



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 II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi latar belakang untuk melakukan penelitian ini. Penelitian yang membahas tentang cek fakta ini, sehingga penelitian terdahulu ini menjadi acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian karena memiliki konsep yang relevan.

Pertama, penelitian yang berasal dari Universitas Multimedia Nusantara yang dibuat oleh Buko Vining dengan judul “Penerapan Fact Checking Dalam Media Online (Studi Kasus: Kanal Cek Fakta Tempo.co)”. Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana penerapan fact checking di media online, khususnya Tempo dengan menerapkan elemen periksa fakta yang dikemukakan oleh Lukas Graves. Jenis penelitiannya merupakan Kualitatif, peneliti juga menggunakan *truth o meter* yang dikemukakan oleh pointer institute. Metode yang digunakan adalah studi kasus Robert K. Stake.

Dalam penelitian ini juga, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara. Kemudian penelitian ini di analisis langsung dengan menggunakan teknik coding dan interpretasi langsung. Penelitian ini juga menggambarkan dan menjelaskan bagaimana kanal cek fakta Tempo telah dapat menyajikan informasi benar dan membantu pembaca untuk mendapatkan kebenaran dari informasi. Hasil penelitiannya adalah

Penerapan fact checking pada media Tempo dapat menggambarkan peran dari periksa fakta yang memberikan data dan fakta. Peneliti mengambil penelitian ini sebagai referensi karena memiliki jenis penelitian yang sama yaitu periksa fakta. Penelitian ini menjadi batu loncatan atau ide awal bagi penulis untuk melakukan penelitian mengenai cekfakta.com.

penelitian ini membahas dan meneliti mengenai kanal cekfakta tempo yang dimana memiliki peran sebagai periksa fakta dan memberikan kejelasan informasi yang ada. Tetapi penulis hanya meneliti mengenai cekfakta.com saja. Penulis juga menggunakan jenis penelitian yang berbeda dan metode yang berbeda.

Kedua, penelitian yang dibuat oleh Sri Handayani yang berjudul “Perbandingan Efektifitas Pemberian Informasi Melalui Media Cerita Bergambar (Komik) Versi Bkkbn Dengan Media Leaflet”. Dalam penelitian ini, Sri Handayani menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan juga menggunakan *pre test* dan *post test* serta dalam pengujiannya sendiri, menggunakan analisis uji t, Mann Withney U, uji Wilcoxon, dan uji korelasi pearson. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur keefektifan model pemberian informasi melalui media cerita bergambar (komik) versi BKKBN dan media leaflet sebagai upaya peningkatan pengetahuan dan sikap remaja terhadap gaya sehat Remaja.

Hasil penelitiannya adalah Hasil penelitian menunjukkan baik pada kelompok media cerita bergambar (komik) maupun media leaflet menunjukkan ada peningkatan skor pengetahuan dan sikap yang bermakna

($p < 0,05$) antara sebelum dan sesudah perlakuan. Besarnya persentase peningkatan pengetahuan pada kelompok media cerita bergambar (komik) adalah 22,97% dan pada kelompok leaflet 7,96%, perbedaan ini secara statistik sangat bermakna ($p < 0,01$). Untuk besarnya persentase peningkatan sikap pada kelompok media cerita bergambar (komik) adalah 13,02% dan pada kelompok media leaflet 3,01%, perbedaan ini secara statistik juga menunjukkan sangat bermakna ($p < 0,01$). Peneliti mengambil penelitian ini sebagai referensi penelitian karena melakukan perbandingan dan juga menggunakan teknik pengujian yang membantu peneliti dalam mengelola data.

Ketiga, penelitian yang dibuat oleh Angeline Wirawan Lauzart dengan judul “Faktualitas Pemberitaan Kasus Pembunuhan Aktivis Salim Kancil: Analisis Isi Kuantitatif Harian Jawa Pos Periode September-Oktober 2015”. Tujuannya untuk mengetahui tingkat faktualitas yang dimiliki harian Jawa Pos dalam melakukan pemberitaan terhadap kasus pembunuhan aktivis antitambang Salim Kancil. Penelitian menggunakan metode analisis isi kuantitatif dan bersifat deskriptif.

Penulis melakukan analisis terhadap total 30 teks berita pada harian Jawa Pos terkait kasus pembunuhan aktivis antitambang Salim Kancil. Penelitian ini juga menggunakan teori pers tanggung jawab sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harian Jawa Pos memiliki tingkat faktualitas sebesar 77,61% dalam pemberitaan terkait pembunuhan aktivis antitambang Salim Kancil berdasarkan dari total 15 kategori yang diteliti.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3
Judul	PENERAPAN FACT CHECKING DALAM MEDIA ONLINE (STUDI KASUS : KANAL CEK FAKTA TEMPO.CO).	PERBANDINGAN EFEKTIFITAS PEMBERIAN INFORMASI MELALUI MEDIA CERITA BERGAMBAR (KOMIK) VERSI BKKBN DENGAN MEDIA <i>LEAFLET</i> .	FAKTUALITAS PEMBERITAAN KASUS PEMBUNUHAN AKTIVIS SALIM KANCIL: ANALISIS ISI KUANTITATIF HARIAN JAWA POS PERIODE SEPTEMBER-OKTOBER 2015
Hasil Penelitian	Penerapan fact checking pada media Tempo dapat menggambarkan peran dari periksa fakta yang memberikan data dan fakta.	Menunjukkan baik pada kelompok media cerita bergambar (komik) maupun media leaflet menunjukkan ada peningkatan skor pengetahuan dan sikap yang bermakna ($p < 0,05$) antara sebelum dan sesudah perlakuan.	Harian Jawa Pos memiliki tingkat faktualitas sebesar 77,61% dalam pemberitaan terkait pembunuhan aktivis antitambang Salim Kancil berdasarkan dari total 15 kategori yang diteliti.
Relevansi	Menjadi ide awal bagi penulis dalam melakukan penelitian mengenai cekfakta.com yang memiliki tujuan sebagai situs periksa fakta untuk memberikan kebenaran	Melakukan penelitian mengenai perbandingan dan melakukan pengujian kuantitatif berupa Ttest dan deskriptif. Oleh karena itu, membantu penulis dalam menyajikan data secara statistik.	Karena penggunaan konsep yang sama yaitu faktualitas dan menggambarkan data faktualitas secara angka serta penulis dapat menggunakan konsep tersebut dalam penelitian yang dibuat oleh

	informasi		penulis
--	-----------	--	---------

(Sumber : Olahan penulis, 2019)

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Teori Masyarakat Informasi

Informasi tidak dapat dipisahkan dari masyarakat. Hal tersebut karena kebutuhan masyarakat akan informasi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut Van Cuilenburg (dalam McQuail, 2011, p. 114) mengartikan masyarakat informasi sebagai peningkatan yang pesat dalam produksi dan arus informasi, sebagian besar karena dampak dari berkurangnya ongkos karena sistem komputerisasi. Jika pada masa lampau seseorang mendapatkan informasi dari media massa yang membutuhkan waktu, pada masa sekarang, masyarakat hanya membutuhkan waktu yang singkat untuk dapat menikmati informasi yang ada.

Melalui informasi, kita dapat mengetahui kejadian yang berada dekat atau jauh dari lingkungan kita. Aspek penting yang ditekankan oleh Gidden (dalam McQuail, 2011, p. 115) adalah derajat di mana seseorang menaruh kepercayaan kepada sistem canggih untuk memelihara kondisi normal kehidupan. Kehidupan tidak lepas dari informasi yang disebarluaskan oleh media massa dan media berbasis online. Kepercayaan ini merujuk kepada informasi yang disebarluaskan oleh media berbasis online.

Kemudian, Melody (dalam McQuail, 2011, p. 114) menggambarkan masyarakat informasi sebagai mereka yang telah

menjadi tergantung pada jaringan informasi elektronik yang rumit serta aktivitas komunikasi. Ketergantungan masyarakat akan informasi, khususnya pada media elektronik seperti media sosial membuat adanya hubungan yang saling terkait dan saling membutuhkan. Generasi millennial juga merupakan bagian dari masyarakat yang terhubung dengan media sosial sebagai sumber informasi yang digunakan.

Frick (dalam McQuail, 2011, p. 90) memberikan pengertian mengenai teori informasi adalah pemahaman bahwa semua proses yang dapat dikatakan menransfer informasi pada dasarnya adalah proses seleksi. Dalam media sosial, seseorang dengan bebas memilih dan menyebarkan informasi yang mereka inginkan. Penyebaran tersebut membuat informasi dapat dilihat atau dibaca oleh orang lain.

Teori diatas, menjelaskan bagaimana informasi tersebar melalui media massa dan berkembang kepada media online yang dapat mempersingkat penyebaran informasi. Informasi yang ada pada media massa dan media online membangun kepercayaan masyarakat terhadap informasi. Karena informasi sudah menjadi hal yang setiap hari didapatkan, maka informasi menjadi sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat. Karenanya, masyarakat sudah memiliki pandangan sendiri mengenai kebenaran. Oleh karena itu, masyarakat menghadapi tantangan tentang *confirmation bias* di era *post truth*.

2.2.2 Media Sosial

Media sosial merupakan media baru yang menggunakan internet untuk dapat mengakses dan melakukan hal apapun. Media sosial menjadi sarana komunikasi yang digunakan oleh banyak orang, khususnya generasi millennial yang tidak dapat jauh dari media sosial. Media sosial dapat memberikan kemudahan bagi para penggunanya dalam mengakses apapun. Media sosial juga bisa menjadi medium dalam menyebarkan informasi sebuah peristiwa yang terjadi di lapangan bahkan yang baru terjadi beberapa detik lalu (Nasrullah, 2017, p. xi).

Menurut Nasrullah (2017), media sosial adalah:

Medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (p. 11).

Media sosial memungkinkan kita dalam berinteraksi dengan orang lain. tetapi bukan hanya berinteraksi, membagikan sesuatu juga dapat dilakukan melalui media sosial. Adapun karakteristik yang dimiliki oleh media sosial. Pertama, jaringan antar pengguna. jaringan ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi. Kedua, informasi. Melalui informasi, pengguna dapat menyebarkan atau merepresentasikan identitasnya. Ketiga, arsip. Sifat dari media sosial adalah dapat menyimpan segala bentuk informasi dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Terakhir, interaksi. Interaksi adalah hal

yang dilakukan dalam media sosial untuk dapat bertukar informasi maupun memberikan respon (Nasrullah, 2017, p. 16-25).

Segala bentuk informasi baik gambar, video, narasi dapat dengan mudah disebarluaskan melalui media sosial. Setiap pengguna media sosial dapat juga melakukan interaksi secara virtual. Hal itulah yang menjadi kelebihan dari media sosial dengan media lain.

2.2.3 Post Truth

Pada era *post truth*, masyarakat membuat opini mereka lebih penting dan benar daripada kebenaran. Post-truth dapat diartikan bahwa masyarakat lebih mencari pembenaran dari pada kebenaran (Cahyono, 2018). Era tersebut membuat masyarakat memiliki sebuah pandangan mengenai informasi. Post-truth menunjukkan suatu keadaan di mana fakta objektif kurang berpengaruh dalam membentuk opini publik bila dibandingkan dengan emosi dan keyakinan pribadi (Cahyono, 2018). Era post truth membuat masyarakat mempercayai sebuah informasi berdasarkan kebenaran sendiri. Hal tersebut terjadi karena mereka memiliki definisi atau pengertian mengenai kebenaran berdasarkan diri mereka sendiri.

Hal tersebut dapat dikatakan sebagai *confirmation bias*. Kecenderungan untuk mencari atau menafsirkan informasi dengan cara yang menegaskan prasangka seseorang (Barth, 2017, para. 2). Masyarakat pada masa *post truth* menggunakan pandangan mereka terhadap kebenaran. Masyarakat cenderung percaya berdasarkan definisi atau pengertian pribadi.

Confirmation bias menjadi tantangan baru bagi masyarakat dalam mengidentifikasi sebuah kebenaran informasi. Bias konfirmasi adalah jenis bias kognitif yang melibatkan informasi yang mendukung keyakinan atau bias yang ada sebelumnya (Cherry, 2019). Tetapi, tidak semua orang percaya pada informasi yang mereka temukan melalui media sosial. Masyarakat dapat dengan mudah mengidentifikasi faktor-faktor spesifik yang membuat mereka bergantung atau tidak bergantung pada sumber tertentu (American Press Institute [API], 2016). Kepercayaan masyarakat terhadap informasi, berkaitan dengan konsep dari *truth* dan *relevance* yang digunakan dalam penelitian. Saat ini, masih banyak masyarakat yang percaya kepada informasi yang diukur berdasarkan faktor tertentu. Menurut survei dari *American Press Institute*, faktor-faktor spesifik dengan prinsip kepercayaan yang lebih umum seperti akurasi atau kelengkapan (API, 2016).

Mendapatkan fakta dengan benar akan dilihat sebagai komponen terpenting dalam penentuan kepercayaan mereka (API, 2016). Era *post truth* masyarakat harus dapat menentukan informasi berdasarkan faktor tertentu. *Confirmation bias* yang membuat masyarakat percaya dengan mudah sesuatu yang mereka dapatkan. Oleh karena itu, tantangan mengenai *confirmation bias* akan menjadi benar bila masyarakat secara langsung percaya tanpa adanya pemeriksaan tertentu. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dilihat apakah para

pengguna media sosial membenarkan *confirmation bias* atau dapat membedakan informasi berdasarkan faktor yang ada.

2.2.4 Faktualitas

Mcquail (1992) menuliskan pengertian faktual yaitu fakta yang jelas membedakan dari pendapat, interpretasi atau komentar, mendukung laporan dengan mengacu pada sumber yang disebutkan, menghindari ketidakjelasan dan redundansi (p. 197). Fakta merupakan sebuah elemen yang harus digunakan dalam membuat sebuah informasi ataupun sebuah berita. Fakta dapat dikatakan sebagai sesuatu yang nyata dan dapat dibuktikan kebenarannya melalui kejadian yang terjadi. Kemudian, fakta dapat dianggap sebagai unit informasi mandiri dalam setiap akun yang mengklaim melaporkan peristiwa atau situasi actual (McQuail, 1992, p. 205).

Dari beberapa pengertian diatas, dapat dikatakan bahwa fakta merupakan sesuatu yang dapat dibuktikan kebenarannya, saling berkaitan, dan juga sangat jelas berbeda dari sebuah opini atau pendapat. Dengan hal tersebut, sebuah informasi akan menjadi kuat bila penjelasan dapat ditemukan pada isi informasi tersebut. Tingkat faktualitas juga merupakan indikator umum tingkat keinformatifan, menurut definisi informasi sebagai pengurangan ketidakpastian (McQuail, 1992, p. 205).

Karena fakta menjadi hal yang penting dalam sebuah informasi, akan membuat kepercayaan meningkat. Semakin banyak fakta, semakin rendah ketidakpastian (McQuail, 1992, p. 205). Rasa percaya

pengguna media sosial akan meningkat jika informasi tersebut memiliki fakta. Karenanya, fakta menjadi elemen yang penting dalam penyebaran informasi. Kemudian faktualitas terbagi kedalam dua turunan atau dimensi yaitu *truth* atau kebenaran dan *relevance* atau relevan.

2.2.4.1 Truth

McQuail memberikan peta yang menjelaskan apa saja yang termasuk ke dalam dimensi kebenaran. Ada tiga dimensi yang diturunkan dari kebenaran yaitu faktualitas, akurasi dan lengkap. Survei dari API (*American Press Institute*), mengatakan bahwa seseorang percaya kepada sebuah informasi dilihat dari akurasi dan kelengkapan dari informasi tersebut (API, 2016). Hal tersebut, berhubungan dengan konsep faktualitas informasi yang dibukukan oleh McQuail.

Faktualitas menurut McQuail (1992) yaitu fakta yang jelas membedakan dari pendapat, interpretasi atau komentar, mendukung laporan dengan mengacu pada sumber yang disebutkan, menghindari ketidakjelasan dan redundansi (p. 197). Kemudian, akurasi menurut McQuail (1992, p. 197) masalah korespondensi laporan kepada realita, atau versi realitas lain yang dapat diandalkan, terutama pada masalah fakta atau kuantitas (angka, nama, tempat, atribut, waktu, dll).

Terkahir adalah lengkap menurut McQuail (1992) Asumsi bahwa jumlah informasi yang relevan diperlukan untuk

memahami informasi tersebut (p. 197). Kelengkapan harus menyediakan semua berita dan informasi penting (API, 2016). Dalam sebuah informasi yang benar, kelengkapan, factual dan akurasi menjadi sebuah hal yang penting untuk membuat informasi tersebut dapat dipercaya. Faktor kelengkapan selalu memiliki berita dan informasi terbaru (API, 2016)

2.2.4.2 Relevance

Relevansi menjadi hal yang juga penting dalam penyebaran informasi melalui media sosial. Berita yang bernilai bagi khalayak yang dituju dan bagi berbagai proses sosial di mana ia memainkan peran penting, ia harus berurusan dengan hal-hal penting yang menjadi perhatian saat ini dan dengan apa yang sebenarnya terjadi (McQuail, 1992, p. 198). Relevansi informasi memiliki peran penting yang harus berkaitan dengan kejadian yang sebenarnya pada dunia nyata.

Kemudian, McQuail (1992) menuliskan apa yang membuat ukuran relevan terlampau sulit adalah masalah menetapkan pentingnya topik atau peristiwa berita (p. 198). Informasi banyak tersebar dalam berbagai media sosial yang ada, tetapi untuk mendapatkan informasi yang relevan menjadi sangat sulit karena bercampurnya informasi dalam satu medium yang dapat menampung banyaknya informasi. Relevansi penting untuk objektivitas karena bahkan fakta yang paling akurat pun

tidak bernilai jika itu biasa, ketinggalan, tidak menarik atau tidak penting (McQuail, 1992, p. 213).

Kepentingan relevansi memiliki nilai yang lebih dalam sebuah informasi karena walaupun banyaknya fakta yang dimasukkan kedalam informasi tersebut, informasi yang diterima menjadi tidak objektif. Kemudian, McQuail (1992) membagi relevansi kedalam empat kriteria yaitu normatif, jurnalistik, khalayak, dan dunia nyata. McQuail (1992) menjelaskan normatif sebagai kebutuhan yang seharusnya dipenuhi oleh informasi berita di masyarakat untuk menyediakan satu sumber kriteria potensial (p. 214). Jurnalistik menurut McQuail (1992) adalah apa pun yang mempengaruhi dan menarik minat publik harus memiliki pengaruh paling besar terhadap pemilihan berita (p. 218).

Kemudian, khalayak menurut McQuail (1992) adalah memiliki skala kepentingan berita berdasarkan pandangan audiens (p. 218). Dunia nyata menurut Menurut Mcquail (1992, p. 199) berita lebih relevan, jika sesuai dengan kenyataan yang diukur dengan catatan realitas yang independen.

2.2.5 Fact-Checking

Periksa fakta merupakan tempat atau cara untuk mengetahui kebenaran dari suatu informasi atau berita. Verifikasi menjadi identitas dari periksa fakta yang dengan demikian dapat menemukan kebenaran. Verifikasi mengandaikan proses jurnalistik yang telah

memenuhi peyaringan fakta sehingga menghindari desas-desus, isu, dan pra sangka yang belum tentu kebenarannya (dikutip dari Nurlatifah & Irwansyah, 2019, p. 122).

Tetapi, pada dasarnya setiap aktivitas pemeriksaan fakta yang dilakukan berpegang pada nilai-nilai jurnalisme yang bertujuan memberikan informasi yang akurat kepada masyarakat (dikutip dari Nurlatifah & Irwansyah, 2019, p. 124). Fact-checking sendiri memiliki nilai jurnalistik yang dimana dalam proses pembenaran informasi, verifikasi dilakukan setelah informasi yang salah tersebar melalui media sosial dan diberikan pembenaran agar pra pengguna media sosial mengetahui kebenaran yang ada.

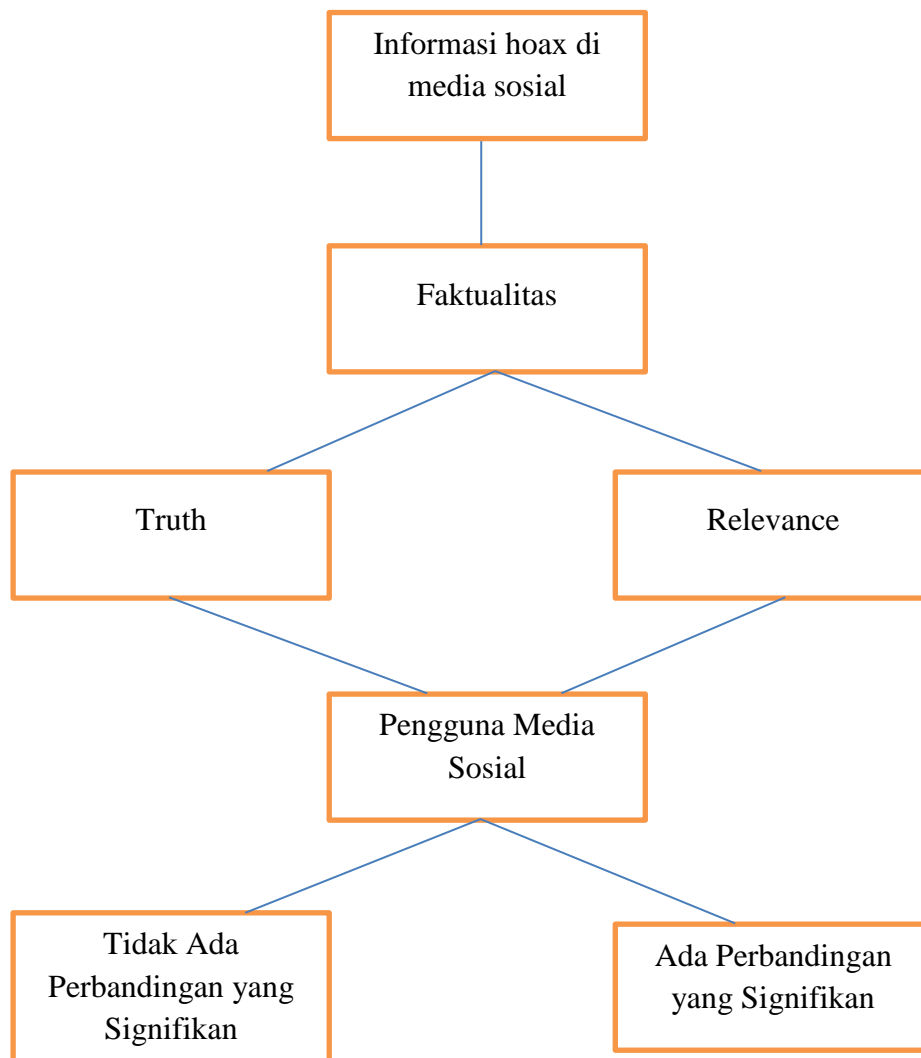
Periksa fakta diperlukan oleh para pengguna media sosial untuk dapat membedakan dan menghindari kepercayaan atas informasi yang salah. Situs periksa fakta resmi terus memberikan kebenaran ditengah banyaknya informasi yang salah memasuki media sosial. Dengan demikian, pentingnya periksa fakta ketika mendapatkan informasi dari media diperlukan. Situs periksa fakta menggambarkan jenis informasi yang ditemukan di media sosial, sehingga pengguna mendapat gambaran mengenai jenis informasi.

Kemunculan situs periksa fakta menjadi tempat yang memudahkan bagi para pengguna media sosial untuk dapat mengetahui informasi yang benar dan informasi yang salah. Cekfakta.com adalah sebuah proyek kolaboratif pengecekan fakta yang dibangun oleh MAFINDO (Masyarakat Anti Fitnah

Indonesia) dan AJI (Aliansi Jurnalis Independen) serta AMSI (Asosiasi Media Siber Indonesia) serta didukung oleh Google News Initiative dan Internews serta FirstDraft. Cekfakta.com menjadi alat periksa fakta resmi yang bertujuan untuk memverifikasi informasi dari media sosial dan media lain yang ditemukan.

2.3 ALUR PENELITIAN

Bagan 2.3 Alur Penelitian



Sumber : Olahan Penulis

Munculnya informasi melalui media sosial, memberikan kemudahan bagi para pengguna untuk dapat menerima informasi dalam bentuk apapun. Tetapi, tidak semua informasi yang masuk melalui media sosial dapat dianggap sebagai sebuah kebenaran. Melihat hal tersebut, dalam penelitian ini memfokuskan pada faktor apa yang membuat seseorang percaya dengan informasi yang mereka baca melalui media sosial.

Faktor tersebut dilihat melalui kriteria faktualitas yang dibukukan oleh McQuail dan menurun kepada dua dimensi yang terbagi kedalam kebenaran dan relevansi. Dari masing masing dimensi tersebut, menurunkan sub dimensi yang digunakan sebagai faktor dalam melihat informasi melalui media sosial. Kemudian, peneliti juga akan memberikan perbandingan informasi yang ada di media sosial dan informasi yang telah diverifikasi oleh cekfakta.com.

Para pengguna media sosial, khususnya akan membandingkan informasi yang berasal dari media social instagram dan melalui hasil cekfakta.com. Setelah melakukan perbandingan, peneliti akan melihat apakah ada perbedaan kepercayaan terhadap informasi yang diberikan.