



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 PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu pertama diambil dalam bentuk naskah penelitian jurnal dengan judul, “*Journalism in The Age of Social Media*,” oleh Jennifer Alejandro (Universitas Oxford, 2010).

Latar belakang penelitian ini diawali dengan membahas selama hampir dua dekade, *web* telah mengubah dunia dan merevolusi cara bagaimana informasi disimpan, dipublikasikan, dicari dan dikonsumsi. Efek ini telah menyebar begitu luas sehingga tidak hanya berdampak pada bisnis dan industri namun dapat juga melintas ke dalam politik, bidang kedokteran, lokasi geografis, batas-batas budaya, media, dan akhirnya memengaruhi kehidupan setiap manusia. Gelombang besar inovasi *Web* yang telah dimulai sejak tahun 1998 kini menjelma ke arah media sosial yang dimana didalamnya berbicara mengenai jaringan dan komunikasi baik itu melalui teks, video, *blog*, gambar, pembaruan status di situs seperti Facebook, MySpace, LinkedIn, atau *microblog* seperti Twitter.

Media sosial menjadi *platform* yang menarik bagi jurnalisme saat ini karena sifatnya yang mampu berdampak luas sebagai alat komunikasi dan sumber berita. Pada Juli 2009, pengguna Twitter di Jakarta paling banyak mengalahkan perusahaan berita besar dengan *tweeting* tentang pemboman Bali. Google dan Microsoft mulai mengintegrasikan apa yang menjadi topik bahasan di Twitter akan langsung dapat dicari pada mesin pencari.

Dalam penelitian ini, peneliti membahas bagaimana media sosial dan *Web 2.0* mengubah cara mengumpulkan, melaporkan sebuah berita yang nantinya dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Selain itu penelitian ini membahas bagaimana prospek

masa depan jurnalisme dengan adanya media sosial yang dijadikan acuan dalam memperoleh sebuah berita atau informasi oleh media dan jurnalis.

Beberapa teori dan konsep yang digunakan adalah Mediamorphosis : *Old versus New Media, Social Media, Web 2.0 and the News*, serta *Twitter as news media outlet of the future*. Konsumsi berita hari ini tidak sama lagi ketika dahulu orang-orang akan menunggu berita lewat koran yang datang pada setiap pagi atau duduk di setiap malam untuk menyaksikan berita di televisi. Berita konsumsi saat ini juga tidak lagi ketika orang mendengarkan peristiwa yang terjadi di seluruh dunia melalui saluran berita televisi 24 jam. Peneliti mengklaim bahwa pada saat ini masih banyak pembaca, pemirsa, dan pendengar *online* untuk mendapatkan berita dari televisi, koran, dan radio namun media tersebut harus mengalami persaingan dengan seiring berkembangnya dunia digital khususnya media *online*.

Konsep *Web 2.0* mengeksplorasi definisi *Web 2.0* dan menggambarkan perbedaan utama dengan *Web 1.0*. *Web 2.0* memungkinkan untuk keterbukaan, organisasi dan komunitas dalam membuat konten dibandingkan membangun sebuah *platform*. Contoh pengguna membuat konten seperti, Wikipedia, MySpace, Facebook dan Youtube paling banyak menggambarkan kekuatan *Web 2.0*. Sifat dari *Web 2.0* dapat menciptakan dan mendistribusikan konten *Web* yang ditandai dengan komunikasi yang terbuka, desentralisasi otoritas, kebebasan untuk berbagi dan menggunakan kembali, serta adanya gagasan ‘pasar bersumber pada komunikasi’. Sementara untuk model *Web 1.0*, penerbit *Web* (situs berita atau situs pribadi) sifatnya hanya sekedar mengunggah konten ke situs *Web* untuk dibaca orang lain dan tak ada proses transaksi komunikasi. Model 2.0 tidak hanya memungkinkan banyak orang untuk berkomentar dan menambah konten yang diposting oleh penerbit *Web*, tetapi audiens juga dapat menambahkan konten asli diri mereka sendiri. Perbedaan tersebut menandakan bahwa banyak hal telah berubah sejak budaya *Web* telah berevolusi. *Webmaster* dan pengguna interaksi tidak lagi bergantung pada sarana komunikasi langsung tetapi telah berubah menjadi keseluruhan sistem interaksi sosial baru yang cepat dan mudah dengan penggunaan situs jejaring sosial.

Media lama seperti percetakan, dahulu membutuhkan mesin cetak, begitu juga dengan melakukan siaran melalui radio dan televisi yang dahulu juga bergantung pada peralatan mahal untuk mentransmisikan sinyal di seluruh negara, secara regional atau global. Namun saat ini, begitu pengguna terhubung ke internet, mereka akan mendapatkan seluruh media tersebut kedalam satu genggamannya dengan akses skala global dan gratis. Teknologi media baru tidak hanya memiliki efek serius karena dampaknya yang besar terhadap cara kerja jurnalistik. Media baru menawarkan peluang untuk mengubah sebuah media menjadi forum yang lebih terbuka, dan dapat bermanfaat untuk memperoleh informasi secara cepat. Klaim bahwa media tradisional adalah satu-satunya pemenang otoritas, objektivitas, dan kualitas saat ini telah ditantang.

Empat peneliti dari Institut Sains dan Teknologi Korea Ilmu Komputer tingkat lanjut telah melakukan analisis multi-bagian dari Twitter dan memaparkan cara kerja Twitter. Haewoon Kwak dan rekan-rekannya ingin mengetahui apakah Twitter hanyalah jejaring sosial atau outlet media berita dengan sendirinya. Keempat peneliti tersebut membangun sebuah array dua puluh komputer pribadi untuk menjangkau seluruh isi Twitter selama bulan Juli tahun 2009. Berdasarkan temuan empiris mereka, Twitter mendefinisikan kembali dan sampai batas tertentu memperbesar definisi media berita. Ditemukan juga baik pesan pendek (*tweet*) dan interaksi sosial (*retweet*) di antara pengguna menempatkan Twitter di depan sumber berita lainnya. Dengan demikian, Twitter bisa menjadi media yang efektif untuk menyebarkan pesan politik.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, melakukan *survey* tentang penggunaan media sosial dalam operasi berita dengan mewawancarai kepala editor dari berbagai belahan dunia yaitu, Nic Newman, mantan Future Media and Technology Controller, British Broadcasting Corp (BBC) Inggris, Roberto Coloma, Kepala Biro, Agence France Presse (AFP) Singapura, Shailesh Shekhar, Pemimpin Redaksi, India Today Group Digital, Sheikh Raffie Abd Rahman, Kepala Operasional atau Editor, Bernama Radio24 Malaysia, Akhmad Kusaeni, Wakil Pemimpin Redaksi, Antara News Agency Indonesia, David Millikin, Pemimpin Redaksi, Agence France

Presse (AFP) Amerika Utara- AS dan Kanada. Pertanyaan yang diajukan mengenai liputan peristiwa spesifik (gempa Haiti dari bulan Januari hingga Februari tahun 2010). Wawancara dengan para ahli media ini akan menjadi bagian dari penelitian termasuk *survey* global tentang penggunaan media sosial oleh jurnalis.

Hasil penelitian ini mengatakan bahwa secara alami, ruang redaksi bermetamorfosis dan jurnalis sedang bertransisi dalam menanggapi sosial, budaya dan perubahan teknologi terjadi. Jurnalis yang *disurvey* menegaskan bahwa mereka mulai memanfaatkan media sosial untuk mengumpulkan cerita dan menggunakan agregator berita serta berlangganan RSS *feeds* dan *blog* untuk membantu pekerjaan mereka membuat berita. Sementara itu, manajer berita dan editor yang *disurvey* menunjukkan bahwa Facebook dan *blog* mikro Twitter digunakan untuk membuat berita baru. Namun masih ada beberapa keraguan dalam menggunakan *platform* media sosial untuk mendistribusikan konten karena ditakutkan akan hilang kendali atas informasi. Terlepas dari hal itu, baik kelompok jurnalis dan editor sepakat bahwa media sosial tidak dapat dihindari dari perubahan yang baik atau buruk. Maka dari itu tugas jurnalis harus membawa transparansi, akuntabilitas, dan sudut pandang yang lebih luas, meskipun jurnalis mempunyai tekanan untuk menghasilkan berita yang cepat dan memiliki waktu yang singkat untuk memverifikasi fakta.

Berbicara mengenai maraknya informasi yang beredar di media sosial membuat jurnalisme diyakini tidak akan mati, namun hanya beradaptasi dan jurnalis di masa depan perlu memikirkan bagaimana berita mereka memengaruhi audiens. Namun diharapkan oleh para praktisi industri bahwa nilai-nilai akan dipertahankan dan dijunjung tinggi sebagai akurasi, proporsionalitas dan keadilan dalam mengabarkan berita. Walaupun sejatinya, jurnalis yang baik adalah jurnalis yang mampu menjangkau sumber berita dengan sendirinya.

Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian peneliti. Spesifikasi yang dijabarkan oleh penelitian ini selaras dengan apa yang ingin diteliti oleh peneliti, yaitu mengarah kepada bagaimana praktik kerja jurnalis yang kini mengalami perubahan akibat perubahan teknologi dan munculnya internet. Hal ini ditandai dengan adanya

media sosial yang kini kerap dijadikan oleh jurnalis sebagai sumber pemberitaannya. Penelitian ini juga sama-sama membahas manfaat dan fungsi dari media sosial yang digunakan oleh jurnalis sebagai bahan berita.

Penelitian ini memiliki perbandingan dengan penelitian peneliti. Penelitian ini hanya sekedar tersirat memaparkan bagaimana ruang redaksi bermetamorfosis dan jurnalis sedang bertransisi dalam menanggapi sosial, budaya dan perubahan teknologi terjadi dengan adanya media sosial. Selain itu penelitian ini juga membahas bagaimana respon jurnalis dengan kehadiran media sosial. Namun pada penelitian peneliti, lebih dalam dan kompleks menjelaskan bagaimana proses kerja ruang redaksi dalam menggunakan media sosial terutama saat jurnalis menjadikan media sosial sebagai sumber berita, dan juga memaparkan bagaimana proses verifikasi yang dilakukan.

Penelitian terdahulu kedua diambil dalam bentuk naskah penelitian jurnal dengan judul, “Sumber Berita Netizen dalam Perspektif Etika Jurnalistik (Studi Kasus pada Media *Online* Jogja.tribunnews.com),” oleh Christiany Juditha (Jurnal Pekommas, 2013).

Latar belakang penelitian ini diawali dengan penggambaran bagaimana revolusi digital telah merubah praktik jurnalisme era *new media* dengan lebih variatif. Salah satunya dengan muncul penggunaan *statement* netizen sebagai sumber berita pada produksi berita di media *online*. Gejolak perkembangan berita tidak lepas dari pengaruh opini netizen yang hadir untuk memberikan komentar atau *statement* terhadap suatu isu di ranah virtual. Media sosial saat ini menyediakan informasi yang siap saji karena hampir setiap hari ada isu baru yang dikomentari oleh para penggunanya. Peneliti penelitian ini mengatakan bahwa sumber berita yang berasal dari *statement* netizen di ruang virtual masih dipertanyakan kredibilitasnya dan mengenai kesesuaian dengan kaidah etika jurnalistik yang berlaku. Dalam penelitian ini peneliti lebih lanjut mengungkapkan salah satu elemen penting yang harus dipegang oleh seorang jurnalis adalah independensi terhadap sumber berita. Hal ini bertujuan untuk meminimalisasi terjadinya bias informasi. Maka dari itu, verifikasi sumber merupakan hal yang penting dilakukan sebelum berita sampai ke publik. Media yang

diteliti oleh peneliti penelitian ini adalah Jogja.tribunnews.com, yang merupakan salah satu media *online* yang paling banyak dikunjungi oleh pembaca di Jogja untuk dijadikan rujukan dalam memperoleh informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan *statement* netizen sebagai sumber berita pada media *online* Jogja.tribunnews.com dalam perspektif etika jurnalistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus.

Beberapa teori dan konsep yang digunakan adalah, kredibilitas sumber berita dan etika jurnalistik. Dalam mengukur kredibilitas sumber pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori kredibilitas menurut Flanagin dan Metzger yang menjelaskan bahwa media konvensional menjalani proses verifikasi serta melakukan cek dan ricek terlebih dahulu sebelum sampai kepada publik. Flanagin dan Metzger menggunakan konsep multidimensional untuk mengukur kredibilitas, yaitu dapat dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), bias, dan kelengkapan berita (*completeness*). Wartawan Indonesia menetapkan dan menaati kode etik jurnalistik ditetapkan oleh Dewan Pers yang tertuang dalam 11 pasal. Penilaian akhir atas pelanggaran kode etik jurnalistik dilakukan Dewan Pers. Sanksi atas pelanggaran kode etik jurnalistik dilakukan oleh organisasi wartawan atau perusahaan pers.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data dan informasi mengenai *statement* netizen yang dijadikan sumber berita oleh media *online* www.jogja.tribunnews.com serta menanyakan perspektif etika jurnalistik dari pihak terkait dan pakar jurnalistik.

Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa komentar netizen sebagai sumber berita merupakan proses produksi konten berita pada media *online* dengan mengambil *statement* netizen melalui pengamatan dunia virtual. Berdasarkan perspektif etika jurnalistik, komentar netizen sebagai sumber berita bukan merupakan sebuah pelanggaran selama memenuhi persyaratan kredibilitas dan verifikasi. Dari sisi kredibilitas, ditemukan bahwa beberapa sumber dari netizen tidak memenuhi standar kredibilitas sumber berita di Jogja.tribunnews.com berdasarkan teori acuan peneliti. Teori kredibilitas yang menjadi acuan pada penelitian ini yaitu Flanagin dan Metzger

dengan konsep multidimensional (*believeability, accuracy, bias, dan completeness*). Dari hasil penelitian ini, konten berita pada penggunaan *statement* netizen sebagai sumber berita hanya memenuhi dua konsep kredibilitas yaitu akurasi dan dapat dipercaya namun tidak dengan konsep bias dan kelengkapan berita. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian konten berita menggunakan *statement* netizen sebagai sumber berita di Jogja.tribunnews.com tidak melanggar kode etik jurnalistik karena dalam produksi konten berita tersebut, jurnalis maupun editor melakukan proses verifikasi serta konfrimasi guna menjaga akurasi dalam etika jurnalisik.

Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian peneliti dikarenakan secara general memiliki topik yang hampir mirip dengan peneliti, yaitu ingin mengetahui bagaimana suatu media *online* menjadikan media sosial atau ruang virtual sebagai sumber pemberitaannya dengan menggunakan studi kasus meneliti satu media *online*.

Penelitian ini memiliki perbandingan dengan penelitian peneliti. Penelitian ini mengkaji konten berita pada penggunaan *statement netizen* biasa yang ada di media sosial sebagai sumber berita. Lebih lanjut penelitian ini juga lebih berfokus untuk mengukur kredibilitas media *online* ketika menggunakan *statement netizen* biasa yang ada di media sosial sebagai sumber berita. Namun penelitian peneliti lebih kompleks dengan meneliti berbagai macam sumber dari media sosial mulai dari foto, video, *statement* dari berbagai kalangan baik itu netizen biasa, ahli, pakar, publik figur dan lainnya sebelum terpilih satu berita yang akan diteliti. Penelitian peneliti juga lebih dalam ingin mengetahui verifikasi yang dilakukan oleh media *online* dengan menyesuaikan dengan konsep yang digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian terdahulu ketiga diambil dalam bentuk naskah penelitian jurnal dengan judul, “*See Something, Say Something: Correction of Global Health Misinformation on Social Media*,” oleh Leticia Bodea dan Emily K. Vraga (Health Communication, 2017).

Latar belakang penelitian ini diawali dengan penggambaran bagaimana virus zika menjadi masalah kesehatan global. Pada 2015, virus zika berubah menjadi virus yang relatif jinak hingga menjadi ancaman kesehatan global utama saat wabah yang

dimulai di Brasil itu mengungkapkan bahwa infeksi zika dikaitkan dengan mikrosefali pada bayi yang terinfeksi dalam rahim dan Guillain – Barré (Kondisi ketika sistem kekebalan tubuh menyerang saraf) pada orang dewasa. Pada 1 Februari 2016, *World Health Organization* (WHO) telah menyatakan wabah virus zika sebagai kesehatan darurat publik yang menjadi perhatian internasional. WHO mendesak pemerintah di seluruh dunia untuk mengambil tindakan meminimalkan penyebaran virus dan untuk mendanai penyembuhan potensial juga untuk vaksin. Pada saat yang sama, informasi yang salah tentang zika telah menyebar semakin banyak, sebagian karena fakta bahwa para ilmuwan masih berusaha untuk menentukan dengan tepat bagaimana zika tiba di Brasil, bagaimana caranya menyebar, dan apa dampaknya. Terdapat informasi salah dengan adanya gagasan bahwa zika bukanlah penyebab mikrosefali pada bayi di Brasil tetapi larvicide yang harus disalahkan, dan juga adanya keyakinan bahwa vaksin dikeluarkan oleh pemerintah Brasil sebenarnya bertanggung jawab atas cacat lahir. Banyak dari informasi yang salah ini telah berkembang biak melalui media sosial, di mana informasi menyebar dengan cepat dan jarang diverifikasi oleh konsumen yang membaca. Internet juga menjadi sumber informasi penting untuk masalah internasional seperti zika, karena semakin banyak orang bergantung pada media sosial untuk berita mereka. Arus informasi dan informasi yang salah tentang zika dan masalah kesehatan lainnya menjadi semakin penting, seperti mereka yang mengandalkan *platform* tertentu juga cenderung melihatnya lebih kredibel. Namun, sementara media sosial dapat menyebarkan informasi yang salah, media sosial juga dapat berfungsi sebagai tempat di mana informasi palsu dikoreksi. Informasi di media sosial adalah campuran beragam literatur ilmiah, profesional medis, dan pemerintah, dan beberapa di antaranya informasi dapat berfungsi untuk memperbaiki kesalahan informasi.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa algoritma yang menunjukkan bahwa Facebook dapat berfungsi sebagai *platform* korektif terhadap informasi palsu tentang masalah kesehatan. Koreksi di Facebook juga dapat dilakukan melalui pengguna lain mengomentari kiriman yang berisi informasi salah. Penelitian belum menentukan apakah perbaikan sosial semacam ini sama efektifnya dengan yang terjadi

melalui algoritma. Informasi dari teman mungkin memiliki dampak yang lebih besar, karena terdapat orang yang lebih percaya pada kerabat terdekatnya. Namun, setiap individu tidak mau jika menerima informasi yang salah. Di dalam kondisi seperti ini, hal-hal yang bersinggungan dengan konspirasi juga mencuat. Banyak orang yang menaruh kepercayaan tinggi terhadap sebuah konspirasi. Teori konspirasi biasanya terdapat di lingkungan media sosial terutama yang didalamnya terdapat komunitas untuk menyebarkan hal tersebut. Penelitian ini mengeksplorasi masalah ini dengan menggunakan studi kasus kesehatan global yaitu ancaman virus zika sebagai kasus penting dan tepat waktu. Penelitian ini juga menjadi sangat penting ketika publik diminta untuk mengambil tindakan pencegahan seperti menggunakan obat nyamuk, atau membersihkan lingkungan milik pribadi dari genangan air. Penelitian ini memiliki tujuan berdasarkan penelitian sebelumnya dengan menawarkan dua utama kontribusi. Pertama, memeriksa apakah koreksi berita yang salah oleh sosial (koreksi oleh rekan) sama efektifnya dengan koreksi algoritmik (koreksi oleh *platform*). Kedua, mempertimbangkan sejauh mana ide konspirasi (CI) memoderasi efektivitas korektif informasi.

Beberapa teori dan konsep yang dipakai dalam penelitian ini adalah *misinformation*, *credibility evaluations*, dan *conspiracy beliefs*. *Misinformation* (misinformasi) didefinisikan sebagai kasus-kasus di mana kepercayaan orang tentang hal-hal faktual tidak didukung oleh bukti dan pakar yang jelas. Definisi ini disebut relatif, karena pada dasarnya masih ada irisan sempit dari misinformasi yaitu tidak termasuk masalah yang bersifat spekulatif, tidak diverifikasi, tidak jelas, atau bertentangan. Dalam konsep *credibility evaluations* dipaparkan bahwa kredibilitas adalah evaluasi penting untuk dipertimbangkan, karena hal tersebut membentuk cara orang menanggapi pesan. Menurut Austin (dalam Bodea & Vraga, 2017) semakin kredibel sebuah pesan, semakin besar kemungkinan orang harus menerimanya sebagai hal yang benar, dan semakin besar kemungkinan mereka akan melakukannya dengan dipengaruhi oleh pesan itu sendiri. Untuk tujuan dalam penelitian ini, pesan yang dianggap lebih kredibel harus lebih efektif memperbaiki kesalahan persepsi,

menyarankan mekanisme sebab-akibat dimana koreksi algoritmik dan sosial fungsi media sosial. Dalam konsep *Conspiracy beliefs* dijelaskan pada hipotesis sebelumnya yang mengasumsikan bahwa upaya koreksi akan dilakukan sama-sama sukses di antara populasi yang beragam. Namun, sudah ada penelitian menunjukkan bahwa CI (*conspiracy Ideation*) yang sangat bervariasi dari satu orang ke orang lain juga berperan dalam menimbulkan kepercayaan pada informasi yang salah. Penelitian ini meneliti apakah itu juga mempengaruhi sejauh mana koreksi berkurang secara efektif salah persepsi. CI didefinisikan sebagai kecenderungan umum untuk mendukung konspirasi teori. Mereka yang memiliki CI tinggi cenderung mendukung beberapa teori konspirasi yang tidak terkait. CI memprediksi penolakan terhadap temuan ilmiah, termasuk itu terkait dengan makanan, vaksinasi, dan ilmu iklim terkemuka untuk menerima informasi yang salah. Keyakinan akan konspirasi sangat mungkin berkontribusi terhadap munculnya konspirasi tentang Zika.

Meskipun ada hubungan antara CI dan penerimaan terhadap informasi yang salah ilmiah, sedikit penelitian telah diperiksa apakah keyakinan ini menghambat penerimaan terhadap koreksi informasi yang salah. Mereka yang percaya pada teori konspirasi atau pada informasi yang salah mengenai kesehatan dapat membentuk komunitas yang lebih picik di media sosial, membatasi potensi paparan korektif informasi serta mempertinggi skeptisisme ke arah informasi salah. Tampaknya juga CI memengaruhi bukan hanya koreksi pada kepercayaan yang salah, tetapi juga evaluasi kredibilitas informasi korektif. Menurut Brotherthon (dalam Bodea & Vraga, 2017) Misalnya, mereka yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap sebuah konspirasi juga cenderung memiliki kepercayaan interpersonal yang lebih rendah yang mungkin membuat mereka kurang reseptif untuk koreksi sosial, atau, skeptisisme luas mereka terhadap aktor sosial yang kuat seperti pemerintah dan perusahaan mungkin membuat mereka kurang menerima koreksi melalui algoritma Facebook.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan percobaan dengan memakai *survey online* pada 2016. Peserta direkrut dari berbagai universitas besar di daerah Atlantik Tengah. Total

sampel yang masuk sebanyak 613 peserta. 136 orang diantaranya dianalisis untuk penelitian ini. Setelah melakukan *pretest*, sebuah percobaan dilakukan dengan mengekspos pengguna ke umpan berita Facebook yang disimulasikan menampilkan informasi yang salah dan terdapat koreksi di mana berita yang menampilkan informasi benar dihasilkan oleh suatu algoritma dan ada yang *diposting* oleh pengguna Facebook lainnya mengenai kebenaran virus zika.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa koreksi algoritmik dan sosial sama efektifnya dalam membatasi kesalahpahaman. Kemudian, adanya koreksi informasi baik untuk individu yang memiliki kepercayaan tinggi maupun rendah terhadap konspirasi virus zika.

Penelitian ini relevan dengan penelitian peneliti karena sama-sama membahas hal yang berkaitan dengan maraknya informasi yang salah di media sosial mengenai kesehatan (dalam hal ini virus zika dan virus corona). Karena pada dasarnya informasi yang ada di media sosial dapat menjadi berbahaya untuk publik apabila mengandung misinformasi didalamnya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini membantu peneliti untuk mendefinisikan atau mengarahkan arti dari misinformasi.

Penelitian ini memiliki perbandingan dengan penelitian peneliti. Penelitian peneliti salah satunya ingin mengetahui aspek korektif yang dilakukan oleh media *online* dalam menggunakan media sosial untuk dijadikan bahan berita sebagai bagian daripada proses verifikasi yang dilakukan oleh jurnalis agar terhindar dari informasi yang salah. Sementara pada penelitian terdahulu ini lebih kepada upaya korektif yang dilakukan oleh media sosial itu sendiri dan lingkungan sosial dalam membatasi atau menghindari informasi yang salah.

Penelitian terdahulu keempat diambil dalam bentuk naskah penelitian jurnal dengan judul, “*Seeking Formula for Misinformation Treatment in Public Health Crises: The Effects of Corrective Information Type and Source*,” oleh Toni G. L. A. van der Meera dan Yan Jin (Health Communication, 2019).

Latar belakang penelitian ini diawali dengan penggambaran bagaimana dalam kondisi krisis kesehatan, masyarakat membuat informasi sendiri. Informasi tersebut

kemudian disebarkan sehingga dapat membentuk pemahaman dan interpretasi seseorang. Pemahaman yang tidak lengkap dan tidak memadai dapat mengakibatkan kebingungan dan akan menyulitkan penyelesaian krisis. Meskipun bagaimana dan mengapa orang mencari dan berbagi informasi krisis telah dipelajari selama hampir satu dekade, kecil diketahui apakah informasi tersebut adalah informasi yang salah. Para peneliti telah menganggap informasi yang salah sebagai bagian dari lanskap komunikasi kontemporer yang ditandai oleh *platform* media sosial dengan membanjiri berbagai macam informasi. Ketika informasi yang salah muncul di tengah masyarakat, maka informasi tersebut dapat menyesatkan dan karenanya menimbulkan masalah untuk masyarakat yang lebih luas. Dalam konteks krisis kesehatan masyarakat, jika dibiarkan begitu saja, maka informasi yang keliru dapat merusak adopsi upaya kesehatan masyarakat berbasis bukti dari organisasi kesehatan dan memperburuk penyebaran epidemi itu sendiri.

Studi ini berfokus pada dua unsur dalam melawan informasi yang salah di masa krisis kesehatan masyarakat. Pertama, menghadapi tantangan mengoreksi informasi yang salah secara efektif dengan mengidentifikasi berbagai jenis informasi koreksi. Elaborasi faktual, yang menempatkan penekanan pada fakta (memperkuat fakta yang benar), terdapat bantahan (menggunakan lebih sedikit argumen dalam menyangkal mitos informasi). Kedua, sumber informasi penting dalam evaluasi kredibilitas informasi dan bagaimana kredibilitas tersebut ditafsirkan di *publicsphere*. Sumber pakar (termasuk lembaga kesehatan pemerintah), media berita, dan rekan sosial dapat berpotensi untuk mengoreksi informasi yang salah tentang krisis kesehatan. Untuk menyelidiki lebih lanjut bagaimana informasi yang salah dapat dibantah oleh informasi korektif selama krisis kesehatan masyarakat, terdapat percobaan *online* yang telah dilakukan dengan menggunakan sampel A.S. ($N = 700$). Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi efek dari tipe informasi korektif (elaborasi faktual vs bantahan sederhana) dan sumber (pemerintah agensi kesehatan vs media berita vs rekan sosial) tentang individu respons kognitif, afektif, dan perilaku terhadap informasi korektif, setelah paparan informasi awal yang salah.

Beberapa teori dan konsep yang dipakai dalam penelitian ini adalah, *Debunking misinformation in public health crises*, dan *Corrective information source*. Dalam diskusi tentang keadaan komunikasi krisis, Coombs (dalam Meera & Jin, 2019) mencatat bahwa informasi yang salah adalah salah satu dari tiga temuan konsisten yang harus dijadikan dasar pengetahuan untuk krisis komunikator menekankan perlunya organisasi untuk berperang secara agresif dengan informasi yang tidak akurat. Keunggulan yang dimiliki media sosial diperoleh sebagai alat untuk komunikasi krisis yang memungkinkan didalamnya terdapat informasi salah dan membuat sesuatu menjadi lebih kompleks. Munculnya informasi yang salah selama krisis kesehatan mungkin tidak dapat dihindari dan tidak ada penjaga gerbang jurnalistik di *platform online* membuatnya lebih sulit bagi pengguna media sosial untuk menyortir fakta dan fiksi. Penelitian informasi yang salah dalam konteks penyakit menular krisis wabah sejauh ini telah mendokumentasikan penyebaran informasi yang cepat. Misalnya, sebagian besar *tweet* selama wabah ebola di Afrika Barat ditemukan mengandung informasi yang salah mengenai bagaimana wabah itu dapat disembuhkan. Dalam hal ini media sosial menjadi *platform* yang rawan akan penyebaran informasi salah. Maka dari itu jika menggunakan media sosial perlunya mencantumkan sumber ahli untuk memperbaiki kesalahan informasi kesehatan dan bekerjasama dengan organisasi kesehatan atau lembaga pemerintah untuk membantah informasi yang salah secara efektif.

Kredibilitas sumber sangat penting untuk memperbaiki kesalahan informasi. Tiga jenis sumber informasi krisis yang berpengaruh adalah organisasi, media berita, dan rekan sosial. Pertama, mengingat tantangan informasi yang berdampak pada perilaku kesehatan masyarakat, organisasi pemerintah seperti dinas kesehatan tidak hanya bertanggung jawab atas penyebaran informasi tepat waktu kepada masyarakat yang terkena dampak tetapi juga bertanggung jawab atas memimpin pertempuran melawan informasi yang beredar. Kedua, media berita dianggap sebagai pusat untuk negosiasi krisis dan dapat memainkan peran utama dalam konstruksi membangun narasi dan penyelesaian krisis. Ketiga, teman sebaya dan kelompok sebaya tidak

biasanya menyebarkan informasi yang salah tetapi juga dalam beberapa keadaan mungkin dapat mengekspos orang ke informasi yang lebih akurat. Studi krisis sebelumnya telah menghasilkan temuan campuran mengenai efek sumber pada pesan efektivitas. Beberapa penelitian seperti halnya yang dilakukan Wogalter (dalam Meera & Jin, 2019) menemukan bahwa seseorang melihat sumber resmi, seperti pemerintah karena lebih kredibel daripada sumber tidak resmi, seperti rekan sosial. Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa seseorang kadang-kadang melihat sumber resmi dengan lambat atau dinilai telah usang. Penelitian juga melaporkan bahwa media berita dan jurnalis adalah dianggap paling kredibel dan berpengaruh dalam segi sumber informasi yang diberitakannya. Contohnya penelitian yang dilakukan Chew dan Eysenbach (dalam Meera & Jin, 2019). Keduanya menemukan bahwa audiens *online* lebih suka berbagi liputan bencana dari media dandingan dari pemerintah.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Untuk mengurai jika informasi korektif dapat menghilangkan prasangka kesalahan informasi dalam krisis kesehatan masyarakat, sebuah eksperimen *online* dilakukan pada penelitian ini. Pemilihan sampel pada penelitian ini direkrut oleh sebuah perusahaan *survey online* professional dan menghasilkan total 700 responden penduduk Amerika Serikat. Kuota ditentukan untuk gender (51% Perempuan 49% Laki-laki), usia (13% 18-24, 18% 25-34, 17% 35-44, 18% 45-54, 16% 55-64, 18% 65+), etnis (62% Putih, 12% Hitam, 17% Hispanik, 5% Asia, 4% Lainnya), dan negara bagian (21% Midwest, 18% Timur Laut, 37% Selatan, 24% Barat) hingga dapatkan sampel yang mencerminkan demografi A.S. 51% dari peserta adalah perempuan, usia peserta rata-rata adalah 45,61, dan 62% dari peserta berkulit putih.

Hasil penelitian ini adalah bahwa jika informasi korektif hadir dan bukannya tidak ada, keyakinan yang salah berdasarkan informasi yang salah ditolak, dibandingkan dengan sanggahan sederhana, responden memiliki niat untuk mengambil tindakan protektif terhadap informasi yang diterima. Selain itu, sumber dari pemerintah dan media berita ditemukan lebih berhasil dalam meningkatkan akurasi keyakinan dibandingkan dengan rekan sosial.

Penelitian ini relevan dengan penelitian peneliti karena memiliki kesinambungan topik mengenai maraknya misinformasi kesehatan dan juga menjelaskan bahwa banyaknya tantangan untuk mencari informasi yang benar karena diredam oleh informasi yang salah terutama di media sosial. Maka dari itu penelitian ini ingin menjawab tantangan tersebut dengan memberitahukan cara mengidentifikasi mana informasi yang benar dan salah.

Penelitian ini memiliki perbandingan dengan penelitian peneliti. Pada penelitian ini lebih menekankan kepada kredibilitas sumber yang dipercayai oleh publik apakah itu media berita, pemerintah atau rekan sosial terhadap isu kesehatan. Namun penelitian peneliti lebih dalam karena hanya meneliti media berita khususnya media *online*. Apakah media *online* melakukan verifikasi sumber berita atau tidak. Dari hasil penelitian, bisa dinilai secara pribadi apakah media berita yaitu media *online* dapat dipertanggung jawabkan kredibilitasnya sehingga dapat dipercaya oleh publik.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Jennifer Alejandro	Christiany Juditha	Leticia Bodea & Emily K. Vraga	Toni G. L. A. van der Meera & Yan Jin
Nama Lembaga	Universitas Oxford, 2010	Jurnal Pekommas,	<i>Health Communication</i> , 2017	<i>Health Communication</i> , 2019
Judul Penelitian	<i>Journalism in The Age of Social Media</i>	Sumber Berita Netizen Dalam Perspektif Etika Jurnalistik (studi kasus pada media <i>online jogja.tribunnews.com</i>)	<i>See Something, Say Something: Correction of Global Health Misinformation on Social Media</i>	<i>Seeking Formula for Misinformation Treatment in Public Health Crises: The Effects of Corrective Information Type and Source,</i>

Teori dan Konsep	<i>Mediamorphosis : Old versus New Media, Social Media, Web 2.0 and the News, Twitter as news media outlet of the future</i>	Kredibilitas sumber berita, etika jurnalistik	<i>Misinformation, credibility evaluations, dan conspiracy beliefs</i>	<i>Debunking misinformation in public health crises, Corrective information source</i>
Objek/ Subjek Penelitian	Kepala editor dari berbagai belahan dunia	Mengumpulkan data dan informasi mengenai statement netizen yang dijadikan sumber berita oleh media <i>online</i> jogja.tribunnews.com serta menanyakan perspektif etika jurnalistik dari pihak terkait dan pakar jurnalistik	136 responden direkrut dari berbagai universitas besar di daerah Atlantik Tengah.	700 responden penduduk Amerika Serikat
Hasil Penelitian	Jurnalis yang <i>disurvey</i> menegaskan bahwa mereka mulai memanfaatkan media sosial untuk mengumpulkan cerita dan menggunakan agregator berita serta berlangganan RSS <i>feeds</i> dan <i>blog</i> untuk membantu	Berdasarkan perspektif etika jurnalistik, komentar netizen sebagai sumber berita bukan merupakan sebuah pelanggaran selama memenuhi persyaratan kredibilitas dan verifikasi. Dari sisi kredibilitas, ditemukan bahwa beberapa sumber	Koreksi algoritmik dan sosial sama efektifnya dalam membatasi kesalahpahaman. Kemudian, adanya koreksi informasi baik untuk individu yang memiliki kepercayaan tinggi maupun rendah terhadap	Jika informasi korektif hadir dan bukannya tidak ada, keyakinan yang salah berdasarkan informasi yang salah ditolak, dibandingkan dengan sanggahan sederhana, responden memiliki niat

	pekerjaan mereka membuat berita. Sementara itu, manajer berita dan editor yang disurvei menunjukkan bahwa Facebook dan blog mikro Twitter digunakan untuk membuat berita baru. Namun masih ada beberapa keraguan dalam menggunakan platform media sosial untuk mendistribusikan konten karena ditakutkan akan hilang kendali atas informasi.	dari netizen tidak memenuhi standar kredibilitas sumber berita di Jogja.tribunnews.com berdasarkan teori acuan peneliti. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian konten berita menggunakan statement netizen sebagai sumber berita di Jogja.tribunnews.com tidak melanggar kode etik jurnalistik karena dalam produksi konten berita tersebut, jurnalis maupun editor melakukan proses verifikasi serta konfirmasi guna menjaga akurasi dalam etika jurnalisik	konspirasi virus zika.	untuk mengambil tindakan protektif terhadap informasi yang diterima. Selain itu, sumber dari pemerintah dan media berita ditemukan lebih berhasil dalam meningkatkan akurasi keyakinan dibandingkan dengan rekan sosial.
--	--	---	-------------------------------	---

Sumber : Olahan Peneliti, 2020

2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan

2.2.1 Model *Gatekeeping*

Menurut Nurudin salah satu ciri komunikasi massa itu adalah akan adanya kontrol atau pengendalian yang dilakukan oleh *gatekeeper* (Nurudin, 2006, p. 12)

Donahue, Tichenor, dan Oliens (dalam Nurhanifah, 2019, p. 5) mendefinisikan *gatekeeping* sebagai:

As a process that encompasses more than just selection, including all forms of information control that may arise in decision about message, encoding such as selection, shaping, display, timing, withholding, or repetition of entire messages or messages components.

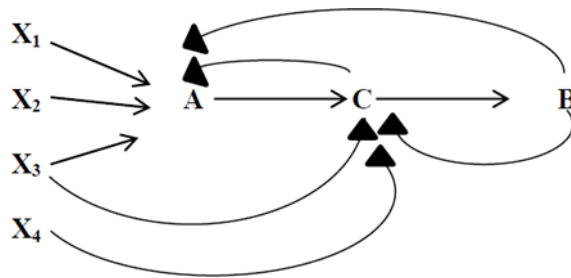
Arti dari pernyataan tersebut bahwa *gatekeeping* sebagai suatu proses yang mencakup lebih dari sekedar memilih, termasuk segala bentuk pengendalian informasi yang mungkin muncul dan memutuskan penyampaian pesan seperti memilih, membentuk, menjabarkan, menahan atau mengulang seluruh pesan atau komponen pesan. Jika *gatekeeping* adalah tugasnya, maka *gatekeeper* adalah orang yang melakukan tugasnya. Jadi, *gatekeeper* atau yang sering disebut palang informasi maupun sebuah pintu penjaga adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa.

Dalam buku Teori-Teori Komunikasi yang ditulis oleh B. Aubrey Fisher disebutkan bahwa teori *gatekeeping* ini merupakan penjabaran dari teori medan yang dikemukakan oleh Kurt Lewin dalam ilmu sosial dan mengemukakan fungsinya sebagaimana yang tertera pada istilah itu sendiri, yaitu —penjaga gawang (Fisher, 1986, p. 167).

Pada tahun 1957 Westley dan Maclean merumuskan model komunikasi massa dan menambahkan fungsi penjaga gerbang (C) kepada fungsi sumber (A) dan penerima (B). Keduanya menduga bahwa peran penjaga gerbang hanya dapat ada selama C menyampaikan pesan yang sesuai dengan atau diinginkan

oleh si penerima (B). Ternyata dalam hubungan komunikatif yang kompleks dalam masyarakat, terdapat banyak penjaga gerbang yang dapat dipilih oleh B dari antara orang-orang ini (Fisher, 1986, p. 169).

Gambar 2.1 Model *Gatekeeping* Westley dan MacLean



Sumber : Elvinarno Ardianto, 2007

Berdasarkan gambar diatas, X menunjukkan pada peristiwa atau sumber informasi seperti kejadian atau pembicaraan yang dikirim pada *audience* tertentu. Sedangkan A, adalah komunikator dalam komunikasi massa yang diperankan oleh reporter, dalam hal ini reporter akan mendeskripsikan, mengabarkan, dan mengambil kutipan yang nantinya akan masuk ke dalam sebuah berita. Sementara itu, C adalah *gatekeeper* yang diperankan oleh seseorang yang memiliki otoritas tinggi untuk dapat menentukan kelayakan naik sebuah berita. Posisi ini ditempati oleh editor yang dapat menghapus, menekankan kembali, atau menambah laporan yang ditulis reporter berdasarkan peristiwa yang diliputnya dengan data lain. Kemudian B adalah *audience* yang membaca, mendengarkan, atau melihat kejadian yang sudah dilaporkan *gatekeeper* setelah sebelumnya ditulis oleh reporter (dalam Nurudin, 2013, p. 157).

Dalam model ini, *audience* (B) dapat meresponi pesan yang diterima hasil dari ‘kolaborasi’ editor (fBC) atau reporter (fBA) mengenai ketepatan atau kepentingan beritanya. Editor bisa juga menyediakan umpan balik kepada

reporter (fCA). Model yang dicetuskan oleh Westley dan MacLean ini merupakan proses produksi berita media massa yang biasa dilakukan dalam ruang redaksi. Dari model tersebut dapat dilihat proses penyampaian berita kepada *audience* merupakan hasil kerja dari reporter sampai meja redaksi. Para pihak yang terlibat dalam mengelola media massa, masing-masing akan berbeda dalam menetapkan struktur organisasinya yang dapat memilih, mengubah, bahkan menolak pesan yang akan disampaikan kepada penerima. Maka dari itu, keputusan *gatekeeper* mengenai informasi yang harus dipilih atau ditolak sangat berperan untuk sampai atau tidaknya informasi kepada masyarakat (dalam Nurudin, 2013, p. 157).

2.2.2 Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011). Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Menurut Durkheim, pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial (Fuchs, 2014).

Media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi *web* baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. *Post* di *blog*, *tweet*, atau *video* YouTube dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis (Zarella, 2010, p. 2).

Kehadiran media sosial menjadi tantangan tersendiri dan tak bisa dipungkiri saat ini kehadirannya berkembang dari hari ke hari memberikan

fakta menarik betapa internet menjadi sumber kekuatan bagi kehidupan (Nasrullah, 2015).

Menurut Rulli Nasrullah (2015, p. 11) media sosial memiliki tujuh karakteristik yaitu: jaringan (*network*), informasi (*information*), arsip (*archive*), interaksi (*interactivity*), simulasi sosial (*simulation of society*), konten oleh pengguna (*user-generated content*), dan penyebaran (*share/sharing*).

1. Jaringan (*network*)

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial karena terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan (internet). Castells (dalam Nasrullah, 2015, p. 16) mengatakan bahwa struktur sosial yang terbentuk di internet berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikro elektronik. Jaringan yang terbentuk antarpengguna ini dimediasi oleh perangkat teknologi seperti komputer, atau telepon genggam. Karakteristik jaringan ini tidak mempedulikan apakah secara *offline* pengguna saling mengenal atau tidak, namun kehadiran media sosial ini memberikan medium bagi penggunanya untuk saling terhubung.

2. Informasi (*information*)

Informasi merupakan sebuah wujud penting yang ada di media sosial, sebab media sosial secara kreatif merepresentasikan identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi atas dasar informasi. Terlebih, informasi sudah menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi.

3. Arsip (*archive*)

Arsip menjadi kekuatan media sosial yakni untuk dapat mengarsip atau menyimpan data yang ada di dalamnya serta dapat diakses kapan pun di semua jenis perangkat.

4. Interaksi (*interactivity*)

Media sosial juga dibangun dengan interaksi di dalamnya. Sebagai contoh, pemberian *like* atau komentar adalah bagian dari interaksi di media sosial. Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lama dengan media baru.

5. Simulasi sosial (*simulation of society*)

Jean Baudrillard (dalam Nasrullah, 2017, p.26) mengungkapkan khalayak tidak dapat membedakan apa yang nyata dan tidak nyata, bahkan apa yang dilihat oleh khalayak dapat terlihat lebih nyata dari kenyataan itu sendiri. Ungkapan tersebut ditujukan untuk menggambarkan realitas yang ada di media yakni ilusi.

6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Konten yang ada di media sosial adalah milik dan kontribusi dari pengguna sebuah akun. Pada media lama khalayak hanya sebatas menjadi objek atau sasaran pasif dalam pendistribusian pesan, namun media baru menawarkan perangkat atau alat serta teknologi yang baru. Hal ini memungkinkan khalayak untuk menyimpan, memberi keterangan, mengunggah ulang konten media, dan membagikan konten tersebut (memproduksi media sendiri).

7. Penyebaran (*share*)

Penyebaran terbagi menjadi dua jenis yaitu, penyebaran melalui konten dan penyebaran melalui perangkat. Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain. Penyebaran dapat melalui perangkat dan biasanya terdapat fasilitas seperti fitur *share*.

2.2.3 Identifikasi Jenis Misinformasi di Media Sosial

Bryan Skyrms (dalam Floridi, 2016, p. 336) mengatakan bahwa misinformasi merupakan bentuk dari informasi yang menyesatkan. Misinformasi memiliki kecenderungan menciptakan keyakinan yang salah terhadap suatu hal.

Menurut Liang Wu, Fred Morstatter, Xia Hu dan Huan Liu, misinformasi adalah informasi palsu atau tidak akurat yang disebarluaskan secara tidak sengaja (Wu, Morstatter, Hu, & Liu, 2017, p. 2).

Untuk memahami misinformasi di media sosial, Liang Wu, Fred Morstatter, Kathleen M. Carley, dan Huan Liu (2019, p. 81) membaginya ke dalam beberapa jenis misinformasi:

1. *Unintentionally-Spread Misinformation*

Beberapa misinformasi banyak yang tidak disengaja untuk menipu penerimanya. Pengguna media sosial dapat berkontribusi dalam penyebaran misinformasi hanya karena kepercayaan mereka terhadap informasi yang berasal dari teman, keluarga, kolega atau pengguna yang berpengaruh di media sosial. Contohnya adalah informasi yang salah luas tentang Ebola.

2. *Intentionally-Spread Misinformation*

Beberapa misinformasi banyak yang sengaja disebarkan untuk menipu penerimanya. Biasanya terdapat penulis dan suatu kelompok yang telah dibentuk untuk menyebarkan *fake news* dengan memiliki tujuan dan agenda untuk menyusun dan mempromosikan informasi yang salah.

3. *Urban Legend*

Urban Legend adalah penyebaran informasi yang disengaja terkait dengan cerita fiksi lokal. Tujuannya seringkali bisa dijadikan sebuah hiburan.

4. *Fake News*

Berita palsu merupakan informasi keliru yang sengaja disebarkan. Berita palsu dapat digunakan sebagai propaganda hingga dapat menjadi viral di media massa dan media sosial.

5. *Unverified Information*

Informasi yang tidak diverifikasi dapat didefinisikan sebagai informasi yang tidak diverifikasi sebelum diverifikasi, atau ketika diverifikasi ternyata informasi tersebut palsu dan tidak akurat karena misinformasi.

6. *Rumor*

Rumor adalah informasi yang tidak diverifikasi namun informasi tersebut bisa jadi benar adanya. Seperti halnya contoh *rumor* yang sebenarnya adalah tentang kematian beberapa bebek di Guangxi, China yang diklaim disebabkan oleh flu burung. Rumor tersebut

benar adanya karena telah diverifikasi oleh pemerintah. Contoh serupa dari flu burung yang ternyata informasi tersebut salah adalah, beberapa orang pernah terinfeksi ketika makan ayam yang telah dimasak dengan baik.

7. *Crowdturfing*

Crowdturfing adalah kombinasi dari *crowdsourcing* dan *astroturfing*. *Crowdsurfing* adalah metode menggunakan sejumlah besar orang sebagai sumber, sedangkan *astroturfing* adalah metode yang menggunakan sejumlah orang untuk membuat pesan atau komentar palsu. Tujuannya untuk menunjukkan kredibilitas terhadap pesan-pesan organisasi atau perusahaan. *Crowdturfing* adalah untuk menyajikan pesan palsu agar terlihat realistis dengan menggunakan audiens buatan sehingga terkadang informasi yang disampaikan tidak valid.

8. *Spam*

Spam adalah informasi yang tidak diminta kemudian membanjiri secara tidak adil penerimanya. *Spam* telah ditemukan di berbagai *platform* termasuk email dan media sosial.

9. *Troll*

Troll merupakan jenis informasi yang bertujuan untuk menyebabkan gangguan, meningkatkan ketegangan terhadap argumen sekelompok orang tertentu dan pada akhirnya memperdalam kebencian atau memperlebar jarak.

10. *Hate Speech*

Hate Speech merupakan ujaran kebencian. Pada konteks media sosial, *hate speech* menargetkan kelompok orang tertentu dengan mengekspresikan prasangka atau ancaman.

2.2.4 Publikasi Berita COVID-19

Aliansi Jurnalis Independen, Jurnalis Krisis dan Bencana, dan Komite Keselamatan Jurnalis menyusun protokol keamanan liputan dan pemberitaan COVID-19 bagi pekerja media di Indonesia (Aliansi Jurnalis Independen, Jurnalis Krisis dan Bencana & Komite Keselamatan Jurnalis, 2020). Terdapat cara melakukan publikasi berita yang dapat dilakukan dalam memberitakan COVID-19 :

1. Jurnalis perlu menerapkan prinsip liputan yang bertanggungjawab, yaitu peka, berempati, dan mempertahankan akurasi.
2. Jurnalis tidak mempublikasikan data pribadi pasien penderita COVID-19.
3. Jurnalis perlu menghindari penggunaan kata sifat yang bisa menambah kecemasan dalam masyarakat. Misalnya: “virus yang mematikan ini” atau mengasosiasikan virus dengan warga negara tertentu yang bernada rasisme atau xenophobia, serta memicu stigma erhadap kelompok tertentu.
4. Jurnalis perlu mengkurasi foto dengan bijak. Jangan menggunakan foto yang justru akan mengaburkan informasi atau justru menyebarkan informasi yang salah.
5. Jurnalis menghindari publikasi konten yang memicu kepanikan publik.

6. Jurnalis memberikan tambahan informasi tentang pencegahan, termasuk cara mencuci tangan berdasarkan standar WHO, serta mengedukasi publik bahwa pasien dapat sembuh dari virus jika mengikuti protokol atau nasihat yang diberikan oleh ahli atau otoritas setempat.
7. Media sepatutnya menghindari penggunaan judul yang semata untuk menarik perhatian orang alias *clickbait*.
8. Media perlu mengeksplorasi bersama timnya untuk mencari cara penyampaian yang interaktif dan informatif soal Corona. Misalnya, dengan menggunakan infografis dan jurnalisme data.
9. Jurnalis sebaiknya menggunakan narasumber yang kompeten, yaitu mereka yang memiliki wewenang untuk itu atau ahli di bidang tersebut.
10. Jurnalis perlu membekali diri dengan keahlian periksa fakta untuk menghindari dari publikasi berita yang sifatnya disinformasi/misinformasi.
11. Jurnalis perlu menghindari penggunaan jargon atau istilah kedokteran yang belum dimengerti umum. Jika harus melakukannya, sertakan penjelasannya.
12. Jurnalis perlu melakukan verifikasi informasi secara ketat agar berita yang dihasilkannya tidak turut menyebarkan hoaks dan informasi yang keliru yang bisa menambah kebingungan dan kekacauan.
13. Media perlu berusaha untuk tetap fokus melakukan tugas mengawal upaya penanggulangan krisis yang dilakukan pemerintah agar dampak yang ditimbulkan di masyarakat bisa diminimalkan.

2.2.5 Kode Etik Jurnalistik

Demi menjamin kemedekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar, wartawam Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjadi kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme. Atas dasar itu, wartawan Indonesia menetapkan dan menaati Kode Etik Jurnalistik (Nugroho & Samsuri, 2013, p. 291) :

Pasal 1 Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.

Penafsiran

- a. Independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers.
- b. Akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi.
- c. Berimbang berarti semua pihak mendapat kesempatan setara.
- d. Tidak beritikad buruk berarti tidak ada niat secara sengaja dan semata-mata untuk menimbulkan kerugian pihak lain.

Pasal 2 Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.

Penafsiran

Cara-cara yang profesional adalah:

- a. menunjukkan identitas diri kepada narasumber;
- b. menghormati hak privasi;

- c. tidak menyuap;
- d. menghasilkan berita yang faktual dan jelas sumbernya;
- e. rekayasa pengambilan dan pemuatan atau penyiaran gambar, foto, suara dilengkapi dengan keterangan tentang sumber dan ditampilkan secara berimbang;
- f. menghormati pengalaman traumatis narasumber dalam penyajian gambar, foto, suara;
- g. tidak melakukan plagiat, termasuk menyatakan hasil liputan wartawan lain sebagai karya sendiri;
- h. penggunaan cara-cara tertentu dapat dipertimbangkan untuk peliputan berita investigasi bagi kepentingan publik.

Pasal 3 Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.

Penafsiran

- a. Menguji informasi berarti melakukan check and recheck tentang kebenaran informasi itu.
- b. Berimbang adalah memberikan ruang atau waktu pemberitaan kepada masing-masing pihak secara proporsional.
- c. Opini yang menghakimi adalah pendapat pribadi wartawan. Hal ini berbeda dengan opini interpretatif, yaitu pendapat yang berupa interpretasi wartawan atas fakta.
- d. Asas praduga tak bersalah adalah prinsip tidak menghakimi seseorang.

Pasal 4 Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.

Penafsiran

- a. Bohong berarti sesuatu yang sudah diketahui sebelumnya oleh wartawan sebagai hal yang tidak sesuai dengan fakta yang terjadi.
- b. Fitnah berarti tuduhan tanpa dasar yang dilakukan secara sengaja dengan niat buruk.
- c. Sadis berarti kejam dan tidak mengenal belas kasihan.
- d. Cabul berarti penggambaran tingkah laku secara erotis dengan foto, gambar, suara, grafis atau tulisan yang semata-mata untuk membangkitkan nafsu birahi.
- e. Dalam penyiaran gambar dan suara dari arsip, wartawan mencantumkan waktu pengambilan gambar dan suara.

Pasal 5 Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.

Penafsiran

- a. Identitas adalah semua data dan informasi yang menyangkut diri seseorang yang memudahkan orang lain untuk melacak.
- b. Anak adalah seorang yang berusia kurang dari 16 tahun dan belum menikah.

Pasal 6 Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.

Penafsiran

- a. Menyalahgunakan profesi adalah segala tindakan yang mengambil keuntungan pribadi atas informasi yang diperoleh saat bertugas sebelum informasi tersebut menjadi pengetahuan umum.
- b. Suap adalah segala pemberian dalam bentuk uang, benda atau fasilitas dari pihak lain yang mempengaruhi independensi.

Pasal 7 Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan *off the record* sesuai dengan kesepakatan.

Penafsiran

- a. Hak tolak adalah hak untuk tidak mengungkapkan identitas dan keberadaan narasumber demi keamanan narasumber dan keluarganya.
- b. Embargo adalah penundaan pemuatan atau penyiaran berita sesuai dengan permintaan narasumber.
- c. Informasi latar belakang adalah segala informasi atau data dari narasumber yang disiarkan atau diberitakan tanpa menyebutkan narasumbernya.
- d. *Off the record* adalah segala informasi atau data dari narasumber yang tidak boleh disiarkan atau diberitakan.

Pasal 8 Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak

merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani.

Penafsiran

- a. Prasangka adalah anggapan yang kurang baik mengenai sesuatu sebelum mengetahui secara jelas.
- b. Diskriminasi adalah perbedaan perlakuan.

Pasal 9 Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.

Penafsiran

- a. Menghormati hak narasumber adalah sikap menahan diri dan berhati-hati.
- b. Kehidupan pribadi adalah segala segi kehidupan seseorang dan keluarganya selain yang terkait dengan kepentingan publik.

Pasal 10 Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan atau pemirsa.

Penafsiran

- a. Segera berarti tindakan dalam waktu secepat mungkin, baik karena ada maupun tidak ada teguran dari pihak luar.
- b. Permintaan maaf disampaikan apabila kesalahan terkait dengan substansi pokok.

Pasal 11 Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.

Penafsiran

- a. Hak jawab adalah hak seseorang atau sekelompok orang untuk memberikan tanggapan atau sanggahan terhadap pemberitaan berupa fakta yang merugikan nama baiknya.
- b. Hak koreksi adalah hak setiap orang untuk membetulkan kekeliruan informasi yang diberitakan oleh pers, baik tentang dirinya maupun tentang orang lain.
- c. Proporsional berarti setara dengan bagian berita yang perlu diperbaiki.

2.2.6 Verifikasi Berita

Dalam upaya mencapai kebenaran diperlukan serangkaian metode tertentu. Dalam profesi jurnalistik metode tersebut adalah verifikasi. Menurut Bill Kovach dan Tom Rosentiel (2010, p. 34) verifikasi diawali dengan adanya rasa skeptis akan suatu hal sehingga dapat terbentuk jurnalisme profesional. Keduanya merumuskan enam pertanyaan untuk mengulas sejumlah pemikiran skeptis yang harus dipikirkan setiap pembaca ketika menemui konten dari berbagai sumber berita, yaitu :

1. Konten berita jenis apa yang saya temui?

Ekosistem berita terpecah menjadi model berita dengan nilai dan tujuan yang berbeda. Sebagai konsumen berbagai macam konten, tentu harus dapat mengenalinya. Terdapat empat model berita yaitu:

a. Jurnalisme Verifikasi

Jurnalisme ini merupakan jurnalisme tradisional yang menempatkan nilai tertinggi pada akurasi dan konteks.

b. Jurnalisme Pertanyaan

Jurnalisme yang didorong oleh teknologi dan media baru, mengutamakan kecepatan dan volume serta mengindahkan akurasi informasi. Selain itu adanya kepasifan jurnalis dalam menguasai teknik menulis cepat.

c. Jurnalisme Afirmasi/Penguatan

Jurnalisme yang tidak memprioritaskan akurasi, layanan, dan verifikasi karena memberitakan apa yang ingin didengar oleh audiensnya dan bukan apa yang sebenarnya terjadi. Jurnalisme ini mefokuskan pada tujuan ekonomi

d. Jurnalisme Kaum Kepentingan

Jurnalisme ini mencakup situs *web* atau bagian yang ditargetkan pekerjaan, penyelidikan pribadi, yang biasanya didanai khusus oleh suatu kepentingan dan dirancang agar terlihat seperti berita yang sesungguhnya.

2. Apakah informasinya komplit?; jika tidak apa yang kurang?

Sebagian besar informasi yang ditemui oleh pembaca tidak mendalam atau lengkap dan terdapat kepasifan jurnalis dalam menguasai teknik menulis cepat. Jurnalis harus banyak

menyertakan 5W+1H dalam menyampaikan gagasan maupun fakta yang ada, seperti siapa yang melakukan apa, di mana mereka melakukan hal tersebut, mengapa mereka melakukan itu, dan bagaimana mereka melakukannya.

3. Siapa dan apa sumbernya, dan kenapa saya mesti mempercayai mereka?

Terdapat berbagai macam jenis untuk mengidentifikasi sebuah sumber, yaitu:

- a. *Sourceless News* : Audiens Sebagai Saksi

Saat terdapat peristiwa yang bersifat publik (bisa dilihat oleh semua orang), audiens dapat menjalankan perannya sebagai saksi. Misalnya ketika pidato presiden yang disiarkan televisi, presiden itulah yang merupakan sumber informasi. Audiens dapat mengandalkan mata dan telinganya Untuk mengetahui apa yang sedang dikatakan presiden secara pribadi dan mengapa ia menyampaikan pidato.

- b. Jurnalis Sebagai Saksi

Jurnalis melibatkan mata dan telinga secara langsung untuk melihat peristiwa. Dalam hal ini jurnalis telah menjamin berita yang akan ia beritakan. Seorang jurnalis biasanya akan diberikan akses untuk meliput sebuah peristiwa karena ia memiliki kredibilitas, rasa hormat dari sumber, dan telah melakukan pekerjaan untuk masuk ke dalamnya, seperti saat konferensi pers. Perhatikan berita

yang dibuat oleh jurnalis, apabila melihat nama yang sama sering muncul maka artinya jurnalis tersebut diberikan akses seperti sebelumnya. Hal ini dapat menjadi acuan untuk pembaca agar dapat membaca lebih dalam dan menarik kesimpulan sendiri.

c. Jurnalis Sebagai Pakar Kredensial

Dalam beberapa kasus, jurnalis memiliki keahlian yang sangat jelas sehingga disebut sebagai pakar kredensial, yaitu dapat melakukan pekerjaannya dan menjamin kepercayaan yang telah diberikan. Hal ini menyiratkan bahwa tidak hanya mengetahui sumber dan keahlian yang dimiliki, tetapi juga memiliki dasar pengetahuan akan suatu kasus tertentu. Misalnya dalam sebuah cerita mengenai penyakit menular, tidak cukup untuk mengetahui nama dokter yang akan diwawancarai dan di mana ia bekerja, mungkin tidak cukup untuk mengetahui bahwa dia adalah spesialis dalam bidang infeksi penyakit, akan lebih penting untuk mengetahui apakah ia telah bekerja di area penyakit tertentu yang dimaksud. Dengan kata lain, semakin banyak yang mengetahui informasi sumber, maka akan semakin baik.

d. Saksi Tangan Pertama dan Masalah Waktu

Saksi yang menyaksikan suatu peristiwa secara langsung belum tentu dapat dijadikan suatu sumber utama. Terdapat kedua elemen dalam memilih saksi untuk dijadikan sumber utama. Pertama, pilihlah saksi

mata dengan ‘kebaruan’. Kedua, apabila terdapat sumber yang mengklaim dirinya seorang saksi mata, perlu diperkuat dengan adanya penjelasan tambahan dari orang lain. Sebuah cerita dimana peristiwa yang dijelaskan secara serupa oleh satu sumber kemungkinan lebih banyak dapat diandalkan daripada bergantung pada satu sumber.

e. Sumber dari para ahli

Dalam membuat berita apabila berorientasi kepada diskusi, dan terdapat elemen laporan mendalam, penting untuk melibatkan pakar atau sumber yang ahli di bidangnya. Namun dalam memilih ahli harus diketahui terlebih dahulu informasi siapa ahli tersebut, dan apa peran ahli tersebut yang berhubungan dengan peristiwa atau kasus yang akan ditanyakan, apakah ahli tersebut benar-benar ahli yang tidak memihak dari peristiwa atau kasus yang mereka nilai, atau apakah ahli tersebut menyamar sebagai ahli strategi politik, kolumnis, dan lainnya. Terkadang media menggunakan para ahli yang sebenarnya adalah aktivis sebuah partai, fraksi, atau kelompok kepentingan yang ‘berpose’ sebagai ahli luar sehingga dapat membujuk dan memanipulasi. Mengharapkan lebih banyak sumber dan lebih banyak bukti merupakan hal yang baik namun harus hati-hati jika menggunakan ahli.

f. Sumber Anonim

Terdapat alasan tersendiri mengapa jurnalis menggunakan sumber anonim. Seringkali materi yang paling sensitif berasal dari sumber anonim untuk menjaga nama baik sumber anonim tersebut dan menjaga jurnalisnya itu sendiri. Dalam mengevaluasi sumber anonim yang ditemui di dalam berita, hal yang perlu dilakukan adalah dengan bertanya siapakah sumber yang dimaksud tersebut, jika tidak diberitahu, tunggu hingga pihak jurnalis atau media itu sendiri yang mengkonfirmasi untuk memberikan rasa kredibilitas.

4. Bukti apa yang disuguhkan, dan bagaimana menguji dan membuktikannya?

Untuk menguji bukti/informasi membutuhkan kedisiplinan dan kesabaran karena hal ini lebih kompleks dari mencoba membedakan makna dari bukti bukan hanya membangun fakta. Sumber yang dikutip dalam berita, keahlian sumber, sudut pandang sumber, dan keterusterangan pengetahuan sumber adalah bentuk bukti, tetapi mengetahui sumbernya saja tidak cukup menentukan apakah apa yang mereka katakan dapat diandalkan. Perlu mengetahui bagaimana mengidentifikasi dan mengevaluasi bukti yang ditawarkan sumber-sumber tersebut melalui sebuah pertanyaan. Sumber baik yang telah membuktikan dirinya dapat diandalkan dan bisa dipercaya di masa lalu bisa salah. Begitu juga dokumen, beberapa orang bahkan orang terhormat pun bisa berbohong. Reputasi sumber, atau catatan masa lalu, dapat memberi tahu apakah mereka layak diajak bicara, tetapi tidak berarti apa yang mereka

katakan adalah benar. Berikut terdapat langkah untuk memeriksa bukti:

- a. Tahu bagaimana bukti itu diperiksa atau diuji dan apakah ada bukti yang berlawanan telah dieksplorasi.
- b. Identifikasi kesimpulan apa yang telah diambil dari bukti (secara eksplisit dan implisit), dan apakah kesimpulan tersebut didukung.
- c. Tanyakan apakah bukti tersebut dapat digunakan untuk menggambarkan hal yang berbeda kesimpulan.

Satu elemen penting yang harus dicari adalah penggunaan kesimpulan implisit. Jurnalis terkadang menggunakan suara jurnalisme yang netral atau independen untuk membuat poin implisit atau tidak langsung - untuk mengarahkan audiens ke kesimpulan.

5. Apa yang bisa menjadi penjelasan atau pemahaman alternatif?

Ketika adanya argumen atau pemahaman akan sesuatu hal sebaiknya tak menjadi acuan untuk dipegang. Dengan kata lain argumen atau pemahaman tersebut harus dipandang sebagai hipotesis nol atau adanya pemahaman alternatif. Pemahaman alternatif inilah yang harus dieksplorasi dan bukan hanya sekedar basa-basi belaka. Jika penjelasan alternatifnya adalah argumen, maka harus mendengar kasus dengan argumen terkuat untuk itu. Harusnya mendengar argumen atau pemahaman versi yang kuat dan yang lemah, jadi tidak semua didiskreditkan secara merata. Tidak boleh memilih satu versi yang keliru sebagai representasi seluruh pihak. Apa yang tidak diketahui, masih harus dieksplorasi, atau

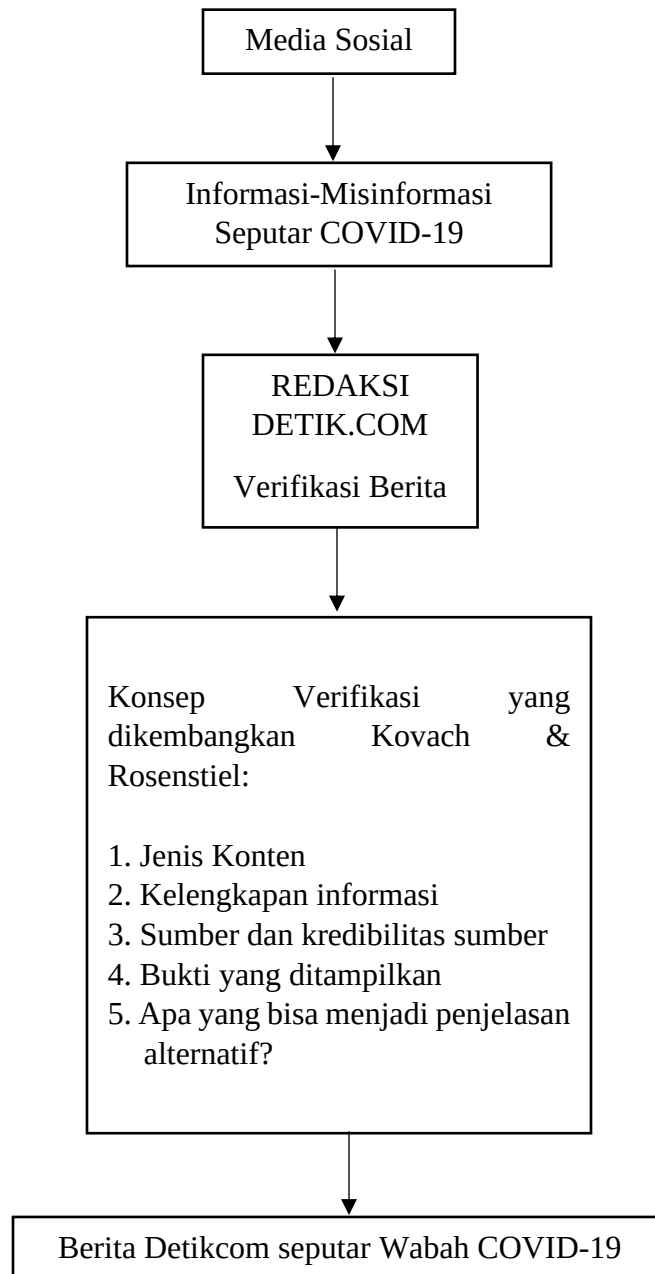
belum dikonfirmasi sama pentingnya dengan apa yang dikenal atau dikonfirmasi, dan mengakui yang tidak diketahui menambahotoritas suatu kelompok mengaku dan dapat meredam argumen atau pemahaman yang tidak jelas.

6. Apakah saya telah mempelajari apa yang perlu saya pelajari?

Media menyajikan beragam pilihan berita kepada pembaca setiap harinya. Pembaca hanya tinggal memilih atau mengelompokkan sendiri mana topik atau hal yang sesuai dengannya. Karena pembaca atau khalayak memiliki lebih banyak pilihan untuk berita mereka, jurnalis mulai bertanya, “apakah kita punya sesuatu disini untuk menarik khalayak?”, “apakah ada kisah yang diceritakan dengan indah?”, “apakah ada daya tarik emosional?” dari sinilah media mulai menyajikan hal yang secara tidak langsung tidak sesuai dengan minat dan harapan khalayak. Topik yang kurang relevan membuat khalayak memiliki keraguan untuk memberikan kepercayaan penuh kepada media yang terkesan “membingkai” cerita dan hanya membangun cerita di sekitar pusaran konflik, negatif, drama, atau politik. Ironisnya, ketika pers mulai khawatir lebih lanjut tentang cara menyenangkan khalayaknya, khalayak mulai ragu tentang profesionalisme pers. Maka dari itu penting untuk lebih lanjut memilah mana topik yang benar-benar dibutuhkan.

2.3 Alur Penelitian

Bagan 2.1 Alur Penelitian



Sumber : Olahan Peneliti, 2020

Penelitian ini berawal dari media sosial yang merupakan sumber tanpa batas dan kehadirannya berkembang dari hari ke hari memberikan fakta menarik bahwa media sosial adalah wadah untuk mendapatkan informasi dan mendistribusikan informasi baik itu dalam bentuk data, seperti foto, video, dan audio. Namun dari segala kecanggihan yang ditawarkan oleh media sosial, dari segi informasi baik itu informasi biasa maupun viral yang ada di dalamnya tak sepenuhnya bisa dikatakan benar dan dapat mengadung misinformasi, termasuk mengenai isu wabah COVID-19 yang sedang menjadi perbincangan.

Penggunaan media sosial yang sudah masuk ke ranah praktik kerja jurnalistik, membuat sejumlah media massa termasuk media *online* yang menggunakan media sosial sebagai sumber pemberitaannya termasuk dalam isu wabah COVID-19. Hal ini juga yang dilakukan oleh detik.com. Menggunakan sumber media sosial sebagai bahan berita harus disertai dengan adanya verifikasi dari pihak redaksi agar informasi yang disampaikan kepada khalayak tidak menyesatkan karena mengandung misinformasi. Maka dari itu, untuk melihat dan mempertanyakan apakah detik.com telah melakukan verifikasi dalam pemberitan wabah COVID-19, peneliti menggunakan lima konsep verifikasi yang dikembangkan Bill Kovach & Tom Rosenstiel.