



Ketika Fakta Bukanlah Kebenaran: Peran Media Daring dalam Amplifikasi Misinformasi Kesehatan di Era Pandemi Covid-19

When Facts Are Not the Truth: The Role of Online Media in Spreading Health Misinformation in the Covid-19 Pandemic Era

Rani Prita Prabawangi^{1*} dan Megasari Noer Fatanti²

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia. E-mail: rani.prita.fis@um.ac.id

² Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia. E-mail: megasari.fatanti.fis@um.ac.id

* Penulis Korespondensi

Article Info

Article History

Received

2 Nov 2021

Revised

28 Feb 2023

Accepted

15 Maret 2023

Published

3 Apr 2023

Keywords:

Covid-19;
infodemic; online
media; health
misinformation

Kata kunci:

Covid-19; infodemi;
media daring;
misinformasi
kesehatan

Abstract: During the Covid-19 epidemic, people must not only escape getting infected with the virus, but also avoid being targeted by hoaxes. In cyberspace, there are several topics of misinformation ranging from conspiracy theories to claims of finding anti-corona medications. Various studies have discovered that during a pandemic, social media is the mechanism through which health misinformation begins and spreads. However, there is a lack of data on misinformation disseminated by other media, particularly verified media. This study intends to bridge a research gap by investigating more into how claims of traditional medicine healing Covid-19 are publicized by Indonesian online news outlets. This study did a content analysis of 14 media articles from various online media about anti-corona herbal remedies affiliated to the 'Covid-19 Herbal Research Team for the Nation.' The study's findings suggest that in reporting on anti-corona medications, the majority of the media have abandoned the discipline of verification in the news production process. The media has amplified the lies of the 'Covid-19 Herbal Research Team for the Nation' through misleading headlines and reports that only feature sole claims.

Abstrak: Selama pandemi Covid-19, masyarakat tidak hanya harus bertahan agar tidak tertular oleh virus, tetapi juga bertahan dari serangan hoaks. Berbagai topik misinformasi mulai dari teori konspirasi hingga klaim penemuan obat antikorona bertebaran di jagad maya. Berbagai riset menemukan bahwa media sosial adalah medium di mana misinformasi kesehatan di masa pandemi berawal dan menyebar. Namun tidak banyak data yang menggali misinformasi yang disebarkan oleh media lain, khususnya media yang terverifikasi. Riset ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut dengan menelusuri lebih mendalam bagaimana klaim pengobatan tradisional dalam menyembuhkan Covid-19 diberitakan oleh portal berita daring di Indonesia. Mengambil kasus pemberitaan obat herbal antikorona milik 'Tim Riset Herbal Covid-19 untuk Bangsa', studi ini melakukan analisis isi terhadap 14 berita dari media online terverifikasi, milik pemerintah, dan terpopuler. Dengan mengambil proposisi sebagai unit analisis, hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pemberitaan tentang obat antikorona, sebagian besar media telah mengabaikan disiplin verifikasi dalam proses penyusunan berita. Melalui judul yang menyesatkan dan pemberitaan yang hanya berisi klaim sepihak, media telah melakukan amplifikasi kebohongan 'Tim Riset Herbal Covid-19 untuk Bangsa'.

PENDAHULUAN

Sejak kasus pertama ditemukan pada Desember 2019 di Wuhan, Covid-19 dengan cepat menjangkiti populasi manusia di dunia. Dalam waktu 3 bulan, virus ini telah menyerang lebih dari 100.000 jiwa dan menyebar di lebih dari 50 negara (Halim, 2020). Dunia dibuat kalang kabut dengan terus meningkatnya kasus positif dan penyebaran yang cepat, sementara informasi atas virus baru ini masih sangat kurang. Karena keterbatasan pengetahuan atas virus yang memiliki nama resmi SARS-Covid-2 ini, baik tenaga medis, pemerintah, maupun masyarakat dibuat bingung. Kebijakan untuk menanggulangi virus ini pun terus mengalami perubahan (Masduki, 2020).

Setidaknya, ada dua permasalahan yang berkaitan dengan informasi selama pandemi ini berlangsung. Masalah pertama adalah perubahan informasi. Perubahan informasi adalah hal yang dapat dimaklumi saat menghadapi situasi baru. Ini karena berkembangnya pemahaman akan menimbulkan informasi baru yang tidak hanya memperkaya informasi yang ada, tetapi juga merevisi kebijakan mitigasi sehingga inkonsistensi kebijakan menjadi tak terelakkan dalam situasi yang membingungkan tersebut. Seperti pada kasus anjuran penggunaan masker, badan setingkat Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) terpaksa terus-menerus mengubah protokol kesehatannya. Di awal pandemi, baik WHO maupun pemerintah Indonesia menegaskan bahwa masker hanya perlu dipakai oleh mereka yang terinfeksi (Farisa, 2020). Namun di bulan berikutnya, pemerintah menyatakan bahwa semua masyarakat -baik sehat maupun sakit- harus memakai masker (Detikhealth.com, 2020)

Masalah berikutnya adalah misinformasi. Direktur Jenderal WHO, Tedros Adhanom Ghebreyesus, pada pertemuan pakar kebijakan dan keamanan luar negeri di Munich (Jerman), menyampaikan bahwa pihaknya tidak hanya memerangi epidemi, tetapi juga infodemi (Nations, 2020). Masalah yang tidak bisa dianggap remeh mengingat misinformasi kesehatan dapat memperburuk wabah penyakit menular (Brainard & Hunter, 2020)

Di Indonesia, hingga Agustus 2020, tercatat ada 1.016 hoaks terkait Covid-19 yang tersebar di 1.912 platform (Halim, 2020). Berdasarkan pemetaan misinformasi Covid-19 di Indonesia, sebagian besar misinformasi yang beredar dicetuskan oleh masyarakat umum dan berisi tentang informasi kesehatan (Rahmawati et al., 2021). Salah satu *hoax* di tanah air yang sempat menyita perhatian publik adalah kabar penemuan obat Covid-19 oleh Hadi Pranoto dan kawan-kawan. Pada pertengahan 2020, masyarakat Indonesia dikejutkan oleh video wawancara berjudul "Bisa Kembali Normal? Obat Covid-19 Sudah Ditemukan!!" yang dilakukan oleh musisi Erdian Aji Prihartanto atau Anji dengan seorang "pakar mikrobiologi" yang mengaku telah berhasil menemukan obat untuk virus corona.

Video berdurasi kurang lebih 30 menit yang ramai diperbincangkan ini memuat banyak misinformasi. Dalam video tersebut, Hadi Pranoto yang dipanggil dengan sebutan 'Profesor' membeberkan karakteristik virus corona serta keampuhan dan cara kerja obat temuannya. Sempat *trending*, sebelum akhirnya diturunkan oleh *YouTube*, video itu mendapatkan berbagai respon, baik berupa bantahan atas klaim yang disampaikan hingga tuntutan agar yang

bersangkutan meminta maaf. Bahkan, fenomena Anji (Erdian Aji Prihartanto, penyanyi dan pegiat media sosial) dan Hadi Pranoto ini memantik diskusi mengenai pentingnya membuat kode etik bagi pemengaruh (*influencer*) (Liputan6.com, 2020). Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) berpendapat bahwa seperti para jurnalis, perlu ada kode etik sebagai pedoman para pemengaruh (bbc.com, 2020).

Kasus video wawancara oleh Anji tersebut semakin menguatkan keyakinan bahwa media sosial sebagai sarana penyebaran *hoax*. Secara implisit, kasus tersebut memberikan pelajaran bahwa masyarakat tidak sebaiknya mempercayai informasi yang didapat dari sumber yang tidak terikat kode etik. Kesimpulan tersebut sangat masuk akal mengingat banyaknya riset yang menemukan bahwa media sosial memang menjadi salah satu *platform* penyebaran misinformasi dan sanggahan atas bukti-bukti saintifik (Mastel, 2017; Rosenberg et al., 2020).

Beberapa penelitian juga menemukan bahwa sebagian besar misinformasi terkait Covid-19 di berbagai negara -termasuk Indonesia- disebarkan melalui media social (Angeline et al., 2020; Bafadhal & Santoso, 2020; Nielsen et al., 2020a). Oleh karena itu, tidak mengherankan jika sebagian besar penelitian mengenai misinformasi kesehatan memfokuskan analisisnya pada misinformasi yang tersebar di media sosial (Bafadhal & Santoso, 2020; Mardika & Wulandari, 2021; Rahayu, 2020; Teluma, 2020; Yustitia & Asharianto, 2020) dan tidak pada media. Meski demikian, misinformasi kesehatan dalam media bukan tidak pernah menjadi perhatian. Studi mengenai misinformasi di masa pandemi menemukan bahwa media arus utama turut berperan dalam menyebarkan misinformasi (Lwin et al., 2021).

Riset di berbagai negara juga telah menemukan bahwa misinformasi kesehatan bukan hanya beredar di media sosial, tetapi juga media konvensional. Studi tersebut menemukan misinformasi tersebut bahkan tidak hanya dibuat oleh masyarakat biasa, namun juga disampaikan oleh tenaga kesehatan (Thomas et al., 2018). Namun, pemberitaan mengenai misinformasi yang tersebar di media arus utama, khususnya media kredibel tampaknya masih belum menjadi fokus para peneliti tanah air. Di Indonesia, beberapa penelitian terkait Covid-19 dan media masih berfokus pada framing atas covid-19 dan isu-isu terkait seperti bagaimana media membingkai kondisi pandemi (Fahrimal et al., 2020), perekonomian masyarakat miskin selama pandemi (Boer et al., 2020a), kedatangan TKA dari Cina (Aldilal et al., 2020) generasi milenial dan Covid-19 (Boer et al., 2020b) hingga kebijakan pemerintah di media (Palupi & Irawan, 2020; Sofian & Lestarini, 2021). Selain framing media, penelitian lain juga berupaya memeriksa objektivitas berita covid-19 (Yosia, 2021), tren pemberitaan (Rachman, 2021), pengaruh pemberitaan covid 19 terhadap persepsi dan perilaku (Aprilia, 2021; Suku et al., 2021; Triyaningsih, 2020).

Pemberitaan mengenai Hadi Pranoto dan obat herbal anti korona menjadi kasus menarik untuk diteliti karena telah diberitakan oleh berbagai media daring jauh sebelum kemunculannya di kanal *YouTube* Anji. Pada waktu itu (Mei 2020), sekelompok orang yang diketuai oleh Hadi Pranoto menggelar jumpa wartawan di Jakarta. Kelompok yang menamakan dirinya sebagai 'Tim Riset Herbal Covid-19 untuk Bangsa' tersebut mengumumkan penemuan obat herbal yang dapat menyembuhkan pasien corona. Tidak hanya mengadakan jumpa wartawan dan mengirim rilis pers, Hadi pun sempat diwawancara secara eksklusif oleh Pimpinan Redaksi *Lampung Post*

(Bustomi, 2020). Sebelum jumpa wartawan tersebut digelar, obat herbal ini juga telah mendapatkan publikasi media ketika diperkenalkan oleh seorang Perwira Tinggi TNI AL, Laksamana dr. Suradi. Hadi Pranoto menyebut bahwa Ia dan dr. Suradi berada dalam tim riset yang sama, dan Hadi menjadi ketuanya (detik.com, 2020).

Dengan menganalisis pemberitaan mengenai obat herbal anti corona ciptaan ‘Tim Riset Herbal Covid-19 Untuk Bangsa’, riset ini menjawab pertanyaan tentang bagaimana media daring kredibel berperan dalam penyebaran misinformasi, khususnya misinformasi kesehatan di masa pandemi Covid-19. Melalui riset ini, temuan yang dihasilkan diharapkan mampu berkontribusi dalam mengisi celah kecil pengetahuan mengenai penyebaran misinformasi di era digital. Khususnya, mekanisme diseminasi misinformasi oleh media daring kredibel, yang masih belum menjadi fokus banyak pihak.

METODE

Melalui pencarian manual dengan kata kunci “pengobatan herbal Covid-19”, “herbal antikorona”, dan “Hadi Pranoto”, terkumpul 70 artikel berita sepanjang April – September 2020 yang menjadi populasi penelitian ini. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, penarikan sampel dilakukan secara purposif di mana artikel yang akan dianalisis harus memenuhi salah satu dari tiga kriteria yang telah ditetapkan.

Berita yang terpilih harus berasal dari (1) media daring yang terverifikasi secara administrasi dan faktual oleh Dewan Pers; (2) media daring milik pemerintah; dan (3) media daring yang masuk dalam daftar 10 situs paling sering dikunjungi menurut alexa.com

Tabel 1. Daftar artikel

No	Kualifikasi Media	Media	Judul Berita
1.	Milik Negara	Antaraneews.com	Obat Herbal antikorona diharapkan dapat diuji
			Obat Herbal antikorona disalurkan ke Wisma Atlet
		Rri.co.id	Soal Khasiat dan Keamanan Obat Herbal Covid-19 Dr Suradi, Tim Riset Siap Uji
			Obat Herbal Covid-19 Dr Suradi Dibagikan Tim Gugus Tugas ke RS Wisma Atlet
			Tim Riset Formula Herbal Hibahkan 10 ribu Botol Antibody Covid-19
2.	Terverifikasi administratif & faktual oleh Dewan Pers	Carapandang.com	Obat Herbal Anti Corona Diharapkan Segera Diuji Secara Klinis
		Detik.com	Laksma Suradi Klaim Punya Obat Anti Corona, Siap Diproduksi Massal
		JPNN.com	Tim Riset Siap Memproduksi 240 Juta Botol Minuman Herbal Penangkal Virus Corona
		Rmol.id	Herbal Covid-19 sudah dibagikan ke wisma atlet, hasilnya diklaim positif
		Rilis.id	Obat Herbal Anti Corona Dr.Suradi Diharapkan Segera Diuji Coba
		Sindonews.com	Tim Riset Herbal COVID-19 untuk Bangsa Cari Solusi Atas Pandemi
		Tribunnews.com	Klaim Temukan Formula Herbal Antibodi Covid-19. Tim Riset Ini Siap Bantu Pemerintah
3.	Top Situs	Grid.id	Menelisik Obat Anti Corona Virus dan Penjelasan Tim Riset Herbak Covid-19 Untuk Bangsa

Sumber: Diolah peneliti (2021)

Penetapan tiga kriteria tersebut didasarkan pada beberapa argumentasi yang berkaitan dengan kredibilitas media. *Pertama*, seruan Kominfo ataupun Dewan Pers tentang pentingnya verifikasi media daring di Dewan Pers guna mencegah penyalahgunaan media oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, khususnya pihak-pihak yang menyebarkan hoaks dan berita yang mengadu domba (Kominfo.go.id, 2017). Pendataan perusahaan media mengharuskan penegakan kode etik jurnalistik dan melakukan sertifikasi para jurnalisnya sehingga media yang terverifikasi dapat diasumsikan akan menghasilkan produk jurnalistik yang dapat dipercaya. *Kedua*, pilihan atas media milik negara karena dalam kasus Indonesia, kantor berita Antara dan *antaranews.com* masih sering dijadikan rujukan oleh media massa lain dalam reproduksi pemberitaan. Selain itu, media pemerintah sebagai institusi publik dapat menjadi sumber informasi yang dipercaya. Penyediaan serta penyebaran informasi membutuhkan biaya yang tidak sedikit sehingga pengelolaan oleh swasta rawan menjadikan informasi sebagai alat meraih keuntungan. Jika publik tidak cukup terliterasi dan terutama jika media swasta melayani kelas dominan, maka kepemilikan media oleh pemerintah justru dapat membuat publik mendapatkan informasi yang tidak terlalu bias, lebih lengkap, dan lebih akurat daripada yang bisa diperoleh dengan kepemilikan pribadi (Lenin, 1925). *Ketiga*, sisi popularitas media. Ketika ketidakpercayaan pada media dapat menyebabkan kurangnya perhatian dan nonkonsumsi, maka jumlah kunjungan terhadap sebuah media dapat menjadi cerminan kepercayaan dari masyarakat (Kioussis, 2001). Penelitian ini merujuk pada daftar top situs versi

alexa.com per 21 November 2020. *Alexa.com* sendiri secara reguler mengeluarkan daftar peringkat situs yang paling sering dikunjungi di Indonesia dan di negara-negara lainnya. Alexa dipilih karena kapasitasnya sebagai situs penyedia jasa analisis statistik media yang sering digunakan sebagai alat ukur popularitas sebuah situs (Rahardja et al., 2018). Singkatnya, situs berita yang masuk jajaran populer sekurang-kurangnya dapat diasumsikan sebagai media yang disukai dan dipercaya oleh masyarakat.

Dalam proses seleksi, penulis menyisihkan artikel pemberitaan dengan tema yang sama meskipun diberitakan oleh media yang telah memiliki nama besar, seperti *jawapos.com* karena pada saat artikel ini ditulis media tersebut hanya mendaftarkan versi cetaknya saja di Dewan Pers, dan tidak termasuk dalam jajaran situs populer versi *alexa.com*.

Setelah secara ketat menerapkan kualifikasi di atas, diperoleh 14 artikel pemberitaan obat herbal anti corona oleh 11 media daring. Keempat belas artikel tersebut menjadi unit sampling penelitian ini. Selanjutnya, artikel-artikel terpilih dianalisis menggunakan metode analisis isi kuantitatif dengan proposisi atau pernyataan dalam teks sebagai unit analisis. Studi ini menginvestigasi proposisi-proposisi yang ada dan dimunculkan oleh media dalam memberitakan obat herbal anti corona milik tim riset Hadi Pranoto.

Dalam melakukan analisis, fokus riset ini adalah proposisi yang berkaitan dengan ‘Tim Riset Herbal Covid-19 untuk Bangsa’ dan obat herbal antikorona. Adapun pernyataan/ misinformasi yang disampaikan oleh juru bicara Tim Riset mengenai virus corona tidak menjadi fokus

analisis riset ini. Dari hasil analisis yang dilakukan 2 orang koder, tercatat 14 klaim yang muncul dalam pemberitaan obat herbal antikorona. Klaim-klaim tersebut tidak hanya berada pada badan berita, tetapi juga menghiasi judul artikel. Untuk menemukan bagaimana peran media dalam amplifikasi misinformasi kesehatan, pemeriksaan yang hati-hati dilakukan terhadap seluruh bagian artikel termasuk kecenderungan dan misinformasi dalam judul.

Selain mengidentifikasi dan menghitung frekuensi klaim dalam

pemberitaan, studi ini turut mengevaluasi sumber berita, narasumber berita, serta penggunaan sumber terpercaya. Pemeriksaan atas narasumber dan penggunaan sumber terpercaya bermanfaat untuk melihat keberimbangan berita sekaligus upaya verifikasi jurnalis atas pihak-pihak dan klaim-klaim yang disebutkan. Coder akan memeriksa apakah jurnalis menggunakan sumber lain yang sejalan maupun berseberangan dengan klaim Tim Riset Herbal Covid-19 untuk Bangsa.

Tabel 2. Konsep dan operasionalisasi

No	Item	Kategori Jawaban
1	Judul	<ul style="list-style-type: none"> • Positif : Mendukung pernyataan Tim Riset Herbal Covid-19 Untuk Bangsa. • Netral : Tidak mendukung maupun menyangkal. • Negatif : Menyangkal pernyataan Tim Riset Herbal Covid-19 Untuk Bangsa.
	Misinformasi	<ul style="list-style-type: none"> • Ada : Ada misinformasi dalam judul • Tidak : Tidak ada misinformasi dalam judul
2	Sumber Berita	<ul style="list-style-type: none"> • Liputan langsung • Rilis pers • Wawancara • Media
3	Narasumber	Nama atau instansi yang memberikan informasi
4	Penggunaan sumber terpercaya	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan sumber terpercaya untuk memperkuat klaim Tim Riset Herbal Covid-19 Untuk Bangsa. • Penggunaan sumber terpercaya yang kontradiktif dengan klaim Tim Riset Herbal Covid-19 Untuk Bangsa.

No	Item	Kategori Jawaban
	serta hasil riset yang berkaitan.	

Sumber : Diolah Peneliti (2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Judul yang Menyesatkan

Judul sebuah berita sudah seharusnya kongruen dengan isi. Sejauh ini, percakapan mengenai permasalahan judul pada media daring masih didominasi oleh penggunaan judul *clickbait* meskipun permasalahan terkait judul tidak hanya itu. Judul artikel juga dapat memuat misinformasi.

Judul yang menyesatkan (*misleading*) sangatlah berbahaya. Judul tersebut dapat menjebak pembaca yang sekadar membaca judul dan tidak membaca keseluruhan artikel (Wegner et al., 1981a). Ini perlu mendapat perhatian para pegiat literasi mengingat studi menemukan banyak pembaca ternyata justru menghabiskan lebih banyak waktu untuk membaca-baca judul ketimbang membaca artikel. Strategi ini dinilai mampu membantu mereka mendapatkan lebih banyak informasi dengan upaya kognitif yang relatif lebih rendah (Dor, 2003).

Dalam studi eksperimen yang dilakukan oleh Wiley & Raner (2000) mengenai efek judul, ditemukan bahwa membubuhkan judul pada artikel membuat membaca dengan waktu yang lebih singkat, dibandingkan jika artikel tersebut disajikan tanpa judul. Ini artinya membaca judul dapat menimbulkan perasaan bahwa seseorang telah mengetahui inti sebuah artikel (Wiley & Rayner, 2000).

Pada dasarnya, pembaca menggunakan informasi yang tersedia untuk membatasi pemrosesan informasi lebih lanjut. Artinya, setiap barang bukti

yang masuk akan selalu diberi bobot dan ditafsirkan berdasarkan informasi yang telah terlebih dahulu diterima, dan sebuah judul dengan demikian dapat menjadi informasi awal yang menimbulkan bias kognitif atau menggiring interpretasi tertentu (Dor, 2003; Ifantidou, 2009; Krug et al., 1989; McCrudden & Schraw, 2007; Miller et al., 2006; Surber & Schroeder, 2007). Ini tentu bukan masalah selama judul merupakan representasi isi berita. Namun sayangnya, judul artikel tidak selalu merepresentasikan isi berita atau bahkan memuat misinformasi.

Dari hasil evaluasi judul artikel berita ramuan herbal covid, terlihat bahwa salah satu cara media melakukan amplifikasi misinformasi kesehatan adalah dengan menuliskan misinformasi pada judul. Dari hasil pemeriksaan, terdapat 4 artikel yang secara gamblang menampilkan misinformasi dalam judulnya. Judul-judul artikel tersebut bukan hanya menginformasikan sebuah klaim, tapi mempresentasikan klaim itu layaknya fakta yang telah terverifikasi.

Salah satu media yang menampilkan misinformasi dalam judul artikelnya adalah *rri.co.id*, yang menuliskan “Obat Herbal Covid-19 dr Suradi Dibagikan Tim Gugus Tugas ke RS Wisma Atlet”. Judul tersebut merupakan misinformasi yang sangat membahayakan karena bukan hanya terbukti bahwa pihak RS Wisma Atlet tidak pernah menggunakan obat tersebut (tempo.com, 2020), tetapi juga dapat memberikan kesan bahwa obat ini memang benar efektif mengobati pasien covid karena telah digunakan oleh pihak pemerintah

Obat herbal anticorona disalurkan ke Wisma Atlet

© Rabu, 13 Mei 2020 15:43 WIB



Gambar 1. Mis-informasi pada judul berita

Berdasarkan pemeriksaan kecenderungan judul, catatan kami menunjukkan bahwa 57% judul artikel berita obat herbal Covid-19 bernada positif. Positif di sini berarti judul yang ada bernada mendukung penemuan obat herbal Covid-19, mendukung tim riset herbal covid untuk nusa, atau tidak mempertanyakan klaim ataupun kredibilitas dari tim riset herbal covid 19. Selebihnya, 43% bernada netral. Ini artinya tidak ada satupun artikel yang mengindikasikan bahwa tim riset ini telah melakukan kebohongan atau menyebarkan misinformasi dalam judulnya.

Meski tidak selalu mengandung misinformasi, bukan berarti judul-judul baik yang bersifat positif maupun netral tidak menyimpan potensi masalah. Sebagai contoh, judul artikel dari *Republika*: 'Pemerintah Diharap Uji Klinis Obat Herbal Corona Ala Suradi'. Titel tersebut bukan hanya memiliki sentimen yang sangat positif dengan berpihak terhadap Tim Riset Herbal Covid-19 untuk bangsa, tetapi juga meletakkan pemerintah sebagai pihak yang harus mengadakan uji

klinis. Sementara BPOM sendiri, telah mengatur bahwa industri farmasi wajib bertanggung jawab atas mutu obat dan melakukan uji klinik (Obat, 2020). Dalam hal ini, media bukan hanya telah menunjukkan keberpihakan kepada pihak yang salah, tetapi juga mengaburkan fakta yang sesungguhnya lebih penting untuk disampaikan kepada publik, yakni bahwa obat ini belum melalui uji klinis sebagai obat corona.

Sementara pada artikel-atikel dengan judul yang relatif lebih netral, jurnalis tidak menunjukkan keberpihakan pada Tim Riset Herbal Covid-19, tetapi mereka juga tidak berpihak pada kebenaran. Penulisan judul yang netral dilakukan dengan menggunakan kata 'klaim' atau 'menelisik', yang dalam hal ini berfungsi seperti *innuendo* yang ingin menyelamatkan media dari tuduhan memberitakan kabar bohong (Wegner et al., 1981b).

Dengan tidak memilih mendukung maupun mengungkap kebohongan Tim Riset Herbal Covid-19, judul-judul artikel

tersebut telah menyiratkan “objektivitas buta” yang justru tidak mengungkapkan kebenaran yang sesungguhnya (Ishwara, 2011a). Hasil evaluasi atas judul

memperlihatkan bahwa tidak ada satupun berita yang memposisikan bahwa Tim Riset Hadi Pranoto dkk telah melakukan kebohongan.



Gambar 2. Sentimen netral pada judul berita berpotensi menyesatkan pembaca

Judul berita yang menyesatkan sangatlah berbahaya, terlebih jika misinformasi tersebut berkaitan dengan kesehatan. Sayangnya, saat memberitakan informasi kesehatan, media terkadang membubuhkan judul yang tidak kongruen dengan isi bahkan menyesatkan (Turner et al., 2009). Sementara itu, judul berita sebagai elemen pertama (dan terkadang satu-satunya) yang diproses mampu mempengaruhi pembaca untuk memfokuskan diri pada informasi tertentu dan mengabaikan informasi lain (McCrudden & Schraw, 2007) sehingga judul berita yang menyesatkan bukan hanya memengaruhi ingatan pembaca, tetapi juga penalaran inferensial hingga kecenderungan perilaku mereka (Ecker et al., 2014). Melalui judul yang menyesatkan, media telah berperan dalam menyampaikan hoaks yang diciptakan oleh Tim Riset Herbal kepada masyarakat.

Klaim sebagai Inti Berita

Dalam memberitakan obat herbal antikorona, sebagian besar jurnalis mengisi paragraf-paragraf artikelnnya

dengan klaim-klaim yang dinyatakan oleh Tim Riset Herbal Covid-19 baik dalam jumpa wartawan maupun keterangan tertulis yang dikirimkan ke meja redaksi.

Keterangan yang disampaikan oleh Hadi Pranoto digunakan sebagai sumber informasi utama bahkan satu-satunya oleh sebagian besar media. Studi ini mencatat hanya *detik.com* yang menjadikan hasil wawancaranya dengan Laksma Suradi sebagai sumber berita utama.

Selain rilis pers, artikel dari media lain juga menjadi sumber. Seperti artikel *republika.co.id* yang bersumber dari *Antara*. Sayangnya, tidak semua artikel menyebutkan media lain yang dirujuk meskipun data kami menunjukkan adanya artikel-artikel yang serupa atau sangat mirip dengan artikel media lain yang telah dirilis sebelumnya.

Penggunaan pernyataan Tim Riset Herbal Covid-19 untuk bangsa sebagai sumber tunggal dalam kasus ini berimplikasi pada isi berita yang mayoritas adalah proposisi-proposisi positif mengenai obat herbal antikorona. Hampir keseluruhan media dalam riset ini

memberitakan klaim positif Hadi Pranoto tanpa menghadirkan sumber pembanding (pendapat ahli, hasil penelitian, ataupun pendapat pihak atau organisasi terkait), untuk memperkaya sekaligus memberikan ulasan yang berimbang. Akibatnya, artikel yang dihasilkan menjadi lebih dekat dengan advertorial ketimbang berita.

Dalam pemberitaan obat herbal antikorona, pembaca akan memperoleh (mis)informasi soal latar belakang para peneliti, keamanan, efektivitas, serta pemanfaatan obat herbal ini yang semuanya berdasarkan pada klaim sepihak. Dari 14 klaim yang muncul dalam

pemberitaan mengenai obat herbal antikorona, yang paling sering diberitakan adalah perihal bahan bakunya yang alami. Media juga menyampaikan klaim tentang keahlian para anggota tim, cara kerja obat herbal antikorona, serta hasil uji coba terhadap pasien yang mencapai tingkat keberhasilan sebanyak 100% atau semuanya mengalami kesembuhan. Tidak hanya itu, beberapa media juga memberitakan klaim bahwa obat herbal ini higienis dan halal, aman untuk siapa saja termasuk lansia dan anak-anak, serta telah mendapatkan respon positif dari kepala BNPB.

Tabel 3. Daftar Klaim Tim Riset Herbal Covid-19 untuk Bangsa

No	Klaim Tim Riset Herbal Covid-19 untuk Bangsa	Frekuensi pemberitaan
1	Tim Riset Herbal Covid-19 terdiri dari para relawan dengan latar belakang dokter, ahli medis, tenaga kesehatan, ahli pengobatan tradisional, dan para akademisi.	7
2	Tim Riset Herbal Covid-19 telah menghibahkan 10 ribu botol kepada pemerintah.	3
3	Obat herbal antikorona dibuat dari bahan-bahan alami (unsur tanah, air, tumbuh-tumbuhan dan bakteri biologi tanah).	10
4	Obat herbal antikorona higienis dan halal.	6
5	Obat herbal antikorona mampu meningkatkan imun tubuh dan mencegah seseorang terpapar virus corona.	4
6	Cara kerja obat herbal antikorona (memperlambat perkembangbiakkan, membunuh virus SARS-CoV-2, membersihkan bakteri jahat dalam tubuh).	7
7	Obat herbal antikorona telah digunakan oleh berbagai RS di Indonesia.	4
8	Obat herbal antikorona telah digunakan dalam kegiatan penyempromotan di Komplek Polri Jatirangga, Komplek TNI AL Kelapa Gading, dan lain-lain.	2
9	Obat herbal antikorona telah diujikan ke beberapa pasien positif maupun ODP, dengan hasil tingkat kesembuhan mencapai 100%	7
10	Obat herbal antikorona mampu menyembuhkan anggota keluarga tim riset herbal Covid-19 yang sedang kritis.	4
11	Obat herbal antikorona aman dikonsumsi anak-anak, lansia, dan ibu hamil.	6
12	Obat herbal antikorona telah dibagikan kepada paramedis, anggota TNI-Polri, hingga pejabat daerah.	2
13	Obat herbal antikorona telah mendapat respon positif dari kepala BNPB, Doni Monardo.	6
14	Obat herbal antikorona telah mendapat nomor BPOM	4

Sumber: Hasil olahan peneliti (2021)

Dalam konteks Indonesia, misinformasi mengenai obat herbal antikorona di media massa menjadi sangat problematis sekurang-kurangnya karena 2 hal. *Pertama*, masyarakat Indonesia memiliki kepercayaan yang cukup tinggi terhadap obat-obatan herbal tradisional. Sebuah survei dengan 7.699 responden menunjukkan bahwa 45% pasien lebih memilih obat tradisional ketimbang obat modern, sekalipun ketika obat tradisional tersebut tidak mengantongi ijin BPOM (alodokter.com, 2018). Dalam masyarakat seperti ini, kabar mengenai adanya obat herbal baru yang dapat menyembuhkan

corona dapat mempersuasi pembaca Indonesia melalui apa yang disebut oleh Wason (Wason, 1960) sebagai 'bias konfirmasi', yakni tendensi seseorang untuk mempercayai hal-hal yang sejalan dengan apa yang dia percayai. Dalam masyarakat yang lebih mempercayai obat tradisional, berita yang berisi misinformasi mengenai obat herbal antikorona ini dapat dianggap sebagai kabar baik. Mengingat ramuan herbal covid ini dijual bebas di pasaran, artikel yang diterbitkan berpotensi membuat masyarakat tertarik untuk membelinya.



Gambar 3. Obat herbal yang diperdagangkan di *e-commerce*

Alasan *kedua* adalah tingginya tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap media massa. Riset di berbagai negara memperlihatkan adanya tren positif terhadap kepercayaan masyarakat atas media di masa pandemi (Nielsen et al., 2020b). Di Indonesia, survei YouGov pada 2020 menunjukkan tingkat kepercayaan responden terhadap media-baik tv maupun koran- untuk memberikan informasi mengenai Covid-19 masih di angka 68% (Tempo.co, 2020). Ini artinya

informasi terkait Covid-19 yang diberitakan oleh media masih dipercaya oleh sebagian besar masyarakat. Dilihat dari kerangka kerja Elaboration Likelihood Model (Cacioppo, 1986), media kredibel dalam hal ini berfungsi sebagai isyarat perifer yang diperhitungkan pembaca dalam mengelaborasi informasi. Oleh karena itu, dalam kondisi di mana keinginan dan atau kemampuan untuk memproses informasi dengan sungguh-sungguh tidak ada, media menjadi satu-

satunya asuransi kebenaran sebuah berita. Akibatnya, klaim yang dimuat di media massa dapat diterima sebagai sebuah kebenaran.

Wawancara Hadi Pranoto di kanal *YouTube* Anji adalah salah satu bukti masih dipercayanya media daring sebagai sumber informasi. Saat menjawab pertanyaan wartawan mengenai alasannya memilih Hadi sebagai narasumber, Anji mengatakan bahwa dirinya membaca artikel hasil wawancara Hadi Pranoto dengan pimpinan redaksi *Lampung Post*. Berdasarkan hasil penelusurannya, Anji menemukan bahwa Hadi Pranoto dan ramuan herbalnya telah banyak diberitakan sejak April 2020. Oleh karena itu, Ia pun yakin mengundang Hadi dan memberikan kesempatan untuk menceritakan obat temuannya.



Gambar 4. Hadi Pranoto menunjukkan kepada media produk herbal antikorona
Sumber: *jpnn.com*

Jurnalis pun tampaknya tidak menaruh kecurigaan pada sosok Hadi Pranoto yang tidak pernah diketahui kredibilitasnya sebagai peneliti ataupun tenaga medis sebelumnya. Profesi Hadi Pranoto sebagai pengusaha obat herbal pun tampak tidak diperhitungkan sebagai titik awal kecurigaan akan kepentingan di balik jumpa wartawan yang diselenggarakannya. Absennya skeptisisme di awal proses ini berimplikasi pada absennya tahapan krusial dalam

Pengabaian Esensi Jurnalisme

Skeptis adalah ciri pertama jurnalisme. Keraguan atau skeptisisme akan membuat orang bertanya, mencari hingga mendapat kebenaran. Sebagai profesi yang bertugas mencari kebenaran, wartawan haruslah senantiasa meragukan, bertanya, dan tidak begitu saja menerima (Ishwara, 2011b). Dalam kasus ini, jelas bahwa para jurnalis telah menanggalkan sikap ini. Wartawan tidak menaruh keraguan mana kala berhadapan dengan botol-botol obat herbal antikorona yang dikemas seadanya, tanpa label apapun, tidak tampak seperti layaknya sebuah produk yang telah memenuhi standar BPOM seperti klaim Hadi Pranoto.

penulisan berita: verifikasi. Padahal, verifikasi menjadi salah satu instrumen penting jurnalisme (Kovach & Rosenstiel, 2021).

Dalam upaya memberitakan kebenaran, jurnalis harus lebih dari sekadar berpegang teguh pada akurasi. Jika hanya memperhitungkan akurasi, maka artikel-artikel yang diterbitkan dapat dikatakan baik karena telah secara akurat mengutip pernyataan Hadi Pranoto. Sayangnya, menyusun berita bukan hanya

tentang secara akurat mengutip pernyataan sebuah pihak dan menyebutkan siapa pihak tersebut. Sebaliknya, menyajikan informasi dan menyebutkan sumbernya tidak menjamin kebenaran (Ishwara, 2011), dan jurnalisme yang dibangun atas dasar akurasi semata akan gagal membawa masyarakat untuk memahami dan berkembang lebih jauh (Kovach & Rosenstiel, 2021). Menyajikan informasi secara akurat adalah pekerjaan yang belum tuntas, di mana ada tahapan berikutnya yang wajib dikerjakan oleh setiap wartawan, yakni verifikasi. Disiplin verifikasi adalah hal yang membedakan jurnalisme dari hiburan, propaganda, fiksi, atau seni (Kovach & Rosenstiel, 2021).

Hasil tabulasi data menunjukkan bahwa artikel-artikel pemberitaan tentang obat herbal antikorona yang ada telah

dikerjakan tanpa atau minim verifikasi. Besar kemungkinan, faktor kebaruan dan tingginya kebutuhan akan informasi juga berpengaruh dalam hal ini. Wabah baru juga berarti pengetahuan yang terbatas di satu sisi, dan tingginya keingintahuan dan kebutuhan masyarakat akan informasi di sisi lain. Ketidakseimbangan suplai dan permintaan informasi ini dapat menyebabkan perlombaan penyediaan informasi yang berujung pada ketergesaan dalam pengerjaan sebuah berita. Dalam situasi baru yang serba membingungkan ini, media massa dalam upaya untuk mendapatkan visibilitas, tanpa disadari memberikan informasi yang salah kepada publik (Tagliabue et al., 2020). Meskipun demikian, situasi ini tidak dapat menjadi justifikasi bagi jurnalis untuk mengesampingkan proses verifikasi.

Tabel 4. Jumlah klaim artikel berita dan penggunaan sumber

Media	Judul	Jumlah Klaim	Sumber Utama	Penggunaan sumber terpercaya yang mendukung klaim	Penggunaan sumber terpercaya yang tidak mendukung klaim
Antaraneews.com	Obat Herbal antikorona diharapkan dapat diuji	6	Rilis Pers	0	0
	Obat Herbal antikorona disalurkan ke Wisma Atlet	2	Rilis Pers	0	0
Rri.co.id	Soal Khasiat dan Keamanan Obat Herbal Covid-19 Dr Suradi, Tim Riset Siap Uji	5	Liputan (Konferensi Pers)	0	0
	Obat Herbal Covid-19 Dr Suradi Dibagikan Tim Gugus Tugas ke RS Wisma Atlet	4	Liputan (Konferensi Pers)	0	0
	Tim Riset Formula Herbal Hibahkan 10 ribu Botol Antibody Covid-19	7	Liputan (Konferensi Pers)	0	0
Carapandang.com	Obat Herbal Anti Corona Diharapkan Segera Diuji Secara Klinis	6	Rilis Pers	0	0
Detik.com	Laksa Suradi Klaim Punya Obat Anti Corona, Siap Diproduksi Massal	4	Wawancara (Laksamana Suradi)	0	2
JPNN.com	Tim Riset Siap Memproduksi 240 Juta Botol Minuman Herbal Penangkal Virus Corona	7	Liputan (Konferensi Pers)	0	0
Rmol.id	Herbal Covid-19 sudah dibagikan ke wisma atlet, hasilnya diklaim positif	4	-	0	0
Rilis.id	Obat Herbal Anti Corona Dr.Suradi Diharapkan Segera Diuji Coba	7	Rilis Pers	0	0
Sindonews.com	Tim Riset Herbal COVID-19 untuk Bangsa Cari Solusi Atas Pandemi	4	Rilis Pers	0	0
Tribunnews.com	Klaim temukan formula herbal antibody Covid-19. Tim riset ini siap membantu pemerintah	3	Rilis pers	0	0
Grid.id	Menelisik obat anti Corona Virus dan penjelasan tim riset herbal covid-19 untuk bangsa	4	Rilis pers	0	0
Republika.co.id	Pemerintah harap uji klinis obat herbal corona ala Suradi	10	Rilis pers, ANTARA	0	0

Sumber: Hasil olahan peneliti (2021)

Kasus pemberitaan penemuan obat herbal antikorona ini adalah salah satu contoh dari dampak buruk pengabaian verifikasi. Hampir seluruh media tidak melakukan verifikasi terhadap pihak-pihak yang disebutkan. Media juga tidak mencari

sumber data pembandingan, baik pendapat ahli maupun data riset, mengenai efektivitas bahan-bahan yang diklaim dapat membunuh virus corona.

Dari keempat belas media yang menampilkan berita obat herbal

antikorona, hanya *detik.com* dan *rri.co.id* yang masih melakukan upaya verifikasi. Dari semua artikel, dapat dikatakan artikel milik *detik.com* adalah yang paling baik. Selain membatasi klaim-klaim dalam artikelnya, *detik.com* juga melakukan upaya verifikasi. *Detik.com* melakukan verifikasi atas klaim izin edar BPOM yang disebutkan dengan mencarinya dalam pangkalan data milik BPOM. Artikel yang ditulis *detik.com* juga menyebutkan fakta perbandingan bahwa hingga kini belum ada pernyataan resmi terkait obat yang definitif untuk menyembuhkan corona.

Meskipun jauh dari maksimal, upaya verifikasi juga dilakukan oleh *rri.co.id*. Mereka mencoba menghubungi Doni Monardo, tetapi tidak mendapat jawaban. *rri.co.id* tidak melakukan upaya verifikasi lebih lanjut terhadap klaim-klaim Tim Riset Herbal Covid-19 di luar penggunaan obat herbal di RS. Wisma Atlet. Akibatnya, klaim-klaim berbahaya lainnya tetap saja “naik cetak” tanpa proses verifikasi.

Di luar 2 media tersebut, media lain memberitakan klaim-klaim Tim Riset Herbal Covid-19 mentah-mentah tanpa verifikasi. Artikel yang ada tidak mencerminkan adanya upaya verifikasi pernyataan pihak-pihak yang disebutkan. Berita yang ada juga ditulis tanpa usaha untuk menghadirkan sumber lain, baik pandangan ahli maupun hasil riset yang sejalan maupun berseberangan dengan pernyataan-pernyataan Hadi Pranoto dan kawan-kawan.

Pendeknya, hasil evaluasi atas aspek verifikasi menunjukkan bahwa hanya *detik.com* yang melakukan bantahan atas salah satu klaim Hadi Pranoto. Dan hanya 1 (satu) dari 14 klaim yang terbantahkan, yakni perihal perolehan nomor registrasi BPOM. Sementara klaim bahwa obat ini telah menyembuhkan banyak pasien dan digunakan di berbagai rumah sakit, aman bagi semua kalangan usia, serta informasi-informasi berbahaya lainnya, telah

diberitakan tanpa ada verifikasi. Padahal, klaim-klaim tersebut sangat mudah dibuktikan ketidakbenarannya, dan tidak menuntut kinerja verifikasi yang rumit dari para jurnalis.

Klaim-klaim Hadi Pranoto sebagai ketua dan juru bicara tim riset herbal tersebut pada akhirnya terbukti keliru ketika video wawancaranya dengan Anji viral di media sosial. Para ahli dan pihak-pihak yang disebutkan pun memberikan klarifikasinya. Hal ini seharusnya tidak perlu terjadi seandainya wartawan menghubungi pihak-pihak tersebut sebelum menuliskan beritanya.

Pernyataan-pernyataan yang tidak berbasis data dan dikemukakan oleh non-ahli seperti Hadi Pranoto bukan berarti tidak memiliki kemampuan mempengaruhi persepsi masyarakat. Riset menemukan bahwa pernyataan non ahli terhadap suatu isu nyatanya dapat mempengaruhi sikap maupun kepatuhan publik terhadap sebuah anjuran dan informasi kesehatan yang disampaikan oleh ahli maupun pemerintah (Kim et al., 2020) Meskipun pernyataan dapat diralat, penerimaan informasi yang keliru tidaklah mudah untuk diklarifikasi. Koreksi terhadap informasi yang keliru relatif tidak efektif sekalipun khalayak mampu mengingat ralatnya. Individu yang terlanjur mempercayai informasi yang keliru, cenderung terus mengandalkan informasi salah tersebut karena telah terlanjur ditarik dalam penalaran inferensial mereka (Lewandowsky et al., 2012). Oleh karenanya, media dituntut untuk lebih berhati-hati sejak awal dalam menuliskan dan mempublikasikan berita, khususnya berita kesehatan seperti pengobatan Covid-19 yang menyangkut keselamatan jiwa banyak pihak.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa media sosial bukanlah aktor tunggal dalam penyebaran misinformasi kesehatan selama pandemi. Media daring, baik yang terverifikasi maupun tidak, dimiliki oleh swasta ataupun negara, ternyata turut berperan dalam menyampaikan misinformasi kesehatan pada masyarakat.

Media berperan dalam amplifikasi hoaks yang difabrikasi oleh Tim Riset Herbal Covid-19 melalui artikel dengan judul yang menyesatkan dan pemberitaan yang berisi klaim sepihak. Akibat minimnya verifikasi data, media gagal menyajikan informasi yang sesungguhnya penting diketahui oleh masyarakat. Sebelum kasus Anji – Hadi Pranoto ramai dibicarakan, sulit sekali menemukan artikel yang membingkai Tim Riset herbal

Covid-19 untuk Bangsa, Hadi Pranoto, maupun Laksamana Suradi sebagai penyebar hoaks. Alih-alih memberitakan bahwa pernyataan atas kemampuan dan keamanan ramuan herbal ini sebagai kebohongan, sebagian besar media justru bermain aman dibalik penggunaan “klaim” yang netral. Dalam kasus ini, media juga telah mereduksi esensi berita menjadi sekedar akurasi pengutipan pernyataan narasumber dan bukan mengabarkan kebenaran. Sebagian besar media merasa cukup dengan memberitakan fakta tentang sekelompok orang yang mengklaim telah menemukan obat herbal yang alami, aman, dan berkhasiat. Sebaliknya, informasi yang perlu diketahui masyarakat bahwa klaim yang dinyatakan oleh kelompok tersebut adalah kebohongan justru tak tersampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldilal, A., Sanjaya, A. A., Akbar, N., & Febriansyah, M. R. (2020). Pemberitaan dan Opini Publik tentang Kedatangan Tenaga Kerja China Pada Masa Pandemi COVID-19 di Sulawesi Tenggara. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 280–291.
- Alodokter.com. (2018, August). 45% Masyarakat Indonesia Masih Lebih Percaya Obat Herbal Dibanding Obat Modern. *Alodokter.Com*.
- Angeline, M., Safitri, Y., & Luthfia, A. (2020). Can the damage be undone? Analyzing misinformation during COVID-19 outbreak in Indonesia. *2020 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 360–364.
- Aprilia, C. S. (2021). Perilaku Panic Buying dan Berita Hoaks Covid-19 di Kota Bandung. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(1), 11–26.
- Bafadhal, O. M., & Santoso, A. D. (2020). Memetakan pesan hoaks berita COVID-19 di Indonesia lintas kategori, sumber, dan jenis disinformasi. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(02), 235–249.
- Bbc.com. (2020, August). Kasus Anji: Kontroversi soal klaim obat Covid-19, perlukah kode etik bagi influencer? *Bbc.Com*.

- of subtle misinformation in news headlines. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 20(4), 323.
- Boer, K. M., Pratiwi, M. R., & Muna, N. (2020a). Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 85–104.
- Brainard, J., & Hunter, P. R. (2020). Misinformation making a disease outbreak worse: outcomes compared for influenza, monkeypox, and norovirus. *Simulation*, 96(4), 365–374.
- Bustomi, M. I. (2020). *Ini Alasan Anji Wawancara Hadi Pranoto soal Klaim Temuan Obat Covid-19*. Kompas.Com. <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/08/11/13111281/ini-alasan-anji-wawancara-hadi-pranoto-soal-klaim-temuan-obat-covid-19?page=all>
- Cacioppo, J. T. (1986). Communication and persuasion: central and peripheral routes to attitude change. *In Communication and Persuasion. Springer Series in Social Psychology*.
- Detik.com. (2020, August). Melacak Obat Corona Hadi Pranoto yang Dikritik Kemenristek. *Detik.Com*.
- Detikhealth.com. (2020, September). Anjuran Pakai Masker Banyak Berubah Selama Pandemi, Ini Rangkumannya. *Detikhealth.Com*.
- Dor, D. (2003). On newspaper headlines as relevance optimizers. *Journal of Pragmatics*, 35(5), 695–721.
- Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Chang, E. P., & Pillai, R. (2014). The effects
- Fahrimal, Y., Husna, A., Islami, F., & Johan, J. (2020). Media dan pandemi: Frame tentang pandemi Covid-19 dalam media online di Indonesia (Studi pada portal berita Kompas. com dan Detik. com). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 24(2), 169–186.
- Farisa, F. C. (2020). *Sesuai Standar WHO, Menkes Tegaskan Orang Sehat Tak Perlu Masker*. Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/04/06214651/sesuai-standar-who-menkes-tegaskan-orang-sehat-tak-perlu-masker?page=all>
- Halim, D. (2020). *6 Bulan Pandemi Covid-19: Hoaks dan Teori Konspirasi yang Memperparah Penanganan*. Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2020/09/05/09090921/6-bulan-pandemi-covid-19-hoaks-dan-teori-konspirasi-yang-memperparah>
- Ifantidou, E. (2009). Newspaper headlines and relevance: Ad hoc concepts in ad hoc contexts. *Journal of Pragmatics*, 41(4), 699–720.
- Ishwara, L. (2011). *Jurnalisme Dasar: Seri Jurnalistik Kompas. Jakarta: Buku Kompas*.
- Kim, H., Han, J. Y., & Seo, Y. (2020). Effects of facebook comments on attitude toward vaccines: The roles of perceived distributions of public opinion and perceived vaccine efficacy. *Journal of Health Communication*, 25(2), 159–169.

- Kiousis, S. (2001). Public trust or mistrust? Perceptions of media credibility in the information age. *Mass Communication & Society*, 4(4), 381–403.
- Kominfo.go.id. (2017, October). Perangi Hoaks, Dukung Dewan Pers Verifikasi Media Online. *Kominfo.Go.Id*.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2021). *The Elements of Journalism, Revised and Updated 4th Edition: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Crown.
- Krug, D., George, B., Hannon, S. A., & Glover, J. A. (1989). The effect of outlines and headings on readers' recall of text. *Contemporary Educational Psychology*, 14(2), 111–123.
- Lenin, V. (1925). On the Freedom of the Press. *Labour Monthly* 7, 7, 35–37.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(3), 106–131.
- Liputan6.com. (2020, August). Berkaca Pada Kasus Anji : Perlukah Kode Etik Untuk Influencer ? *Liputan6.Com*.
<https://www.liputan6.com/news/read/4324739/special-content-berkaca-kepada-kasus-anji-perlukah-kode-etik-untuk-influencer>
- Lwin, M. O., Lee, S. Y., Panchapakesan, C., & Tandoc, E. (2021). Mainstream news media's role in public health communication during crises: Assessment of coverage and correction of COVID-19 misinformation. *Health Communication*, 1–9.
- Mardika, I. P., & Wulandari, N. P. A. D. (2021). Peran Media Sosial Dalam Pemberitaan Hoax Pasca Covid 19. *Danapati: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 153–163.
- Masduki. (2020). Blunders of government communication: The political economy of COVID-19 communication policy in indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 24(2), 97–111.
<https://doi.org/10.22146/JSP.57389>
- Mastel. (2017). Hasil Survey Wabah Hoax Nasional. *Mastel.Id*.
<https://mastel.id/hasil-survey-wabah-hoax-nasional-2017/>
- McCrudden, M. T., & Schraw, G. (2007). Relevance and goal-focusing in text processing. *Educational Psychology Review*, 19(2), 113–139.
- Miller, L. M. S., Cohen, J. A., & Wingfield, A. (2006). Contextual knowledge reduces demands on working memory during reading. *Memory & Cognition*, 34(6), 1355–1367.
- Nations, U. (2020). UN tackles 'infodemic' of misinformation and cybercrime in COVID-19 crisis. *United Nations*.
- Nielsen, R. K., Fletcher, R., Newman, N., Brennen, J. S., & Howard, P. N. (2020b). Navigating the 'infodemic': how people in six countries access and rate news and information about coronavirus. Reuters Institute report. *Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford*. Available at:
<https://Reutersinstitute.Politics.Ox.Ac.Uk/Infodemic-How-People->

- Six-Countries-Access-and-Rate-News-and-Information-about-Coronavirus.*
- Obat, B. P. (2020). Pedoman penggunaan herbal dan suplemen kesehatan dalam menghadapi COVID-19 di Indonesia. *Badan Pengawas Obat Dan Makanan RI.*
- Palupi, M. F. T., & Irawan, R. E. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Kebijakan Pemerintah Terkait Ketenagakerjaan sebagai Dampak Covid 19 di Kompas. com dan Malaysiakini. *Jurnal Representamen*, 6(02).
- Rachman, R. F. (2021). Tren Pemberitaan Covid-19 Pemerintah Provinsi Jawa Timur di Media Online. *Jurnal Khazanah Intelektual*, 5(1), 970–986.
- Rahardja, U., Aini, Q., & Dewi, Y. N. (2018). Alexa Rank Sebagai Alat Ukur Popularitas Website Crowdfunding. *Technomedia Journal*, 2(2 Februari), 29–40.
- Rahayu, R. N. (2020). Analisis Berita Hoax Covid-19 di Media Sosial di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(09), 60–73.
- Rahmawati, D., Mulyana, D., Lumakto, G., Viendyasari, M., & Anindhita, W. (2021). Mapping disinformation during the Covid-19 in Indonesia: Qualitative content analysis. *Jurnal ASPIKOM*, 6(2), 222–234.
- Rosenberg, H., Syed, S., & Rezaie, S. (2020). The Twitter pandemic: The critical role of Twitter in the dissemination of medical information and misinformation during the COVID-19 pandemic. *Canadian Journal of Emergency Medicine*, 22(4), 418–421.
- Sofian, A., & Lestarini, N. (2021). Analisis framing pemberitaan tentang kebijakan pemerintah dalam menangani kasus Covid-19 (Analisis framing model Robert N. Entman pada media online Koran. tempo. co Edisi Maret 2020). *Commicast*, 2(1), 58–70.
- Suku, M. Y., Manafe, Y. D., & Melawati, F. T. (2021). Pengaruh Pemberitaan Covid-19 di Media Online terhadap Perubahan Sikap Tenaga Kesehatan RSUD Naibonat Kabupaten Kupang. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(2), 191–201.
- Surber, J. R., & Schroeder, M. (2007). Effect of prior domain knowledge and headings on processing of informative text. *Contemporary Educational Psychology*, 32(3), 485–498.
- Tagliabue, F., Galassi, L., & Mariani, P. (2020). The “pandemic” of disinformation in COVID-19. *SN Comprehensive Clinical Medicine*, 2(9), 1287–1289.
- Teluma, A. R. L. (2020). Membaca Realitas Infodemi Covid-19 di Indonesia. *JCommsci-Journal Of Media and Communication Science*, 1–9.
- Tempo.co. (2020). Tingkat Kepercayaan Terhadap Media Selama Pandemi. *Tempo.Co.*
<https://data.tempo.co/data/699/covid-19-tingkat-kepercayaan-terhadap-media-selama-pandemi>
- Tempo.com. (2020, August). RS Wisma Atlet Tak Pakai Obat Herbal Hadi Pranoto. *Tempo.Co.*
<https://nasional.tempo.co/read/1371823/rs-wisma-atlet-tak-pakai-obat-herbal-hadi-pranoto>

- Thomas, J., Peterson, G. M., Walker, E., Christenson, J. K., Cowley, M., Kosari, S., Baby, K. E., & Naunton, M. (2018). Fake news: Medicines misinformation by the media. *Clinical Pharmacology and Therapeutics*, 104(6), 1059–1061.
- Triyaningsih, H. (2020). Efek Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Virus Corona (Studi Kasus; Masyarakat di Pamekasan). *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 1(1).
- Turner, N. M., York, D. G., & Petousis-Harris, H. A. (2009). The use and misuse of media headlines: lessons from the MeNZB™ immunisation campaign. *Clinical Correspondence*.
- Wason, P. C. (1960). On the failure to eliminate hypotheses in a conceptual task. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 12(3), 129–140.
- Wegner, D. M., Wenzlaff, R., Kerker, R. M., & Beattie, A. E. (1981b). Incrimination through innuendo: Can media questions become public answers? *Journal of Personality and Social Psychology*, 40(5), 822.
- WHO. (2020, March 6). Media Statement: the role and need of masks during COVID-19 outbreak. *WHO*. <https://www.who.int/indonesia/news/detail/06-03-2020-media-statement-the-role-and-need-of-masks-during-covid-19-outbreak>
- Wiley, J., & Rayner, K. (2000). Effects of titles on the processing of text and lexically ambiguous words: Evidence from eye movements. *Memory & Cognition*, 28(6), 1011–1021.
- Yosia, B. (2021). Objektivitas Pemberitaan Virus Covid-19 Dalam Okezone. *com. Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 5(1), 1–16.
- Yustitia, S., & Asharianto, P. D. (2020). Misinformation and Disinformation of COVID-19 on Social Media in Indonesia. *Proceeding of LPPM UPN “VETERAN” Yogyakarta Conference Series 2020–Political and Social Science Series*, 1(1), 51–65.