

POLARISASI VAKSIN COVID-19 STUDI TENTANG BERITA HOAX DAN POPULISME DI KOTA PADANG

Diego¹, Yayuk Lestari²

Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Andalas¹²

Email Korespondensi : diego@soc.unand.ac.id

Naskah diterima tanggal 11-30-2022, direvisi tanggal 31-03-2023, disetujui tanggal 30-05-2023

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini diantaranya untuk mengetahui fenomena polarisasi, narasi hoax lewat sosial media dan populisme terutama kaitannya dengan kepercayaan kepada pemerintah. Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi terutama dari sosial media. Pengetahuan dan keyakinan awal tentang vaksin Covid-19 merupakan faktor utama dari informan. Faktor yang mempengaruhi anti vaksin yakni influencer di media sosial serta adanya ketidakpercayaan kepada pemerintah dalam menangani krisis. Adanya kesimpangsiuran informasi mengenai Covid-19 dan vaksinasi Covid-19 menjadi celah awal ketidakpercayaan masyarakat. Pesan di sosial media merupakan peneguh dari keyakinan awal bahwa vaksin berbahaya dan merupakan bentuk konspirasi.

Kata kunci : Covid-19, Hoax, Polarisasi, Populisme, Vaksin

Abstract. *This research aims to discover the phenomenon of polarisation, hoax narratives through social media and populism, especially concerning trust in the government. The researcher used a qualitative descriptive research method and conducted in-depth interviews with ten informants from various backgrounds in the city of Padang. Initial knowledge and beliefs about the Covid-19 vaccine were the main factors in the informants. Factors that influence anti-vaccine are influencers on social media and distrust of the government in dealing with crises. The existence of confusion about information about Covid-19 and Covid-19 vaccination is the initial gap in public distrust. Messages on social media confirm the initial belief that vaccines are dangerous and are a form of conspiracy.*

Keywords : Covid-19, Hoax, Polarisasi, Populism, Vaccination

PENDAHULUAN

Maraknya perkembangan teknologi komunikasi, membuat kita dapat mengakses internet dengan mudah. Popularitas media sosial dimulai sekitar 2009 ketika Blackberry memperkenalkan smartphone di Indonesia. Data dari APJII menunjukkan penetrasi internet Indonesia meningkat setiap tahunnya, pada tahun 2022 ada 210 juta pengguna internet di Indonesia (APJII, 2022). Budaya Indonesia cenderung memiliki banyak teman tak heran sosial media sangat populer di Indonesia. Menurut (Tapsell, 2019) media sosial mencerminkan kondisi masyarakat. Indonesia lebih terbuka untuk berbagi informasi di Asia Tenggara- apakah informasinya akurat atau tidak. Tapsell juga menekankan bahwa budaya ini tercermin dalam perilaku media online, dimana banyak informasi pribadi dibagikan di media sosial, yang lebih terbuka. Tidak heran beberapa penelitian menempatkan Indonesia sebagai lima negara pengguna terbesar di Facebook, Twitter, dan Instagram.

Di awal kemunculan media sosial (Barber, 2003; Dahlgren, 2005) percaya bahwa dengan adanya internet akan meningkatkan kualitas demokrasi dan partisipasi publik. Penggunaan internet sebagai alat kampanye menunjukkan perubahan dalam masyarakat informasi. Transformasi tersebut adalah bukan suatu bentuk disrupsi atau gerakan revolusioner seperti yang telah ditegaskan sebelumnya, tetapi itu adalah hasil banyak pengamatan tentang munculnya internet (Breindl, 2010). Individu dan masyarakat umum secara terorganisir telah meningkatkan penggunaan media sosial sebagai alat kampanye.

Popularitas media sosial di Indonesia menunjukkan peningkatan pengguna media sosial saat ini dan tren terbaru menunjukkan bahwa penggunaan sosial mengacu pada publikasi

berbagai hal yang berkontribusi pada perkembangan berita dan informasi di kalangan masyarakat. Mayoritas sosial pengguna media memanfaatkan jejaring sosial mereka untuk memenuhi kebutuhan mereka akan berita yang bahkan tidak dapat diverifikasi secara akurat. Masyarakat telah memperoleh manfaat dari penggunaan media untuk kepentingan politik dan sosial minat; hal ini juga sejalan dengan upaya untuk mendukung sesama pengguna jejaring sosial lainnya untuk secara politis menekan pemerintah untuk mengabulkan permintaan mereka (Ambardi et al., 2014).

Sementara (Sunstein, 2001) memandang demokrasi digital secara moderat, dalam bukunya, ia menganggap demokrasi digital baik atau buruk. Sunstein tidak mengabaikan efek positif dari digital demokrasi; masyarakat dapat berbagi informasi yang beragam dan beragam serta kebebasan berpendapat. Namun, demokrasi digital mengharuskan orang untuk mengeksplorasi keragaman, mengekspos sudut pandang yang berbeda dalam melihat, dan memiliki pengalaman yang sama. Seorang warga yang hanya mengonsumsi informasi satu sisi akan berpotensi membahayakan demokrasi. Perilaku ini adalah pintu masuk untuk polarisasi. Dalam arti demokrasi digital, Hindman (2008) menyebutkan internet mendistribusikan kembali pengaruh politik dan meningkatkan partisipasi politik. Tapi Hindman melihat kesenjangan digital (infrastruktur dan politik pengaruh) akan menjadi penghambat demokrasi digital.

Pada saat bersamaan platform digital seperti Facebook, Whatsapp atau Instagram digunakan oleh individu yang mempunyai kemampuan terbatas tentang digital literacy. Media massa seringkali meletakkan judul yang bombastis yang seringkali content yang disajikan tidak relevan dengan judul (clickbait), seringkali masyarakat hanya membaca judul saja tanpa membaca dan memahami content berita yang ditulis. Di Indonesia, provider komunikasi membagi layanan informasinya berdasarkan spesifikasi platform. Telkomsel sebagai jasa provider komunikasi terbesar di Indonesia membagi paket-paket internet berdasarkan platform digitalnya, misalnya paket 20 GB dan dipecah 5GB untuk Whatsapp, 10 GB untuk Instagram dan 5GB sisanya untuk Facebook. Dengan kondisi ini kemudian muncul istilah fakir kuota yang merujuk kepada ketidakmampuannya untuk mengakses full link berita yang dikirimkan sehingga menyimpulkan informasi hanya berdasarkan judul berita dari berita yang mereka dapat.

Berbagai hoax setiap hari dikonsumsi dan disebar lewat berbagai platform, hal ini menimbulkan pertanyaan mengapa masyarakat mudah mempercayai hoax di media sosial? Penelitian ini ingin mengetahui faktor apa yang membuat masyarakat lebih mempercayai pesan-pesan yang dikirim lewat berbagai platform dengan content yang tidak mendasar dan penulis yang anonim, dibandingkan mengandalkan sumber informasi dari pihak yang reliabel seperti ilmuwan dan pemerintah. Apakah gejala ini bisa dikaitkan dengan ketidakpercayaan masyarakat terhadap pemerintah dan bagaimana populisme dan polarisasi mempengaruhi cara masyarakat dalam memahami informasi yang mereka terima? Salah satu yang menjadi sorotan adalah pada masa wabah Covid-19, mengapa masyarakat mempercayai informasi hoax tentang Covid-19?

Hoax banyak beredar terutama di kanal grup chat seperti Whatsapp Group, mulai dari teori konspirasi, Covid-19 hanyalah flu biasa dan Covid-19 adalah tentara Allah SWT. Kemunculan wabah Covid-19 di era internet merupakan hal yang baru di dunia modern. Keberadaan internet menjadi dua sisi, memunculkan kesadaran individu atau sebaliknya memunculkan misinformasi dengan berita-berita hoax. Banyaknya narasi hoax yang muncul di masyarakat semakin memperburuk usaha untuk menangani wabah dan juga membuat masyarakat tidak melakukan tindakan preventif. Hoax lainnya bahwa vaksin sudah ditanam chip untuk melacak aktivitas kita, hoax lainnya yang berdasarkan agama bahwa vaksin dibuat dari darah babi sehingga haram. Kontroversi seputar vaksin diantaranya bahwa vaksin masih pada tahap uji klinis, vaksin mengandung bahan pengawet dan vero cell (Shalihah & Nugroho, 2021), Kompas (2021) juga mencatat hoax lainnya tentang vaksin, yakni: ada chip yang sudah ditanam di dalam vaksin dan juga jatuhnya korban akibat suntikan vaksin.

Wabah Covid-19 menimbulkan perubahan besar bukan hanya dari bidang kesehatan, namun memunculkan masalah-masalah sosial, mulai dari lemahnya sistem jaminan sosial dan buruknya komunikasi pemerintah. Buruknya komunikasi pemerintah dimulai dengan pejabat-pejabat yang meremehkan bahaya Covid-19 dan masyarakat tidak perlu panik. Tak heran banyak masyarakat yang menganggap enteng, remeh dan menolak untuk bekerja sama melakukan

pengecambahan penyebaran virus. Di media sosial juga banyak berita hoax yang semakin meneguhkan kepercayaan bahwa virus ini tidak berbahaya dan merupakan konspirasi yang menguntungkan China, Bill Gates dan Barat. Ditambah lagi pernyataan yang membawa agama dan dalil-dalil bahwa virus ini adalah tentara Allah SWT sehingga masyarakat tidak perlu takut dengan Covid-19. Fenomena ini juga memperlihatkan menajamnya polaritas di kalangan masyarakat. Polaritas ini menguat ketika pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2012 berlanjut kepada pemilihan Presiden 2014 dan semakin menguat pada tahun 2019. Agama dan wacana sektarian mendominasi wacana media sosial di Indonesia. Di media sosial, orang bisa berbagi dan memposting pendapat mereka yang mengarah pada keragaman ide (Yardi & Boyd, 2010). Berdasarkan (Grover et al., 2019) bahwa media sosial memiliki potensi mengekspos pemilih ke kedua sisi argumen (dalam konteks ini Prabowo dan Jokowi), yang dapat mengarah pada polarisasi pandangan di antara publik, menghasilkan amplifikasi perpecahan antara kelompok sosial yang memiliki pandangan berbeda (E.-J. Lee, 2007).

Sejarah membuktikan masyarakat banyak yang beralih kepada penjelasan teori konspirasi ketika menghadapi situasi krisis (van Prooijen & Douglas, 2017), dan bagi populis tuduhan diarahkan kepada penyalahgunaan kekuasaan oleh elite (Castanho Silva et al., 2017). Meningkatnya misinformasi di kanal sosial media dan aplikasi chatting merupakan konsekuensi dari audiens yang terhubung dengan ketidaktertarikan pada urusan publik (Lee & Xenos, 2019) namun di saat bersamaan ketidaktertarikan ini dialihkan mencari pembenaran atas krisis yang sedang mereka hadapi. Hal ini menjadikannya sasaran misinformasi (Bennett & Livingston, 2018), polarisasi (Neudert et al., 2019). Hoax juga dimanfaatkan populis yang ingin mendapatkan dukungan dari masyarakat. Populisme selain anti-elitis dan anti-pluralistik, adalah alat strategis untuk mencapai kekuasaan politik dan menjalankannya, yang belakangan ini, telah menemukan alat yang benar-benar berharga di jejaring sosial, karena mereka memberikan informasi kepada individu dan massa dan sumber daya dengan cara yang cepat, mengejutkan dan persuasif, dilapisi dengan lingkaran kebenaran yang tidak selalu nyata.

Tujuan dari artikel ini untuk mengetahui faktor yang membuat masyarakat lebih mempercayai hoax dibandingkan informasi yang reliable, aspek yang dilihat yakni tentang peranan media dan influencer media, polarisasi yang terbentuk di masyarakat dan terakhir tentang bagaimana kepercayaan masyarakat kepada pemerintah mempengaruhi keyakinan tentang suatu isu. Banyak peneliti berfokus pada media itu sendiri, sedikit perhatian pada bagaimana audience menggunakan media untuk mendapatkan informasi tentang isu-isu publik, menggunakan informasi itu dalam keputusan politik mereka. Penelitian oleh (Nugroho et al., 2012, Lim, 2013)(Tapsell, 2015) mengambil tema teknologi komunikasi dan media yang lebih banyak dibahas dalam hal struktur dan kapabilitas media tanpa menunjukkan pengalaman, budaya dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari untuk mempengaruhi tahap pengambilan keputusan pilihan politik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan melakukan wawancara tatap muka dan online, dokumentasi dikumpulkan terutama dari media massa cetak, online dan juga media sosial. Pengambilan informan dilakukan dengan metode purposive sampling, peneliti menetapkan kriteria informan dan juga memperhatikan keterwakilan gender, pendidikan, pekerjaan dan agama informan. Informan yang dipilih dalam penelitian ini memiliki kriteria yang spesifik dengan berbagai perspektif. Pendidikan formal dari informan juga menentukan sehingga strata pendidikan informan minimal D3 sehingga informan tersebut memiliki kemampuan literasi media yang baik. Pekerjaan dari informan juga dipilih dengan varian yang beragam, mulai dari pensiunan, PNS dan pekerja lepas dan terakhir agama informan yang dipilih adalah agama Islam karena Islam adalah agama mayoritas di Kota Padang. Peneliti melakukan wawancara dengan masyarakat di Kota Padang untuk mendapatkan data tentang hoax dan vaksinasi. Penulis mewawancarai sepuluh orang informan di Kota Padang yang berasal dari latar belakang berbeda-beda. Di dalam pembahasan, peneliti hanya memberi kutipan pada narasumber.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Polarisasi Informasi di Sosial Media

Ketika di era sosial media baru digunakan, akademisi seperti (Barber, 2003); Dahlgren, (2005) percaya bahwa internet akan meningkatkan kualitas demokrasi dan partisipasi publik. Individu dan masyarakat umum secara terorganisir telah meningkatkan penggunaan media sosial sebagai alat kampanye. Sayangnya seiring berjalannya waktu ditemukan banyak efek negatif dari penggunaan sosial media. Salah satunya masyarakat menjadi semakin terpolarisasi. Merujuk pada (Sunstein, 2001) polarisasi merupakan salah satu efek samping buruk dari demokrasi digital.

Pada awal kemunculan internet, banyak akademisi merayakan bagaimana internet kemungkinan akan meningkatkan demokrasi. Segera setelah kegembiraan, banyak penelitian telah menunjukkan efek samping buruk demokrasi digital. (Adamic & Glance, 2005) memberikan bukti perilaku korelasi antara blog politik dalam pemilihan Presiden AS 2004. Hasilnya menunjukkan blog konservatif dan liberal terkait dengan orientasi politik yang sama. Bentuk penelitian lain (Lawrence et al., 2010), menemukan orang kemungkinan akan membaca blog yang memiliki perspektif yang sama ketimbang blog dengan cara pandang yang berbeda perspektif.

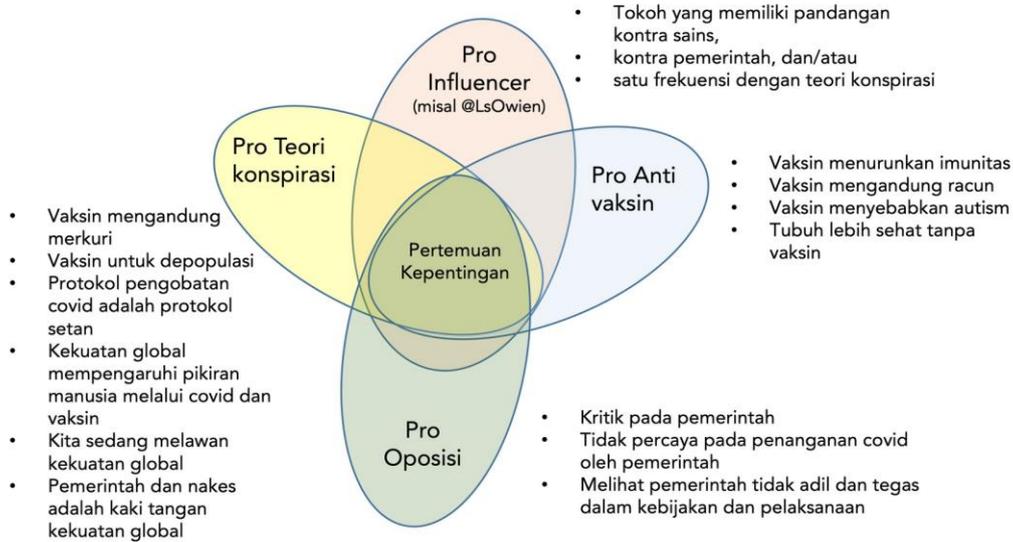
Polarisasi di *blogsphere* politik dapat ditemukan dalam pekerjaan di blog pembaca (Lawrence et al., 2010) yang menunjukkan bahwa orang cenderung membaca blog yang memperkuat, bukan dari tantangan, keyakinan politik mereka. Bukti lebih lanjut dari (Schulz-Hardt et al., 2000) memberikan bukti bahwa kelompok homogen cenderung mencari dukungan argumen daripada menemukan informasi keragaman.

Penggunaan media oleh masyarakat memiliki keyakinan atau pendapat yang sama mereka cenderung mencari sumber untuk memperkuat kecenderungan masing-masing. Pengguna media juga semakin terfragmentasi. Sebagai hasil dari fragmentasi ini, media pengguna cenderung mencari informasi yang sesuai dengan kecenderungan yang dimilikinya, akibatnya potensi untuk memperoleh informasi di luar keyakinannya semakin besar ditutup (Tewksbury, 2005). Karena mesin pencari seperti Google mencoba mengarahkan pencarian pengguna ke hal-hal yang sering menjadi perhatian mereka atau personalisasi informasi (Pariser, 2011). Seperti halnya Amazon website yang merekomendasikan barangnya sesuai dengan pribadi dan minat (hobi) yang dimiliki oleh setiap calon pembeli.

Di Indonesia, kampanye penggunaan media sosial mulai muncul pada Pilkada Jakarta 2012 kompilasi, Joko Widodo dan Basuki Tjahaya Purnama, yang bergabung dengan media sosial. Kemudian pada pemilihan Presiden 2014, dua calon presiden Jokowi dan Prabowo secara masif menggunakan media sosial untuk mensosialisasikan program tersebut. Media sosial menjadi tempat perang antara pendukung bahkan buzzer yang terjadi membuat pasangannya masing-masing. Polarisasi ini semakin menguat pada pemilihan Presiden 2019 dengan adanya calon Presiden yang sama. Dalam pemilihan Presiden pasca Soeharto berkuasa, atas nama kebebasan pers, buzzer menyebarkan pesan emosional, sektarian dan ujaran kebencian (Lim, 2013) Polarisasi politik ini telah melahirkan sikap kawan dan lawan dalam kehidupan social selama ini.

Lim juga mencatat polarisasi identitas sebagai ancaman utama bagi demokrasi Indonesia (2002). Penulis sepakat dengan argumen (Lim, 2013) yang menyatakan bahwa media sosial digunakan untuk komunikasi politik lebih lanjut polarisasi Indonesia. Ujaran kebencian, intoleransi, dan penyebaran hoax. Konten hoax dan ujaran kebencian banyak beredar di platform seperti Facebook, Instagram dan Twitter, juga berkembang dalam grup tertutup seperti di grup WhatsApp. Hal serupa juga ditekankan oleh Ismail Fahmi, pendiri Drone Emprit, menurutnya penyebaran hoax di group WA ini sangat cepat viralnya dan tidak bisa dimonitor, khususnya dari kalangan yang tidak bisa melakukan verifikasi. Polarisasi politik ini berlanjut ke polarisasi bidang lain, salah satunya kampanye anti vaksinasi dan konspirasi Covid. Gambar di bawah ini merupakan data yang ditangkap oleh Drone Emprit lewat penelitiannya (2021) menunjukkan adanya irisan antara polarisasi politik dan narasi Covid.

CLUSTER, NARASI, DAN OVERLAP



Sumber: Drone Emprit (2021)

Gambar 1. Irisan Polarisasi Politik dan Narasi Covid

Penggunaan media oleh masyarakat memiliki keyakinan atau pendapat yang sama mereka cenderung mencari sumber untuk memperkuat kecenderungan masing-masing. Dari hasil data wawancara yang kami lakukan memperlihatkan bahwa media hanya memperkuat keyakinan informan yang sudah mereka percayai, alih-alih mempengaruhi audience, audience sudah teguh dengan informasi yang mereka punya, informasi tersebut biasanya didapat dari orang terdekat atau keyakinan yang terbentuk dari awal. Polarisasi yang terbentuk tentang kegunaan vaksin hanyalah penerus dari polarisasi identitas sebelumnya. Audience yang percaya bahwa Covid-19 adalah hoax atau konspirasi selanjutnya cenderung tidak mau melakukan vaksinasi.

Hoax Efek Samping Vaksinasi Covid dan Influencer Social Media

Menurut MacDougall (1958) hoax merupakan ketidakbenaran yang dibuat dengan sengaja, untuk menutupi kebenaran. Baginya kejujuran menjadi elemen penting untuk menentukan apakah sebuah informasi disebut hoax. Definisi ini tepat digunakan untuk mengetahui kejujuran media konvensional, dimana pemimpin redaksi dan jurnalis mempunyai kemampuan untuk memilah informasi. Sejalan dengan pesatnya informasi di media online aspek niatan untuk menutupi kebenaran terlalu sempit untuk menentukan definisi hoax, apalagi dengan kondisi masyarakat Indonesia yang mudah untuk menyerap dan menyebarkan informasi tanpa melalui verifikasi informasi.

Derasnya informasi membuat masyarakat bingung untuk menentukan kebenaran dari informasi yang mereka terima, tak heran menurut (Justito et al., 2017) masing-masing kelompok merasa bahwa informasi yang disampaikannya adalah informasi yang benar. Kondisi ini menjadi salah satu penyebab polarisasi dan echo chamber, yakni kecenderungan untuk mendapatkan dan mendengarkan informasi yang sesuai dengan keinginan mereka. Algoritma di media sosial terutama Instagram dan Facebook membuat kecenderungan polarisasi semakin kuat. Semakin tinggi pendidikan ternyata tidak membuat seseorang kebal terhadap hoax. Survei yang dilakukan oleh (Nadzir et al., 2019) terhadap sembilan provinsi di Indonesia memperlihatkan frekuensi internet yang tinggi memiliki kecenderungan untuk terpapar berita hoax. Penelitian ini juga

memperlihatkan bahwa semakin tinggi exposure dari audience yang mempunyai lebih baik akses informasi belum tentu akan mempunyai kemampuan literasi media yang memadai.

Salah satu dampak polarisasi adalah masyarakat memiliki keyakinan atau pendapat yang sama mereka cenderung mencari sumber untuk memperkuat kecenderungan masing-masing. Polarisasi pengguna media juga semakin terfragmentasi. Sebagai hasil dari fragmentasi ini, media pengguna cenderung mencari informasi yang sesuai dengan kecenderungan yang dimilikinya, akibatnya potensi untuk memperoleh informasi di luar keyakinannya semakin besar ditutup (Tewksbury, 2005). Karena mesin pencari seperti Google mencoba mengarahkan pencarian pengguna ke hal-hal yang sering menjadi perhatian mereka (personalisasi informasi) (Pariser, 2011). Seperti portal Amazon yang merekomendasikan barangnya sesuai dengan pribadi dan minat (hobi) yang dimiliki oleh setiap calon pembeli. Hal ini sejalan dengan pendapat (Lawrence et al., 2010) dan (Schulz-Hardt et al., 2000) kecenderungan orang mencari informasi bukan untuk memperluas informasi namun untuk menemukan dukungan atas argumentasi yang sudah dia yakini.

Narasi-narasi dari influencer media sosial menjadi arus utama informasi pendukung anti vaksin dan percaya bahwa Covid-19 adalah sebuah konspirasi. Influencer utama anggota band Superman is Dead seperti Jerinx @jrxsid menulis ketidakpercayaan terhadap bahaya Covid-19 dan bersedia disuntik dengan virus Corona. Influencer Instagram lainnya @teluurr dengan lebih dari 67 ribu pengikut, seringkali membagi hoax tentang Covid-19 dan vaksinasi. Akun anonim ini bahkan berani menuding Ridwan Kamil (Gubernur Jawa Barat) bersandiwara ketika melakukan vaksinasi sebagai relawan uji coba vaksin (Kompas, 2020).

Akun @teluurr yang menulis scientist di bio Instagram-nya sering menulis unggahan pseudo scientist. Misalnya saja unggahan pada tanggal 22 Juli 2022 tentang meninggalnya seorang pilot Citilink yang kemudian @teluurr membuat narasi tentang ada hubungan antara kematian pilot dengan angka vaksinasi yang tinggi pada pegawai Garuda dan Citilink. Informasi tanpa dasar dan menggiring kepada framing bahwa vaksinasi itu berbahaya dan bisa menyebabkan sudden death (kematian tiba-tiba) yang kemudian diamini oleh para follower @teluurr, yang sedari awal memang meyakini bahwa vaksin bisa membawa dampak-dampak buruk yang membahayakan.



Sumber: Instagram (2022)

Gambar 2. Screenshot akun Instagram @teluurr

Salah satu informan Rio Nawa (31 tahun) mengakui ia banyak mendapatkan informasi tentang vaksinasi Covid-19 melalui influencer Instagram. “Kebetulan saya mengikuti salah satu akun di Instagram yang sering menyuarakan tentang vaksinasi COVID-19 yaitu @viki.fathun2 di mana saya sepemikiran dengan akun tersebut. Beliau juga menggunakan akun media sosial lain untuk menyebarkan informasi tentang pandemi ini meskipun akunnya selalu di-banned karena postingan yang beliau unggah.” Informasi yang ia terima bahwa efek samping dari vaksin bisa menyebabkan kelumpuhan, menjadi stimulus munculnya penyakit baru melalui influencer Instagram menjadi penguat dari keyakinan bahwa vaksin Covid-19 berbahaya, selain itu lingkungan lewat teman yang ia kenal memperteguh pendapatnya. Bagi Rio informasi media yang hanya menampilkan sisi positif vaksinasi patut dicurigai merupakan bentuk konspirasi. Rio percaya bahwa Covid-19 merupakan alat politik orang-orang berkuasa di dunia dengan tujuan utamanya untuk mengurangi populasi dunia. Ia bahkan sempat melarang anggota keluarga lainnya untuk melakukan vaksinasi, namun ia akhirnya membolehkan karena banyak syarat untuk beraktivitas yang membutuhkan bukti vaksinasi. Pandangan Rio ini sejalan dengan temuan data Drone Emprit yang melihat ada irisan antara pengguna sosial media yang percaya influencer, anti vaksin dan percaya bahwa Covid-19 adalah bentuk konspirasi. Ketidakpercayaannya terhadap pemerintah ditunjukkan dengan keyakinan bahwa Corona merupakan alat bagi politisi untuk mengurangi populasi dimana pemerintah turut serta berperan. Narasi yang kuat dari influencer media sosial merupakan salah satu konsekuensi kebebasan berpendapat di sosial media, karenanya menurut pendiri Drone Emprit Ismail Fahmi (2021) pemerintah perlu bertindak tegas untuk bisa menghalau informasi hoax dari influencer sosial media. Sebaliknya menurut (Putera et al., 2021) pengaruh influencer dan tokoh penting masyarakat merupakan bentuk role model perilaku bagi masyarakat. Dan sejalan dengan itu, menurut (Indrawan et al., 2023) media sosial bagi para pelaku politik dapat memberikan basis informasi yang ideal untuk mengetahui opini publik yang sedang trending. Sayangnya informasi yang berasal dari pemerintah masih dianggap membingungkan, sikap pemerintah ini memunculkan adanya distrust terhadap keputusan dan kebijakan pemerintah, menurut (Aziz & Wicaksono, 2020) blunder oleh pemerintah ditunjukkan dengan pernyataan yang kontraproduktif dan kontroversial.

Populisme dan Kepercayaan Kepada Pemerintah

Seiring dengan berbagai jenis isu yang melingkupinya, populisme telah menjadi trend di banyak negara akhir-akhir ini dengan ciri demarkasi rakyat (populis) dengan elit penguasa. Populisme lahir karena kritik terhadap demokrasi perwakilan yang dianggap kurang bermanfaat bagi masyarakat (Hadiz & Robinson, 2017). Dalam penelitiannya, Hadiz (2018) melihat bagaimana politisi menggunakan identitas agama untuk mendapatkan komunitas mendukung. Hadiz menjadikan Turki dan Mesir sebagai contoh sukses dalam hal ini. Dalam penelitian Imrani R. A., Nathania J. S. & Moh F. J. (2023) pelaksanaan demokrasi di negara Indonesia sebagai wadah untuk menampung dan menyalurkan bermacam-macam kepentingan warga negara telah berjalan selama bertahun-tahun. Demokrasi memberikan ruang untuk menerima perbedaan berbagai pendapat di tengah masyarakat serta memberikan ruang untuk menyelesaikan bermacam permasalahan secara rasional berdasarkan keadilan serta perdamaian. Sedangkan di Indonesia, kasus karena pertumbuhan populisme kanan belum terlihat meluas, tetapi gejalanya terlihat dalam ego sektarian yang meningkat, dikotomi mayoritas-minoritas, dan merebaknya perilaku intoleran. Selama ini isu-isu yang diangkat oleh populisme belum berhasil karena kurangnya dukungan oligarki. Hadiz juga membutuhkan dukungan oligarki agar gagasan populisme bisa berhasil.

Di negara lain, seperti di India (Raj et al., 2020) pada waktu merebaknya virus Corona polarisasi yang sudah mencuat karena perbedaan agama membuat konten misinformasi beredar luas, di Amerika menurut Germani & Biller-Andorno (2021) kelompok anti vaksin identik sebagai pendukung presiden Trump. Fenomena yang terjadi di negara tersebut menunjukkan polaritas tentang vaksinasi juga berawal dari masyarakat yang pada awalnya sudah terpolarisasi terutama karena pilihan politik dan juga perbedaan identitas.

Media massa terutama sosial media memberikan peran besar terhadap penyebaran hoax, sebaliknya media juga dianggap berlebihan dalam menyebarkan berita tentang Covid. Penelitian

Zempi C. N., Ana K., Siti M.,(2023) menerangkan bahwa media sosial memiliki potensi terhadap informasi dan pengetahuan politik bersifat multifaset. Media yang terlalu melebih-lebihkan berita tentang Covid inilah yang menurut Indah (29 tahun) membuat dia lebih mawas diri. Indah mengakui bahwa berita tentang Covid yang paling ia ingat yakni tentang bagaimana seramnya kematian akibat Covid, ia menerima informasi ditemukannya orang meninggal di jalan raya karena Covid. Walaupun informan menganggap informasi di media massa terlalu berlebihan peneliti mencatat faktor ketakutan melihat informasi kematian di media massa menjadi aspek penting bagi informan untuk menjaga protokol kesehatan dan melakukan vaksinasi.

Data yang dikumpulkan oleh Drone Emprit (2021) menunjukkan adanya irisan antara ketidakpercayaan pemerintah dengan kecenderungan kelompok ini mempercayai Covid merupakan konspirasi elit politik. Adanya irisan antara distrust dengan pemerintah dan tidak percaya corona/ anti vaksinasi menunjukkan bahwa permasalahan Covid bukan hanya masalah kesehatan namun juga merupakan sebuah pernyataan politik. Ketidakpercayaan kepada pemerintah merupakan wujud kepada ketidakpercayaan sistem di Indonesia, karenanya mereka yang tidak mempercayai corona berusaha mencari figur yang dianggap bisa menjadi rujukan dan memperkuat keyakinan mereka. Ketidakpercayaan dengan sistem juga ditunjukkan oleh Barita Sihombing (51 tahun) yang menilai kinerja pemerintah menangani Covid tidak memuaskan, angka kematian tinggi dan juga pengelolaan informasi membingungkan”.

Polarisasi yang memang terlihat ketika pemilihan Presiden 2014 dan 2019 tampaknya masih belum selesai dan merembet kepada sektor lain. Menurut (Castanho Silva et al., 2017) bukti menunjukkan bahwa populis mungkin sangat rentan terhadap teori konspirasi yang dibangun di atas tuduhan penyalahgunaan kekuasaan oleh elit, karenanya populis cenderung tidak mempercayai pemerintah, karena dianggap sebagai bagian dari elite politik yang turut berperan dalam konspirasi. Namun data dari Drone Emprit (2021) juga menunjukkan bahwa tidak semua masyarakat yang anti pemerintah tidak menjalankan ketentuan pemerintah dalam menangani bahaya Covid. Salah satu “dampak positif “corona yakni mengekspos sistem yang bobrok.

Politisi populis juga memanfaatkan momentum corona untuk kepentingan politik mereka atas nama melindungi rakyat. Pada tanggal 25 Maret 2020 Walikota Tegal Wali Kota Tegal, Jawa Tengah, Dedy Yon Supriyono (Wardhani, 2020)(Tribunnews, 2020) memutuskan untuk mengambil kebijakan local lockdown dengan menutup akses keluar masuk kota selama empat bulan ke depan. Keputusan ini diambil menyusul kasus Corona di wilayahnya. Namun keputusan ini akhirnya batal setelah Jokowi menyoroti persoalan ini, karena Indonesia menerapkan prinsip pembatasan sosial berskala besar (PSBP) bukan lockdown. Ironisnya sebulan setelahnya, yakni pada tanggal 22 Mei 2020, pemerintah Kota Tegal berniat mengadakan acara kembang api sebagai penutupan PSPB, namun lagi-lagi keputusan ini dibatalkan karena tidak mendapatkan dukungan dari pusat. Pemimpin populis akan selalu mencari celah dimana mereka bisa mendapatkan dukungan rakyat karena dianggap program mereka pro-rakyat. Karenanya program yang mereka buat hanya untuk mendapatkan popularitas dibandingkan untuk menyelesaikan permasalahan walaupun harus menempuh jalan yang tidak populer.

Kebijakan yang lebih mengedepankan popularitas dibandingkan untuk melindungi masyarakat (walaupun tidak populer) pada akhirnya menjadi tarikan antara pemerintah daerah dan pusat. Kendali informasi yang tidak jelas, literasi yang rendah ditambah dengan kebijakan pemerintah yang berubah-ubah membuat bingung masyarakat. Di saat krisis pesan yang didapat oleh masyarakat harusnya berasal dari sumber informasi valid, jelas dan melalui satu pintu.

SIMPULAN

Kondisi kritis seperti pandemi Covid-19, peran pemerintah sangat penting. Pemerintah harus memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi yang akurat, jelas, dan terpercaya kepada masyarakat. Sayangnya, jika pemerintah awalnya meremehkan atau menyangkal keberadaan Covid-19, hal ini dapat mengakibatkan kebingungan di kalangan masyarakat. Ketika informasi yang diberikan oleh pemerintah tidak konsisten atau tidak jelas, masyarakat cenderung mencari informasi dari sumber lain, termasuk media sosial. Sayangnya, di era digital ini, informasi yang tidak valid atau hoaks dapat dengan mudah menyebar di media sosial. Hal ini bisa

memperparah kebingungan dan meragukan mudahnya penyebaran virus serta efektivitas vaksinasi.

Dalam situasi seperti ini, penting bagi pemerintah untuk memperbaiki komunikasi dan mengelola pesan informasi yang jelas. Pemerintah sebaiknya berkomunikasi secara terbuka dengan menyediakan data dan informasi yang dapat dipercaya. Transparansi mengenai langkah-langkah pencegahan, penanganan, dan vaksinasi Covid-19 dapat membantu membangun kepercayaan masyarakat. Selain itu, pemerintah juga perlu melakukan upaya untuk mengedukasi masyarakat tentang Covid-19, cara penyebarannya, pentingnya vaksinasi, dan tindakan pencegahan lainnya. Kampanye yang efektif dan terarah dapat membantu mengurangi polarisasi di masyarakat dan memperkuat pemahaman yang benar mengenai pandemi ini. Penting bagi pemerintah untuk bekerja sama dengan ahli kesehatan, organisasi internasional, dan pihak-pihak terkait lainnya dalam mengelola krisis ini. Kolaborasi dan koordinasi yang baik akan membantu memastikan penyebaran informasi yang akurat dan konsisten kepada masyarakat.

Pemerintah juga harus terbuka terhadap umpan balik dan kritik dari masyarakat. Menerima masukan dari masyarakat dapat membantu pemerintah untuk memperbaiki kebijakan dan penanganan Covid-19, serta membangun kepercayaan yang lebih besar dari masyarakat. Secara keseluruhan, penting bagi pemerintah untuk mengakui pentingnya peran mereka dalam penanganan krisis seperti pandemi Covid-19. Dengan menyediakan informasi yang akurat, jelas, dan terpercaya, serta dengan berkomunikasi secara terbuka dan transparan, pemerintah dapat membantu masyarakat menghadapi pandemi dengan lebih baik dan mengurangi polarisasi yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamic, L. A., & Glance, N. (2005). The political blogosphere and the 2004 U.S. election: divided they blog. *Proceedings of the 3rd International Workshop on Link Discovery*, 36–43. <https://doi.org/https://doi.org/10.1145/1134271.1134277>
- Ambardi, K., Parahita, G., Lindawati, L., Sukarno, A., & Aprilia, N. (2014). *Indonesia Mapping Digital Media : Mapping Digital Media : Indonesia*. Open Society Foundation.
- APJII. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. *Apji.or.Od, June*, 10. apji.or.id
- Aziz, M. S., & Wicaksono, M. A. (2020). Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia dalam Penanganan Covid-19. *Masyarakat Indonesia*, 46(2), 194–207. <https://doi.org/10.14203/jmi.v46i2.898>
- Barber, B. (2003). *Strong Democracy: Partisipatory Politics For a New Age*. University of California Press.
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Breindl, Y. (2010). Internet-based Protest in European policy-making: The Case of Digital Activism. *International Journal of E-Politics*, 1(1), 57–72.
- Castanho, S. B., Vegetti, F., & Littvay, L. (2017). The Elite Is Up to Something: Exploring the Relation Between Populism and Belief in Conspiracy Theories. *Swiss Political Science Review*, 23(4), 423–443. <https://doi.org/10.1111/spsr.12270>
- Dahlgren, P. (2005). The internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22(2), 147–162. <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>
- Fahmi, I. (2021). *Kampanye Stop Berita Covid*. Drone Emprit. <https://pers.droneemprit.id/kampanye-stop-berita-covid/>
- Germani, F., & Biller-Andorno, N. (2021). The anti-vaccination infodemic on social media: A behavioral analysis. *PLoS ONE*, 16(3 March), 1–14. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247642>
- Grover, P., Kar, A. K., Dwivedi, Y. K., & Janssen, M. (2019). Polarization and acculturation in US Election 2016 outcomes – Can twitter analytics predict changes in voting preferences. *Technological Forecasting and Social Change*, 145, 438–460. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.09.009>

- Hadiz, V., & Robinson, R. (2017). Competing Poulisms in Post-authoritarian Indonesia. *International Political Science Review*, 38(4), 488–502. <https://doi.org/10.1177/0192512117697475>
- Hadiz, V. R. (2018). Imagine All the People? Mobilising Islamic Populism for Right-Wing Politics in Indonesia. *Journal of Contemporary Asia*, 48(1), 1–18. <http://dx.doi.org/10.1080/00472336.2018.1433225>
- Hindman, M. (2008). *The Myth of Digital Democracy*. Princeton University Press.
- Imrani, R. A., Suteja, N. J., & Juddi, M. F. (2023). *Literasi Politik Berbasis Media (Studi Kasus Program Desa Peduli Pemilu Dan Pemilihan Kota Surabaya)*. 6(1), 195–204.
- Indrawan, J., Barzah, R. E., & Simanihuruk, H. (2023). *Instagram sebagai Media Komunikasi Politik bagi Generasi Milenial*. 6(1), 170–179.
- Justito, A., Gumgum, G., Hartoyo, & Maharani, N. (2017). Hoax, Reproduksi dan Persebaran: Suatu Penelusuran Literatur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 271–278.
- Kompas. (2021). [HOAKS] Vaksin Sinovac di Indonesia Dipasangi Chip untuk Memantau Rakyat. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/01/20/100500165/hoaks-vaksin-sinovac-di-indonesia-dipasangi-chip-untuk-memantau-rakyat?page=all>
- Lawrence, E., Sides, J., & Farrell, H. (2010). Self-segregation or deliberation? blog readership, participation, and polarization in american politics. *Perspectives on Politics*, 8(1), 141–157. <https://doi.org/10.1017/S1537592709992714>
- Lee, E.-J. (2007). Deindividuation Effects on Group Polarization in Computer-Mediated Communication: The Role of Group Identification, Public-Self-Awareness, and Perceived Argument Quality. *Journal of Communication*, 57(2), 385–403. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00348.x>
- Lee, S., & Xenos, M. A. (2019). Social Distraction? Social Media Use and Political Knowledge in Two U.S. Presidential Elections. *Computers in Human Behavior*, 90, 18–25. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.006>
- Lim, M. (2013). Many Clicks but Little Sticks: Social Media Activism in Indonesia. *Journal of Contemporary Asia*, 43(4), 636–657. <https://doi.org/10.1080/00472336.2013.769386>
- MacDougall, C. D. (1958). *Hoaxes*. Dover Publication.
- Nadzir, I., Seftiani, S., & Permana, Y. S. (2019). Hoax and Misinformation in Indonesia: Insights from a Nationwide Survey. *Iseas*, 5(2), 1–12.
- Neudert, L. M., Howard, P., & Kollanyi, B. (2019). Sourcing and Automation of Political News and Information During Three European Elections. *Social Media and Society*, 5(3). <https://doi.org/10.1177/2056305119863147>
- Nugroho, Y., Nugraha, L. K., Laksmi, S., Amalia, M., Putri, D. A., & Amalia, D. (2012). *Media and the vulnerable in Indonesia : Accounts from the margins*. November, 0–135.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*. The Penguin Press.
- Putera, V. S., Sirodj, D. A. N., & Permana, R. H. (2021). Vaksinasi Covid-19 di Media Sosial Twitter; Tinjauan Content dan Social Network Analysis. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 5(2), 109. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v5i2.9771>
- Raj, R., Koyalada, S., Kumar, A., Kumari, S., Pani, P., Nishant, & Singh, K. K. (2020). Psychological impact of the COVID-19 pandemic on healthcare workers in India: An observational study. *Journal of Family Medicine and Primary Care*, 9(12), 5921–5926. <https://doi.org/10.4103/jfmpc.jfmpc>
- Schulz-Hardt, S., Frey, D., Lüthgens, C., & Moscovici, S. (2000). Biased information search in group decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(4), 655–669. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.78.4.655>
- Shalihah, N. F., & Nugroho, R. S. (2021). *Vaksinasi Covid-19 Dimulai 13 Januari, Waspada 5 Hoaks Soal Vaksin Ini*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/01/06/140000165/vaksinasi-covid-19-dimulai-13-januari-waspada-5-hoaks-soal-vaksin-ini?page=all>
- Sunstein, C. R. (2001). *Republic.com*. Princeton University Press.
- Tapsell, R. (2015). Indonesia's Media Oligarchy and the "Jokowi Phenomenon." *Indonesia*, 99(1),

- 29–50. <https://doi.org/10.1353/ind.2015.0004>
- Tapsell, R. (2019). Indonesia's Policing of Hoax News Increasingly Politicised. *ISEAS Perspective*, 75, 1–10. https://www.iseas.edu.sg/images/pdf/ISEAS_Perspective_2019_75.pdf
- Tewksbury, D. (2005). The seeds of audience fragmentation: Specialization in the use of online news sites. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 49(3), 332–348. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4903_5
- Van Prooijen, J. W., & Douglas, K. M. (2017). Conspiracy theories as part of history: The role of societal crisis situations. *Memory Studies*, 10(3), 323–333. <https://doi.org/10.1177/1750698017701615>
- Wardhani, A.K., (2020). *Tegal Bakal Local Lockdown, Seperti Apa Mekanismenya? Ini Penjelasan Wakil Walikota Pada Ganjar*. Tribunnews.Com. <https://www.tribunnews.com/corona/2020/03/27/tegal-bakal-local-lockdown-seperti-apa-mekanismenya-ini-penjelasan-wakil-walikota-pada-ganjar>
- Yardi, S., & Boyd, D. (2010). Dynamic Debates: An Analysis of Group Polarization Over Time on Twitter. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), 316–327. <https://doi.org/10.1177/0270467610380011>
- Zempi, C. N., Kuswanti, A., & Maryam, S. (2023). Analisis Peran Media Sosial dalam Pembentukan Pengetahuan Politik Masyarakat. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 116–123.