

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan media pada jaman sekarang sudah sangat melambung pesat, salah satunya dalam mengkonsumsi berita di media sosial. Media sosial sebuah platform *online* yang dipakai untuk membangun jaringan sosial atau hubungan sosial dengan orang lain yang mempunyai kesamaan dalam minat, kegiatan, latar belakang, dan koneksi di kehidupan nyata (Gunawan & Ratmono, 2021). Media sosial membantu setiap individu atau kelompok dalam melakukan aktivitas berkomunikasi dan bertukar informasi menjadi lebih cepat dan tidak terpengaruh oleh jarak.



Gambar 1. 1 Riset Pengguna Media Sosial
Sumber : (Kemp, 2022)

Berdasarkan riset agensi Marketing *We Are Social* hampir setengah masyarakat di Indonesia aktif menggunakan media sosial pada Januari 2022. Dalam laporan *Digital 2022: The Latest Insights Into The State of Digital*, menyebutkan ada 277,7 juta penduduk di Indonesia dan 191,4 juta di dalamnya telah aktif memakai media sosial. Dengan demikian, angka penetrasinya sekitar 68,9% (Kemp, 2022). Media sosial menjadi platform yang sering digunakan untuk mendapatkan informasi, hal ini sesuai dengan survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center menunjukkan sebesar 73% responden menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi (Vania, 2022).

Kementerian Komunikasi dan Informatika bekerja sama dengan Survei Katadata Insight Center menemukan 30% - 60% masyarakat Indonesia terpapar hoaks dalam mengkonsumsi media sosial, sementara hanya 21% - 36% yang mampu membedakan hoaks, isu hoaks yang beredar rata-rata mengenai politik, kesehatan, dan agama (Cahyadi, 2020). Riset *Dailysocial* yang bekerja sama dengan Jakpat Mobile Survei Platform menemukan informasi sebaran hoaks di media sosial yaitu yang pertama Facebook (82,25%), kedua Whatsapp (56,55%), dan ketiga Instagram (29,48%) (Eka, 2018)

Berkembangnya media sosial membuat banyaknya arus informasi yang diterima oleh masyarakat, salah satunya mengenai vaksinasi Covid-19 yang mendapat banyak pro dan kontra. Berdasarkan hasil dari Lembaga Survei Indonesia menyebutkan terdapat 36,4% masyarakat tidak bersedia untuk di vaksinasi dengan berbagai alasan, yaitu takut akan efek samping vaksinasi, vaksin tidak efektif, dan merasa tubuhnya sehat (CNN Indonesia, 2021). Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Center of Digital Society, masyarakat mengakses informasi Covid-19 melalui media sosial, tetapi masyarakatpun masih percaya akan teori konspirasi terkait informasi vaksin Covid-19 dan menemukan bahwa platform seperti Instagram dan youtube banyak digunakan dalam penolakan vaksin Covid-19. Setelah dilakukan analisis mendalam ditemukan bahwa informasi media sosial membawa pengaruh terhadap pandangan seseorang (Agung, 2021).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center menunjukkan bahwa 42,1% tidak ingin divaksin karena tidak percaya akan vaksin Covid-19 yang belum ampuh, vaksin berbahaya, dan penyampaian informasi oleh beberapa pihak (Pertana, 2021). Kepercayaan terhadap vaksin memiliki 4 faktor yaitu keraguan mengenai keamanan vaksin, pengetahuan informasi vaksin, pengambilan keputusan seseorang, dan pengalaman masa lalu terkait vaksinasi (Dube, et al., 2013).

Hal ini membuat terbentuknya MAFINDO (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia) untuk mengurangi berita hoax vaksin Covid-19 yang beredar di media sosial dengan melakukan metode debunking atau pelurusan informasi hoaks melalui Instagram @turnbackhoaxid.



Gambar 1. 2 Konten intagram @turnbackhoaxid
Sumber: Instagram @turnbackhoaxid, 2023

Berdasarkan pada gambar diatas, tujuan konten tersebut dibuat oleh Instagram @turnbackhoaxid untuk memberikan penyuluhan atau memberitahukan kepada seluruh masyarakat bahwa efek samping dari vaksin Covid-19 tidak ada hubungannya dengan cacar monyet dan peningkatan kasus Covid-19, sehingga masyarakat tidak perlu merasa ragu maupun takut akan vaksin Covid-19. Namun, berdasarkan survei yang dilakukan oleh DigitalCenter ditemukan metode debunking atau pelurusan pesan hoaks kurang efektif digunakan karena masih terdapat masyarakat yang tidak mencari informasi melalui media sosial dan masyarakat hanya peduli akan pendapat mereka daripada kebenaran (Safanja, 2022).

Laporan Edelman Trust Barometer menunjukkan bahwa Indonesia merupakan tertinggi kedua di dunia dalam kepercayaan masyarakat terhadap media sebesar 73%. China sebesar 80%, Thailand 66%, India 66%, Uni Emirat Arab 64%, Arab Saudi 64%, Malaysia 60%, dan Singapura 59% (Bayu, 2022).

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah di paparkan, penelitian ini sejalan dengan teori stimulus-organism-respons (S-O-R). Teori ini mendefinisikan bahwa seseorang dapat memberikan respons kepada stimulus (pesan) yang di dapatkan dari media dan dapat mempengaruhi khalayak (Effendy & Onong, 2009). Penelitian ini juga menggunakan konsep efektivitas, dimana bisa dikatakan efektivitas apabila tujuan penyampaian informasi berhasil mencapai sesuai targetnya (Prihartono, 2012).

Oleh karena itu, penelitian ini ingin melihat apakah terdapat pengaruh efektivitas pelurusan hoaks vaksin Covid-19 terhadap tingkat kepercayaan *followers* Instagram @turnbackhoaxid.

1.2 Rumusan Masalah

Media sosial menjadi platform utama bagi masyarakat jaman sekarang untuk mendapatkan informasi. Namun, karena tingginya pengguna media sosial terjadinya budaya malas membaca sehingga mudah untuk terpapar berita hoaks. Salah satu berita hoaks yang diterima oleh masyarakat yaitu vaksin Covid-19 yang membuat masyarakat menjadi tidak percaya dan tidak bersedia untuk di vaksinasi. Hal ini membuat lembaga atau komunitas dari MAFINDO (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia) melakukan pelurusan pesan terhadap berita hoaks vaksin Covid-19 yang beredar di media sosial agar masyarakat tidak perlu khawatir dan percaya bahwa vaksin Covid-19 aman untuk dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengukur seberapa besar pengaruh efektivitas pelurusan pesan hoaks vaksin Covid-19 terhadap *followers* @turnbackhoaxid.

1.3 Pertanyaan Penelitian

- 1.3.1** Apakah efektivitas pelurusan pesan hoaks vaksin Covid-19 mempengaruhi tingkat kepercayaan *followers* @turnbackhoaxid?
- 1.3.2** Seberapa besar pengaruh efektivitas pelurusan pesan hoaks vaksin Covid-19 terhadap tingkat kepercayaan *followers* @turnbackhoaxid

1.4 Tujuan Penelitian

- 1.4.1** Ingin mengetahui apakah terdapat efektivitas pelurusan pesan hoaks vaksin Covid-19 mempengaruhi tingkat kepercayaan *followers* @turnbackhoaxid
- 1.4.2** Ingin melihat seberapa besar pengaruh efektivitas pelurusan pesan hoaks vaksin Covid-19 terhadap tingkat kepercayaan *followers* @turnbackhoaxid

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Di harapkan dapat memberikan kontribusi atau pedoman untuk peneliti selanjutnya dalam mengetahui efektivitas pelurusan pesan atau metode debunk terhadap tingkat kepercayaan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Di harapkan untuk akun Instagram @turnbackhoaxid dapat menggunakan media sosial lainnya untuk membantu berantas penyebaran hoaks.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Di harapkan masyarakat Indonesia dapat memiliki minat baca yang tinggi terhadap mencari informasi di media sosial maupun buku. Selain itu di harapkan masyarakat tidak menelan mentah-mentah informasi yang diterima melalui media sosial dan segera mencari sumber resmi yang sudah terbukti valid atau kredibel.

1.5.4 Keterbatasan Sosial

Masih kurangnya referensi penelitian yang membahas mengenai efektivitas pelurusan pesan hoaks terhadap tingkat kepercayaan dan subjek penelitian ini hanya pengikut *followers* Instagram @turnbackhoaxid yang pernah membaca informasi pelurusan pesan hoaks vaksin Covid-19.