

Media Sosial “Bali Clarify” Sebagai Penangkal Hoaks di Masa Pandemi Covid-19

Social Media “Bali Clarify” as an Antidote to Hoaxes in Pandemic of Covid-19

Agus Ari Iswara ¹⁾, Ajeng Larasati ²⁾

^{1,2}Program Studi Teknik Informatika, STMIK STIKOM Indonesia

^{1,2}Jl. Tukad Pakerisan 97, Denpasar, Bali, Indonesia, 80225, Telp/Fax: (0361) 256995

ari.iswara@stiki-indonesia.ac.id

Diterima : 27 Januari 2021 || Revisi : 09 April 2021 || Disetujui: 20 April 2021

Abstrak – Masuknya Virus Covid-19 ke Indonesia dijadikan kesempatan oleh produsen hoaks untuk menyebarkan hoaks, termasuk di Provinsi Bali. Semua pihak harus bekerjasama untuk menghentikan persebaran hoaks. Diperlukan tambahan media yang dapat memverifikasi kebenaran informasi dan menyampaikan fakta ke masyarakat. Penelitian ini mengkaji kategori hoaks yang berkaitan dengan Covid-19 yang beredar di Bali serta memanfaatkan akun media sosial “Bali Clarify” sebagai media untuk mempublikasikan hasil cek fakta sekaligus mengedukasi masyarakat mengenai tujuh kategori hoaks, sehingga dapat menjadi salah satu alternatif penangkal hoaks di Bali. Dua sumber data digunakan dalam penelitian ini adalah laporan dari Dinas Komunikasi, Informasi, dan Statistik (Diskominfos) Provinsi Bali, dan hasil pemantauan di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode pustaka, dengan instrumen buku, jurnal, laman daring, dan media sosial. Objek penelitian ini adalah hoaks terkait Covid-19. Teori yang diaplikasikan adalah teori klasifikasi hoaks. Analisis data dilakukan secara induktif. Peneliti membatasi periode data hanya pada bulan Januari sampai bulan Juni 2020 (enam bulan). Dari 14 data hoaks yang kontennya berkaitan dengan fenomena Covid-19 di Bali, diambil masing-masing sebuah data hoaks yang dapat mewakili kategori hoaks dari kategori yang ditentukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ditemukan enam macam kategori hoaks yang beredar di Bali, yaitu parodi, konten menyesatkan, konten tiruan, konten palsu, konteks keliru, dan konten yang dimanipulasi.

Kata Kunci: hoaks di Bali, media sosial, cek fakta, penangkal hoaks

Abstract – *The pandemic of the Covid-19 Virus was used by hoax producers as momentum to spread false information. It has also happened in Bali Province. All parties must cooperate to stop the spread of hoaxes and additional media were needed to verify the correctness of the information and convey facts to the public. This research examined the category of hoaxes related to Covid-19 and the use of the “Bali Clarify” social media account as a medium for publishing fact-checking results as well as educating the public about the 7 categories of hoaxes. This research used two data sources: reports were released by Bali Province Office of Communication, Information, and Statistic (Diskominfos) and social media monitoring results. Data collection techniques use secondary data in the form of journals, books, and mass media that were relevant to the problems in the study. The object of this research was hoaxes related to Covid-19. This research applied the theory of classification hoaxes into seven categories and theory to verify the correctness of the information. Data analysis was performed inductively. The data period was limited to only from January to June 2020 (six months). From 14 samples of hoax data that content was related to the Covid-19 phenomenon in Bali, one data was taken that can represent the hoax in the specified category. The results found that there were six categories of hoaxes circulating in Bali, namely parody, misleading content, fake content, fake content, false context, and manipulated content.*

Keywords: *hoax in Bali, social media, fact-checking, hoax antidote*

PENDAHULUAN

Berita bohong menjadi ancaman yang serius dalam kemajuan teknologi dan keterbukaan informasi. Hoaks memiliki dampak destruktif dalam kekacauan informasi di era digital. Konten hoaks dapat menjadi sarana menyampaikan ujaran kebencian, pengalihan

isu, media untuk menipu, dan media untuk memicu kepanikan publik. Dalam reproduksi dan penyebarannya, pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab secara sadar membuat keaburan fakta, menebar dan menyebarkan informasi yang tidak benar, kebohongan dan kepalsuan. Semua pihak harus

bekerjasama dan bergotong-royong untuk berupaya menghentikan persebaran hoaks sehingga tidak menjangkau penerima informasi yang semakin luas dan semakin mengaburkan fakta dan berhasil menggiring opini publik.

Menurut Nafi'an (2020), pandemi Covid-19 menjadi salah satu momentum yang dimanfaatkan produsen hoaks untuk menyebarkan informasi yang tidak benar di platform digital. Di Provinsi Bali sempat beredar beberapa kabar bohong terkait Covid-19. Diskominfo Provinsi Bali melalui laman resminya menyampaikan laporan terkait hoaks yang beredar di Bali dari periode Maret sampai Mei 2020. Diantaranya, informasi yang beredar di WhatsApp dengan konten himbuan agar tidak lewat area Renon karena ada tujuh pegawai Pemerintah Provinsi Bali yang terkena Virus Covid-19. Faktanya, informasi tersebut adalah hoaks karena tujuh PNS yang disebutkan dalam pesan tersebut tidak terbukti terpapar Covid-19 (Kominfo, 2020).

Persebaran hoaks dapat diminimalisir bahkan dihentikan jika masyarakat, media, dan institusi, baik swasta maupun pemerintah, bersama-sama menangkal hoaks. Hoaks tidak mengenal waktu, tetapi mengenal musim. Dalam pandemi Covid-19, jumlah hoaks meningkat, termasuk di Bali. Bali membutuhkan tambahan media daring pemberi informasi yang memberi informasi berdasarkan fakta dan merujuk pada media yang kredibel dan institusi yang resmi, seperti pernyataan institusi pemerintahan atau desa adat.

Berikut ini beberapa tinjauan pustaka mengenai media sosial dan hoaks. Media sosial memberikan kekuasaan bagi pengguna untuk menyampaikan gagasannya untuk pengguna lain secara interpersonal atau publik (Winkelmann, 2012). Media sosial memfasilitasi penggunaannya dalam beraktivitas dan berkolaborasi (Van Dijk, 2013). Media sosial berperan sebagai media daring yang menguatkan interaksi pengguna dan membangun ikatan sosial. Kegunaan media sosial tersebut disalahgunakan oleh produsen dan penyebar hoaks untuk menyampaikan kebohongan. Contohnya, Twitter yang berkategori *micro-blogging* dapat dengan mudah digunakan untuk menyebarkan informasi palsu (Situngkir, 2017). Sementara itu, konten pada Facebook dapat dipublikasikan oleh pengguna tanpa verifikasi, cek fakta, dan asesmen editorial (Allcott dan Gentzkow, 2017). Menurut Kietzmann, Hermkens, McCarthy, dan Silvestre (2011)

media sosial dapat dikategorikan menjadi enam jenis, yaitu: 1) proyek kolaboratif; 2) blog dan mikroblog; 3) komunitas konten; 4) situs jejaring sosial; 5) dunia game virtual; dan 6) dunia sosial virtual (Kaplan dan Haenlein, 2010). Platform tersebut memiliki tujuh fungsi, yaitu: 1) identitas; 2) percakapan; 3) berbagi; 4) kehadiran; 5) hubungan; 6) reputasi; dan 7) grup. Terdapat tujuh macam informasi yang dikategorikan sebagai hoaks, yaitu: 1) berita bohong; 2) tautan jebakan; 3) bias konfirmasi; 4) informasi salah; 5) sindiran; 6) pasca kebenaran; dan 7) berita provokasi (Rahadi, 2017). Sebagai upaya memproteksi masyarakat dari berita palsu, pemerintah memblokir situs penyebar hoaks, membuat Badan Siber Nasional, serta berkolaborasi bersama Dewan Pers serta Facebook (Siswoko, 2017).

Hoaks dibedakan menjadi tujuh kategori (Wardle dan Derakhshan, 2018), (First Draft, 2019), dan (Aditiawarman, 2019). Ketujuh jenis hoaks tersebut dijelaskan sebagai berikut.

1. *Satire* atau Parodi

Hoaks parodi tidak memiliki unsur kejahatan, tetapi bisa mengecoh karena diproduksi tidak untuk merugikan penerima informasi, tetapi memiliki potensi untuk membohongi. Hoaks *satire* dibuat untuk lelucon yang menyindir. Kontennya berunsur lelucon, ironi, bahkan sarkasme sebagai bentuk kritik.

2. *Misleading Content* (Konten Menyesatkan)

Konten Menyesatkan dapat bertujuan untuk menjelekkan seseorang, kelompok, atau institusi. Konten yang menyesatkan bisa berisi informasi sesat yang menutupi suatu isu. Konten menyesatkan diproduksi untuk menggiring gagasan penerima informasi sesuai dengan kehendak produsen hoaks dengan cara menggunakan gambar, pernyataan, atau statistik, tetapi dirubah sehingga tidak ada korelasi dengan informasi yang asli.

3. *Imposter Content* (Konten Tiruan)

Informasi yang asli ditiru dan diubah untuk mengaburkan fakta yang sebenarnya. *Imposter content* bisa memiliki mengandung konten pernyataan tokoh populer yang memiliki pengaruh pada publik. Tidak hanya perorangan, konten tiruan juga menggunakan popularitas institusi atau lembaga.

4. *Fabricated Content* (Konten Palsu)

Hoaks dengan konten palsu dibentuk dengan informasi yang sepenuhnya tidak bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya. Konten palsu merupakan satu kesatuan informasi yang sepenuhnya salah. Konten

palsu sengaja dibuat dan didesain untuk menipu serta merugikan penerima informasi.

5. *False Connection* (Koneksi Yang Salah)

Ciri khusus hoaks dengan koneksi yang salah adalah memiliki judul yang tidak sesuai dengan isi berita. Tidak ada korelasi antara judul, gambar, dan keterangan informasi yang melengkapi konten. Informasi jenis ini umumnya dipublikasikan untuk mendapat keuntungan atau popularitas. Ciri lain, biasanya menggunakan judul dan informasi yang sensasional. Konten dengan koneksi yang salah biasanya berupa *clickbait* atau tautan jebakan.

6. *False Context* (Konteks Keliru)

Konten jenis ini adalah informasi yang dipublikasikan menggunakan narasi dan konteks yang keliru dengan ciri-ciri memuat foto, pernyataan, atau video kejadian yang sudah pernah terjadi, tetapi pada narasi yang tertulis tidak sesuai dengan fakta sebenarnya. Ciri-ciri lainnya, konten asli dikait-kaitkan pada konteks informasi yang tidak benar.

7. *Manipulated Content* (Konten Manipulasi)

Konten manipulasi memiliki ciri-ciri terdapat hasil suntingan dari informasi yang sempat dipublikasikan di media massa populer dan kredibel. Kontennya dibentuk dengan menyunting teks atau gambar yang asli. Tujuannya untuk membohongi publik. Contohnya, dua gambar asli digabungkan menjadi satu. Gambar disunting dengan cara dipotong dan ditempel di atas gambar pertama, kemudian diberi narasi manipulatif.

Beberapa metode untuk memverifikasi kebenaran informasi, yaitu 1) cek nama domain web; 2) cek penanggung jawab atau tim redaksi; 3) cek data domain web dengan Whois domain; 4) cek tanggal terbit berita; 5) bandingkan dengan berita di media lain yang kredibel; dan 6) berhenti membuka media pengirim hoaks (Gumilar, Adiprasetyo, & Maharani, 2017).

Penelitian-penelitian sebelumnya sudah ada yang mengkaji mengenai kategori hoaks, tetapi belum spesifik mengkaji hoaks Covid-19 di Bali. Penelitian-penelitian sebelumnya juga belum mengarah pada pemanfaatan akun media sosial bersekala regional sebagai media yang informatif untuk menangkal hoaks bersekala regional. Sementara itu, media yang dominan menerima hoaks adalah media sosial (Juditha, 2020). *State of the art* dari penelitian ini adalah mengkaji mengenai kategori hoaks Covid-19 di Bali dan pemanfaatan akun media sosial Bali Clarify sebagai media yang informatif untuk menyampaikan klarifikasi hasil penelusuran fakta kepada masyarakat Bali,

sebagai instrumen alternatif untuk menangkal hoaks di Bali. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hoaks Covid-19 di Bali dan media sosial Bali Clarify sebagai media penangkal hoaks di Bali berdasarkan metode klasifikasi tujuh macam hoaks. Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menyampaikan fakta kepada pengguna media sosial dan pengembangan instrumen penangkal hoaks di Bali yang lebih baik. Mengklarifikasi hoaks kepada masyarakat Bali, khususnya pengguna aktif media sosial.

METODOLOGI PENELITIAN

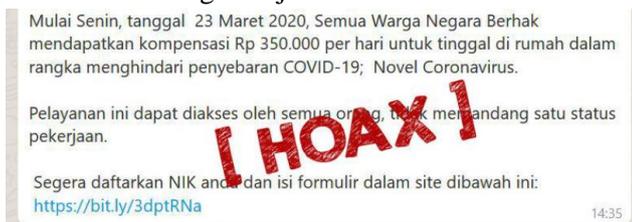
Penelitian ini mengaplikasikan metode kualitatif untuk memastikan kebenaran data. Data yang terkumpul berupa kata-kata serta gambar, dan hasil penelitian disajikan menggunakan desain deskriptif yang menjelaskan mengenai status fenomena atau kondisi situasi (Nurdin dan Hartati, 2019). Pengumpulan data menggunakan metode pustaka yang dipadukan dengan teknik dokumentasi. Metode pustaka diaplikasikan dengan memanfaatkan buku, jurnal, laman daring, dan media sosial. Pengumpulan data menggunakan data sekunder yang dikumpulkan dari instrumen penelitian berupa jurnal, buku, dan media yang relevan dengan masalah pada penelitian. Objek penelitian ini adalah hoaks terkait Covid-19 yang beredar di media sosial. Hoaks dipilih menggunakan kriteria-kriteria yang sesuai dengan masalah penelitian dan relevan dengan teori. Metode triangulasi diaplikasikan dengan merujuk pada media massa kredibel dan laporan dari institusi pemerintah, dan teori-teori. Triangulasi dilakukan untuk mengecek data yang diperoleh terverifikasi hoaks serta memperkuat hasil analisis. Teori yang diaplikasikan adalah teori klasifikasi hoaks kedalam tujuh kategori dan teori metode untuk memverifikasi kebenaran informasi. Analisis data dilakukan secara induktif. Peneliti membatasi periode data hanya pada bulan Januari sampai bulan Juni 2020 (enam bulan). Kemudian, untuk lebih fokus pada isu hoaks di Bali, maka dibatasi hanya menggunakan hoaks yang beredar di pengguna media sosial di Bali serta laporan dari Diskominfos Provinsi Bali. Dari 14 sampel data hoaks yang kontennya berkaitan dengan fenomena Covid-19 di Bali, diambil masing-masing sebuah data yang dapat mewakili kategori hoaks dari kategori yang ditentukan. Hasil penelitian disajikan secara deskriptif yang menjelaskan fenomena hoaks dengan mengajikan gambar dan deskripsi hasil cek fakta. Hasil cek fakta

juga dipublikasikan di akun media sosial “Bali Clarify” untuk ikut serta menangkal hoaks Covid-19 di Bali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hoaks dan Kategorinya

Bali Clarify memanfaatkan literasi media untuk mencari dan menemukan fakta atas informasi palsu yang beredar di Bali. Media yang dirujuk berupa media massa yang kredibel dan laman resmi milik pemerintah, dan pernyataan resmi institusi pemerintah. Literasi media memungkinkan pembaca media mampu menganalisis informasi dan memberi respon yang benar (Rochimah, 2011). Literasi media menjadi metode untuk mencari kebenaran informasi dengan berhubungan dengan media arus utama yang kredible untuk menginterpretasikan informasi. Cara yang dimanfaatkan Bali Clarify untuk mengungkap kebenaran informasi adalah dengan memasukkan nama domain media arus utama yang kredibel di mesin pencari Google, disertai kata “cek fakta”, kemudian menambahkan kata-kata kunci atau kalimat utama yang terdapat pada informasi yang diduga hoaks. Jika menemukan informasi pada media berita yang tidak begitu populer, maka terlebih dahulu dicek penanggung jawab atau tim redaksinya. Berikutnya, cek tanggal terbit berita juga sangat membantu proses pengungkapan fakta. Untuk menyajikan fakta yang lengkap, maka dilakukan perbandingan informasi pada beberapa media berita yang kredibel dan laporan Diskominfos Provinsi Bali. Sebagai upaya untuk menghentikan penyebaran hoaks, Bali Clarify menghimbau untuk berhenti membagikan informasi yang sudah terkonfirmasi hoaks. Berikut beberapa fakta dari hoaks di Bali yang berhasil diklarifikasi berdasarkan kategori tujuh macam hoaks.



Gambar 1 Dokumentasi Data 1 (Sumber: WhatsApp dan (Diskominfos) Provinsi Bali)

1. Parodi

Hoaks parodi tidak merugikan, umumnya untuk lelucon atau candaan, tetapi berpotensi untuk membohongi. Alasannya, tidak semua penerima informasi memiliki kemampuan literasi yang baik. Alasan lain, ada penerima informasi yang memiliki kecenderungan hanya membaca judul informasi palsu atau sebagian narasi, kemudian langsung meneruskan

informasi yang diterima tanpa memverifikasi kebenarannya terlebih dahulu. Hoaks parodi ditampilkan pada data 1.

Informasi yang berisi konten warga berkesempatan mendapat dana kompensasi untuk tinggal di rumah beredah aplikasi percakapan, WhatsApp. Konten tersebut juga berisi himbuan untuk mengakses sebuah tautan. Setelah ditelusuri dengan mengakses tautan yang dinarasikan, faktanya tautan tersebut menampilkan konten berupa gambar parodi seperti pada gambar 2. Walaupun pada narasinya terdapat tautan yang mengundang rasa penasaran, hoaks tersebut bukan merupakan *clickbait*. *Clickbait* biasanya digunakan media-media daring untuk menarik minat penerima informasi dengan judul yang membuat rasa penasaran (Hadiyat, 2019). Pemberian tautan tersebut tidak menampilkan judul yang sensasional dan tidak ada indikasi tujuan untuk meningkatkan *traffic* web. Dengan demikian, hoaks tersebut merupakan kategori parodi karena jika diakses maka akan tampil konten lelucon pada gambar 2.



Gambar 2 Hasil Cek Fakta (Sumber: (Diskominfos) Provinsi Bali dan <https://bit.ly/3dptRNA>)

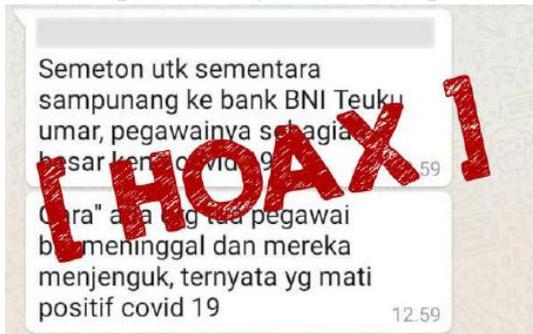
Konten tersebut mengandung unsur parodi dan tidak ditemukan unsur satir atau sindiran. Hoaks diberi label satir jika terdapat unsur kebencian, polarisasi, dan narasi yang memecah belah. Konten parodi ini dibuat untuk mengecoh penerima informasi dan untuk lelucon. Salah satu tujuan hoaks adalah lelucon, iseng, tetapi dapat membentuk opini publik bagi pengguna internet yang tidak kritis (Juditha, 2018). Penerima informasi yang konservatif, yang kurang mengenal teknologi dan yang kurang terpelajar, mereka menjadi korban keaburan fakta sehingga turut menjadi penyebar informasi palsu (Baptista & Gradim, 2020).

2. Konten Menyesatkan

Terdapat hoaks dengan narasi himbuan agar masyarakat tidak berkunjung ke Bank BNI Teuku Umar. Narasinya menyebutkan bahwa pekerja di bank tersebut sebagian besar telah terinfeksi Covid-19. Dokumentasinya ditampilkan pada gambar 3.

Faktanya, dalam kejadian meninggalnya mertua salah satu staf BNI sudah dilakukan Swab Test dan

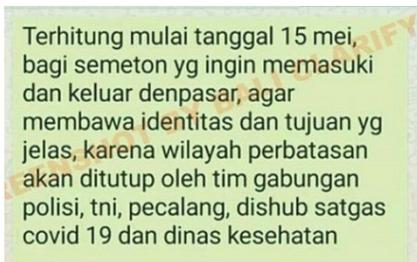
hasilnya negatif, pegawai juga sudah melakukan Rapid Test dan hasilnya negatif (Kominfo, 2020). Kemudian, menurut (Diskominfos Provinsi Bali, 2020), (Suadnyana, 2020), dan (Devita, 2020), pihak Bank BNI telah mengklarifikasi bahwa sudah dilakukan Swab Test terhadap pihak yang diinformasikan meninggal, Tes dilakukan di salah satu instansi rumah sakit rujukan Covid-19. Hasilnya dinyatakan negatif. Pegawai yang ada di BNI Teuku Umar juga telah melakukan Rapid Test dan hasilnya negatif. Konten tersebut merupakan kategori konten yang menyesatkan karena narasinya merubah unsur fakta dari sebuah kejadian. Sebuah informasi menjadi menyesatkan ketika fakta dipelintir dengan fakta manipulatif.



Gambar 3 Dokumentasi Data 2 (Sumber: WhatsApp dan (Diskominfos) Provinsi Bali)

3. Konten Tiruan

Pada data ditemukan konten tiruan yang menggunakan penyebutan institusi atau lembaga. Informasi yang asli merupakan himbuan resmi yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Denpasar, kemudian konten himbuan yang asli diubah untuk mengaburkan fakta sebenarnya. Dokumentasinya dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4 Dokumentasi Data 3 (Sumber: WhatsApp)

Beredar informasi penutupan akses di perbatasan kota Denpasar di WhatsApp. Berdasarkan penelusuran pada akun Instagram resmi (Pemerintah Kota Denpasar, 2020), faktanya informasi tersebut adalah disinformasi karena informasi yang benar adalah bukan penutupan akses di perbatasan, tetapi pemeriksaan terhadap masyarakat yang akan masuk ke kota Denpasar selama program Pembatasan Kegiatan Masyarakat saat pandemi Covid 19. Tulisan himbuan

yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Denpasar adalah adanya pemeriksaan oleh petugas yang dilakukan di beberapa perbatasan kota Denpasar dan bukan penutupan akses. Masyarakat yang berkepentingan, bekerja, dan mempunyai urgensi untuk datang ke kota Denpasar dengan bukti yang memadai akan diizinkan lewat. Oleh karena itu, konten tersebut merupakan konten tiruan karena meniru konten yang asli, untuk mengaburkan fakta dan membuat fakta manipulatif.

4. Konten Palsu

Beredar pesan dengan konten gambar menyerupai surat elektronik yang seolah-olah dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes) dengan narasi himbuan agar menyerahkan diri untuk melakukan pengujian virus Covid-19.



Gambar 5 Dokumentasi Data 4 (Sumber: WhatsApp, Instagram, dan Kemenkes)



Gambar 6. Dokumentasi Data 5 (Sumber: WhatsApp dan Laporan (Diskominfos) Provinsi Bali)

Dari penelusuran pada akun Instagram resmi (Kementerian Kesehatan, 2020), faktanya informasi tersebut adalah informasi palsu. Kemenkes mengkonfirmasi lewat akun media sosial resminya bahwa Kemenkes tidak mengeluarkan informasi tersebut dan dipastikan konten itu tidak benar. Dengan demikian, konten tersebut merupakan konten palsu karena sepenuhnya merupakan hasil rekayasa oleh pembuat hoaks, baik gambar logo Kemenkes, teks yang

mencatut nama Kemenkes, dan isi teks narasi surat elektronik.

5. Konteks Keliru

Pada data ditemukan beredar gambar tangkapan layar seolah-olah dari laman media Detikcom dengan narasi berupa judul [Pulau Bali akan di-Lockdown Empat Hari Lagi untuk Nyepi]. Konten yang beredar hanya tangkapan layar dan disertai narasi judul tanpa isi berita yang lengkap sebagaimana dokumentasi data 5. Konten ini dapat mengaburkan fakta, menimbulkan bias persepsi dan konteks yang keliru karena multi tafsir. Pada narasi [Empat hari lagi] dapat ditafsirkan ‘tambahan empat hari lagi’ atau bisa dipahami ‘empat hari dari mulai berita diterbitkan. Berita yang lengkap diterbitkan di laman media daring Detikcom tanggal 20 Maret 2020. Berita yang asli menggunakan kata *lockdown* merujuk pada pelaksanaan hari raya Nyepi pada tanggal 24 Maret 2020, bukan terkait penanggulangan pandemi (Diskominfos Provinsi Bali, 2020). Menurut (Fanani, 2020) di laman news.detik.com, Pelabuhan Ketapang-Gilimanuk akan ditutup saat perayaan Nyepi 2020 dari jam 23.00 WIB, Selasa, 24 Maret 2020, hingga jam 06.00 WIB, Kamis, 26 Maret 2020. Konten tersebut bukan merupakan kategori koneksi yang salah (*false connection*) karena pada gambar tangkapan layar tidak memuat tautan yang menjebak.

6. Konten Manipulasi

Konten yang dimanipulasi adalah ketika unsur konten asli, biasanya gambar atau video, diubah atau disunting menjadi informasi yang tidak benar. Beredar di media sosial, surat pernyataan manipulatif yang seolah-olah dikeluarkan oleh Pemerintah Provinsi Bali Nomor 57/SatgasCovid19/III/2020 tanggal 31 Maret 2020 dan Surat Keputusan (SK) Gubernur Nomor 272/04-G/HK/2020 dengan tanggal 31 Maret 2020 perihal diperpanjangnya status siaga bencana wabah virus corona di Provinsi Bali sebagaimana diperlihatkan dokumentasi data 6.

Faktanya, kedua konten surat tersebut adalah hoaks. Konten tersebut dimanipulasi dengan menyunting bagian nomor surat dan tanggal surat yang asli. Surat Keputusan Gubernur yang asli adalah Nomor 258/04-G/HK/2020 tanggal 16 Maret 2020 perihal Status Siaga Penanggulangan Covid-19 di Provinsi Bali, dengan masa berlaku dari tanggal 16 Maret hingga tanggal 30 Maret 2020. Fakta berikutnya, mengenai keputusan apakah status siaga terhadap penanggulangan Covid-19 di Provinsi Bali akan diperpanjang atau tidak, akan

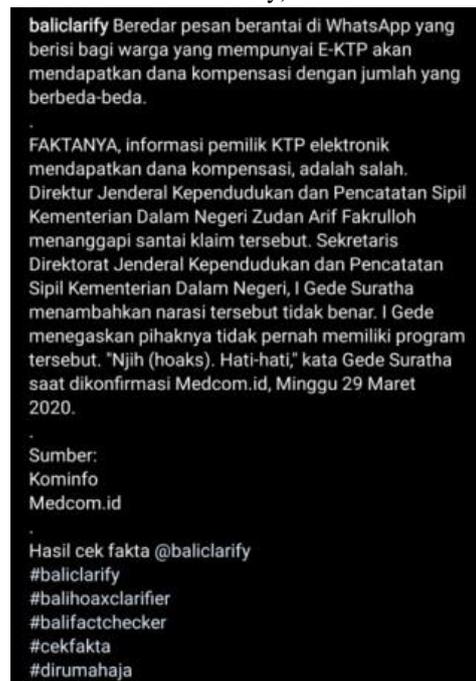
didiskusikan dan diputuskan dalam rapat gabungan, Senin, 30 Maret 2020 (Diskominfos Provinsi Bali, 2020) dan (Devita, 2020).



Gambar 7 Dokumentasi Data 6 (Sumber: WhatsApp dan Laporan (Diskominfos) Provinsi Bali)



Gambar 8 Contoh Tampilan Postingan (Sumber: Bali Clarify)



Gambar 9 Deskripsi Unggahan Hasil Cek Fakta (Sumber: Bali Clarify)

Publikasi Melalui Media Sosial

Akun media sosial Bali Clarify merupakan kategori *social networking sites* (situs jejaring sosial). *Social*

networking sites berupa akun dengan sebuah profil pengguna yang menghubungkannya dengan pengguna lain (Kaplan & Haenlein, 2010). Dalam upaya menangkal hoaks, akun media sosial digunakan untuk mempublikasikan hasil cek fakta hoaks sehingga dapat tersampaikan kepada masyarakat yang merupakan pengguna aktif media sosial. Media ini dibuat sebagai sebuah produk media alternatif yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi. Media sosial merupakan sebuah produk dari kemajuan teknologi yang penggunaannya selain sebagai media bersosialisasi juga sebagai sumber mencari dan mendapatkan informasi (Westerman & Helde, 2014).

Pada akun Facebook dan Instagram Bali Clarify diunggah gambar dan deskripsi hasil cek fakta untuk mengklarifikasi hoaks yang beredar di Bali. Tampilan postingan seperti pada gambar 8 dan 9.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ditemukan enam macam kategori hoaks yang beredar di Bali dan berkaitan dengan pandemi Covid-19, yaitu hoaks dengan konten parodi, hoaks dengan konten yang menyesatkan, hoaks dengan konten tiruan, hoaks dengan konten palsu, hoaks dengan konteks keliru, dan hoaks dengan konten yang dimanipulasi. Hasil cek fakta dipublikasikan di akun media sosial “Bali Clarify” untuk ikut serta menangkal hoaks Covid-19 di Bali. Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk pengembangan instrumen untuk menangkal hoaks di Bali menggunakan metode klasifikasi tujuh macam hoaks.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama, terima kasih kepada STMIK STIKOM Indonesia sebagai penyandang dana penelitian ini. Kemudian, terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi untuk perbaikan penyusunan hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiawarman, M. (2019). *Hoax dan Hate Speech di Dunia Maya*. Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia Tonggak Tuo.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/doi=10.1257/jep.31.2.211>
- Baptista, J. P., & Gradim, A. (2020). Understanding Fake News Consumption: A Review. *Social Science*, 9(185), 1–22. <https://doi.org/10.3390/socsci9100185>

- Devita, R. (2020a, March 28). Hoax!!! SK Gubernur Bali tentang Perpanjangan Siaga Darurat Bencana. *Balipost.com*. Retrieved from <https://www.balipost.com/news/2020/03/28/112259/Diperpanjang,Status-Siaga-Darurat-Bencana...html>
- Devita, R. (2020b, April 19). Diskominfos Bali Kembali Catat Hoax dan Disinformasi. *Balipost.com*. Retrieved from <https://www.balipost.com/news/2020/04/19/116405/Diskominfos-Bali-Kembali-Catat-Hoax...html>
- Diskominfos Provinsi Bali. (2020a). *Himbauan untuk larangan ke BNI Teuku Umar karena sebagian besar terkena Covid19*. Denpasar. Retrieved from <https://infocorona.baliprov.go.id/2020/04/19/laporan-hoax-minggu-19-april-2020/>
- Diskominfos Provinsi Bali. (2020b). *Pulau Bali Akan di Lockdown Empat Hari Lagi untuk Nyepi*. Denpasar. Retrieved from <https://infocorona.baliprov.go.id/2020/03/26/laporan-hoax-26-maret-2020/>
- Diskominfos Provinsi Bali. (2020c). *Surat Pernyataan dan Keputusan Gubernur Bali tentang Perpanjangan Status Darurat Bencana*. Retrieved from <https://infocorona.baliprov.go.id/2020/03/28/laporan-hoax-sabtu-28-maret-2020/>
- Fanani, A. (2020, March 20). Pulau Bali akan di-Lockdown Empat Hari Lagi untuk Nyepi. *Https://news.detik.com/*. Retrieved from <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-4946774/pulau-bali-akan-di-lockdownempathari-lagi-untuk-nyepi>
- First Draft. (2019). *Understanding Information Disorder*. First Draft.
- Gumilar, G., Adiprasetyo, J., & Maharani, N. (2017). Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoax) Oleh Siswa SMA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 35–40. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>
- Hadiyat, Y. D. (2019). Clickbait di Media Online Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2019.2040101>
- Juditha, C. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya. *Jurnal Pekommas*, 3(1), 31–44. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>
- Juditha, C. (2020). Perilaku Masyarakat Terkait Penyebaran Hoaks Covid-19. *Jurnal Pekommas*, 5(2), 105–116. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050201>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kementerian Kesehatan. (2020). No Title. Retrieved June 23, 2020, from https://www.instagram.com/p/B_4OBMI6bc/?igshid=dzepe0hytef5
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social

- media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Kominfo. (2020a). [Hoaks] Pegawai BNI Teuku Umar Meninggal karena Positif Covid-19. [kominfo.go.id](https://www.kominfo.go.id). Retrieved from https://www.kominfo.go.id/content/detail/25938/hoaks-pegawai-bni-teuku-umar-meninggal-karena-positif-covid-19/0/laporan_isu_hoaks
- Kominfo. (2020b, March). [Hoaks] Himbauan Tidak Melewati Area Renon karena 7 ASN Pemprov Bali Terkena Covid-19. Retrieved from https://www.kominfo.go.id/content/detail/25392/hoaks-himbauan-tidak-melewati-area-renon-karena-7-asn-pemprov-bali-terkena-covid-19/0/laporan_isu_hoaks
- Nafi'an, M. I. (2020, April 18). Menkominfo: Ada 554 Isu Hoax soal COVID-19, 89 Orang Jadi Tersangka. *Detik News*. Retrieved from <https://news.detik.com/berita/d-4982087/menkominfo-ada-554-isu-hoax-soal-covid-19-89-orang-jadi-tersangka>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. (Lutfiah, Ed.). Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Pemerintah Kota Denpasar. (2020). Disinformasi. Retrieved May 11, 2020, from <https://www.instagram.com/p/CACYrOhFCcx/>
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 5(1), 58–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>
- Rochimah, T. H. (2011). *Gerakan Literasi Media: Melindungi Anak-Anak dari Gempuran Pengaruh Media*. In D. Herlina, *Gerakan Literasi Media Indonesia*. Yogyakarta: Rumah Sinema.
- Siswoko, K. H. (2017). Kebijakan Pemerintah Menangkal Penyebaran Berita Palsu atau “Hoax.” *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(1), 13–19. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.330>
- Situngkir. (2017). Spread of hoax in Social Media A report on empirical case. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1831202>
- Suadnyana, I. W. S. (2020, April 19). Pemprov Bali Rilis Laporan Adanya Hoaks dan Disinformasi Mengenai Covid-19. *Bali.tribunnews.com*. Retrieved from <https://bali.tribunnews.com/2020/04/19/beredar-pesan-berantai-sebagian-pegawai-positif-virus-corona-ini-hasil-rapid-test-para-pegawai>
- Van Dijk, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. UK: Oxford University Press.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2018). *Journalism FakeNews Disinformation*. (C. Ireton & J. Posetti, Eds.). United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Westerman, S., & Helde, V. Der. (2014). Social Media as Information Source: egency of Updates dan Credibility of Information. *Journal of Computer Mediated Communication*, 19(2), 171–183. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/jcc4.12041>
- Winkelmann, S. (2012). *The Social Media (R)evolution? Asian Perspectives On New Media*. Singapore: Konrad-Adenauer-Stiftun.