



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

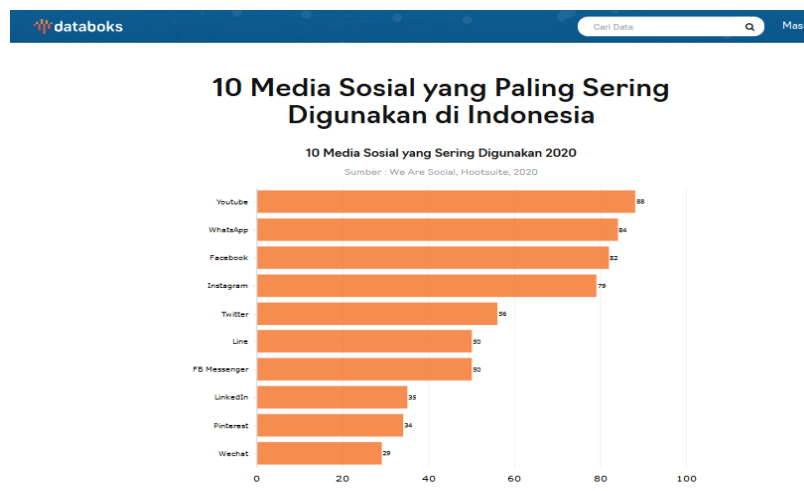
1.1 Latar Belakang Masalah

Memasuki era digital membuka ruang bagi setiap orang mudah mengakses dan membagikan informasi. Selain itu, pengaruh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet saat ini menuntut perusahaan media dalam melakukan perubahan sehingga memengaruhi cara kerja wartawan atau jurnalis di lapangan (Kurmala, 2019, para.7). Proses peralihan yang berlangsung memungkinkan media massa memanfaatkan teknologi-teknologi yang telah tersedia dalam mengkomunikasikan informasi atau berita kepada khalayak. Untuk itu, diperlukan adanya kreativitas dari para pekerja media dalam memproduksi konten yang faktual dan informatif (Era Konvergensi Media, Pekerja Media Perlu Lebih Kreatif dan Solutif, 2017, para.1). Munculnya prinsip “cepat dan ringkas” yang diterapkan oleh setiap industri media kini menjadi bagian dari praktik jurnalisme. Kecepatan dalam menyajikan berita menjadi permasalahan serius terkait akurasi berita seperti kesalahan penyebutan narasumber, ejaan yang salah hingga substansi berita. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan adanya peraturan yang mengatur peran serta tanggung jawab para pengelola media atau jurnalis yaitu dikeluarkannya Pedoman Pemberitaan Media Siber oleh Dewan Pers pada 2012 (Ireton & Posetti, 2019, pp. 17-18).

Selain terjadinya perubahan pada industri media, model bisnis berita juga mengalami perubahan akibat hadirnya media sosial. Media sosial juga mengalami perubahan di mana semula berperan sebagai alat komunikasi (*chatting*) antar sesama, beralih menjadi sarana penyebaran informasi. Penggunaan media sosial di Indonesia terus mengalami peningkatan dari survei sebelumnya hingga mencapai 56 persen dari total populasi yaitu 268,2 jiwa (Data Publish : Berapa Pengguna Media Sosial Indonesia?, 2019, para.1). Berdasarkan dari hasil penelitian yang

dilakukan oleh *We are Social, Hootsuite* (Data Publish : 10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia , 2020) ditemukan persentase pengguna media sosial di Indonesia dan beberapa media sosial yang mayoritas digunakan selama tahun 2020.

Gambar 1.1 Data Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan di Indonesia



Sumber : *Katadata.co.id*

Hasil survei diatas menunjukkan bahwa sebesar 88 persen dari total populasi masyarakat Indonesia paling banyak menggunakan media sosial Youtube. Kemudian diikuti oleh aplikasi untuk komunikasi jarak jauh yaitu Whatsapp sebesar 83 persen, media sosial Facebook yang menempati posisi ketiga sebesar 81 persen dan media sosial Instagram dengan posisi keempat mencapai 80 persen dari total populasi masyarakat Indonesia.

Akibat peningkatan pada pengguna media sosial menjadikan media sosial saat ini sebagai suatu *platform* baru bagi wartawan atau jurnalis untuk menyebarluaskan berita yang telah dihasilkan (Interaksi Jurnalis Dengan Media Sosial, 2012, para.9). Konten atau informasi yang dibuat dan diunggah oleh pengguna di media sosial merupakan akun anonim dan memiliki pengaruh yang kuat karena dimanfaatkan oleh media mainstream dan beberapa website untuk dikutip sumbernya karena dinilai mampu menyajikan konten (teks, foto, video) atau

peristiwa dalam waktu singkat dari pada media pada umumnya (Sanjaya, 2017, para.9). Berdasarkan survei yang dilakukan Dewan Pers terhadap 157 jurnalis mengenai manfaat penggunaan konten di media sosial oleh jurnalis (Interaksi Jurnalis Dengan Media Sosial, 2012, para.11-12), bahwa sebesar 96 persen responden jurnalis memiliki akun media sosial Facebook dan 67 persen akun Twitter. Media sosial tersebut dimanfaatkan oleh wartawan atau jurnalis sebagai sarana untuk memantau informasi sebesar 76 persen, sebagai sumber ide dalam pembuatan berita sebesar 46 persen, sebagai sarana monitoring atau evaluasi sebesar 36 persen, sebagai sarana mencari sumber sebesar 31 persen, sebagai sumber informasi dalam berita sebesar 24 persen dan sarana melakukan verifikasi sebesar 16 persen. Selain manfaat media sosial, survei mengenai sikap para jurnalis terhadap konten yang diperoleh dari media sosial menunjukkan sebesar 75 persen melakukan verifikasi ulang atas informasi di media sosial sebagai bahan berita, 14 persen responden jurnalis melakukan hanya sebagian dari informasi dan 8 persen responden lainnya hanya melakukan verifikasi yang memiliki potensi merugikan narasumber (Interaksi Jurnalis Dengan Media Sosial, 2012, para.10).

Lahirnya fenomena mengikuti isu-isu yang viral atau *trending topic* di media sosial rawan berisikan misinformasi dan disinformasi. Tidak menutup kemungkinan, praktisi media atau jurnalis juga terjebak pada isi dari informasi tersebut sehingga diperlukan adanya pemeriksaan fakta secara ketat (Ireton & Posetti, 2019, pp. 18-19). Konten dari media sosial dinilai memiliki kredibilitas rendah karena dapat dibuat dan ditulis oleh siapa saja tanpa diketahui asal usul konten, motivasi, dan tidak berbadan hukum. Selain itu, informasi-informasi dari media sosial dipenuhi dengan berita bohong, adu domba, dan politik identitas sehingga tidak memenuhi kode etik jurnalistik (Nursalikhah, 2020, para.3-7).

Rendahnya tingkat kepatuhan terhadap verifikasi akan berdampak negatif pada kredibilitas sumber dan merugikan khalayak dalam menerima informasi atau berita yang salah serta menurunnya kepercayaan pada media (Utomo, 2016, para.6). Terlihat pada studi Edelman bahwa sejak tahun 2012 hingga 2018 tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media mengalami penurunan. Pada tahun 2013,

tingkat kepercayaan terhadap media sempat meningkat sebesar 73 persen dari tahun sebelumnya dan mengalami penurunan hingga 63 persen pada tahun 2016 (Gerintya, 2018, para.9).

Menurunnya kepercayaan masyarakat merupakan suatu kegagalan bagi media atau jurnalis dalam melaksanakan tanggung jawabnya yaitu menyampaikan berita yang informatif dan sesuai dengan kode etik jurnalistik. Beberapa hal yang menjadi penyebab penurunan kualitas suatu pemberitaan (Shandy, 5 Alasan Kenapa Banyak Pemberitaan Tak Bermutu di Media *Online*, 2019, para.7) yaitu media hanya mementingkan rating atau klik yang tinggi dengan membuat berita “menarik” hanya untuk menarik perhatian pembaca tanpa mempertimbangkan kualitas di dalamnya. Selain itu, jurnalis atau wartawan di media *online* memiliki tuntutan menghasilkan berita dalam jumlah banyak, namun dengan waktu yang singkat. Hal ini dapat memengaruhi keakuratan suatu berita meski melalui tahap penyuntingan. Pemberitaan yang memiliki campur tangan dari pemilik media atau perusahaan juga menurunkan kualitas informasi yang ada (Shandy, 5 Alasan Kenapa Banyak Pemberitaan Tak Bermutu di Media *Online*, 2019, para.14 -15).

Beberapa contoh terkait dengan penggunaan media sosial sebagai sumber berita yang dilakukan oleh media *online* dan diangkat menjadi berita yaitu informasi mengenai virus Corona dapat dibasmi melalui makanan alkali. Untuk itu, Tim Cek Fakta di Tempo melakukan penelusuran fakta mengenai pesan yang telah beredar di WhatsApp dengan mencantumkan beberapa fakta pendukung dari suatu penelitian dan pernyataan dari ahli virus dan media cek fakta lainnya. Setelah itu, Tempo memberikan kesimpulan mengenai klaim tersebut dianggap keliru dan tidak kredibel (Ningtyas, [Fakta atau Hoaks] Benarkah Virus Corona Bisa Dibunuh dengan Konsumsi Makanan Alkali?, 2020). Peristiwa lain terjadi ketika beredar video di media sosial mengenai penculikan anak kecil di Manado yang dilakukan oleh seorang pria. Kemudian informasi tersebut ditelusuri faktanya dengan klarifikasi dari pihak Kapolresta Manado (Rawis, 2020).

Gambar 1.2 TEMPO.CO Melakukan Penelusuran Informasi yang Beredar di Media Sosial Whatsapp



Sumber : Cek Fakta TEMPO.CO

Gambar 1.3 detikNews Menelusuri Video Viral di Media Sosial Mengenai Penculikan Anak Kecil



Sumber : Detikcom (Hoax Or Not)

Dalam menghadapi misinformasi dan disinformasi khususnya pada konten yang berasal dari 3edia sosial untuk diolah menjadi konten jurnalistik, praktisi media atau jurnalis idealnya perlu menjalankan proses verifikasi yang ketat dan sistematis untuk meningkatkan kualitas pemberitaan dan menjaga kepercayaan

publik yang diatur dalam Pedoman Pemberitaan Media Siber yaitu disiplin verifikasi (Ireton & Posetti, 2019, p. 33). Praktik verifikasi merupakan praktik pengujian kebenaran yang dilakukan sebelum konten atau informasi beredar di kalangan publik termasuk media sosial dan internet dengan berdasarkan pada bukti dari orang pertama. Melalui verifikasi, praktisi media biasanya akan menentukan apakah informasi yang dibuat akan dilanjutkan atau tidak (Mantzarlis, 2018, p. 83). Namun tidak hanya sekadar melakukan verifikasi, praktisi media juga harus melakukan pemeriksaan fakta dalam praktik jurnalisme agar menjawab keraguan atas kebenaran dari suatu konten baik berupa produk jurnalistik dari media abal-abal maupun konten dari media sosial viral dan sensasional. Disiplin dalam verifikasi dan validasi merupakan salah satu metode jurnalistik yang mendukung proses pemeriksaan fakta (Mantzarlis, 2018, p. 25-27).

Terkait dalam hal ini, aktivitas pengecekan fakta (*fact-checking*) yang dimaksud adalah menelusuri sebuah konten digital yang telah tersebar dan menjadi relevan di kalangan masyarakat (Mantzarlis, 2018, p. 81). Proses *fact checking* dilakukan dengan tujuan memperbaiki kekurangan yang disajikan oleh media sosial dan internet terkait konten atau informasi yang dibuat dan dikeluarkan oleh pengguna dan belum teruji kebenarannya serta dianggap sebagai ‘berita’ oleh masyarakat termasuk pernyataan yang diberikan oleh pejabat publik atau *public figure* (Farrer, 2017, p. 12). Dalam pekerjaan *fact-checking* berusaha mencari sumber utama yang terpercaya dan dianggap kredibel untuk mengonfirmasi atau menghilangkan klaim yang telah di publik dan ramai diperbincangkan. *Fact-checking* bersifat “*ex post*” berkonsentrasi terutama pada isu-isu politik yang berhubungan dengan kepentingan publik. Kegiatan pengecekan fakta muncul sejak beredarnya istilah berita palsu (*fake news*) yang memiliki pengertian informasi yang ada disalahgunakan dan keseluruhan isi cerita digambarkan secara sensasional yang tujuannya untuk menjangkau khalayak dalam skala besar melalui penyebaran di media sosial sehingga semakin meningkatkan misinformasi dan disinformasi, praktisi media (jurnalis) mulai beralih untuk menerapkan *fact-checking* dalam kegiatan. Proyek awal diadaptasi dalam proses pengecekan fakta politik termasuk

FactCheck.org, sebuah website nonprofit yang berdiri pada 2003 untuk mengurangi tingkat penipuan dan ketidakpastian pada politik di Amerika Serikat (Mantzaris, 2018, p. 82, para.1-2).

Pemeriksaan fakta dalam praktik jurnalisme dilakukan dengan metode naratif sebagaimana jurnalisme digital secara umum. Karakteristik dari jurnalisme pemeriksa fakta secara umum adanya interaktivitas, hipertekstualitas, dikemas secara multimedia, konvergensi, non-linearitas dan personal. Namun yang menjadi perbedaan dari *fact-checking* yaitu “*reported speech*” daripada “*reporter gets a quote right*”. Penerapan aktivitas pemeriksaan fakta di media bertujuan untuk mendidik publik, meningkatkan kualitas produk jurnalistik, dan meningkatkan perilaku politik sehingga bukti-bukti yang kuat harus diperoleh dari berbagai konten digital sehingga mampu menjawab kebenaran dari klaim tersebut (Amazeen, 2017). Dalam aktivitas pengecekan faktamumnya dibentuk secara khusus tim yang dikenal dengan tim pemeriksa fakta (*fact-checker team*). Selain itu, proses pemeriksaan fakta dalam media merupakan pekerjaan kolaboratif antara sumber daya manusia (jurnalis) dengan teknologi. Sayangnya, praktik dan metode pengecekan faktapada media daring di Indonesia belum memiliki model yang konkret untuk dijadikan sebagai acuan dalam memeriksa konten-konten yang cenderung diragukan kebenarannya. Meskipun memiliki model pengecekan faktaberbeda-beda pada media di Indonesia, secara garis besar proses pengecekan faktameliputi dengan identifikasi konten viral atau ramai diperbincangkan masyarakat dan diragukan kebenarannya, melakukan riset secara mendalam, dan mengklarifikasikan hasil pemeriksaan melalui media sosial (Ireton & Posetti, 2019, p. 27-28).

Di Indonesia, kegiatan pemeriksaan fakta hanya dilakukan oleh para praktisi media khususnya media daring yang secara resmi telah terdaftar di Dewan Pers. Namun, pada periode 2014 terbentuk grup yang terdiri dari Hasut, Hoax (FAFHH), dan Forum Anti Fitnah. Ketiganya terbentuk dari grup di Facebook dengan tujuan membasmi konten-konten yang berisi fitnah dan kebohongan selama masa pilpres 2014. Pada akhir 2015, FAFHHH kemudian mendeklarasikan diri menjadi

Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO), dengan tujuan dapat membangun kerjasama dengan berbagai pihak dalam memberantas hoaks (Ireton & Posetti, 2019, pp. 24-25). Menjelang masa pemilihan umum presiden, pemilihan legislatif, dan pemilihan kepala daerah 2018, Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) dan Media Siber Indonesia (AMSI) didukung oleh *Internews*, *Google News Initiative* dan *First Draft* membentuk kerjasama dengan 20 media massa lainnya seperti Tirto, Liputan6, Dream.co.id, Kompas.com, VivaNews, Merdeka.com, Katadata.co.id, Swara.com, KBR.co.id, Berita Jatim, Berita Satu, MAFINDO, Bisnis.com, Antaranews.com, Kabar Makassar, The JakartaPost.com, Kabarmedan.com, TimesIndonesia.co.id, Republika.co.id, dan Riauonline.co.id. Hal ini dilakukan untuk melawan penyebaran hoax dan melakukan verifikasi terhadap produk-produk jurnalistik yang membutuhkan klarifikasi (Nurlatifah & Irwansyah, *Fact-Checking Journalism Sebagai Platform Kolaborasi Human and Machine Pada Jurnalisme Digital*, 2019, p. 122).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih media *online* Detikcom dan Tempo.co dengan pertimbangan bahwa kedua media *online* memiliki *platform* khusus dan kanal cek fakta yang fokus dalam menelusuri informasi-informasi yang ditemukan dari media sosial dan berpotensi hoax kemudian ditelusuri faktanya. Selain itu, kriteria dalam pemilihan subjek penelitian yaitu media yang memiliki tim cek fakta dan *fact checker* khusus untuk melakukan kegiatan pemeriksaan fakta dan dibandingkan dengan media yang tidak memiliki tim cek fakta atau *fact checker* khusus. Hal ini dilakukan dengan membandingkan praktik pengecekan faktayang diterapkan oleh jurnalis dan *fact-checker* di Detikcom dan Tempo.co apakah media yang membentuk tim cek fakta khusus (*fact-checker*) memiliki model *fact-checking* yang baik dan mampu menyajikan informasi yang akurat dari hasil pengecekan faktayang dilakukan. Karena dalam praktik pengecekan faktadi Indonesia belum memiliki standar yang kuat dalam melakukan uji kebenaran dan masih dijalankan secara berbeda-beda sesuai dengan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang ditetapkan. Untuk itu, peneliti menggunakan tolak ukur berupa konsep *dari First Draft News* untuk menilai praktik pengecekandari media apa yang mendekati

konsep utama dalam penelitian ini sehingga dapat dijadikan sebagai acuan untuk dijalankan pada media-media lainnya di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, penelitian ini merumuskan masalah yang ingin diteliti yaitu bagaimana model atau praktik pengecekan faktayang diterapkan di media *online* Detikcom dan Tempo.co ?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penguraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, pertanyaan yang muncul untuk penelitian, sebagai berikut:

1. Media sosial apa saja yang digunakan oleh reporter atau para pengecek fakta di Detikcom dan Tempo.co sebagai sumber berita?
2. Isu atau klaim apa yang menjadi fokus utama untuk dipilih dan ditelusuri?
3. Bagaimana praktik pengecekan faktayang dijalankan oleh Detikcom dan Tempo.co hingga dipublikasikan kepada khalayak?
4. *Tools* apa saja yang digunakan oleh reporter atau para pengecek fakta di Detikcom dan Tempo.co untuk menelusuri konten multimedia dari media sosial?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui media sosial apa saja yang digunakan oleh reporter atau para pengecek fakta di media sosial Detikcom dan Tempo.co sebagai sumber berita yang akan diberitakan.
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui klaim atau isu apa yang dipilih dan ditelusuri faktanya oleh reporter atau para pengecek fakta di Detikcom dan Tempo.co.

3. Untuk mengetahui praktik pengecekan faktayang diterapkan di media *online* Detikcom dan Tempo.co hingga dipublikasikan kepada khalayak.
4. Untuk mengetahui *tools* apa saja yang digunakan oleh reporter atau para pengecek fakta di Detikcom dan Tempo.co ketika melakukan penelusuran terhadap konten multimedia dari media sosial.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru terkait literasi dan pengecekanfakta. Penelitian ini memaparkan proses pengecekan faktayang diterapkan oleh jurnalis dan *fact-checker* di Detikcom dan Tempo.co ketika menelusuri konten digital yang ditemukan di media sosial dan internet. Dari hasil penelitian ini juga diharapkan media *online* dengan model pengecekan faktayang mendekati konsep *First Draft News* dapat dikembangkan dan diterapkan secara merata di media-media Indonesia. Selain itu, peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang meneliti topik serupa yaitu praktik pengecekan faktadi Indonesia.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu praktisi media untuk memperkuat praktik pengecekan faktayang dapat meningkatkan kualitas pemberitaan kepada khalayak. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai panduan bagi media lainnya dalam menentukan metode pengecekan faktayang ideal dalam melakukan verifikasi informasi dari media sosial.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat mengedukasi dan memberi pemahaman yang benar bagi masyarakat mengenai metode pengecekan faktayang dapat dilakukan secara mandiri ketika menerima dan mengonsumsi informasi yang beredar.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini ialah menemukan konsep dan teori yang sesuai untuk dijadikan sebagai acuan pada penelitian yang dilakukan. Selain itu, penelitian ini hanya berfokus pada praktik pengecekan faktayang dilakukan oleh media *online* Detikcom dan Tempo.co sehingga data-data yang telah terkumpul tidak dapat digeneralisasikan pada media-media *online* lain yang ada di Indonesia. Selain itu, dalam proses pengumpulan data dari beberapa informan dan responden dari kedua media tidak seimbang dikarenakan peraturan menjaga jarak dengan sesama dikarenakan wabah corona saat ini sehingga tidak dapat menjangkau informan secara langsung. Dikarenakan keterbatasan waktu, peneliti juga tidak dapat menjadikan penelitian ini sempurna.