

KONSTRUKSI REALITAS INFORMASI *HOAX* PADA FILM *CONTAGION*

Construction of Hoax News Reality in Contagion Film

Nabila Ardiarini¹, Arie Prasetyo²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

ardiarininabila@student.telkomuniversity.ac.id¹, arieprasetyo@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Media adalah sumber informasi bagi masyarakat, khususnya di zaman yang serba canggih ini. Namun terkadang informasi yang terdapat pada media, tidak selalu mengandung kebenaran, atau yang lebih dikenal dengan istilah hoax. Hoax merupakan suatu hal yang sering ditemukan pada sebuah media. Penyebaran hoax terjadi jika ada situasi genting yang sedang menjadi sorotan masyarakat. Semakin genting situasi tersebut, maka hoax akan semakin banyak, dan penyebarannya pun akan semakin tinggi sehingga dapat menimbulkan berbagai dampak. Hal tersebut dapat terjadi, karena media melihat peluang untuk mendapatkan keuntungan. Media dapat dengan mudah mengkonstruksi suatu realitas untuk menghasilkan informasi yang siap untuk disebar kepada publik tanpa memperhatikan kebenarannya. Dan tanpa disadari, selain media berperan sebagai sumber informasi, media juga dapat berperan untuk menggiring opini publik. Selain hal tersebut ada dalam dunia nyata, hal ini juga digambarkan dalam film *Contagion* dan akan diuraikan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif yang akan dikaitkan dengan teori konstruksi realitas sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, yang terbagi menjadi beberapa gagasan yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

Kata Kunci : Hoax, Penggiringan Opini Publik, Konstruksi realitas, Film, Konstruksi realitas Peter L. Berger dan Thomas Luckmann

Abstrack

*Media is a source of information for society, especially in this sophisticated era. However, sometimes the information contained in the media, does not always contain the truth, or what is better known as a hoax. Hoax is something that is often found in a media. The spread of hoaxes occurs when there is a critical situation that is in the public spotlight. The more precarious the situation is, the more hoaxes will be, and the higher the spread will be so that it can have various impacts. This can happen, because the media see opportunities for profit. The media can easily construct a reality to produce information that is ready to be disseminated to the public without paying attention to the truth. And without realizing it, in addition to the media's role as a source of information, the media can also play a role in driving public opinion. In addition to this in the real world, this is also depicted in the film *Contagion* and will be described in this study using a qualitative content analysis approach which will be linked to the social reality construction theory of Peter L. Berger and Thomas Luckmann, which is divided into several ideas, namely externalization, objectivation, and internalization.*

Keywords: Hoax, Public Opinion Leadership, Reality Construction, Film, Construction the reality of Peter L. Berger and Thomas Luckmann

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Film merupakan salah satu media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hiburan dan juga edukasi informasi bagi masyarakat (Effendy, 2018). Film juga dapat digunakan untuk menyampaikan pesan. dan mampu merepresentasikan suatu realitas yang terjadi. Apapun jenis filmnya, jika mengandung informasi yang menarik, maka masyarakat akan tertarik untuk menontonnya. Ada berbagai jenis film, diantaranya film cerita, film berita, film dokumenter, dan film kartun (Effendy, 2018).

Berbicara mengenai informasi, di zaman modern ini, masyarakat selalu berlomba-lomba dalam menyampaikan informasi. Karena bagaimana tidak, dari masa ke masa internet mampu memberi pengaruh yang besar kepada masyarakat dan terus meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna internet melalui perangkat teknologi apapun, (Mauludi, 2018). Dan terkadang, pentingnya informasi sering disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab. Dalam keadaan yang sedang genting sekalipun, tidak sedikit orang yang membuat berita tidak benar atau yang biasa disebut *hoax*, dan menyebarkannya melalui media, sehingga masyarakat luas dapat terpengaruhi dan mampu menimbulkan dampak yang besar. Maka itulah media dianggap mampu membangun opini publik. Seperti yang digambarkan dalam salah satu adegan di film *Contagion*. Film tahun 2011 yang kembali trending sejak adanya *Covid-19* ini, menceritakan tentang adanya virus baru yang tidak dikenal, dan mampu menginfeksi saluran pernapasan manusia, sama halnya seperti *Covid-19*. Namun, ditengah situasi yang sedang *chaos* ini, ada pihak yang ingin mengambil keuntungan finansial pribadi. Seorang penulis artikel di media, membuat dan menyebarkan informasi *hoax* terkait virus yang tengah ramai diperbincangkan di seluruh dunia.

Di zaman yang serba canggih ini, *hoax* bukan lah yang biasa. Melainkan penyebaran *hoax* ini sudah sering terjadi dan dilakukan oleh media, khususnya saat situasi sedang genting. Topik ini penting untuk diteliti terlebih lagi saat ini kita sedang berada di tengah pandemi virus *Covid-19*. Karena pada situasi ini, masyarakat berusaha mencari kebenaran melalui media. Maka dari itu, media dapat dengan mudah melihat situasi untuk memproduksi informasi *hoax* dan menyebarkannya kepada media, tanpa memperhatikan informasi yang disampaikan benar atau tidak. Yang dimana nantinya, dari informasi *hoax* tersebut, media dapat menghasilkan keuntungan pribadi. Maka dari itu, penggunaan dan penyalahgunaan media dalam film *Contagion* ini menarik untuk dijadikan permasalahan penelitian. Karena jika dibiarkan, akan menimbulkan dampak yang sangat fatal dan kerugian yang besar. Media akan membentuk opini publik, terlepas informasi yang disampaikan benar atau tidak. Didalam situasi yang genting, masyarakat tidak bisa lepas dari media. Karena media berperan penting dalam sumber informasi yang dibutuhkan masyarakat setiap harinya. Sehingga dengan mudah, banyak pihak media yang membodoh-bodohi masyarakat melalui tulisannya di media

Walau bagaimanapun, suatu realitas yang dikonstruksi melalui media dapat dikatakan *hoax* karena belum tentu sesuai dengan fakta yang sebenarnya terjadi. *Hoax* tersebut yang akan dijadikan objek untuk membangun opini masyarakat. Lalu, dari *hoax*, terjadi penggiringan opini publik dan konstruksi membenaran dimana masyarakat cenderung untuk percaya dan membenarkan apa yang disampaikan oleh media. Apa yang dianggap penting oleh media, maka masyarakat akan menganggap hal tersebut penting. Lalu tahap terakhir adalah pembentukan konstruksi citra (Bungin, 2008). Yang artinya media massa mampu menciptakan konstruksi citra dalam bentuk *good news* ataupun *bad news* (Bungin, 2008). Bentuk konstruksi citra *good news* merupakan pengkonstruksian suatu pesan agar terlihat lebih baik dari realitas yang sesungguhnya. Sedangkan bentuk *bad news*, suatu konstruksi yang cenderung menggambarkan keburukkan dan memberi citra yang kurang baik, jahat, buruk pada suatu objek tertentu (Bungin, 2008).

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah dideskripsikan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. untuk mendeskripsikan informasi *hoax* diproduksi dan disebarkan melalui media massa dalam film *Contagion*,
2. untuk mendeskripsikan proses penggiringan opini publik yang terjadi akibat *hoax* yang disampaikan melalui media massa dalam film *Contagion*.

1.3 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Bagaimana informasi *hoax* diproduksi dan disebarkan melalui media massa dalam film *Contagion*,
2. Bagaimana proses penggiringan opini publik terjadi akibat *hoax* yang disampaikan melalui media massa dalam film *Contagion*.

2. Dasar Teori/ Material dan Metodologi/ Perancangan

2.1 Film

Film merupakan salah satu media komunikasi massa yang mampu menggiring opini publik. Menurut (Wahyuningsih, 2019) film dapat dikatakan sebagai gambar yang disajikan melalui layar lebar. Dan menurut (Wahyuningsih, 2019) juga menyatakan bahwa film adalah salah satu media komunikasi massa yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan secara massal. Sedangkan dalam arti luas, pengertian film adalah penyajian gambar yang melalui tahap penyiaran televisi, dan dapat juga dikategorisasikan sebagai film (Cangara, 2002). Film memiliki pesan moral yang ingin disampaikan kepada khalayak. Film juga memiliki daya persuasi yang besar. Maka tidak sedikit film yang mampu mempengaruhi opini masyarakat dan menggiring opini tersebut untuk disepakati bersama oleh masyarakat. Dengan begitu, film dapat dikatakan sebagai salah satu media komunikasi, karena digunakan dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan.

Film memiliki beberapa fungsi yang secara tidak langsung dirakan oleh masyarakat. Selain film memiliki nilai fungsi hiburan, namun film juga memiliki fungsi lain diantaranya, fungsi informatif, fungsi edukatif, dan fungsi persuasif (Ardianto & Dkk, 2009). Fungsi hiburan, artinya mampu menghilangkan rasa penat penonton, fungsi pendidikan atau edukatif, yang mampu memberikan wawasan dan pengetahuan baru, fungsi informasi, yang mampu memberi informasi baru, dan fungsi persuasif, yang mampu mengajak masyarakat melakukan hal positif yang sama seperti yang ada pada film.

Film memiliki 2 unsur, diantaranya unsur sinematik dan unsur naratif. Tentunya antar unsur-unsur tersebut memiliki kesinambungan dan saling memperkuat satu sama lain. Namun yang akan lebih fokus dibahas pada sub bab ini dan berkesinambungan dalam penelitian ini adalah unsur naratif. Jika unsur sinematik merupakan alat-alat dan kebutuhan penunjang untuk membuat suatu film, seperti tata cahaya, kostum, makeup, editing, latar, sinematografi, suara. Sedangkan unsur naratif merupakan bahan materi atau cerita yang dijadikan sebagai latar dalam pembuatan sebuah film. Didalam film *Contagion* yang menjadi unsur naratif yaitu film ini menceritakan tentang wabah virus baru mematikan yang tidak diketahui yang menyerang sistem pernapasan manusia dan mampu menular dengan cepat ke berbagai belahan dunia melalui kontak fisik. Film ini mengambil latar cerita tentang penyebaran virus SARS yang mewabah pada tahun 2003 dan wabah flu pada tahun 2009 silam.

2.2 Hoax

Secara literatur, *hoax* adalah sebuah pesan atau informasi yang mengandung kebohongan atau ketidakbenaran yang disampaikan oleh seseorang atau suatu kelompok ke masyarakat luas. Dalam (Mauludi, 2018) *hoax* didefinisikan sebagai suatu kata yang digunakan untuk menunjukkan berita kebohongan, yang dilakukan untuk membodohi masyarakat sebagai pembaca untuk percaya terhadap suatu pesan yang disampaikan oleh media sosial. Sedangkan menurut Kamus Komunikasi, pengertian *hoax* adalah berita bohong. Biasanya *hoax* dapat berupa pesan teks, gambar, maupun audio visual. Berdasarkan hasil survei Mastel (2017) tentang Wabah *Hoax* Nasional, *hoax* dapat didefinisikan sebagai suatu berita kebohongan yang dibuat dengan sengaja, bersifat menghasut, tidak akurat, berisi ramalan, dan biasanya menyudutkan pemerintah. Secara mudahnya, *hoax* adalah berita kebohongan namun yang direkayasa sebegus mungkin untuk menyatakan kebenaran, sehingga banyak masyarakat yang mudah percaya oleh hadirnya *hoax*. Dan *hoax* akan selalu dikaitkan dengan informasi yang tidak benar, dikemas, lalu diakui dan dijual sebagai suatu realitas yang dibuat dengan maksud tertentu (Aditiawarman, 2019). Pada penelitian Mastel (2017) dalam jurnal (Christiany Juditha, 2018) juga disebutkan bahwa penyebaran *hoax* seringkali terjadi melalui media komunikasi, dimana peringkat pertama ditempatkan oleh sosial media seperti facebook, twitter, instagram, dan lain-lain dengan presentase 92,40%, peringkat ke-2 ditempatkan oleh aplikasi *chatting* seperti whatsapp, line, dan lain-lain dengan presentase 62,80%, yang ke-3 ada situs web sebesar 34,90%, lalu televisi sebesar 8,70%, media cetak sebesar 5%, email sebesar 3,10%, dan yang terakhir adalah radio yaitu sebesar 1,20%.

2.3 Opini Publik

Secara literatur, opini publik terdiri dari 2 gabungan kata, yaitu opini dan publik. Yang artinya opini dari sekelompok masyarakat. Secara etimologi, opini publik merupakan kata dari bahasa Inggris yaitu *public opinion*. Sedangkan *public opinion* sendiri berasal dari bahasa Latin yakni *opinari* dan *publicus*. Dimana definisi *opinari* adalah berpikir atau menduga, sementara definisi *publicus* adalah milik masyarakat luas. Menurut (Olii & Erlita, 2011) menyatakan bahwa opini publik adalah kompleks preferensi yang dinyatakan oleh masyarakat mengenai

suatu isu yang sedang terjadi dan menyangkut kepentingan bersama. (Olii & Erlita, 2011) juga menyatakan bahwa opini publik merupakan hasil dari perilaku dan tindakan komunikasi yang menggunakan media massa sehingga berjalan secara linier, karena tanpa adanya media massa, maka opini publik tidak dapat terbentuk.

Dapat dikatakan bahwa opini publik merupakan *social judgement* tentang suatu permasalahan yang sedang ramai diperbincangkan (Sastopoetro, 1990). Opini publik akan muncul ketika masyarakat melakukan interaksi untuk membahas suatu isu yang sedang terjadi. Opini publik juga dapat dikatakan sebagai kekuatan yang berada di dalam kehidupan bermasyarakat. Karena, jika sekelompok masyarakat sudah sepakat dengan opini tertentu, maka masyarakat lain akan terpengaruhi dan menganut opini yang sama. Dinamakan opini publik, karena bukan hanya 2 atau 3 orang yang memiliki opini serupa, namun sudah melibatkan banyak masyarakat dengan pandangan yang sama atas persetujuan dan kesepakatan.

2.4 Konstruksi realitas Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann

Teori konstruksi sosial atas realitas sosial dikemukakan oleh tokoh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann pada tahun 1966 melalui bukunya, yaitu *The Social Construction of Reality: Treatise in the Sociology of Knowledge*: Anchor Books, New York. Pada teori ini menjelaskan proses sosial melalui sikap dan interaksi seorang individu yang menciptakan suatu realitas secara terus menerus secara subjektif (Bungin, 2008). Menurut kedua tokoh tersebut, definisi realitas atau kenyataan adalah kualitas yang terapat didalam suatu realitas yang memiliki keberadaan dan tidak bergantung pada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan realitas-realitas yang dipastikan nyata dan memiliki ciri khas atau karakteristik yang spesifik (Bungin, 2008).

Berdasarkan deskripsi diatas, proses dialektika antar sesama individu dan masyarakat terjadi dengan 3 tahap. Adapun tahap-tahapan yang diungkapkan oleh Berger dan Luckmann dalam (Bungin, 2008) yaitu:

1. Eksternalisasi

Pada tahap ini masyarakat dianggap sebagai produk manusia atau human product. Dimana proses ini menggambarkan pengekspresian diri untuk memperkuat eksistensi dari individu dalam kehidupan bermasyarakat (Bungin, 2008). Produk tersebut menjadi kebutuhan yang penting bagi masyarakat, dan dibutuhkan kapan saja dan dimana saja.

2. Objektivasi

Pada tahap ini, terjadi interaksi sosial didalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau juga mengalami proses institusionalisasi (Bungin, 2008). Pada tahap ini seseorang menerima suatu realitas dan diseleksi sesuai dengan pola pikir dan pengalamannya.

3. Internalisasi

Pada tahap ini terjadi sebuah proses dimana seorang individu akan mengidentifikasi dirinya dengan lembaga atau organisasi sosial (Bungin, 2008). Pada internalisasi ini lah manusia adalah hasil dari masyarakat. Manusia akan menafsirkan suatu peristiwa yang diungkapkan dengan suatu makna.

2.5 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Dimana metode penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang digunakan ketika seorang peneliti ingin meliti kondisi objek yang alamiah, dan pada metode ini, peneliti berperan sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan datanya pun dilakukan dengan triangulasi, analisis data yang dihasilkan sifatnya induktif, dan hasil akhir pada penelitian kualitatif ini lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2017). Untuk mendeskripsikan permasalahan dan objek penelitian dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan data statistik dan hitung-hitungan, namun lebih berfokus pada pengumpulan data dan dianalisis menggunakan kalimat deskriptif untuk mendeskripsikan suatu objek penelitian (Albi Anggito & Setiawan, 2018). Dalam metode penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif. Analisis isi merupakan suatu teknik penelitian yang dikhususkan untuk meneliti dengan analisis tekstual. Sedangkan menurut (Eriyanto, 2011) analisis isi merupakan suatu metode ilmiah yang digunakan untuk memahami dan mengambil kesimpulan terhadap suatu fenomena dengan memanfaatkan teks. (Eriyanto, 2011) juga mengungkapkan bahwa analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi komunikasi yang tampak.

2.6 Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Dimana paradigma ini melihat bahwa sesuatu yang terjadi di dunia, bukanlah kenyataan sesungguhnya, namun dibalik itu semua ada realitas yang dikonstruksi untuk membangun suatu makna baru, yang akan dipandang berbeda oleh setiap individu. Begitupun juga dengan ilmu pengetahuan yang ada selama ini di dunia. Bahwa pengetahuan tersebut berasal dari konsep pemikiran seseorang. Dan kebenaran yang ada pada dunia nyata, sifatnya relatif. (Patton, 2002) berpendapat bahwa para peneliti yang meneliti menggunakan konstruktivisme berusaha untuk mempelajari macam-macam realita yang telah dikonstruksi oleh individu. Konstruktivisme juga mampu mengungkap suatu makna dan nilai-nilai yang disampaikan melalui visualisasi dalam suatu film. Maka dari itu, peneliti akan menggunakan paradigma konstruktivis karena peneliti ingin melihat, mengungkap dan mendeskripsikan bagaimana proses pembuatan *hoax* yang kemudian disebarluaskan melalui media massa sehingga menyebabkan adanya penggiringan opini publik dalam film *Contagion*.

2.7 Subjek dan Objek Penelitian

Adapun subjek penelitian yang tertera dalam penelitian ini adalah film *Contagion*. Dan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah bagaimana informasi *hoax* yang diproduksi dan disebarluaskan melalui media massa dalam film *Contagion*.

2.8 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi dan studi dokumentasi. Dimana observasi merupakan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Pada penelitian ini, peneliti mencari dan mengumpulkan data dengan menangkap gambar *scene* demi *scene* yang terdapat pada film *Contagion*, yang merujuk pada permasalahan penelitian yaitu bagaimana bagaimana informasi *hoax* yang diproduksi dan disebarluaskan melalui media massa dalam film *Contagion*, sehingga menimbulkan adanya penggiringan opini publik.

2.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis film *Contagion* ini melalui berbagai tahapan, diantaranya:

- 1) Menelaah dan mengumpulkan seluruh data dengan cara menonton film *Contagion* secara *full* dari awal hingga akhir,
- 2) Mereduksi data dengan memilih beberapa adegan yang ada dalam film *Contagion* menjadi beberapa *scene* sesuai yang sudah dikategorisasikan berdasarkan fungsi narasi propp yang telah diadopsi oleh John Fiske,
- 3) Selanjutnya peneliti akan menyusun data-data menjadi penyajian yang deskriptif,
- 4) Menganalisis dan mengidentifikasi *scene-scene* yang telah terbagi tersebut berdasarkan teks yang muncul dalam *scene* pada film tersebut,
- 5) Hasil data analisis tersebut akan ditafsirkan dan ditarik kesimpulan untuk menjawab pertanyaan bagaimana informasi *hoax* yang diproduksi dan disebarluaskan melalui media massa, sehingga menimbulkan adanya penggiringan opini publik dalam film *Contagion*,
- 6) Hasil analisis penelitian akan disimpulkan secara rinci untuk menjadi hasil akhir yang deskriptif.

3. Pembahasan

Dalam penelitian ini, untuk memilih potongan *scene* yang akan dianalisis, peneliti menggunakan fungsi narasi propp yang telah diadopsi oleh John Fiske, *preparation*, *complication*, *return* dan *recognition*. Fungsi *preparation* didefinisikan sebagai sebagai tahap pertama saat tokoh diperkenalkan dengan keadaan yang sedang terjadi.

Pada fungsi *preparation* ini terjadi ketika seorang pria yang bernama Alan Krumwiede bersama dengan rekan perempuannya yang bernama Loraine, sedang menyaksikan video kematian seseorang secara misterius. Dan dalam dialog tersebut Alan menyebutkan bahwa dalam kasus yang ada pada video tersebut, pemerintah diduga menutupinya karena tidak mau mengautopsinya. Pada *scene* ini pula awal mula digambarkan bahwa adanya realitas yang dikonstruksi melalui media untuk memecah fokus masyarakat dalam mencari kebenaran. Fungsi *preparation* selanjutnya terjadi pada pertemuan Alan sebagai orang media dengan Damian sebagai salah satu orang pemerintah untuk yang pertama kalinya. Pada *scene* ini pula lah sebagai awal dari permasalahan. Bagaimana tidak, pertemuan tersebut yang memotivasi Alan untuk membuat suatu realita palsu melalui media.

Selanjutnya masuk ke tahap *complication*, yang didefinisikan sebagai tahap mulai adanya konflik yang dialami tokoh. Fungsi *complication* ini digambarkan saat Alan memproduksi suatu informasi *hoax* dan menyebarkannya pada media. Pada *scene* ini lah Alan mengkonstruksi suatu realita palsu. Dimana ia mencoba untuk menggiring opini masyarakat bahwa forsythia lah obat yang selama ini dicari oleh masyarakat. Yang Alan lakukan hanyalah membuat berita kebohongan demi mencari keuntungan pribadi.

Selanjutnya masuk pada tahap *struggle* yang didefinisikan sebagai tahap pertahanan dan perjuangan sosok pahlawan yang harus berhadapan dengan tokoh antagonis. Tokoh pahlawan yang digambarkan dalam film *Contagion* ini adalah Alan, karena sudah menjadi sumber informasi bagi masyarakat, dan yang dianggap tokoh jahat dalam film ini adalah orang-orang pemerintah seperti Dr. Cheever dan Damian yang tidak transparansi dalam menangani kasus virus yang sedang mewabah tersebut. Pada tahap *struggle* digambarkan ketika Alan dan juga Dr. Cheever diundang oleh salah satu media dalam acara pers yang dipandu oleh pria bernama Rafik. Selama *scene* tersebut berlangsung, Rafik mencoba untuk mewakili masyarakat dengan mempertanyakan apa yang sebenarnya terjadi. Rafik juga mewakili masyarakat untuk mencari tahu siapa yang benar, apakah media atau lembaga pemerintah. Rafik mencoba menyelidiki tulisan Alan di media yang menyatakan bahwa virus yang sedang mewabah ini adalah hasil rekayasa antara WHO dan perusahaan farmasi. Dan Alan pun tetap mempertahankan argumen nya, dan terus menuduh Dr. Cheever sebagai perwakilan dari lembaga pemerintah yang diduga mencoba menutupi virus ini dan ingin mengambil keuntungan baik secara finansial maupun fisik. Tahap *struggle* selanjutnya terjadi saat Damian diam-diam mengungkap kebenaran terhadap Alan yang telah menyebarkan *hoax* melalui media. Alan mengungkapkan bahwa bukan hanya dirinya yang telah menciptakan uang. Dengan informasi *hoax* yang ia sebar melalui media, ia mendapatkan banyak *viewers* yang meningkat dari sebelumnya, *personal branding* nya meningkat, dan ia pun mendapatkan uang atas beredarnya *hoax* tersebut dalam media.

Selanjutnya pada tahap *return* yang didefinisikan sebagai tahap dimana sosok pahlawan mampu memberantas suatu misi dengan baik, dan *recognition* yang didefinisikan sebagai tahap terakhir dimana sosok pahlawan akan mulai mendapat penghargaan dan diakui atas perjuangannya. Pada kedua tahap ini digambarkan sekaligus dalam 2 *scene*, dimana setiap *scene* nya mengandung kedua fungsi tersebut. Dimana pada *scene* pertama yang mengandung fungsi *return* dan *recognition* ini terjadi setelah Alan menyebarkan informasi *hoax* pada media, masyarakat langsung mengakui kebenaran atas informasi yang disampaikan Alan dan opini mereka tergiring. Mereka langsung mendatangi apotek untuk membeli obat yang diklaim oleh Alan mampu melawan virus tersebut. *Scene* selanjutnya yang mengandung kedua fungsi tersebut terjadi ketika masyarakat mendemo pemerintah yang tidak transparansi dalam mengatasi virus MEV-1 yang sedang genting.

Media sangat berperan dalam sumber informasi bagi masyarakat. Terlebih lagi suasana yang digambarkan dalam film *Contagion* sangat genting. Dimana masyarakat dan pemerintah sama-sama berjuang memerangi virus MEV-1. Disaat pemerintah belum tegas dalam mengatakan transparansi mengenai apa yang sedang terjadi, media memanfaatkan keadaan tersebut. Terlebih lagi ada 2 juta pengunjung warganet yang mengunjungi website di media untuk mencari kebenaran. Hal tersebut yang memotivasi Alan untuk membuat informasi *hoax* tanpa mempedulikan kebenaran atas fakta yang ia buat. Alan mengutamakan kecepatan menyampaikan berita. Ketika pemerintah menyatakan bahwa mereka masih harus memproduksi vaksin secara berbulan-bulan dan obat persediaan yang ada pada saat itu terbatas, Alan langsung mengambil langkah cepat untuk mengumumkan bahwa ia menemukan obat yang mampu melawan virus tersebut. Dan, apa yang disampaikan Alan adalah hal yang sedang ditunggu-tunggu oleh masyarakat. Alan membuat informasi tersebut karena ia memperhatikan kepentingan orang banyak dan isu yang dibahas adalah isu yang sedang menjadi pusat perhatian masyarakat. Tanpa disadari Alan telah menggiring opini publik, yang dapat menyebabkan terjadinya mobilisasi massa. Karena selain fungsi media sebagai sumber informasi, media juga berperan untuk mempersuasi masyarakat. Dengan begitu, media akan mudah untuk menentukan sikap yang diambil oleh masyarakat, baik itu berupa dukungan, maupun penolakan.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan diatas, hal tersebut berkaitan dengan teori konstruksi realitas sosial Berger dan Luckmann. Dimana kedua tokoh ini mengemukakan gagasan eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Tahap eksternalisasi ini digambarkan ketika pusat pengendali dan pencegahan penyakit di Amerika Serikat dan WHO di Swiss mengkonfirmasi bahwa salah seorang ahli kesehatan di San Fransisco telah sukses dalam membesarkan virus MEV-1 dalam laboratorium. Dengan demikian, Damian sebagai salah satu orang yang bekerja di Lembaga pemerintah, ditunjuk untuk menemui Alan sebagai penulis artikel di media, dengan tujuan agar mereka dapat bekerjasama dalam menganalisis dan memprediksi terkait obat-obatan dan pengembangan vaksin. Pada hal ini Alan melihat adanya peluang bagi dirinya untuk mencari keuntungan pribadi ditengah situasi yang sedang memanas ini. Terlebih lagi posisinya, Alan sebagai orang yang bekerja di media dekat dengan instansi pemerintah, dan ditunjuk langsung untuk membantu menganalisis dan memprediksi mengenai perkembangan virus MEV-1 ini. Selanjutnya masuk pada tahap objektivasi yang digambarkan ketika ketika Alan dan Damian bertemu di sebuah taman dan terjadi interaksi komunikasi diantara keduanya. Damian meminta Alan untuk membantu menganalisis mengenai perkembangan vaksin, obat-obatan dan peningkatan jumlah pasien yang terserang virus MEV-1 ini. Namun Alan berinisiatif untuk memberitahukan suatu realitas palsu melalui media yang dikemas dalam bentuk obat yang dianggap mampu melawan seseorang dari virus tersebut. Hingga akhirnya Damian mengiyakan ucapan Alan. Selanjutnya tahap yang terakhir adalah internalisasi. Tahap ini digambarkan ketika ketika Alan mulai mempersiapkan materi yang akan dikonstruksi melalui media sebagai informasi hoax kepada masyarakat. Dengan cepat, opini masyarakat terbentuk. Dimana pada fenomena yang digambarkan dalam film *Contagion* ini memiliki korelasi dengan wabah covid-19 yang hingga saat ini masih berlangsung. Ditengah wabah covid-19 ini pun tidak sedikit media yang terbukti dalam penyebaran berita *hoax* kepada masyarakat.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Pada hal ini, dapat disimpulkan bahwa media sangat berperan sebagai sumber informasi bagi masyarakat, terutama jika berada didalam situasi yang genting. Informasi *hoax* yang ada dalam film *Contagion* ini sengaja diproduksi dan disebarluaskan melalui media massa, meskipun informasi yang disampaikan tidak mengandung fakta kebenaran. Namun informasi *hoax* yang digambarkan dalam film ini dibuat dengan mengutamakan kecepatan dalam menyampaikan suatu informasi dan menyangkut kepentingan banyak orang. Karena, disaat masyarakat tengah menanti informasi, media datang dengan memberikan informasi yang diharapkan menjadi jawaban atas pertanyaan masyarakat.

Penggiringan opini publik dapat terjadi apabila masyarakat berada pada situasi dengan konflik yang sedang memanas. Terlebih lagi jika media massa ikut andil sebagai sumber informasi bagi banyak orang, maka opini publik pun akan semakin cepat terbentuk karena jangkauannya luas. Terjadinya penggiringan opini publik dalam film ini, tentunya melalui beberapa tahap sesuai dengan gagasan Berger dan Luckmann, yaitu eksternalisasi ketika tokoh Damian ingin meminta Alan dalam menganalisis dan memprediksi perkembangan vaksin, objektivasi, ketika mulai terjadi interaksi antara Alan dan Damian yang memotivasi Alan untuk mengkonstruksi suatu realita, dan internalisasi, ketika Alan mulai menyiapkan realita yang akan dikonstruksi dan disebarluaskan kepada media.

4.2 Saran

4.2.1 Bidang Akademis

Peneliti berharap pada penelitian selanjutnya mampu mengembangkan penelitiannya dengan menggunakan metode analisis isi, khususnya menggunakan teori konstruksi realitas sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, dalam meneliti objek penelitian yang ada dalam sebuah film dengan lebih baik.

4.2.2 Bidang Praktis

Peneliti berharap kepada penikmat film, khususnya pada film *Contagion* ini mampu mengambil dampak positif dan dampak negatif dari apa yang digambarkan dalam film *Contagion* ini. Peneliti juga berharap dengan jalan cerita yang disuguhkan dalam film *Contagion* ini tentang media yang mampu mengkonstruksi suatu realitas, masyarakat dapat belajar dan tidak lagi termakan informasi *hoax* yang beredar di media.

REFERENSI

- Aditiawarman, M. (2019). *Hoax dan Hate Speech di Dunia Maya*. Tonggak Tuo: Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia.
- Albi Anggito, & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Ardianto, E., & Dkk. (2009). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar: Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckmann*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Christiany Juditha. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation. *Pekomnas*, 3(1), 32. Retrieved from <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekomnas/article/view/2030104/pdf>.
- Effendy, O. U. (2018). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (1st ed.). Jakarta: Prenamedia Group.
- Mauludi, S. (2018). *Seri Cerdas Hukum: Awas Hoax! Cerdas Menghadapi Pencemaran Nama Baik, Ujaran Kebencian & Hoax*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Olii, H., & Erlita, N. (2011). *Opini Publik* (2nd ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, California: Sage Publications. Inc.
- Sastopoetro, S. (1990). *Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. Bandung: CV. Alfabetha.
- Wahyuningsih, S. (2019). *Film dan Dakwah: Memahami Representasi Pesan-Pesan Dakwah dalam Film Melalui Analisis Semiotik*. Surabaya: Media Sahabat Cindikiya.