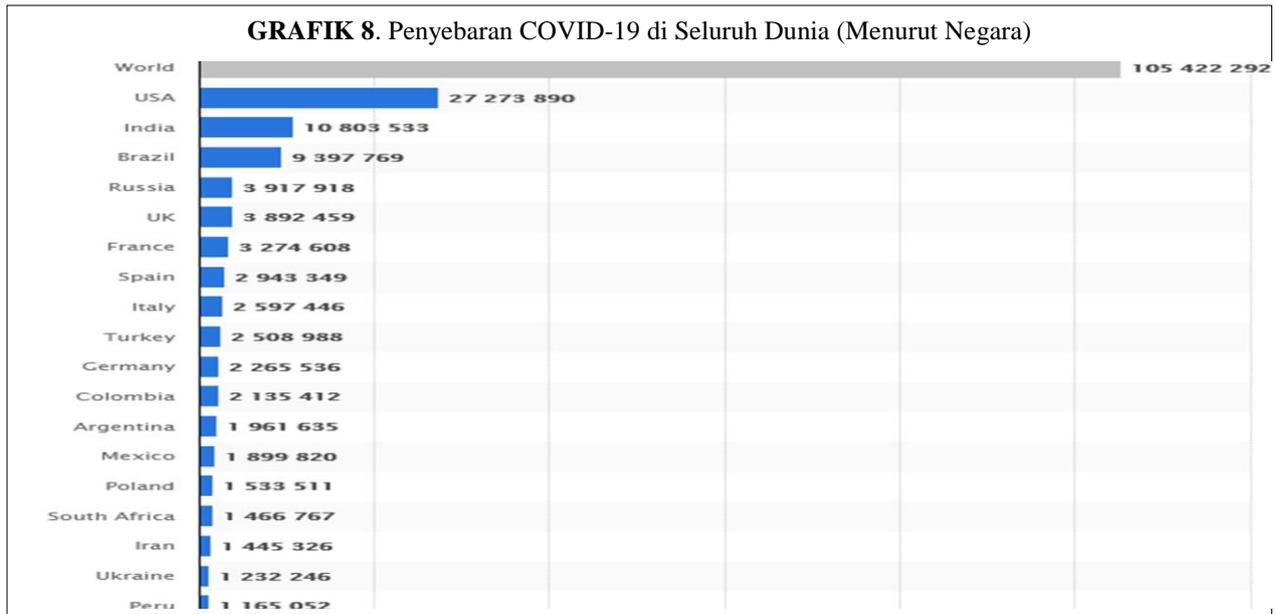
Level Nasional

Dalam kasus Indonesia, data per tanggal 25 Januari menunjukkan total penyebaran COVID-19 telah menembus angka 1 juta (grafik 7), dan saat ini Indonesia masuk dalam urutan ke-19 negara paling terdampak dalam penyebaran *coronavirus disease* (grafik 8).

GRAFIK 7. Jumlah Total Kasus COVID-19 di Indonesia Per 25 Januari 2021



GRAFIK 8. Penyebaran COVID-19 di Seluruh Dunia (Menurut Negara)



Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) juga menemukan adanya 554 disinformasi yang terkait dengan isu COVID-19 yang bersifat *hoax*. Menurut catatan Kominfo, isu *hoax* tersebut tersebar di 1.209 *platform* digital, baik itu di Facebook, Instagram, Twitter maupun Youtube. Berdasarkan temuan Kominfo, *hoax* lebih banyak tersebar di Facebook, yakni mencapai

angka 861 kasus, disusul Twitter dengan 204 kasus, empat di Instagram, dan empat kasus di Youtube. Dari seluruh *hoax* yang tersebar di 1.209 *platform* itu, sebanyak 893 di antaranya sudah dilakukan proses *take down*, sedangkan 316 lainnya, pihaknya masih dalam proses permohonan kepada *platform-platform* digital agar segera ditindak lanjuti (Nurhanisah, 2020).

TABEL 2. Penyebaran *Hoax* COVID-19 dalam Berbagai *Platform* Media Sosial (Data Per April 2020)

Jenis <i>Platform</i>	Jumlah
 Share	562 kasus penyebaran <i>hoax</i> di Share It
 SHARE	861 kasus penyebaran <i>hoax</i> di Facebook
 SHARE ON TWITTER	352 kasus penyebaran <i>hoax</i> di Twitter
 Share	352 kasus penyebaran <i>hoax</i> di Youtube
	10 kasus penyebaran <i>hoax</i> di Instagram

Sumber: Nurhanisah (2020)

Selama kurun waktu 21 Januari 2020 - 22 Juli 2020, jumlah kicauan tertinggi dalam jagat Twitter di Indonesia terkait pandemi COVID-19 adalah 114.000 per hari, yakni pada tanggal 15 Maret 2020. Jumlah *tweets* terendah adalah 5650 per hari yang terekam pada tanggal 15 Februari 2020. Dengan demikian, sejak 21 Januari 2020 - 22 Juli 2020, terdapat 5650 *tweets* per hari yang berkaitan dengan pandemi COVID-19. Sekalipun demikian, besarnya jumlah kicauan per hari tersebut tidak

berbanding lurus dengan tingkat reliabilitas informasi yang terkandung di dalamnya (Teluma, 2020: 4).

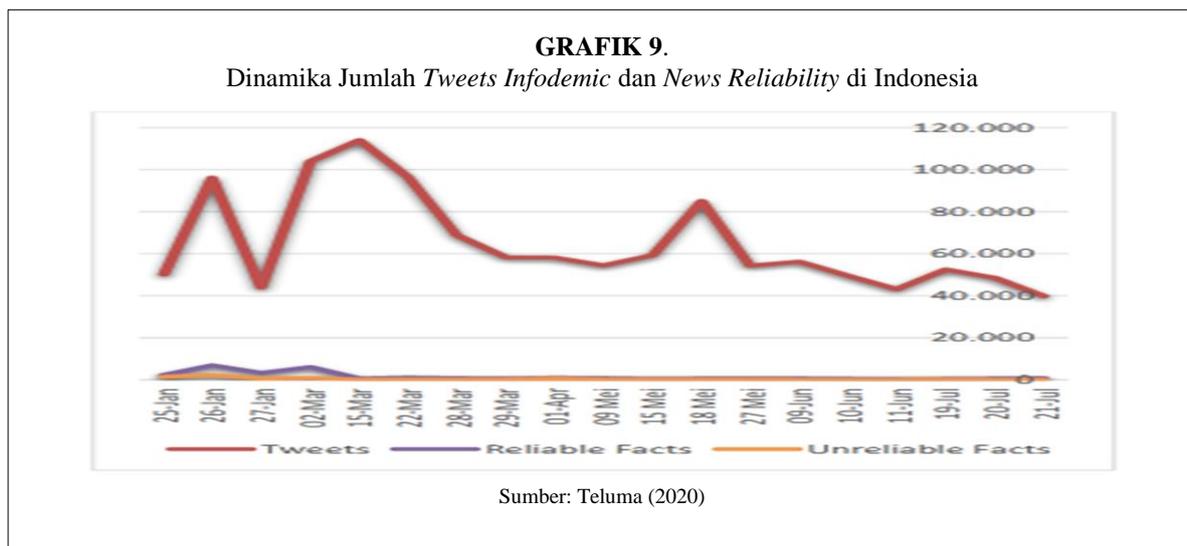
Jumlah *tweets* yang layak dipercaya (*reliable facts*) tergolong sedikit, sementara di saat bersamaan jumlah kicauan yang tidak layak dipercaya sebagai fakta (*unreliable facts*) tergolong lebih banyak. Secara khusus, hasil pengolahan penulis atas data "Covid19obs," dari 18 hari dengan jumlah *tweets* tertinggi berlangsung pada periode 21

Januari 2020 - 22 Juli 2020 memperlihatkan adanya kesenjangan tersebut (lihat tabel 3 dan grafik 9 di bawah).

Puncak tertinggi jumlah *tweets* terkait pandemi COVID-19 di Indonesia terjadi pada bulan Maret 2020 yakni sebanyak 104.000 *tweets* pada tanggal 2 Maret 2020, dan 114.000 pada tanggal 15 Maret 2020, dan 96.600 *tweets* tanggal 22 Maret 2020. Sebagaimana diketahui, bahwa penanda awal masuknya COVID-19 di Indonesia adalah ditemukannya kasus pasien positif COVID-19 pertama di Depok, Jawa Barat. Pengumuman mengenai kasus positif pertama ini diumumkan secara langsung oleh Presiden Joko Widodo dan Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto di Istana Negara tanggal 2 Maret 2020. Selain karena menjadi pusat perhatian media, massifnya jumlah kicauan tersebut merupakan dampak dari proyeksi ketakutan dan kecemasan warganet Indonesia

setelah lebih dari 2 bulan sebelumnya berada dalam situasi yang tidak pasti terkait apakah pandemi COVID-19 akan sampai di Indonesia (Teluma, 2020: 5).

Massifnya kicauan pandemi COVID-19 pada bulan Maret 2020 tersebut tidak sebanding dengan reliabilitas informasinya. Dari 104.000 *tweets* tanggal 2 Maret 2020, hanya 5.970 yang terverifikasi sebagai layak dipercaya, dan hanya sebanyak 849 *tweets* yang terkonfirmasi sebagai berita yang tidak layak dipercaya. Lebih parah lagi, dari 114.000 *tweets*, hanya 608 *tweets* yang terkonfirmasi sebagai berita layak dipercaya, dan 87 *tweets* yang terverifikasi sebagai berita yang tidak layak dipercaya. Kondisi ini tidak sebanding antara jumlah *tweets* dengan reliabilitas beritanya tersebut berlangsung selama pandemi Covid-19 hingga Juli 2020 (Teluma, 2020: 5-6)



Jika kita telisik lebih jauh dalam data COVID-19 versi Infodemics Observatory, maka reliabilitas berita yang rendah tersebut juga dipengaruhi oleh sumber *tweets* yang sebagiannya bukan dari manusia (*humans*) tetapi dari robot (*bots*); baik yang terverifikasi maupun tidak terverifikasi. Sebagai contoh, dari 104.000 *tweets* tanggal 2 Maret 2020, sebanyak 603 terverifikasi berasal dari *bots* (*verified bots*) dan 144 *tweets* dari manusia; sementara itu, sebanyak 70.400 *tweets* tidak terverifikasi sebagai *user* manusia (*unverified humans*) dan sebanyak 32.500 *tweets* tidak terverifikasi sebagai *user bots*. Kesenjangan

antara jumlah kicauan pandemi COVID-19 dengan reliabilitas informasinya tersebut semakin jelas jika dibaca dalam kaitan dengan data Indeks Risiko Infodemik (IRI) dari sumber yang sama tersebut.

Indeks Risiko Infodemik (IRI) adalah jumlah potensial pengguna Twitter (baca: warganet) yang dapat terpapar berita infodemik tak layak dipercaya (*unreliable news*) dalam sehari. IRI hanya dapat dihitung jika jumlah *tweets* terkait pandemi melampaui 1000 *tweets* per hari. Rentang nilai IRI adalah antara 0–1. Jumlah dan dinamika IRI Indonesia tampak dalam grafik 10.

GRAFIK 10. Indeks Risiko Infodemik COVID-19 di Indonesia (Periode 21 Januari 2020 – 22 Juli 2020)

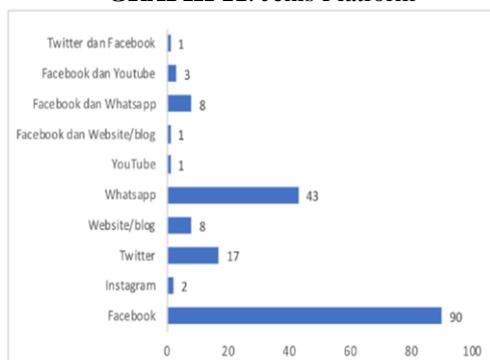


Sumber: Tanekanan lavar Website Covid-19 Infodemics Observatory (<https://covid19obs.fbk.eu/#/>)

Grafik 10 di atas menunjukkan bahwa IRI COVID-19 Indonesia tertinggi adalah 0,77 yang terjadi pada tanggal 25 Januari 2020, dan IRI terendah adalah 0,03 yang terjadi pada tanggal 12 Juli 2020 dari skala 0.00–1.00 untuk periode 21 Januari 2020–22 Juli 2020. Hal ini berarti, dari 1000 *tweets* terkait pandemi COVID-19 per hari, pada taraf terendah, sebanyak 30 warganet khususnya pengguna Twitter di Indonesia cenderung

berisiko tinggi memaparkan *unreliable news*. Sedangkan pada taraf tertinggi mencapai 770 pengguna Twitter Indonesia yang berpotensi terpapar informasi *unreliable news* dari 1000 *tweets* terkait COVID-19 per hari. Angka IRI tersebut tergolong *high risk* mengingat sifat penularan informasi pandemi yang juga bersifat eksponensial dengan laju yang lebih cepat ketimbang laju penularan virus penyebab COVID-19 itu sendiri.

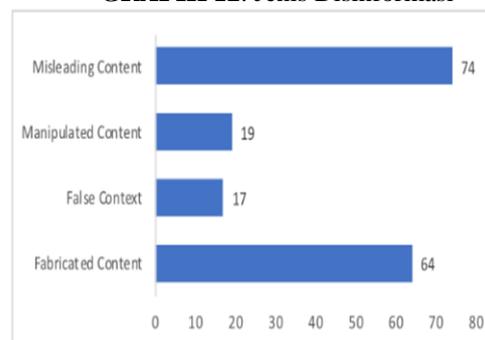
GRAFIK 11. Jenis Platform



Sumber: Bafadhal dan Santoso (2020) p. 243.

Kajian Bafadhal dan Santoso (2020) terkait infodemi dan disinformasi periode 16 Maret–22 April 2020 juga menemukan jenis-jenis *platform* media sosial (seperti Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Whatsapp, website/blog, lihat grafik 11 di atas) dan empat jenis disinformasi (seperti *misleading content*, *manipulated content*, *false content*, dan *fabricated content*). Secara umum, berita disinformasi dengan jenis *misleading content* banyak sekali ditemukan (74 berita). *Misleading content* berisi beberapa informasi yang benar namun detailnya dirumuskan ulang dengan teknik tertentu.

GRAFIK 12. Jenis Disinformasi



Sumber: Bafadhal dan Santoso (2020) p. 244.

Beberapa berita dalam kategori ini menggabungkan informasi yang akurat dan tidak akurat tentang berbagai hal. Jenis lain adalah *fabricated content* atau informasi/berita yang benar-benar salah. Ini ditemukan sejumlah 64 berita. Mengikuti dibelakangnya adalah *manipulated content* dan *false context* dengan jumlah 19 berita dan 17 berita secara berurutan. *Manipulated content* berisi berita-berita yang diubah kontennya untuk mengecoh pembaca, sementara *false context* berisi informasi/berita tidak benar (*unreliable facts*) dengan narasi yang salah dan menyesatkan (lihat grafik 12).

SIMPULAN

Paparan data kualitatif terkait banjir infodemi di atas telah mendeskripsikan maraknya misinformasi, disinformasi, *fake news*, kabar bohong, dan *hoax* yang telah berhasil diidentifikasi dan dideskripsikan dari berbagai *platform* yang digunakan sebagai kerangka rujukan yang bersumber dari hasil penambangan konten di berbagai *platform* media sosial. Penggunaan *term dis/mis-informasi* lebih banyak digunakan dalam kajian, karena di samping dirasa lebih konseptual, *term* ini juga diasumsikan penulis lebih tepat untuk menjelaskan secara generik isu penyebaran berita dan informasi-informasi palsu yang membanjiri *platform* media sosial di era viralitas pandemi saat ini.

Sebagai banjir besar informasi, infodemi COVID-19, baik akurat namun tidak terverifikasi maupun *fake news*, telah membuat publik global kesulitan untuk menemukan sumber terpercaya saat mereka membutuhkan panduan dalam mengatasi pandemi saat ini. Infodemi memberi dampak luas, baik bagi kondisi fisik dan psikologis seseorang, termasuk dalam teks pengambilan kebijakan (kesehatan, sosial, politik, dan ekonomi) untuk mengatasi *infodemic* yang terus bergerak dahsyat. Hasil himpunan data “Covid19” dari Infodemics Observatory (juga WHO dan berbagai statistik infografis global) menunjukkan, secara global, sejak 21 Januari hingga 22 Juli 2020, telah beredar lebih dari 365 juta berita terkait COVID-19. Di Indonesia pun, puluhan ribu hingga ratusan ribu berita, artikel, cuitan, dan beragam komentar terkait COVID-19 dihasilkan dalam

sehari. Hal ini tentu memicu tingginya Indeks Risiko Infodemic (IRI) Indonesia, yang sejak masa awal pandemi (per 25 Januari 2020) lalu telah menyentuh level 0,77.

Banjir infodemi, secara teoritis tentu tidak berdiri di ruang hampa (*social vacuum*), namun memiliki tujuan-tujuan tertentu (keisengan, bahkan konspirasi atau propaganda), baik yang dilatari oleh kepentingan ekonomi, politis, psikologis atau psikomatis (*stress* dan rasa cemas akut) dengan tendensi mengaburkan, membingungkan, menyesatkan, dan menipu masyarakat. Serupa dengan tren global dalam beberapa tahun terakhir, media sosial (pun media arus utama), faktual telah menghadapi tantangan kredibilitas yang serius, sementara volume informasi palsu terus memperburuk masalah yang menempatkan media sosial pada stigma media paling berisiko dalam menyebarkan *dis/mis-informasi*—yang tak hanya telah merusak kepercayaan publik, namun potensial menghilangkan kesempatan publik untuk menerima informasi akurat di tengah wabah baru bernama banjir infodemi.

Meski di era demokratisasi digital saat ini siapa pun dapat terlibat untuk berperan sebagai jurnalis atau pembuat konten, namun kesiapan literasi, profesionalitas, etika, dan akuntabilitas pengguna konten masih diragukan. Teknologi digital, demokratisasi virtual, dan era kelimpahan informasi tanpa diimbangi literasi, profesionalitas, etika, dan akuntabilitas dalam bermedia jelas mereduksi problem etis jurnalisme modern (akurasi dan presisi berita) dan kian memicu maraknya *dis/mis-informasi*.

DAFTAR PUSTAKA

“Akurat”. Retrieved December 28, 2020, from <https://kbbi.web.id/akurat>.

Adamic, Lada A., & Adar, Eytan (2003). Friends and neighbors on the web. *Social Networks*, 25(3): 211-230. [https://doi.org/10.1016/S0378-8733\(03\)00009-1](https://doi.org/10.1016/S0378-8733(03)00009-1).

Andreotta, Matthew, *et.al.* (2019). Analyzing social media data: A mixed-methods framework combining computational and qualitative text analysis. *Behavior Research Methode*, 51(3): 1766–1781. <https://doi.org/10.3758/s13428-019-01202-8>.

Ardianto, Elvirano, dkk. (2011). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama.

Bafadhal, Oemar Madri & Santoso, Anang Dwi (2020). Memetakan pesan hoaks berita covid-19 di Indonesia lintas kategori, sumber, dan jenis disinformasi. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(2): 235-249. <http://dx.doi.org/10.30813/bricolage.v6i02.2148>.

Bogdan, Robert C., & Biklen, Sari Knoop (1982). *Qualitative research of education: An introduction to theory and methods*. Boston: Allyn and Bacon. Inc.

Bruno Kessler Foundation (2020). Fake news in the time of C-19. Retrieved December 30, 2020, from

- <https://members.tortoisemedia.com/2020/03/23/the-infodemic-fake-news-coronavirus/content.html>.
- Budiprasetyo, Gunawan (2013). Analisis Jaringan Sosial Menggunakan Teknik Penambangan Web. Retrieved December 29, 2020, from <https://mygugum.wordpress.com/2013/11/17/analisis-jaringan-sosial-menggunakan-teknik-penambangan-web/>
- Carvin, Andy (2020). Webinar 20: Covering an Infodemic: Disinformation Surrounding COVID-19. International Center for Journalists (ICFJ). Retrieved December 23, 2020, from <https://www.youtube.com/watch?v=pTHHk mcsAkM>.
- Caulfield, Timothy (2020). Pseudoscience and COVID-19-we've had enough already (*Nature Article*, April 27, 2020). Retrieved December 29, 2020, from <https://www.nature.com/articles/d41586-020-01266-z>. doi: <https://doi.org/10.1038/d41586-020-01266-z>.
- Charnley, Mitchell V. (1936). Preliminary notes on a study of newspaper accuracy. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 13(4): 394-401. <https://doi.org/10.1177/107769903601300403>.
- Colla, Marcus (2020). The vanishing hegemon (*The Interpreter Article*, December 31, 2020). Retrieved December 24, 2020, from <https://www.lowyinstitute.org/the-interpreter/vanishing-hegemon>.
- Covid19 Infodemics Observatory (2020). Retrieved December 29, 2020, from <https://covid19obs.fbk.eu/#/>
- Cuan-Baltazar, Jose Yunam, *et.al.* (2020). Misinformation of COVID-19 on the internet: infodemiology study. *JMIR Public Health and Surveillance*, 6(2): e18444. <http://doi.org/10.2196/18444>.
- Crawford, Dorothy H. (2011). *Viruses: A very short introduction*. New York: Oxford University Press.
- Creeber, Glen & Martin, Royston (ed.) (2009). *Digital cultures: Understanding new media*. Berkshire-England; New York: Open University Press.
- Creswell, John W. (2013). *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed* (Terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Deriani, Ni Wayan (2017). Evaluasi pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran rumah makan/*coffee* di Denpasar. *E-Proceeding Konferensi Nasional Sistem & Informatika STIMIK STIKOM Bali*, pp. 334-339. e-ISSN: 2460-8378. Retrieved December 28, 2020, from <https://knsi.stikom-bali.ac.id/index.php/e-proceedings/article/download/62/58/>
- Dijk, Jan van (2006). *The network society: Social aspects of new media* (2nd ed.). London, Thousand Oaks-CA, New Delhi: Sage Publications, Inc.
- Dolorosa, Gloria Natalia (2020). "Studi: Infodemik Paling Banyak di 6 Negara, Termasuk Indonesia" Retrieved December 26, 2020, from <https://www.kompas.com/tren/read/2020/09/27/090000665/studi--infodemik-paling-banyak-di-6-negara-termasuk-indonesia?page=all>.
- Elflein, John (2021). "Number of coronavirus (COVID-19) cases worldwide as of February 5, 2021, by country" Retrieved January 3, 2021, from <https://www.statista.com/statistics/1043366/novel-coronavirus-2019ncov-cases-worldwide-by-country/>
- Floridi, Luciano (2008). Philosophy of information and information ethics: Critical reflections and the state of the art. *Ethics and Information Technology*, 10(2): 89-96. <https://doi.org/10.1007/s10676-008-9172-8>.
- Gustomy, Rachmad (2020). Pandemi ke infodemi: Polarisasi politik dalam wacana covid-19 pengguna twitter. *JiIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5(2): 190-205. <https://doi.org/10.14710/jiip.v5i2.8781>.
- Handayani, Sri Ana (2020). Humaniora dan era disrupsi teknologi dalam konteks historis. *UNEJ e-Proceeding*, 1(1): 19-30. ISBN: 978-623-7973-08-9.
- Hansen, Derek L., *et al.* (2012). Do you know the way to SNA?: A process model for analyzing and visualizing social media network data. *International Conference on Social Informatics* (Social Informatics): 304-313. DOI:10.1109/SocialInformatics.2012.26.
- Hayakawa, Samuel Ichiye & Hayakawa, Alan R. (1990). *Language in thought and action*. San Diego (NY): Harcourt Brace Jovanovich.
- Hester, Joe & Dougall, Elizabeth (2007). The efficiency of constructed week sampling for content analysis of online news. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84(4): 811-824.

- <https://doi.org/10.1177/1077699007084004>
10.
- Hua, Jinling & Shaw, Rajib (2020). Corona virus (COVID-19) “infodemic” and emerging issues through a data lens: The case of china. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7): 230-239. <http://doi.org/10.3390/Ijerp17072309>.
- Ignacio, Hernandez-García & Gimenez-Julvez, Teresa (2020). Assessment of health information about COVID-19 prevention on the internet: Infodemiological study. *JMIR Public Health and Surveillance*, 6(2): e18717. <http://doi.org/10.2196/18717>.
- Influencer Marketing Hub. (2020). *The state of influencer marketing 2020: Benchmark report*. Retrieved December 27, 2020, from <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report-2020/>
- “Infodemic” Retrieved January 28th, 2021, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Infodemic>.
- “Infodemic” Retrieved January 28th, 2021, from <https://www.lexico.com/en/definition/infodemic>.
- Islam, Md. Saiful, *et.al.* (2020). COVID-19–related infodemic and its impact on public health: A global social media analysis. *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, 103(4): 1621–1629. <https://doi.org/10.4269/ajtmh.20-0812>.
- Juditha, Christiany (2013). Akurasi berita dalam jurnalisme online (Kasus dugaan korupsi Mahkamah Konstitusi di portal berita detiknews). *Jurnal Pekommas*, 16(3): 145-154. <http://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2013.1160301>.
- Launa (2020). Sandiaga Uno dalam konstruksi media. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1): 31-46. <https://doi.org/10.20422/jpk.v23i1.656>.
- Lazonder, Ard W., Biemans, Harm J.A., & Wopereis, Iwan G.J.H. (2000). Differences between novice and experienced users in search information on the World Wide Web. *Journal of The American Society for Information Science*, 51(6): 576-581. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1097-4571](https://doi.org/10.1002/(sici)1097-4571).
- Levy, Pierre (2001). *Cyberculture: Electronic mediations* (Vol. 4). Minneapolis (London): University of Minnesota Press.
- Lievrouw, Leah A. (2011). *Alternative and activist new media*. Oxford, United Kingdom: Polity Press.
- McQuail, Dennis (2011). *Teori komunikasi massa* (Terjemahan). Jakarta: Salemba Humanika.
- Merrill, John C. (1965). How time stereotyped three U.S. presidents. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 42: 563-570. <https://doi.org/10.1177/107769906504200406>.
- Miles, Matthew B. & Huberman, Michael A. (1992). *Analisis Data Kualitatif* (Terjemahan). Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Molter, Vannesa & DiResta, Renne (2020). Pandemics & propaganda: How Chinese state media creates and propagates CCP coronavirus narratives (*Research Article*). *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*. 1(Special Issues): 1-24. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-025>.
- Mondry (2008). *Pemahaman teori dan praktik jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Naeem, Salman bin, Bhatti, Rubina & Khan, Aqsa (2020). An exploration of how fake news is taking over social media and putting public health at risk. *Health Information and Libraries Journal*, July 12, 2020 (Version of Record Online): 1-7. <https://doi.org/10.1111/hir.12320>.
- naturresearch.com (2020). “Virology” Retrieved December 26th 2020, from <https://www.nature.com/subjects/virology>.
- “News Items Text: Definition, Generic Structures, Purposes, Language Features.” Retrieved December 25, 2020, from <http://britishcourse.com/news-items-text-definition-generic-structures-purposes-language-features.php>.
- Nurhanisah, Yuli (2020). “Setop Sebarkan Hoaks Covid-19!” Retrieved December 30, 2020, from <http://indonesiabaik.id/infografis/setop-sebarkan-hoaks-covid-19>.
- Nurhayati-Wolf, Hanadian (2021). “Total cases of COVID-19 Indonesia 2021.” Retrieved January 3, 2021, from <https://www.statista.com/statistics/1103469/indonesia-covid-19-total-cases/>
- PAHO (2020). Understanding the infodemic and misinformation in the fight against Covid-19. Retrieved December 30, 2020, from https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52052/Factsheet-infodemic_eng.pdf?sequence=5.
- Petchot, Kamonwan (2020). “Fake news in the time of COVID-19”. Retrieved January 29,

- 2021, from <https://bangkok.unesco.org/index.php/content/press-provides-antidote-fake-news-time-covid-19>.
- Pozin, Ilya (2014). "6 Qualities To Make Your Videos Go Viral". Retrieved December 29, 2020, from <https://www.forbes.com/sites/ilyapozin/2014/08/07/6-qualities-to-make-your-videos-go-viral/?sh=daa90cc154e5>.
- Rivers, Wililiam L., Jensen, W. Jay & Peterpon, Theodore (2003). *Media massa dan masyarakat modern* (Terjemahan). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Romli, Asep Syamsul M. (2014). *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Rothkopf, David J. (2003). "When the buzz bites back" (*Washington Post Article*, May 11, 2003), Retrieved December 23, 2020, from <https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/2003/05/11/when-the-buzz-bites-back/bc8cd84f-cab6-4648-bf58-0277261af6cd/>
- Salve, Prachi (2020). "Study: Manipulative fake news on the rise in India under lockdown" (*IndiaSpend article*, May 3, 2020—Editing by Pooja Vashisht Alexander). Retrieved December 30, 2020, from <https://www.indiaspend.com/manipulative-fake-news-on-the-rise-in-india-under-lockdown-study/>
- Sugiyono (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Starbird, Kate (2020). "Disinformation campaigns are murky blends of truth, lies and sincere beliefs—Lessons From the Pandemic". Retrieved December 28, 2020, from <https://theconversation.com/disinformation-campaigns-are-murky-blends-of-truth-lies-and-sincere-beliefs-lessons-from-the-pandemic-140677>.
- Teluma, Aurelius R.L. (2020). Membaca realitas infodemi Covid-19 di Indonesia. *Journal of Media and Communication Science*, 1(1): 1-9. <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v1i1.91>.
- Ting, I-Hsien (2008). Web mining techniques for on-line social networks analysis. *International Conference on Service Systems and Service Management*, Melbourne, VIC, 2008, pp. 1-5. doi: 10.1109/ICSSSM.2008.4598506.
- Trew, Bel (2020). Coronavirus: Hundreds dead in Iran from drinking methanol amid fake reports it cures disease (*Independent article*, March 27, 2020). Retrieved December 31, from <https://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/iran-coronavirus-methanol-drink-cure-deaths-fake-a9429956.html>.
- Tsoucalas, Gregory, *et.al.* (2016). The 1918 Spanish flu pandemic, the origins of the H1N1-virus strain, a glance in history. *European Journal of Clinical and Biomedical Sciences*, 2(4): 23-28. <https://doi.org/10.11648/j.ejcb.20160204.1>.
- Westerstahl, Jorgen L. (1983). Objective news reporting: General premises. *Communication Research*, 10(3): 403-424. <https://doi.org/10.1177/00936508301000307>.
- Venkatachalam, Anuja (2020). Internet searches on fake news, misinformation and disinformation peak during COVID-19 (*Health Matters Asia Report*, August 21, 2020). Retrieved December 24, 2020, from <https://www.ha-asia.com/internet-searches-on-fake-news-misinformation-and-disinformation-peak-during-covid-19/>
- "Virality." Retrieved December 29, 2020, from <https://www.dictionary.com/browse/virality>.
- "Virology." Retrieved December 28, 2020, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Virology>.
- "Virology." Retrieved December 28, 2020, from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/virology>.
- Yuliana, Irma (2019). Adopsi *social network analysis (SNA)* dalam upaya membangun ketangguhan bencana di masyarakat. *JIKO: Jurnal Informatika dan Komputer*, 2(2): 49-54. <http://dx.doi.org/10.33387/jiko>.
- WHO (2020a). Novel Coronavirus. In World Health Organization Situation Report 13. Retrieved December 28, 2020, from <https://www.who.int/docs/defaultsource/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf>.
- WHO (2020b). Munich Security Conference. Retrieved December 25, 2020, from <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/munich-security-conference>.
- "Words We're Watching: Infodemic." Retrieved January 28th, 2021, from <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/words-were-watching-infodemic-meaning>.
- Zimmer, Ben (2020). "Infodemic: When unreliable information spreads far and wide" (*The Wall Street Journal Article*,

