

## EFEKTIVITAS MEDIA BARU DALAM SOSIALISASI PROGRAM LAWAN HOAX SAAT PANDEMI COVID-19 DI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA PALANGKA RAYA

Junaidi<sup>1</sup>, Dian Zannuba Anggraini<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Palangkaraya 1, Palangkaraya, Kalimantan Tengah, Indonesia  
email: [junaidikapos@gmail.com](mailto:junaidikapos@gmail.com), [dianzannuba@gmail.com](mailto:dianzannuba@gmail.com)

### Abstrak

Covid-19 menjadi wabah bencana non alam terbesar di dunia pada tahun 2020. Virus ini pertama kali menyebar ke negara-negara lain, termasuk Indonesia. Masyarakat berada dalam ketidakpastian dalam menerima banyak informasi tentang Covid-19 di berbagai media massa, termasuk jejaring sosial. Kondisi ini diperparah dengan berita rekayasa untuk menutupi informasi sebenarnya terkait Covid-19 yang sulit dibendung. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran perilaku masyarakat terkait penyebaran hoax Covid-19. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pengetahuan tentang Covid-19 dan hoaks sangat memadai. Namun, sebagian besar dari mereka yang diwawancarai bersikap ragu dalam membedakan berita hoax atau bukan. Hal ini dikarenakan banyaknya informasi yang mereka terima setiap hari. Kepanikan masyarakat atas Covid-19 menyebabkan penyebaran hoaks yang terus berlanjut dengan harapan informasi tersebut dapat bermanfaat dalam mencegah dan mengobati terlepas dari kebenaran yang ada. Sementara itu, sebagian besar masyarakat belum dapat mengidentifikasi dengan pasti tentang hoaks Covid-19. Sehingga, sebagian dari mereka bersikap ragu untuk menyebarluaskan berita tersebut karena menganggap informasi tersebut belum valid atau diketahui kebenarannya, karena bisa saja berita tersebut dianggap merugikan atau mementingkan beberapa pihak.

**Kata Kunci:** Efektivitas, Media Baru, Sosialisasi, Penyebaran Hoax

### Abstract

*Covid-19 became the largest non-natural disaster outbreak in the world in 2020. This virus first spread to other countries, including Indonesia. The public is in uncertainty in receiving a lot of information about Covid-19 in various mass media, including social networks. This condition is exacerbated by fabricated news to cover up actual information related to Covid-19 which is difficult to contain. This study aims to get an overview of community behavior related to the spread of the Covid-19 hoax. The results of the study concluded that knowledge about Covid-19 and hoaxes was very adequate. However, most of those interviewed were hesitant in distinguishing hoax news or not. This is because of the large amount of information they receive every day. Public panic over Covid-19 has led to the continued spread of hoaxes in the hope that this information can be useful in preventing and treating regardless of the truth. Meanwhile, most people have not been able to identify with certainty about the Covid-19 hoax. So, some of them are hesitant to spread the news because they consider that the information is not valid or the truth is known, because the news may be considered detrimental or of importance to several parties.*

**Keywords:** The Effectiveness, New Media, Socializing, Hoax

## PENDAHULUAN

Sudah hampir dua tahun berlalu, Pandemi virus yang dikenal dengan CORONAVIRUS DISEASE (COVID-19) menjadi sorotan dunia. Krisis kesehatan global bahkan di sektor ekonomi dan sosial tentunya menjadi masalah yang cukup serius. Di Indonesia, kehidupan jutaan masyarakat, anak-anak dan keluarga seakan terhambat. Pembatasan sosial yang dilakukan dan penerapan protokol yang ketat serta penutupan sekolah juga diberlakukan dengan harapan dapat memutus rantai penularan virus ini. Para peneliti di berbagai dunia dan WHO (World Health Organization) bersama mitra-mitra terkait sedang bekerja sama mengembangkan vaksin, obat-obatan dan program kebijakan baru atau yang sering disebut dengan "New normal". Kebijakan ini merupakan kebijakan yang berhubungan langsung dengan perencanaan pembangunan pemerintah yang menetapkan target di rencana pembangunan jangka menengah nasional (RPJMN) 2020-2024.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di era digital saat ini semakin meluas dengan sangat cepat. Tidak dapat dipungkiri bahwa kehidupan modern telah dirasakan oleh berbagai lapisan masyarakat di dunia. Dengan adanya media baru tentunya berdampak besar pada cara kita dalam berkomunikasi. Media baru adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan awalan dalam era baru untuk komunikasi dan berinteraksi. Di dalam media baru terdapat berbagai platform menarik yang bersifat informatif, cerdas dan interaktif yang tentunya diminati oleh berbagai kalangan. Bahkan, para millennial dan masyarakat umum merasa termudahkan dengan adanya media baru ini. Perkembangan kemajuan teknologi dari tahun ke tahun juga mengalami perubahan yang semakin pesat. Sebagai contoh, di Era Informasi saat ini orang-orang lebih mengandalkan teknologi untuk dalam memudahkan pekerjaan sehari-hari mereka, seperti mengumpulkan informasi, maupun menjalin komunikasi dengan teman maupun saudara jauh.

Menurut Sekjen APJII, jika digabungkan dengan angka dari proyeksi Badan Pusat Statistik (BPS) maka populasi Indonesia tahun 2019 berjumlah 266.911.900 juta, sehingga pengguna internet Indonesia diperkirakan sebanyak 196,7 juta pengguna. Jumlah tersebut naik dari 171 juta di tahun 2019 dengan penetrasi 73,7 persen atau naik sekitar 8,9 persen atau sekitar 25,5

juta pengguna, sedangkan di tahun lalu Indonesia naik 21 juta dan tahun ini naik menjadi 25,5 juta.

Penggunaan media baru juga berdampak dalam mensosialisasikan kebijakan-kebijakan di sektor pemerintahan. Misalnya, dalam pelaksanaan rapat online, sosialisasi serta seminar yang diadakan melalui aplikasi meeting zoom. Realisasi agenda-agenda instansi/Lembaga pemerintahan melalui daring menjadi pilihan terbaik demi kelancaran program serta kebijakan pemerintah. Setiap instansi diwajibkan untuk meminimalisir pertemuan secara langsung atau face to face agar menekan penyebaran virus covid 19, media baru menjadi alternatif di masa pandemi.

Berbagai informasi “palsu” beredar di lini masa, yang tersebar melalui media sosial seperti whatsapp, Instagram dan facebook. Pesatnya perkembangan smartphone atau yang dikenal dengan ponsel pintar telah membuat masyarakat merasa termudahkan dalam mengakses beragam informasi dan berita hanya dengan genggaman tangan. Hal ini mengakibatkan beberapa orang dengan mudah menyebarkan informasi palsu yang belum diketahui kebenarannya sehingga mudah bagi sejumlah orang meyakini sebagai kebenaran. Generasi transisi rentan percaya terhadap kabar bohong tersebut, karena faktor yang belum bersinggungan dengan teknologi. Contohnya, telah tersebar berita bohong mengenai Covid-19 di bulan Februari 2021 yang menyebutkan Beredarnya informasi di media sosial yang mengklaim Virus Corona Covid-19 muncul karena adanya rapid test dan tes PCR (Polymerase chain reaction).” Klaim ini muncul setelah seorang pengguna facebook memuat sebuah unggahan dengan narasi “Gara gara ada alat Rapid dan PCR yang di sumbang Bill Gate dunia kacau balau meyakini ada virus hanya karena adanya alat ini”

Dikutip dari cekfakta.tempo.co, klaim bahwa virus corona Covid-19 muncul karena adanya tes rapid dan tes PCR adalah salah. Tes pcr dan Rapid test merupakan dua jenis tes yang bisa digunakan untuk mengetahui apakah seseorang terindikasi covid-19. Pakar kesehatan Akmal Taher mengungkapkan testing bersama tracing dan treatment (3T) adalah strategi yang dapat diambil untuk mengurangi resiko laju kasus Covid-19. Dengan tes, mereka yang positif covid-19

bisa segera ditemukan lalu diisolasi agar tidak menularkannya pada orang lain. Teknologi tes PCR pun sudah ditemukan sejak 1983, jauh sebelum munculnya covid-19 dan varian sejenisnya. Berdasarkan latar belakang tersebut, hal yang menarik untuk dikaji dan dicermati lebih mendalam adalah untuk mengetahui apakah sosialisasi program lawan hoax melalui media baru menjadi pilihan yang efektif di masa pandemi ini.

## **METODOLOGI**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif. Menurut Saryono (2010), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur, atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.

Penelitian kualitatif didasarkan pada filosofi fenomenologis yang mengutamakan apresiasi. Metode kualitatif berusaha untuk memahami dan menafsirkan dari makna peristiwa interaksi perilaku manusia dalam situasi tertentu yang mana menurut perspektif peneliti itu sendiri. (Sugiyono,2017) .

Berdasarkan teori tersebut, alasan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif adapun tujuannya adalah untuk dapat memahami faktor situasi,sosiologis, dan gejala sosial secara mendalam dan komprehensif. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman mendalam dan komprehensif tentang faktor, situasi, fenomena atau fenomena sosial.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu melakukan observasi awal terhadap ruang lingkup kegiatan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palangkaraya. Dalam bab ini akan dibahas mengenai hasil penelitian lapangan yang dilakukan dengan menggunakan data dari wawancara, observasi dan data yang bersumber dari catatan yang ada pada instansi tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi dan observasi yang dilakukan oleh peneliti dalam kegiatan sosialisasi lawan hoax Diskominfo Kota Palangka Raya. Dari data yang ditemukan, umumnya webinar yang diadakan berasal dari Diskominfo Provinsi Kalimantan Tengah dan

Diskominfo Pusat. Adapun terdapat 8 kegiatan webinar yang dilakukan menggunakan media baru. Dalam hal ini media baru yang digunakan yakni, aplikasi zoom meeting, media sosial Instagram, Youtube dan Facebook. Diungkapkan lebih lanjut oleh Patar Limbounng selaku Kasi Pengelolaan Opini dan Aspirasi Publik mengungkapkan bahwa :

“karna kami adalah bagian vertikal dari pusat pemerintahan daerah kominfo, kami lebih condong melalui literasi digital baik menggunakan komunitas atau kelompok tertentu misalnya saja mahasiswa, siswa siswi sekolah menengah pertama dan atas. Dan terakhir kami mengadakan sosialisasi mengenai bijak bermedia sosial yang berhubungan langsung dengan lingkup asn seputar kota palangkaraya”

Dari pernyataan diatas disimpulkan bahwa lingkup sosialisasi menggunakan media baru tidak hanya dilakukan di lingkungan sekolah namun di lingkungan dalam Pemerintah kota Palangkaraya. Agar kegiatan sosialisasi ini dapat merata di semua kalangan pihak manapun. Adapun hoax di masyarakat sangat beragam, contohnya saja apabila menerima informasi. Jika dikatakan informasi tersebut cukup mendapatkan respon yang cukup banyak, masyarakat cenderung membagikan tanpa memeriksa kembali kebenaran berita tersebut. Hal ini dibenarkan oleh fatar, ia mengungkapkan bahwa :

“Pada saat itu kami mengetahui dan langsung memeriksa kembali fakta yang sebenarnya tentang berita yang telah beredar. lalu kami mengendalikan sebaran hoax tersebut agar tidak meluas. jadi inilah tugas kami, yaitu mencoba untuk handle pemberitaan yang kiranya tidak benar dan memberikan informasi kebenaran atas berita yang beredar”

Dari pernyataan tersebut, disimpulkan pihak Diskominfo berperan penting agar pemberitaan yang tidak diketahui kebenarannya tidak semakin menyebar semakin jauh dan meluas terutama terkait pandemi Covid-19.

Salah satu cara untuk mengatasi penyebarann hoax tidak semakin meluas adalah penerapan sanksi kepada masyarakat. Sosialisasi dan penyuluhan Program Lawan Hoax di masa pandemi Covid-19 sedikit mengalami perbedaan dengan sebelum adanya masa pandemi Covid-19 tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan I Gusti Bagus Swadarma selaku Jabatan Fungsional Umum Analisis Publikasi mengatakan bahwa, pihak Diskominfo memasang spanduk

dan baliho di beberapa titik di Kota Palangka Raya. Ada 3 tempat pemasangan baliho yakni salah satunya di Bundaran Besar Kota Palangka Raya, Taman Kuliner Tunggul Sangomang dan di sekitar Kantor Walikota. Pihak Diskominfo juga melakukan sosialisasi dengan memasang iklan layanan sosial terkait program yang dilakukan serta meletakkan spanduk di beberapa kelurahan Kota Palangka Raya. Dalam hal ini pihak Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palangkaraya juga melakukan beberapa sosialisasi saat Pandemi Covid-19 dengan menggunakan media daring. Gusti mengatakan bahwa media daring, atau media baru merupakan salah satu cara yang digunakan pihak Diskominfo untuk melakukan sosialisasi dan penyuluhan. Adapun beberapa diantaranya melalui aplikasi zoom meeting, media sosial (youtube, Instagram, dan facebook). Masyarakat juga dapat memiliki akses untuk mencari informasi dari website resmi Diskominfo Kota Palangka Raya. Ditambahkan oleh Gusti, bahwa kegiatan sosialisasi saat pandemi Covid-19 akan tetap diadakan, tentunya dengan prosedur yang berlaku. Salah satunya, pemasangan spanduk di beberapa titik kelurahan serta kecamatan dan pembagian leaflet/poster yang dilakukan di lingkungan sekolah dan masyarakat. Komunitas Informasi Masyarakat (KIM) juga menjadi salah satu cara untuk meminta masyarakat untuk berperan aktif dan kreatif dalam mengelola informasi untuk pemberdayaan masyarakat secara swadaya.

KIM sendiri merupakan Kelompok informasi Masyarakat (KIM) yang dibentuk oleh masyarakat, dari masyarakat dan untuk masyarakat yang secara mandiri dan kreatif mengelola informasi untuk pemberdayaan masyarakat (punya nilai tambah). Adapun kegiatan webinar yang sudah diadakan pihak DISKOMINFO adalah sebagai berikut :

Contoh:

**Tabel I.** Karakter konservasi yang nampak pada pertemuan 1

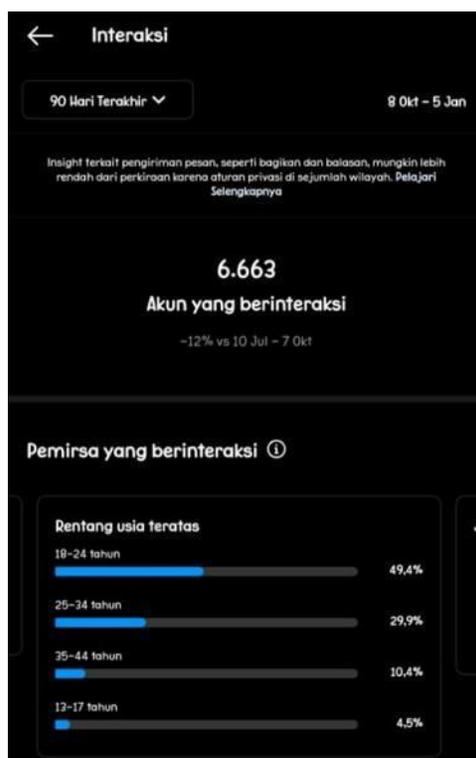
No.	Program sosialisasi dan penyuluhan	Media Yang Digunakan
	Indonesia Makin Cakap Digital	Live Streaming di Youtube Kemkominfo, Siberkreasi, Aplikasi Zoom.

	Menambah wawasan baru di Dunia Online saat ini “Gerakan Nasional Literasi Digital”	Aplikasi Zoom Meeting
	Literasi Informasi Bijak Bermedia Sosial	Live di Instagram @Kominfoplk
	ASN Melek Literasi Digital dan Sosialisasi Program Government Transformation Academy	-Aplikasi Zoom Meeting
	Webinar Pengelolaan Panduan SP4N Laporan	Aplikasi Zoom Meeting
	Webinar BIMTEK Peningkatan Kapasitas PPID di Lingkup Pemerintah Kota Palangka Raya	Aplikasi Zoom Meeting

	Webinar Etika Asn Dalam Bermedia Sosial	Aplikasi Zoom Meeting
	Peran pemerintah dan masyarakat dalam Menangkal Hoax	Disiarkan di Radio Republik Indonesia & Youtube

Adapun sasaran dalam program Diskominfo lawan hoax saat Pandemi Covid-19 di Kota Palangka Raya dengan jumlah sebanyak 21,8ribu pengikut di instagram. Dengan data yang telah terkumpul selama tiga bulan terakhir terhitung dari bulan oktober 2021 hingga januari 2022. Maka untuk persentasi rentang usia teratas diikuti oleh umur 18-24 tahun dengan persentasi 49,4%, diikuti oleh 29,9% dengan rentang usia 25-34 tahun, dan persentase 20,4% dengan rentang usia 35-44 tahun.

Dengan dokumentasi data Instagram @Kominfolk sebagai berikut :



Sebagaimana “Efektivitas Organisasi” yang telah Richard M. Steers mengungkapkan adapun penelitian yang ditemukan dilapangan dalam Pencapaian Tujuan adalah upaya yang harus dipandang sebagai suatu proses. didapatkan hasil bahwa sasaran sosialisasi yang ditunjukkan sesuai dengan rencana yang telah ditargetnya. Yang mana dalam hal ini pihak Diskominfo berhasil melakukan kegiatan sosialisasi di berbagai lingkup masyarakat seperti di kalangan orang tua, anak-anak, remaja dan dewasa. Dengan demikian, kurun waktu serta sasaran yang dapat dicapai dengan baik sesuai sasaran yang telah direncanakan. .

Dari aspek Integrasi yaitu pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya. Integrasi menyangkut proses sosialisasi.



Gambar 1. Dokumentasi Dialog “Peran Pemerintah dalam menangkal Hoax”

Dari segi aspek tersebut, ditemukan di lapangan bahwa proses sosialisasi dapat berjalan dengan lancar hal ini dibuktikan dengan penguasaan materi yang dibawakan oleh narasumber dari pihak Diskominfo yang turun langsung ke lapangan.

Dan dari aspek adaptasi atau kemampuan organisasi dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar. Maka digunakan tolak ukur proses pengadaan dan pengisian tenaga kerja. Dan hasil penelitian yang ditemukan di lapangan pihak Diskominfo tergolong aktif dan kreatif dalam membawakan beberapa materi. Sehingga disimpulkan, aspek adaptasi dan kemampuan organisasi dalam menyesuaikan diri dikatakan berhasil. Adapun cara adaptasi yang dilakukan tergolong menarik, contohnya saja memberikan doorprize kepada audience dengan penggolongan pertanyaan yang terbaik.

Dari sejumlah definisi dan pembahasan indikator dalam menilai tingkat efektivitas yang telah dikemukakan diatas, perlu peneliti tegaskan bahwa dalam rencana.

Dan hasil dari beberapa kegiatan sosialisasi yang telah dilakukan oleh pihak DISKOMINFO dapat dikatakan bahwa masyarakat cukup mengerti dan memahami bagaimana berita hoax dapat mempengaruhi perasaan dan emosi individu. Sehingga dalam hal ini respon yang didapatkan beragam. Adapun penilaian tersebut tergolong positif dan negatif. Dengan demikian, masyarakat diharapkan dapat mengerti dan berpikir secara sadar dalam menyebarkan sebuah informasi.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palangka raya, peneliti menyimpulkan bahwa sosialisasi efektivitas media baru saat Pandemi Covid-19 di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palangka raya cukup efektif. Hal tersebut dinilai dari indikator efektivitas yakni pencapaian tujuan, integrasi, dan kemampuan dalam beradaptasi. Dari hasil wawancara yang dilakukan di RRI terlihat masyarakat cukup antusias serta aktif dalam memahami bagaimana mengatasi penyebaran hoax. Dengan demikian, ketiga aspek dapat dikatakan berhasil, karna prosesnya sesuai dengan indikator efektivitas serta kemampuan adaptasi terlihat dari proses komunikasi yang telah berlangsung contohnya saja melalui sesi tanya jawab diskusi selama webinar atau dialog berlangsung. Dan pencapaian tujuan dapat terlihat dari pembentukan kelompok informasi masyarakat. Dengan demikian, media baru seperti aplikasi zoom, instagram dan youtube dikatakan berhasil dalam mensosialisasikan kegiatan program yang diselenggarakan oleh pihak DISKOMINFO.

## REFERENSI

- Baran, Stanley J., and Pengantar Komunikasi Massa Jilid. "Edisi 5 Melek Media & Budaya." (1).
- Burhan, Bungin. "Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat." Jakarta: Kencana Prenada Media Group (2006).
- Cindrakasih, Roosita. "DINAMIKA GLOBALISASI BUDAYA KOREA DI INDONESIA DAN POLA KONSUMSI REMAJA "KOREAN WAVE" DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM." *Jurnal Public Relations (J-PR)* 2.1 (2021): 17-28.
- Daniarsyah, Dida. "Efektivitas Pelaksanaan Kebijakan Program Kartu KUSUKA Pada Kementerian Kelautan dan Perikanan." *JIPAGS (Journal of Indonesian Public Administration and Governance Studies)* 3.2 (2020).
- Morissan, Dr. "Andy Corry Wardhani, M. Si., Dr. Farid Hamid U., M. Si." *Teori Komunikasi Massa*. Morissan, Morissan. "Teori komunikasi individu hingga massa." Jakarta: Prenadamedia Group (2015)
- Munggaran, Dhea Nurfadillah, and Yuliani Rachma Putri. "Strategi Komunikasi Pt. Media Online Bengkulu Dalam Proses Penyajian Informasi Melalui Akun Instagram@ bengkuluekspressdotcom." *eProceedings of Management* 8.5 (2021).
- Permana, Rangga Saptya Mohamad, and Jimi Narotama Mahameruaji. "Strategi pemanfaatan media baru NET. TV." *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 23.1 (2019): 21-36.

- Priyandono, Bambang. "PENGARUH KEARIFAN LOKAL DALAM EFEKTIVITAS PENGHEMATAN SUMBER DAYA LISTRIK DI MASYARAKAT Studi Eksperimen Di Kelurahan Neglasari Kecamatan Cibeunying Kaler Bandung." Jurnal TEDC 11.1 (2019): 16-23.
- Pusida, Rianto, Agustinus Pati, and Trintje Lambey. "Perilaku Pemilih Pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Kepulauan Talaud Tahun 2013 (Studi Tentang Efektivitas Kampanye)." JURNAL EKSEKUTIF 1.1 (2018).
- Steers Richard, M. 1985. "Efektivitas Organisasi." Erlangga. Jakarta
- Suratnoaji, Catur. 2019. "Literasi Media Baru."
- Wahyuni, Hermin Indah. 2018. Kebijakan Media Baru Di Indonesia:(Harapan Dinamika Dan Capaian Kebijakan Media Baru Di Indonesia). Ugm Press.