

Cara Hoaks Memengaruhi Opini Publik Mahasiswa Fikom Untar Angkatan 2018 dalam Protokol Covid-19

Matthew Edbert Hermanto¹, Ahmad Junaidi^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: matthewedberthermanto@gmail.com

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: admadd@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 15-12-2021, revisi tanggal : 06-01-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal : 16-01-2022

Abstract

Technological developments had made information easier to create and to obtain. Fake news or known as hoaxes are increasing rapidly as a consequence of the technological development. The spread of the SARS N-CoV2 virus or known as COVID-19 shook the world and made almost the entire community falls into panic. Health protocols are also implemented in the hope to suppress the spread of the COVID-19 virus. Protocols and pandemics bring economic and social pressures that trigger public panic. This panic will increase the need for information about COVID-19 in a very short time. The proliferation of hoaxes around COVID-19 and health protocols is the result of the increasing need for this information stemming from the fear of the public, moreover the effect will be stronger if more and more people get exposure from media that contains the contents of the said hoax. This study aims to determine the relationship between hoaxes and public opinion with simple explanations that are easily understood by the general public, but have reliable data. To achieve this goal, the researchers chose the topic of COVID-19 health protocols and Fikom UNTAR's batch of 2018 students as the subjects of this study. The result is that content that is indicated as a "hoax" affects the emotions of the reader and it will encourage him to look for information that is commensurate with what they find to strengthen their opinion, and continue to expose himself with those informations.

Keywords: COVID-19, hoax, health protocols, public opinion

Abstrak

Perkembangan teknologi telah membuat informasi semakin mudah dibuat dan didapat. Berita bohong atau yang dikenal dengan hoaks semakin menjamur sebagai konsekuensi dari perkembangan teknologi tersebut. Penyebaran virus SARS N-CoV2 atau yang dikenal sebagai COVID-19 mengguncang dunia dan membuat hampir seluruh masyarakat panik. Protokol kesehatan pun dijalankan guna menekan penyebaran virus COVID-19. Protokol dan pandemi mendatangkan tekanan ekonomi dan sosial yang memicu kepanikan masyarakat. Kepanikan ini nantinya meningkatkan kebutuhan akan informasi seputar COVID-19 dalam waktu yang sangat singkat. Menjamurnya hoaks seputar COVID-19 dan protokol kesehatan adalah akibat dari meningkatnya kebutuhan akan informasi ini yang berasal dari ketakutan akan masyarakat, apalagi pengaruhnya akan semakin kuat apabila seseorang semakin banyak seseorang mendapatkan paparan dari media yang memuat konten hoaks. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan hoaks dan opini publik dengan penjelasan yang sederhana dan mudah dimengerti oleh khalayak umum, namun memiliki data yang dapat dipertanggungjawabkan. Untuk mencapai tujuan ini, peneliti memilih topik protokol kesehatan COVID-19 dan memilih mahasiswa FIKOM UNTAR 2018 sebagai subjek dari penelitian ini. Hasilnya adalah konten terindikasikan sebagai "hoaks" memengaruhi emosi dari pembacanya dan itu akan

mendorongnya untuk mencari info yang sepadan dengan apa yang ditemukan untuk memperkuat opininya, dan terus menerpa dirinya dengan informasi tersebut.

Kata Kunci: COVID-19, hoaks, opini publik, protokol kesehatan

1. Pendahuluan

Pandemi COVID-19 dengan cepat masuk ke Indonesia sejak Februari 2020 dan protokol kesehatan seperti PSBB, *lockdown*, dan PPKM dijalankan guna menurunkan kenaikan kasus aktif COVID-19. Salah satu efek dari pandemi COVID-19 adalah meningkatnya pengguna Internet dikarenakan masyarakat beralih pada media daring. Hal ini dibuktikan dengan pendapat dari Siteki (2020) dalam Maksum (2021) yang menyatakan bahwa pandemi membuat semua sistem dan metode beralih ke metode daring dan serba digital dari yang sebelumnya adalah sistem dan metode konvensional yang membuat masyarakat mau tidak mau harus belajar dan mulai bertransformasi. Digitalisasi ini sesuai dengan upaya Indonesia dalam menyambut revolusi industri 4.0 dimana semua aspek kehidupan tidak bisa lepas dari sentuhan teknologi.

Digitalisasi ini membuat jumlah pengguna internet sedunia meningkat, didukung oleh informasi menurut DataReportal (2021, Januari 27) yang menyatakan bahwa pengguna internet mencapai 59.5% atau sekitar 4.66 miliar pengguna dari 7.83 miliar orang yang ada di dunia ini. Data Reportal juga melaporkan terdapat peningkatan jumlah pengguna internet sebesar 7,3%. Angka yang diberikan oleh Data Reportal menunjukkan seberapa maju Internet kini dibandingkan sebelumnya. Namun, perkembangan Internet sebagai akibat dari pandemi COVID-19 juga menghasilkan sebuah efek baru, yakni kesulitan masyarakat dalam membedakan mana informasi yang benar dan informasi yang salah.

Masyarakat tidak akan begitu peduli apakah informasi yang mereka dapat itu merupakan informasi yang benar atau tidak. Informasi yang diterima jika itu bukan informasi yang benar adalah informasi yang pada umumnya berasal dari berita hoaks. Berita hoaks singkatnya adalah sebuah kabar bohong yang berbeda dengan fakta sebenarnya. Adiprasetyo (2017) menambahkan dalam jurnalnya bahwa keberadaan internet yang berjalan dengan satu jalan yang sama dengan kebudayaan baru yang terbentuk di ruang publik membuat masyarakat sulit sekali membedakan informasi yang relevan dan tidak relevan bagi dirinya. Kesulitan ini yang kemudian akan menjadi wujud yang lebih kronis, dimana publik cenderung tidak bisa membedakan mana informasi yang benar dan informasi yang hanya sekedar hoax belaka.

Hoaks sendiri dapat dengan cepat menjamur karena teknologi sekarang mempermudah penyebaran hoaks dengan seberapa mudahnya informasi didapat. Namun, penyebaran hoaks juga memiliki salah satu faktor lain, yakni opini publik terhadap objek yang menjadi informasi yang dipaparkan oleh berita hoaks. Budiman (2017) menyatakan bahwa hal utama yang perlu diantisipasi sejak dini terkait dengan beredarnya berita bohong yaitu kemampuannya dalam pembentukan opini publik. Opini Publik dari masyarakat dapat diubah sesuai dengan informasi yang didapat atau informasi yang masyarakat dapat justru dapat memperkuat opini yang mereka pegang untuk sekarang ini. Sebagai contoh dalam konteks penelitian ini, masyarakat pengguna internet sekarang ini banyak yang mencari informasi yang memperkuat apa yang menjadi pikirannya terhadap objek informasi yang mereka dengar. Hal ini didukung dengan informasi yang didapat dari Adiprasetyo (2017) masyarakat sekarang dimana pun akan cenderung mencari penegasan dan pembenaran terhadap keyakinan ideologis atau politis mereka.

Masyarakat membutuhkan jawaban untuk permasalahan yang mereka hadapi secepat mungkin dan mereka juga membutuhkan jawaban yang ingin mereka dengar. Berita hoaks dapat dengan mudahnya menutupi kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat dan sesuai dengan selera mereka. Hoaks yang diterima banyak orang akan membuat opini publik dapat disetir dengan mudahnya sesuai bagaimana si penulis hoaks inginkan. Hal ini diperkuat lagi dengan apa yang tertulis oleh Thorson dan Jackson (2018) dalam Loisa (2019), semakin cepat berita diterbitkan maka semakin berita tersebut akan mengundang semakin banyak ‘klik’ dari masyarakat. Menurut peneliti jika apa yang tertulis oleh Loisa dalam jurnalnya tepat, maka dapat menjadi sebuah potensial dimana hoaks dapat menjadi cepat laku dikarenakan seberapa cepat hoaks dapat dibuat. Roy dan Junaidi (2020) menambahkan informasi bahwa, COVID-19 menjadi salah satu objek informasi yang paling dicari oleh masyarakat. Mereka mengatakan ini terjadi karena Virus COVID-19(SARS n-COV 2) adalah virus terbaru yang memicu kekhawatiran khalayak dunia saat ini.

Masyarakat dunia kini membutuhkan informasi mengenai COVID-19 secepat yang mereka bisa dan mengharapkan jika COVID-19 cepat selesai, dan bukan hanya masyarakat ingin kembali ke kehidupan sebelum pandemi saja. Pada konteks permasalahan lainnya, sudah bukan hal yang asing lagi bahwa sebagian masyarakat Indonesia sudah kecewa pada hasil kerja pemerintah selama masa COVID-19 belakangan ini. Kekecewaan dari masyarakat tersebut dapat dibuktikan dengan fakta yang didapat dari peneliti Alkatiri (2020), penelitian tersebut menemukan ada kecenderungan opini negatif pada media sosial Twitter sebanyak 50,17% pada cuitan bertagar #newnormalindonesia. Hasil dari penelitian Alkatiri ini memberikan sebuah sinyal bahwa opini yang tertunjuk pada cuitan Twitter yang ia surveikan itu menunjukkan tidak adanya persetujuan masyarakat dengan penerapan kenormalan baru (*new normal*) yang dilakukan pemerintah.

Pada dasarnya, opini masyarakat yang buruk akan pemerintah akan membuat masyarakat yang sama memilih untuk bersandar pada informasi yang diberikan oleh media-media yang cenderung memiliki konten yang terindikasi sebagai hoaks. Hoaks dengan tema protokol kesehatan selama pandemi COVID-19 akan dengan cepatnya menjamur karena buruknya opini masyarakat kepada pemerintah dan sifat masyarakat dimana akan meng-klik berita yang terlebih dahulu terbit, terlepas dari benar atau tidaknya berita tersebut.

Opini publik bisa membuat hoaks dengan cepat menjamur, atau setidaknya berita hoaks dapat memperkuat opini publik terhadap pemerintah yang mungkin sejak awal sudah buruk sejak awal pandemi COVID-19. Didalam konteks penelitian “Cara Hoaks Mempengaruhi Opini Publik Mahasiswa Fikom UNTAR Angkatan 2018 dalam Protokol COVID-19” ini adalah bagaimana berita hoaks dapat mengubah opini publik terhadap pemerintah selama melakukan protokol dalam menghadapi COVID-19. Mahasiswa tentunya merupakan salah satu bagian dari publik yang menjadi sasaran dari hoaks, karena mereka merupakan salah satu bagian dari generasi muda.

2. Metode Penelitian

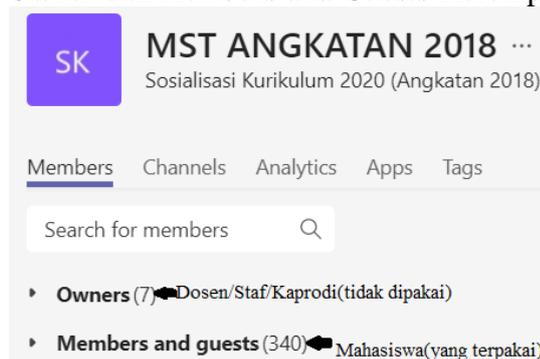
Penelitian ini mencoba mengetahui lebih dalam mengenai hubungan hoaks dan opini publik dan bagaimana mereka dapat saling menguatkan satu dengan lainnya. Pendekatan dan metode penelitian yang tepat diperlukan untuk mendalami hubungan dari kedua aspek ini. Pendekatan penelitian sendiri merupakan keseluruhan cara/kegiatan yang dilakukan dalam suatu penelitian, dari perumusan masalah hingga

penarikan kesimpulan atau pembuatan teori. Pendekatan penelitian yang peneliti gunakan pada penelitian ini adalah pendekatan campuran (*mixed method*), dimana metode ini menggunakan cara gabungan dari kualitatif dan kuantitatif. Hal ini diperkuat dengan deskripsi penelitian campuran menurut Cresswell (2015) dalam Wismasari dan Sanyata (2019). Pendekatan penelitian campuran adalah suatu prosedur penelitian untuk mengumpulkan, menganalisis, dan mencampur metode kuantitatif dan kualitatif dalam suatu penelitian atau serangkaian penelitian untuk memahami permasalahan penelitian.

Penelitian ini juga mengingat terdapat signifikansi dari keberadaan sebuah subjek penelitian, guna mencapai hasil yang diinginkan dari penelitian sesuai dengan metode yang ditentukan. Peneliti melakukan survei serta wawancara kepada mahasiswa FIKOM UNTAR angkatan 2018 sebagai subjek utama dari penelitian ini dan Anita Wahid sebagai Presidium dari MAFINDO untuk mendapatkan informasi dari ahli. Peneliti juga memperkuat data-data yang dikatakan oleh salah satu tenaga ahli ini dengan data wawancara dari hasil survei kepada beberapa dari sejumlah sampel mahasiswa Fikom UNTAR angkatan 2018. Objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek untuk penelitian ini adalah pengaruh hoaks prokes COVID-19 terhadap opini publik mengenai pemerintah dan prokes COVID-19.

Rawung (2020) menyatakan bahwa populasi adalah kumpulan dari seluruh elemen sejenis namun dapat dibedakan satu sama lain di mana perbedaan yang ada disebabkan oleh adanya nilai karakteristik yang berlainan dari elemen tersebut. Populasi target adalah keseluruhan unit dalam areal/ wilayah/ lokasi/ kurun waktu dengan karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah 339 mahasiswa Fikom UNTAR angkatan 2018, angka ini didapat berdasarkan jumlah anggota yang ada pada kelompok Microsoft Teams milik Fikom UNTAR angkatan 2018 dan tidak menghitung peneliti.

Gambar 1. Jumlah *Owner* dan *Members and Guests* Kelompok Microsoft Teams



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Proses yang dilakukan oleh peneliti untuk memilih individu dan mengambil sampel dari populasi ditentukan oleh peneliti itu disebut dengan proses *sampling*. Dikarenakan jumlah populasi melebihi angka tertentu dan dikatakan sebagai jumlah populasi besar, maka diperlukan sampel atas dasar dari informasi yang tertulis di atas. Sampel dari penelitian ini adalah sekitar 34 orang mahasiswa Fikom UNTAR Angkatan 2018 agar data yang didapat dari penelitian ini dapat dikatakan sebagai sebuah data sampel yang mewakili populasi.

Pengambilan angka ini didukung oleh data dari Gay dalam Mahmud (2011) dalam Lestari (2014) yang memiliki paparan informasi berupa ukuran minimum sampel yang dapat diterima berdasarkan metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Metode deskriptif, minimal 10% populasi. Untuk populasi relatif kecil, minimal 20%
2. Metode deskriptif korelasional, minimal 30 subjek
3. Metode *expost facto*, minimal 15 subjek per kelompok
4. Metode *experimental* minimal 15 subjek per kelompok

Jumlah sampel yang dimiliki oleh peneliti sendiri sebetulnya sudah dapat menutup persyaratan dari beberapa metode yang ada di atas, seperti deskriptif data tersebut memiliki jumlah 10% dari populasi dan metode deskriptif korelasional membutuhkan 30 subjek. Penelitian ini melakukan survei kepada 34 subjek yang dalam konteks ini adalah 34 mahasiswa Fikom UNTAR angkatan 2018.

Teknik pengumpulan data yang peneliti pakai di dalam penelitian ini adalah wawancara dan survei, karena penelitian ini menggunakan metode *mixed method* untuk mendapatkan data bagaimana hoaks akan memengaruhi opini publik. Metode survei akan menutupi sisi kuantitatif dari data yang akan didapat dan metode wawancara akan menutupi sisi kualitatif dari data yang dipakai untuk penelitian ini. Dalam pengolahan data dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menggunakan SPSS Versi 26 tahun 2019.

Teknik analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah deskriptif naratif. Teknik ini menggunakan tiga alur di dalam penelitiannya, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/ verifikasi dari data. Peneliti juga menambahkan informasi yang didapat dari Miles dan Huberman (1984) dalam Triyadi (2013), yang menyatakan bahwa aktivitas yang terdapat dalam analisis data kualitatif secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai selesai, dan datanya sampai jenuh. Peneliti memilih metode ini karena tujuan peneliti adalah menemukan deskripsi sederhana bagaimana hoaks dan opini publik dapat bergandengan tangan kepada satu dengan lainnya, bagaimana opini publik dapat disetir dengan informasi yang mereka dapat dari hoaks.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Survei ini dikumpulkan datanya dan di abulasikan pada program SPSS dengan value yang telah ditentukan. Value yang digunakan dalam survei ini ada 4, sesuai dengan yang tertera pada bab III. Keempat Value tersebut adalah: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju(STS). Terdapat 16 Instrumen Penelitian yang digunakan oleh penelitian ini dengan IP 1-10 untuk variabel hoaks dan IP 11-16 untuk variabel opini publik.

Instrumen pertanyaan yang tersedia adalah sebagai berikut: jumlah grup media sosial yang diikuti oleh responden(1), frekuensi terpaan responden terhadap informasi dari media tidak resmi dari media sosial yang diikuti oleh responden(2), kecenderungan responden tertarik pada judul yang bombastis atau tertarik pada *clickbait*(3), kebutuhan responden akan informasi COVID-19(4), frekuensi responden dalam mencari konten COVID-19(5), keraguan responden akan media resmi(6), kecenderungan responden terhadap konten yang terlebih dahulu muncul(7), kecenderungan responden akan menarik kesimpulan hanya dengan membaca judul kontennya saja(8), kecenderungan menyukai info yang sepaham dengan pandangan

responden(9), kecenderungan responden untuk menyebarkan konten sebelum menyelidiki isinya(10), kecenderungan responden untuk mengubah opininya(11), keraguan responden akan informasi dari media resmi(12), kepuasan responden terhadap kinerja pemerintah(13), keraguan responden pada protokol kesehatan yang dijalankan oleh pemerintah (14), Kecurigaan responden akan COVID-19 dan protokol kesehatan(15), kecenderungan responden untuk memercayai informasi yang mereka terima dari orang terdekat kepada mereka (16).

Tabel 1. Sebaran Frekuensi per Variabel

Instrumen Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	24 (55.8%)	13 (30.2%)	2 (4.7%)	4 (9.3%)
2	1 (2.3%)	14 (32.6%)	13 (30.2%)	15 (34.9%)
3	2 (4.7%)	12 (27.9%)	11 (25.6%)	18 (41.9%)
4	12 (27.9%)	16 (37.2%)	12 (27.9%)	3 (7%)
5	8 (18.6%)	14 (32.6%)	12 (27.9%)	9 (20.9%)
6	5 (11.6%)	7 (16.3%)	25 (58.1%)	6 (14.0%)
7	2 (4.7%)	11 (25.6%)	13 (30.2%)	17 (39.5%)
8	1 (2.3%)	4 (9.3%)	11 (25.6%)	27 (62.8%)
9	9 (20.9%)	13 (30.2%)	14 (32.6%)	7 (16.3%)
10	3 (7%)	3 (7%)	9 (20.9%)	28 (65.1%)
11	5 (11.6%)	12 (27.9%)	19 (44.2%)	7 (16.3%)
12	2 (4.7%)	8 (18.6%)	21 (48.8%)	12 (27.9%)
13	9 (20.9%)	18 (41.9%)	14 (32.6%)	2 (4.7%)
14	5 (11.6%)	12 (27.9%)	16 (37.2%)	10 (23.3%)
15	4 (9.3%)	5 (11.6%)	17 (39.5%)	17 (39.5%)
16	2 (4.7%)	9 (20.9%)	21 (48.8%)	11 (25.6%)

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Adapun data di atas yang memiliki persebarannya masing-masing dihitung rata-ratanya untuk masing-masing instrumen penelitian yang diukur dengan bantuan program SPSS versi 26 seperti yang ada pada bagian di bawah ini:

Tabel 2. Rata-rata Instrumen Penelitian (IP) 1-10

IP	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mean	1,67	2,98	3,05	2,14	2,51	2,74	3,05	3,49	2,44	3,44

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Dapat dikatakan responden pada survei yang digunakan untuk penelitian ini memiliki rata-rata respons yang berdasarkan pada tabel di atas yakni: SS pada IP 1, S pada IP 2, TS pada IP 3, S pada IP 4, S pada IP 5, S pada IP 6, TS pada IP 7, TS pada IP 8, S pada IP 9, dan TS pada IP 4.

Tabel 3. Rata-rata Instrumen Penelitian (IP) 11-16

IP	11	12	13	14	15	16
Mean	2,65	3,00	2,21	2,72	3,09	2,95

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan pada informasi yang tertera pada tabel 3, dapat dikatakan responden pada survei yang digunakan untuk penelitian ini memiliki rata-rata respons

yang berdasarkan pada tabel di atas yakni: S pada IP 11, TS pada IP 12, S pada IP 13, S pada IP 14, TS pada IP 15, S pada IP 16.

Selain menunjukkan rata-rata skala konsep diri dan melihat kecenderungan bersikap pada bagian ini, data yang ada di atas perlu diuji kembali guna mempertanggungjawabkan data yang telah didapat di survei ini. Uji yang dilakukan adalah uji validitas dan uji reabilitas data yang ada pada tabel-tabel ini berikut hasil uji yang didapatkan:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas pada Instrumen Penelitian Variabel X

Instrumen Penelitian	R Hitung	R Tabel	Validitas
1	0.139	0.301	Negative
2	0.454	0.301	Valid
3	0.452	0.301	Valid
4	0.393	0.301	Valid
5	0.536	0.301	Valid
6	0.546	0.301	Valid
7	0.632	0.301	Valid
8	0.679	0.301	Valid
9	0.666	0.301	Valid
10	0.712	0.301	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Hasil pengamatan pada rtabel dengan nilai sampel $N=43$ yang adalah 0,301. Merujuk pada hasil uji validitas variabel X dengan instrumen penelitian 1-10 memiliki instrumen penelitian 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, dan 10 yang dapat dikatakan sebagai instrumen penelitian yang valid karena r hitungnya di atas r tabel. Instrumen penelitian 1 tidak memiliki validitas atau tidak valid karena r hitung di bawah r tabel.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas pada Instrumen Penelitian Variabel Y

Instrumen Penelitian	R hitung	R Tabel	Validitas
1	0.654	0.301	Valid
2	0.774	0.301	Valid
3	0.270	0.301	Negative
4	0.778	0.301	Valid
5	0.627	0.301	Valid
6	0.794	0.301	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Hasil Pengamatan pada r hitung dan r tabel dari nilai sampel $N=43$ menunjukkan bahwa instrumen penelitian pada variabel Y dengan instrumen penelitian 11-16 memiliki instrumen penelitian 11, 12, 14, 15, dan 16 sebagai variabel-variabel yang dapat dikatakan sebagai data yang valid, karena r hitung mereka di atas r tabelnya. namun instrumen penelitian 13 tidak memiliki validitas yang sama atau tidak valid karena r hitung instrumen penelitian 13 tidak memiliki nilai di atas r tabel 43 sampel, yakni 0,301.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas pada Instrumen Penelitian Variabel X

Cronbach's Alpha	Jumlah Instrumen Pertanyaan
0.696	10

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Dengan hasil analisa *Cronbach's Alpha* pada aplikasi SPSS seperti yang tertera di atas untuk data variabel X ini, terdapat sekitar 0.696 di mana angka ini melebihi standar angka reliabilitas *Cronbach's Alpha*, yakni 0.600. Maka dapat disimpulkan sebagai data variabel X lulus uji reliabilitas dan dapat dikatakan sebagai sebuah data yang konsisten.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas pada Instrumen Penelitian Variabel y

Cronbach's Alpha	Jumlah Instrumen Pertanyaan
1	6

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Dengan hasil analisis Cronbach's Alpha pada aplikasi SPSS seperti yang tertera di atas untuk data variabel X ini, terdapat sekitar 0.726 di mana angka ini melebihi standar angka reliabilitas Cronbach's Alpha, yakni 0.600. Maka dapat disimpulkan sebagai data variabel Y lulus uji reliabilitas dan dapat dikatakan sebagai sebuah data yang konsisten.

Wawancara dilakukan setelah peneliti melakukan survei kepada mahasiswa FIKOM UNTAR Angkatan 2018 dan Anita Wahid setelah survei dilakukan dan data yang dipakai lulus uji validitas dan reliabilitas. Pada wawancara peneliti bersama subjek ahli, peneliti menemukan bahwa terdapat informasi yang mungkin jika sebuah hoaks sebetulnya memicu emosi dari pembacanya dan hoaks bekerja dengan sangat baik karena penulis konten hoaks menysasar kepada emosi dari si pembaca itu tersendiri. Emosi ini yang kemudian membuat masyarakat melakukan berbagai macam tindakan. Khalayak yang mendapatkan informasi yang terindikasi hoaks ini pada dasarnya tidak akan pernah menyadari kalau informasi yang ia terima adalah sebuah hoaks. Emosi yang terbentuk dari hoaks ini serta opini yang dia bentuk dari informasi ini akan mendorong dia untuk mencari lebih banyak info yang sepadan dengan info sebelumnya guna memperkuat opininya.

Pada wawancara yang dilakukan peneliti Subjek 1 menyatakan bahwa tempat media sosial yang memberikan informasi terindikasi sebagai "hoaks" ada pada WhatsApp. Subjek 1 membutuhkan informasi COVID-19 yang cepat karena subjek ini adalah orang yang sering berada di luar rumah. Subjek 1 memberitahu bahwa sekarang mencari informasi itu bukan hal yang susah untuk dilakukan dan dia melihat info tersebut dari data data yang ada di dalamnya. Pada bagian pertanyaan terbuka di survei hoaks dan opini publik, peneliti bertanya mengenai informasi media memiliki kebohongannya sendiri dan dia mengatakan karena adanya pro dan kontra pada media sendiri terhadap suatu peristiwa". Untuk jawaban dia yang menyatakan ada permainan uang di dalam COVID-19 dan Prokes, dia menjawab pertanyaan itu dengan kasus tes VCR. Dan dia memercayai informasi dari ibunya karena ibunya sudah menonton berita melalui TV sebelum menyebarkan itu ke subjek.

Subjek 2 yang diwawancara oleh penulis selanjutnya, mengatakan kalau dia hanya mengikuti apa yang sedang "dibicarakan" oleh orang banyak (alias *trending*). Subjek 2 mengaku bahwa dia membuka berita-berita yang memiliki *clickbait* karena tertarik dengan judul namun, dia menyadari itu hanya *click* dan isi dari konten tersebut tidak sesuai judul. Subjek 2 mengatakan kalau dia memiliki dorongan untuk mencari informasi mengenai COVID-19 karena ia penasaran dengan perkembangan COVID-19. Subjek 2 memiliki kecenderungan untuk tertarik dengan judul yang dipasang, namun ketika dilihat isinya melenceng dari topik judul saja. Ketika ditanyakan mengenai berapa berita yang ia perlukan untuk mengubah opininya, kalau sumbernya

relevan, 1 berita sudah cukup. 2-3 berita jika sumbernya tidak terpercaya. Dia puas dengan penanganan prokes pemerintah karena, pemerintah sudah mengikuti arahan WHO. Subjek 2 puas akan penurunan kasus, kemajuan pemerintah, penyebaran vaksin, mudah menemui gerai vaksin. Namun, subjek 2 masih memiliki kecurigaan terhadap kerja pemerintah karena pada saat COVID-19 sedang melonjak, kinerja pemerintah kurang terlihat, yang tidak mampu membayar biaya yang diberikan oleh rumah sakit akan ditelantarkan.

Pada wawancara peneliti terhadap Subjek 3, dia menyatakan bahwa dia tidak tertarik pada *clickbait* karena melebih-lebihkan informasi yang ada di dunia nyata dan judul sama isi selalu berbeda. Subjek 3 mencari info mengenai COVID-19 untuk keamanan pribadi, walaupun tidak langsung terima info dan akan melakukan verifikasi ke beberapa media besar ketika menerima info mengenai COVID-19 tersebut. Judul itu menarik pembaca karena inti topik itu, ada hal yang menarik dimana membuat khalayak penasaran dengan kronologinya. Subjek 3 memiliki kecenderungan untuk berpikir bahwa pemahaman dirinya benar, tapi juga cenderung merasa tidak nyaman kalau tidak menemukan informasi yang sepadan dengan dirinya. Tidak keberatan menerima info yang kemungkinan sedikit salah namun membuat dirinya nyaman.

Subjek 3 mengatakan bahwa ia tetap akan mengecek informasinya lagi karena pada saat baru benar-benar nyaman setelah mendapatkan informasi yang lebih lanjut. Ketika dipertanyakan soal keberpihakan media, Subjek 3 menjawab mengatakan bahwa media memiliki keberpihakan, seperti seorang teman yang menutup dosa temannya dari publik. Subjek ini mencurigai statistika yang ditunjukkan oleh pemerintah/peneliti terhadap COVID-19 yang menurut dia, disembunyikan persentasenya. Presentase yang disembunyikan ini menurutnya berpotensi untuk meningkatkan jumlah pembaca hoaks, karena akan ada beberapa yang mencari presentase tersebut. Subjek 3 tidak memilih untuk memercayai langsung info dari keluarga karena faktor perbedaan "pengetahuan di dunia internet" dan ia menganggap kalau mereka kurang paham media sosial.

Subjek 4 dalam wawancara bersama dengan peneliti menyatakan bahwa dia mencari info spesifik ke protokol kesehatan dan sifat alamiah dari penyakit (COVID-19). Dia mengatakan bahwa masyarakat harus beradaptasi dan mencoba ikut protokol dan aturan. Subjek 4 dalam mencari informasinya tidak begitu peduli dengan jumlah kasus covid. Subjek 4 lebih tertarik ke informasi seputar pengaruh COVID-19 ke kehidupan masyarakat secara praktis. Seperti: pengaruh WFH terhadap kesehatan mental, bisnis selama masa COVID, dll dsb. Subjek 4 hanya mengikuti betul-betul info mengenai covid jika ada sesuatu yang mendesak untuknya, seperti saat dia sedang mau melakukan pertukaran pelajar di Singapura. Dia puas karena pemerintah sudah memberikan usaha yang terbaik dengan berbagai kebijakan, dia menyayangkan perilaku masyarakat yang cenderung tidak patuh terhadap protokol kesehatan. Subjek 4 merasa pemerintah kurang tegas dan sosialisasinya kurang gencar, aparat keamanan juga kurang tegak dan berharap tidak ada "kasus Rachel Venya" baru.

Subjek 5 dalam wawancaranya bersama peneliti mengatakan bahwa judul merupakan daya tarik dari sebuah konten. Subjek 5 ini sendiri membutuhkan informasi mengenai COVID dan ingin bersiap-siap menghadapi pandemi tersebut. Dia mungkin sudah mencari banyak info di internet mengenai COVID-19, yang mungkin bisa menjadi alasan mengapa ia membutuhkan namun tidak begitu sering mencari dan membuka info tersebut. Ketika dipertanyakan mengenai keberpihakan media, dia tidak ingin berspekulasi mengenai itu. Ketika dipertanyakan alasan dia langsung mengambil konklusi hanya dengan judulnya saja, dia mengatakan, "Terkadang, judul sudah

menjawab isi berita.”. Subjek 5 mengaku bahwa dia tidak sering menemukan konten yang dapat diindikasikan sebagai hoaks. Sifat dasar manusia untuk menemukan yang sepaham dengan dirinya adalah alasan kenapa dia cenderung mencari informasi yang "sepaham" dengan dirinya, ketika dipertanyakan mengenai kecenderungannya dalam mencari info yang sepaham. Subjek 5 mengakui kalau dirinya tidak suka menyebarkan konten-konten yang tidak jelas sumbernya. Dia berpendapat bahwa opini bisa berubah. Subjek 5 juga menaruh kepercayaan dia terhadap pemerintah dalam mengendalikan penyebaran COVID-19.

4. Simpulan

Dapat dikatakan hoaks tidak begitu mampu memengaruhi opini publik mahasiswa FIKOM UNTAR 2018, dikarenakan beberapa faktor penting seperti kecenderungan responden untuk membuka konten *clickbait* (IP 3), pengambilan kesimpulan via judul (IP 8), dan salah satunya lagi adalah kecenderungan untuk menyebarkan konten sebelum selidik (IP 10), baik secara frekuensi maupun secara rata-rata. Skala perilaku mahasiswa FIKOM UNTAR Angkatan 2018 menunjukkan angka di mana pada variabel-variabel kebanyakan mengarah ke perilaku-perilaku yang akan meminimalisir kemungkinan bagaimana hoaks dapat memengaruhi opini mereka dimana akhirnya akan memancing mereka. Namun mereka juga masih memiliki kecenderungan yang bisa saja memperkuat penyebaran hoaks untuk instrumen penelitian kecenderungan menyukai info yang sepaham dengan pembacanya (9) dan kecenderungan responden untuk mengubah opini (11), walaupun secara rata-rata tidak menunjukkan kecenderungan untuk bertindak seperti itu.

Hoaks pada masa pandemi COVID-19 pun menjamur karena keterbatasan informasi COVID-19 yang juga ditabrak dengan kebutuhan akan informasi mengenai pandemi. Hoaks mempengaruhi opini publik masyarakat dengan cara menyentuh emosi mereka dengan kontennya. Emosi dari masyarakat setelah mendapatkan informasi dari hoaks nantinya akan mendorong mereka untuk mencari informasi yang mendukung opininya yang telah diubah melalui hoaks tersebut. Masyarakat yang memberikan durasi, frekuensi, dan intensitas terhadap informasi ini akan menyebabkan pengaruh serta terpaan dari media yang memiliki konten hoaks ini semakin kuat.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, serta semua pihak yang turut membantu peneliti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Alkatiri, Bin Muhammad, A., NADIAH, Z., & NASUTION, A. N. S. (2020). Opini Publik Terhadap Penerapan New Normal Di Media Sosial Twitter. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(1), 19–26. <https://doi.org/10.35814/coverage.v11i1.1728>
- Loisa, R., Susanto, E. H., Junaidi, A., & Loekman, F. (2019). Media Siber, Aparat, Dan Pemberitaan Keberagaman. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6), 1243. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.434>

- Rawung, Dede Trinovie. (2020). Bahan Ajar Diklat Statistisi Ahli BPS Angkatan XXII, Mata Diklat" Metode Penarikan Sampel. Badan Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pusat Statistik RI. https://pusdiklat.bps.go.id/diklat/bahan_diklat/BA_2144.pdf (Diakses pada 2 Oktober 2021)
- Roy, J., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Terpaan Media Berita Hoax di Instagram terhadap Opini Masyarakat Milenials Akan Sumber Berita. *Koneksi*, 4(2), 280. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8138>
- Triyadi, R. (2013) KEMAMPUAN MATEMATIS DITINJAU DARI PERBEDAAN GENDER. S1 thesis, Universitas Pendidikan Indonesia. <http://repository.upi.edu/3283/>
- Wismasari, D., & Sanyata, S. (2019). Status Identitas Dating Berdasarkan Lapisan Mikrosistem pada Mahasiswa Tahun Pertama Universitas Negeri Yogyakarta. [UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA]. <https://eprints.uny.ac.id/64310/>