



### **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

Fenomena hoaks hingga kini masih menjadi masalah di Indonesia. Hal ini dikarenakan hoaks dapat menimbulkan perpecahan antarbangsa. Masalah hoaks telah banyak ditemui di Indonesia dan tingkat penyebarannya meningkat ketika tahun politik. Hal ini dibuktikan pada survei yang dilakukan Masyarakat Telematika (Mastel) bahwa sebanyak 44,30 persen orang-orang menerima hoaks setiap hari. Bahkan, sebesar 17,20 persen orang-orang dalam survei ini menerima hoaks lebih dari satu kali dalam sehari ("Hasil Survey", 2017). Adapun jenis hoaks yang diterima oleh masyarakat sebesar 91,90 persen berupa konten sosial politik, termasuk di dalamnya Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) dan Pemerintahan. Kemudian, jenis hoaks lainnya adalah konten menyangkut suku, ras, agama, dan antargolongan (SARA) sebesar 88,60 persen dan kesehatan sebesar 41,20 persen ("Hasil Survey", 2017).

Menurut Pellegrini, hoaks adalah kebohongan yang dibuat oleh seseorang untuk menyesatkan dari kebenaran demi kepentingan pribadi (Simarmata, Iqbal, Hasibuan, Limbong, & Albra, 2019). Mastel (2017) menyatakan hoaks beredar di masyarakat Indonesia dalam beragam bentuk, seperti tulisan (62,10 persen), gambar (37,50 persen), dan video (0,40 persen). Adapun saluran penyebaran hoaks paling banyak adalah media sosial sebesar 94,40 persen, aplikasi *chatting* sebesar 62,80 persen, dan situs web sebesar 34,90 persen ("Hasil Survey", 2017). Apabila dibiarkan secara terus-menerus, hoaks dapat menghancurkan struktur dalam masyarakat karena saling curiga satu sama lain tanpa mengetahui kebenarannya. Misalnya dalam kasus Basuki Tjahya Purnama (Ahok), viralnya video Ahok di internet dan media sosial diduga menista agama Islam (Simarmata et al., 2019, p. 14). Akibatnya, aksi massa menuntut Ahok diadili tidak terelakan. Padahal, video

viral tersebut telah dipotong oleh Buni Yani sehingga memiliki makna tidak sesuai aslinya.

Adapun dampak dari kejadian ini adalah masyarakat yang satu semakin terkotak-kotak dengan kepercayaan masing-masing. Kebenaran dalam hal ini menjadi suatu hal yang kabur sehingga masyarakat lebih mengedepankan emosi dibandingkan objektivitas (Simarmata et al., 2019, p. 14). Simarmata et al. (2019) menjelaskan muara hoaks adalah konflik kepentingan, sosial, politik, dan lain-lain. Hal ini terlihat dari kasus Ahok yang bertepatan pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 sehingga sarat akan kepentingan politik. Selain itu menurut Budiman (2017, p. 17), dampak lain dari hoaks adalah tergiringnya opini publik pada suatu hal yang terjadi masyarakat yang belum pasti kebenarannya dan menciptakan ketakutan massa. Kemudian, sasaran dari pemberitaan bohong tersebut dapat juga ditujukan pada individu, institusi, pemerintahan, maupun swasta (Budiman, 2017, p. 17).

Oleh karena itu, hoaks perlu diberantas agar tidak menimbulkan konflik-konflik tersebut. Media berperan penting dalam pengendalian penyebaran hoaks. Hal ini dikarenakan media sebagai sumber informasi melakukan kinerja jurnalistik yang terikat kode etik dalam penyebaran informasi. Menurut Kovach dan Rosenstiel (2001, p. 38), kewajiban paling utama dalam jurnalisme adalah menyampaikan kebenaran. Wartawan dituntut untuk memberitakan fakta sesuai dengan kejadian sebenarnya. Hal tersebut pun memengaruhi kredibilitas sebuah media di mata masyarakat. Media merupakan sumber informasi publik yang memiliki tanggung jawab kepada publik sehingga perlu menyampaikan kebenaran dalam tiap pemberitaannya. Sebelum pemberitaan dipublikasi, media pun melakukan verifikasi untuk memastikan kebenarannya. Kovach dan Rosenstiel (2001, p. 86) menyebutkan bahwa prinsip verifikasi inilah yang membedakan antara jurnalisme dengan hiburan, propaganda, fiksi, atau seni. Mereka menjelaskan bahwa wartawan melakukan verifikasi fakta-fakta yang telah didapat sehingga publikasi berita terhindar dari propaganda atau pun sebuah cerita fiksi. Prinsip-prinsip dasar jurnalisme tersebut berkebalikan dengan hoaks

yang merupakan berita bohong dan disebar secara sengaja ke publik. Oleh karena itu, media memiliki tanggung jawab untuk mengontrol terpaan berita bohong dengan verifikasi atau pengecekan fakta. Atas dasar itu, pengecekan fakta mulai dilakukan oleh banyak media.

Pengecekan fakta pun memiliki jaringan tersendiri secara internasional melalui *International Fact-Checking Network* (IFCN) dari Poynter Intstitute. IFCN terbentuk pada September 2015 bertujuan mendukung pengecekan fakta dengan membuat kebijakan tentang pengecekan fakta di seluruh dunia, serta memantau tren, format, dan menerbitkan artikel ("The International Fact-Checking", nd). Selain itu, IFCN juga berperan dalam memberikan pelatihan pengecekan fakta secara langsung dan tidak langsung (*online*) dan mengadakan konferensi tahunan pemeriksa fakta ("The International Fact-Checking", nd). IFCN merangkul banyak negara termasuk Indonesia. Terdapat enam media Indonesia dari 69 media di seluruh dunia yang telah terverifikasi oleh IFCN, yaitu *Liputan6.com*, *Suara.com*, *Kompas.com*, Masyarakat Anti Fintah Indonesia (Mafindo), *Tirto.id*, dan *Tempo.co* ("Verified Signatories", nd).

Tiap kanal cek fakta dari media-media tersebut memiliki metodologi dan penyajian informasi berbeda-beda bergantung dengan medianya. Dari keenam media itu, *Tempo.co* merupakan media *online* satu-satunya yang memiliki kategori penilaian paling banyak untuk hasil dari pengecekan fakta. Kategori penilaian tersebut dibagi menjadi lima, yaitu benar, sebagian benar, tidak terbukti, sesat, dan keliru. Keberagaman kategori ini membuat penulis tertarik untuk belajar dalam mengembangkan kemampuan pengecekan fakta membasmi hoaks di *Tempo.co* melalui kerja praktik magang.

Kanal Cek Fakta di *Tempo.co* berada di bawah naungan Kanal Media Lab sehingga menjadi sub-kanal dari Media Lab. Sub-kanal Cek Fakta dibentuk untuk memberantas hoaks yang berhamburan di media digital. Kebutuhan masyarakat pada berita akurat pun meningkat. Pembentukan sub-kanal ini juga sesuai dengan visi TEMPO, yaitu menjadi media yang berusaha meningkatkan kebebasan berpikir publik, mengemukakan pendapat, dan

membentuk publik yang cerdas dan menghargai perbedaan dalam pembangunan peradaban. Adapun sub-kanal ini bekerja dengan memverifikasi pilihan-pilihan klaim yang sudah disortir berdasarkan beberapa pertimbangan, seperti pentingnya topik untuk publik, laporan yang akan diperiksa diklaim sebagai fakta, klaim yang akan diperiksa menjadi bahan diskusi publik, sumber laporan yang akan diperiksa sudah pernah diverifikasi. Setelah itu, para pemeriksa fakta melakukan riset mengenai klaim yang akan diperiksa dan mempelajari laporan media tentang isu tersebut dan konteks klaim. Kemudian, pengecek fakta menghubungi pihak-pihak terkait untuk memverifikasi klaim. Selanjutnya, pemeriksa fakta melakukan riset lagi untuk menggali semua sumber publik, terutama data yang bersifat publik. Hal ini dilakukan agar pembaca dapat memeriksa sendiri keasliannya agar kredibilitas proses pengecekan dapat dipertanggungjawabkan. Lalu, menarik kesimpulan dengan kategori penilaian. Namun, pemeriksa fakta juga akan mewawancari pakar apabila diperlukan untuk memastikan kesimpulan redaksi sudah kuat atau tidak.

Kemudian, *Tempo.co* merupakan salah satu media yang memiliki garis api jelas antara produksi konten jurnalistik dan bisnis lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi pihak lain dalam kontennya dapat dijaga. Kemudian, *Tempo.co* berusaha untuk transparan dengan memublikasikan laporan finansial perusahaan sehingga publik dapat mengetahui sumber pembiayaan media ini. Adapun pengecekan fakta yang dilakukan di *Tempo.co* bekerja sama dengan Mafindo untuk menghasilkan pangkalan data hoaks terpadu agar proses verifikasi menjadi lebih mudah. Lalu, pemeriksa fakta di *Tempo.co* merupakan jurnalis terlatih dikarenakan telah mengikuti pelatihan yang diadakan Google News Initiative bersama Aliansi Jurnalisme Independen (AJI) Indonesia. Oleh karena itu, *Tempo.co* merupakan tempat yang ideal untuk mengembangkan kemampuan dalam pemeriksaan fakta untuk menangkis hoaks di masyarakat.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Tujuan dari kerja praktik magang di *Tempo.co* adalah sebagai berikut.

1. Mengaplikasikan ilmu dan teori yang telah didapatkan dalam proses belajar mengajar di kampus, meliputi penulisan berita, dan pengecekan fakta.
2. Menyiapkan mahasiswa untuk memasuki dunia kerja dengan pengenalan di bidang Jurnalistik pada industri media.
3. Memberikan pelatihan, pengalaman, dan mengasah keterampilan mahasiswa di bidang Jurnalistik.
4. Memahami alur kerja di redaksi *Tempo.co* dalam mencari dan menulis berita, serta mengecek fakta.
5. Menghasilkan produk Jurnalistik yang layak untuk dibaca khalayak luas.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang**

Pelaksanaan kerja praktik magang dilakukan sejak surat nomor 103/TIMH.PSDM/TRN-EXT/VIII/2019 tentang Penerimaan Permohonan Magang dikeluarkan PT Tempo Inti Media Harian pada 16 Agustus 2019. Peraturan perusahaan menyatakan durasi pelaksanaan kerja praktik magang di *Tempo.co* minimal selama tiga bulan. Adapun peraturan pelaksanaan magang dari Universitas Multimedia Nusantara (UMN) adalah 60 hari kerja. Oleh karena itu, pelaksanaan kerja praktik ini yang dimulai pada 16 Agustus 2019 ini berakhir pada 30 November 2019. Kerja Pratik ini bertempat di redaksi TEMPO, yaitu di Gedung Tempo, Jalan Palmerah Barat Nomor 8, Jakarta.

Adapun mahasiswa magang wajib masuk ke kantor lima hari dalam seminggu. Akan tetapi, mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara masih memiliki satu mata kuliah wajib, yaitu Seminar Proposal. Oleh karena itu, mahasiswa UMN bekerja empat hari dalam seminggu. Satu hari kerja digunakan untuk mengikuti mata kuliah Seminar Proposal. Kemudian, waktu kerja di Tempo adalah delapan

jam. Waktu tersebut ditetapkan lantaran mahasiswa tidak melakukan liputan di lapangan sehingga bersifat statis.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang**

Prosedur pelaksanaan magang dimulai ketika mahasiswa mengambil mata kuliah kerja praktik magang dengan satuan kredit semester (SKS) sebanyak empat (4) pada 30 Juli 2019. Akan tetapi, penulis mulai melamar dan mengirim *curriculum vitae* (CV), portofolio, dan proposal permohonan magang kepada *Tempo.co* pada awal bulan Juli. Adapun jenis pekerjaan yang penulis lamar adalah reporter. Hal itu dilakukan penulis karena persaingan pencarian magang antar mahasiswa dan kuota penerimaan media berbeda-beda. Sehingga, penulis berusaha secepat mungkin untuk mengisi kuota tersebut. Penulis mengirimkan permohonan magang melalui surat elektronik (surel) dengan alamat [pelatihan@tempo.co.id](mailto:pelatihan@tempo.co.id). Kemudian, lamaran tersebut diproses hingga penulis menerima surel balasan. Penulis diundang untuk wawancara tahap pertama dengan HRD PT Tempo Inti Media. Kemudian, HRD PT Tempo Inti Media mengabarkan bahwa penulis dinyatakan lolos dan harus mengikuti wawancara dengan pihak redaksi media. Penulis diwawancarai oleh Elik Susanto yang merupakan redaktur eksekutif *Tempo.co*. Hasil dari wawancara dengan pihak media menyatakan penulis diterima di media daring *Tempo.co* dan dapat mulai magang sebagai reporter pada 16 Agustus - 30 November 2019.

Penulis ditempatkan di *desk* Media Lab dalam sub-kanal Interaktif pada proyek Janji Jokowi. Proyek tersebut juga bekerja sama dengan sub-kanal Cek Fakta. Redaktur *desk* Media Lab adalah Fitra Moerat sekaligus menjadi pembimbing lapangan penulis. Penempatan penulis dalam kanal ini menjadikan posisi penulis sebagai reporter. Namun, reporter pada kanal ini tidak melakukan liputan ke lapangan.

Pada pelaksanaan magang, penulis bertugas dalam pengecekan fakta dalam proyek Janji Jokowi. Proyek ini merupakan sarana untuk memantau pemenuhan janji kampanye Joko Widodo (Jokowi) yang terpilih sebagai presiden Indonesia dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) pada tahun 2014. Proyek ini akan dipublikasikan melalui website tersendiri, yaitu [Janjijokowi.tempo.co](http://Janjijokowi.tempo.co). Penulis bertugas untuk menelusuri klaim berupa janji kampanye tersebut dengan mesin pencarian Google. Penulis menelusuri berbagai sumber untuk memverifikasi janji, yaitu sumber publikasi resmi pemerintah, publikasi akademik berupa riset, dan liputan media atau lembaga swadaya masyarakat (LSM). Selanjutnya, penulis ditugaskan untuk membuat narasi dari hasil penelusuran klaim. Kemudian, penulis pun memasukan narasi tersebut pada website publikasi Janji Jokowi.

Setelah pelaksanaan magang selesai, penulis mempertanggungjawabkannya dengan menulis laporan magang. Proses pembuatan laporan magang dibimbing oleh dosen pembimbing, yaitu FX Lilik. Penulis mengonsultasikan setiap komponen dalam penyusunan laporan magang. Kemudian, laporan magang ini akan dipresentasikan di depan dosen penguji.